

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC DEL MUNICIPI DE MANRESA



Ajuntament
de Manresa

JULIOL 2018

Treball efectuat per l'empresa **Expertus Turismo y Ocio**
a demanda de l'Oficina Tècnica de Turisme (Gerència de Serveis de Turisme)



ÍNDEX

- 1. Introducció**
- 2. Metodologia**
- 3. Anàlisi dels Plans Estratègics i Operatius previs**
- 4. Anàlisi d'àmbit territorial**
 - 4.1. Ubicació, accessibilitat i connectivitat
 - 4.2. Ubicació geogràfica, patrimoni i valors paisatgístics
 - 4.3. Dades sociodemogràfiques
- 5. Anàlisi dels components turístics**
 - 5.1. Recursos i atractius turístics
 - 5.2. Equipaments i instal·lacions
 - 5.3. Oferta i Serveis
 - 5.4. Agents implicats
 - 5.5. Productes turístics actuals
 - 5.6. Posicionament i comunicació
 - 5.7. Promoció
 - 5.8. Comercialització
 - 5.9. Conclusions
- 6. Anàlisi del mercat**
 - 6.1. Demanda
 - 6.2. Tendències del mercat
 - 6.3. Conclusions
- 7. Diagnòstic**
- 8. Marc Estratègic**
 - 8.1. Objectius estratègics i específics
 - 8.2. Estratègies
 - 8.3. Mapa estratègic
- 9. Marc Organitzatiu**
 - 9.1. Infraestructura organitzativa
 - 9.2. Agents del sector turístic de Manresa
 - 9.3. Sistemes de cooperació
- 10. Marc Operatiu**
 - 10.1. Programes
 - 10.2. Accions
- 11. Seguiment i Control**
 - Annex 1.** Anàlisi de l'activitat als canals de comunicació
 - Annex 2.** Productes comercialitzats

1 INTRODUCCIÓ

1. INTRODUCCIÓ

Durant els darrers anys la ciutat de Manresa, i més concretament l'**Ajuntament de Manresa** i la **Fundació Turisme i Fires de Manresa**, han apostat per l'impuls del sector turístic amb el desenvolupament d'un projecte turístic de la ciutat. Amb l'objectiu de definir una estratègia en matèria turística i d'orientar les accions necessàries per assolir les fites establertes, l'any 2014 es va elaborar el **Pla Director del Projecte Manresa 2022**. Posteriorment es va elaborar el **Pla de Marketing Turístic de Manresa 2015** i el **Pla de Treball Manresa Turisme 2017**.

Per tal de donar continuïtat al desenvolupament i consolidació turística de la ciutat de Manresa, l'ens de promoció turística ha expressat el seu interès per desenvolupar un estudi que permeti valorar la creació de productes turístics dins del municipi i establir les bases per la seva comercialització. Concretament es planteja el desenvolupament de dos productes turístics principals, el **turisme religiós** i el **turisme espiritual**, i un producte complementari, l'**enoturisme**.

La Diputació de Barcelona, per tal de donar resposta a la necessitat expressada per l'Ajuntament de Manresa, ha impulsat l'elaboració d'un Pla de màrqueting turístic del municipi de Manresa, encarregant l'elaboració del pla a l'empresa *Expertus Turismo y Ocio*.

2 METODOLOGIA

2. METODOLOGIA

La metodologia emprada per l'elaboració del Pla de Màrqueting Turístic del municipi de Manresa ha estat orientada a l'obtenció d'una visió àmplia i completa de la situació actual i potencial de Manresa com a destinació turística.

Per tal de conèixer la situació actual del municipi en relació a l'oferta i la demanda, s'han emprat fonts d'informació secundàries. Concretament s'han consultat i analitzat les **estadístiques oficials de turisme** (INE, IDESCAT, LABturisme de la Diputació de Barcelona), i s'han analitzat **plans estratègics** de diferents àmbits territorials que incideixen en el sector turístic de Manresa (plans municipals, del Bages i Paisatges de Barcelona.)

També s'ha donat especial importància en la obtenció de la visió i opinió dels representants dels diferents àmbits i sectors implicats de manera directa o indirecta amb el sector turístic. D'aquesta manera, s'han realitzat **21 entrevistes personals** a representants de diferents institucions públiques i privades que incideixen en el desenvolupament turístic del municipi.

Per tal de garantir l'adequació del Pla de Màrqueting Turístic a les necessitats i estratègies turístiques de l'Ajuntament de Manresa, així com també per tal de garantir la seva alineació amb l'estratègia turística de la província de Barcelona, s'han realitzat tres **reunions amb els representants de turisme de l'Ajuntament de Manresa i de la Diputació de Barcelona**. La reunió inicial tenia per objectiu conèixer la visió de les diferents parts en relació al pla de màrqueting, els seus interessos i necessitats; la segona reunió es va realitzar per tal de presentar els resultats obtinguts a la fase d'anàlisi i diagnòstic i consolidar-lo amb la visió de les diferents institucions implicades en el projecte; i finalment la tercera reunió tenia per objectiu presentar les estratègies i accions definides per tal de consensuar-les.

Fonts d'informació secundàries

- Estadístiques oficials (INE, IDESCAT)
- Plans estratègics de diferents àmbits territorials que incideixen en el sector turístic de Manresa: plans municipals, del Bages i de Paisatges de Barcelona.

Fonts d'informació primàries

- **21 entrevistes personals** realitzades els mesos de març i abril a representants de les diferents institucions i empreses públiques i privades que incideixen en el desenvolupament del sector turístic del municipi.

Reunions de treball

- **3 reunions de treball** la participació de l'Ajuntament de Manresa, la Diputació de Barcelona i l'equip consultor.

2. METODOLOGIA

A continuació s'inclou una relació de les persones entrevistades per l'elaboració de Pla de Màrqueting Turístic, així com també les principals àrees en les que s'ha incidit en cadascun dels casos.

INSTITUCIONS GESTORES DE LA DESTINACIÓ

Les entrevistes realitzades a les institucions gestores de la destinació han estat principalment orientades a conèixer aspectes vinculats amb la gestió turística de Manresa. D'altra banda també s'ha incidit en altres aspectes que s'han considerat rellevats per tal de potenciar el desenvolupament turístic del municipi. **Persones entrevistades:** Sr. **CALMET, J.** - Ajuntament de Manresa. Sr. **SALA, I.** - Bages Impuls. Sr. **FORTUNY, B.** - Àrea de Turisme del Consell Comarcal del Bages.

GESTIÓ DE PATRIMONI I RECURSOS TURÍSTICS

Les entrevistes realitzades als agents vinculats amb la gestió del patrimoni i recursos turístics han servit per recollir informació relativa a la gestió dels recursos, als serveis que ofereixen actualment, al perfil de visitants actual, als sistemes de cooperació i coordinació emprats, i a les estratègies i accions de comunicació, promoció i comercialització definides i implementades. També s'ha obtingut informació relativa als interessos i necessitats identificats per cada organisme gestor. **Persones entrevistades:** Sr. **SOLER, J.** - DO Pla de Bages. Sra. **CODINACH, M.** - Basílica de la Seu. Sr. **MAGRIÑÀ, LL.** - La Cova. Sra. **MUNS, L.** - Fundació Parc de la Sèquia. Sr. **VILÀ, F.** - Museu Comarcal de Manresa.

COMERÇ

Les entrevistes han servit conèixer la visió dels agents vinculats amb el comerç en relació amb el desenvolupament del turisme. Principalment s'ha aprofundit en el paper actual i potencial del comerç amb el sector turístic, s'han identificat aspectes de millora i oportunitats. **Persones entrevistades:** Sr. **CASALS, P.** - Cambra de Comerç. Sra. **INFANTE, T.** - Unió de Botiguers i Comerciants de Manresa (UBIC).

EMPRESSES VINCULADES AMB EL SECTOR TURÍSTIC

La informació obtinguda de les entrevistes realitzades a les empreses del sector turístic han estat principalment relacionades amb la gestió turística actual de la destinació, els interessos i necessitats de les empreses per tal de desenvolupar la seva activitat, la visió sobre la situació turística actual i potencial del turisme al municipi, el perfil de visitants, i la identificació d'oportunitats i aspectes de millora en la gestió, comunicació, promoció i comercialització de la destinació. **Persones entrevistades:** Sr. **VILALTA, R.** - Bages Terra de Vins. Sr. **BASOMBA, J.** - Teatre Kursaal. Sr. **MARGENAT, F.** - Oller del Mas. Sr. **AMORÓS, J.** - Desconnexions.

HOSTELERIA

Les entrevistes realitzades als agents implicats amb l'Hosteleria de Manresa han tingut com objectiu principal l'obtenció d'informació sobre el pes del sector turístic en el seu negoci, el perfil de clients i el perfil de visitants de la destinació de Manresa, la seva percepció sobre la situació actual del sector turístic al municipi i el seu potencial, i aspectes relacionats amb la gestió, comunicació, promoció i comercialització de la destinació turística de Manresa. **Persones entrevistades:** Sr. **VILASECA, J.** - Escola Joviat. Sr. **SANLLEHÍ, M.** - Hotel 1948. Sr. **PABLO, G.** - Urbi Apartments. Sr. **RUIZ, J.** - Kursaal Espai Gastronòmic. Sr. **ALBÀ, LL.** - Restaurant-Hostal Turó de la Torre. Sr. **MONNÉ, J.** - Apartaments Infants. Sra. **DE PUIG, R.** - L'Hotelet.

2. METODOLOGIA

Per la definició de les accions concretes del Pla de Màrqueting Turístic del Municipi de Manresa s'ha seguit la següent metodologia.

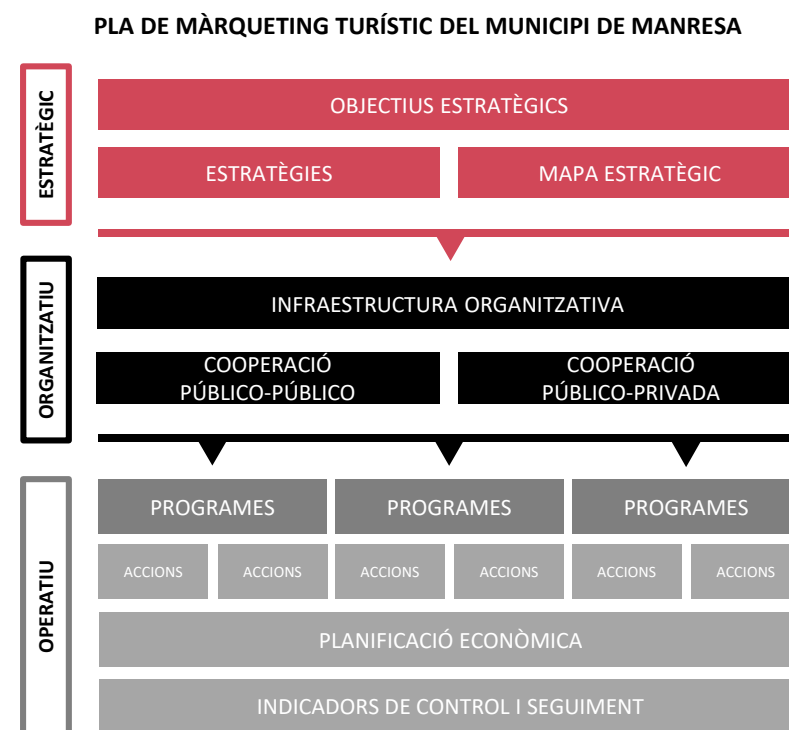
La definició de les accions del Pla de Màrqueting s'ha fonamentat en els resultats obtinguts a les fases prèvies d'anàlisi i diagnòstic. S'ha donat especial importància a la visió aportada pels agents del sector a la fase anterior per tal de definir un full de ruta coherent i alineat amb les necessitats i capacitats de la destinació.

El Pla de Màrqueting Turístic està format per una part estratègica, una part organitzativa i una d'operativa.

El **marc estratègic** estableix els **objectius estratègics**, és a dir cap a on anirà la destinació de Manresa en l'àmbit turístic durant els propers tres anys. El marc estratègic també inclou un **mapa estratègic**, una eina que determina quin camí seguirà el municipi per assolir els objectius estratègics, i les **estratègies** sobre les que es fonamentaran els programes i accions.

El **marc organitzatiu** identifica la **infraestructura** necessària per tal de dur a terme l'estratègia prèviament definida. També s'inclouen els mecanismes i sistemes de **cooperació entre agents** públics i entre agents públics i privats per tal de garantir l'alineació de tots els agents per la consecució dels objectius establerts.

Finalment el Pla inclou el **marc operatiu**, on es defineixen els **programes** que es desenvoluparan, cadascun d'ell amb un seguit d'**accions** concretes a implementar. Per tal de garantir la viabilitat del Pla proposat, s'inclou una **planificació econòmica**, on es distribueix el pressupost disponible entre els diferents programes i accions proposades. Per tal de garantir la correcta implementació del Pla i poder valorar els resultats obtinguts, el marc operatiu també inclou **indicadors de control i seguiment**.



3 ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

Actualment l'estratègia i les accions que desenvolupa la Fundació Turisme i Fires de Manresa es fonamenten en quatre Plans municipals, alineats amb el Pla Estratègic de Turisme de la comarca. Amb l'objectiu d'elaborar un Pla de Màrqueting Operatiu i un Pla de Comercialització que estiguin alineats amb l'estratègia turística del municipi i que s'ajustin a la seva realitat, a continuació s'analitzen cadascun els plans identificats que incideixen en el seu desenvolupament turístic.

A

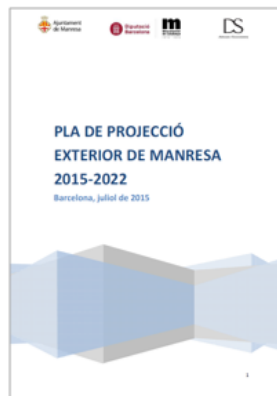
MANRESA 2022
PLA DIRECTOR

**B**

PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC
MANRESA 2015

**C**

PLA DE PROJECCIÓ EXTERIOR
DE MANRESA 2015 - 2022

**D**

PLA DE TREBALL
MANRESA TURISME 2017

**E**

PLA ESTRATÈGIC DE TURISME
DEL BAGES 2020



3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

A. MANRESA 2022 PLA DIRECTOR

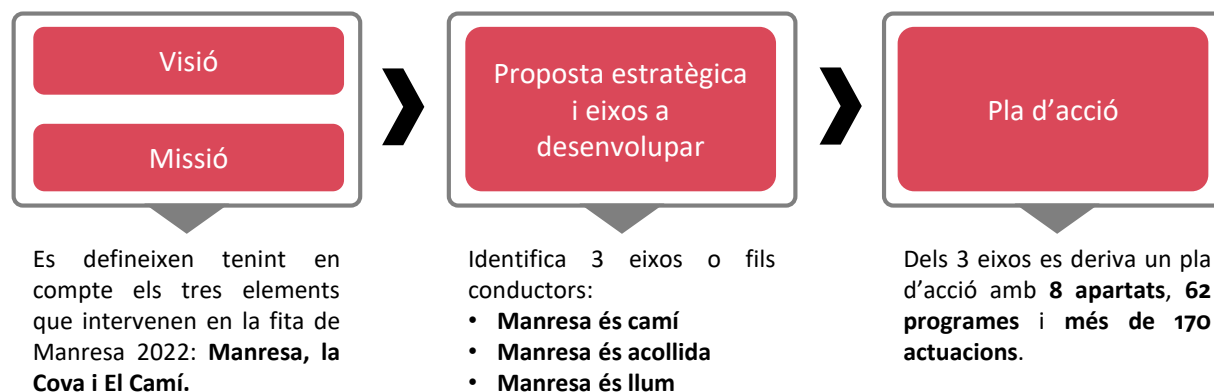
Amb motiu del 500 aniversari de l'estada de Sant Ignasi de Loiola a Manresa, l'Ajuntament de Manresa va impulsar l'any 2014 l'elaboració d'un Pla Director per tal de que l'any 2022 la ciutat esdevingui un pol d'atracció de pelegrins i turistes. El Pla Director és de caràcter estratègic i serveix com orientació en la presa de decisions i les actuacions de l'Ajuntament del municipi.

Objectiu

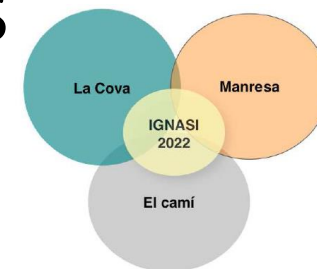
Preveure els reptes estratègics, tant de planificació com de gestió, que ha d'afrontar el municipi fins l'any 2022.

Contingut

El Pla Director inclou la definició del següents elements:



3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS



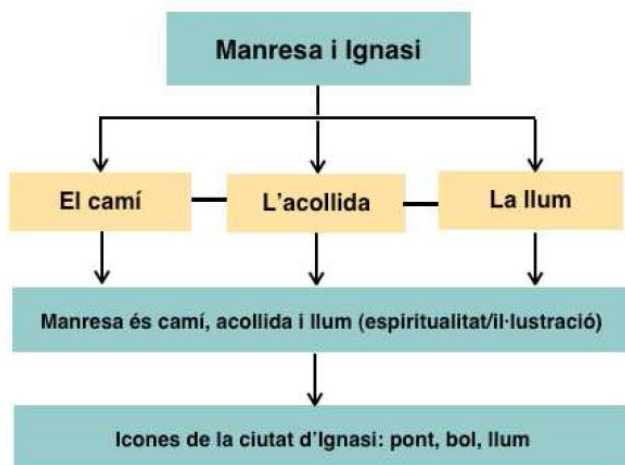
A. MANRESA 2022 PLA DIRECTOR

Visió	<p style="text-align: center;">CIUTAT</p> <p>Una ciutat que hagi millorat l'autoestima i recuperat la centralitat i l'impuls, amb capacitat d'atracció turística i dinamisme econòmic i social, i que sigui sostenible. Que es presenti i es projecti internacionalment.</p>	<p style="text-align: center;">COVA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L'experiència ignasiana genuïna. La cova és un centre internacional d'espiritualitat que ofereix principalment pràctica, estudi i formació sobre l'experiència ignasiana genuïna 2. Accés a noves formes de descobrir i endinsar-se en l'espiritualitat, a partir de la interioritat 3. Especial atenció a l'adolescència i la joventut 4. Universitat. La Cova de Sant Ignasi és un centre internacional d'espiritualitat que sent la universitat com a constitutiva de la seva missió 	<p style="text-align: center;">CAMÍ IGNASIÀ</p> <p>El 2022 el Camí Ignasià és un referent internacional com a itinerari cultural i espiritual que rescata els valors històrico-culturals locals i ignasians i satisfà les necessitats de creixement i transformació personal i d'oci dels caminants</p>
Missió	<p style="text-align: center;">CIUTAT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprofitar un esdeveniment espiritual de relleu mundial per assolir objectius d'interès general per tota la ciutadania. 2. Preparar a la ciutat per a l'esdeveniment, tot generant entusiasme i autoestima entre els manresans i coresponsabilitzant tots els sectors socials i econòmics, per mitjà de consens polític, econòmic, social i ciutadà. 3. Fer d'Ignasi un referent i una icona a la ciutat per projectar-nos al món. 4. Posar el Centre Històric al centre d'interès ciutadà i turístic: adequar-lo per rebre visitants i tenir-lo també en condicions per als manresans. 5. Posicionar la Manresa ignasiana com a destinació turística, en el marc de l'oferta interior i de turisme religiós i internacional. Impulsar la vocació de Manresa d'esdevenir una destinació de turisme familiar, accessible, sostenible i responsable. 6. Exercir la capacitat ignasiana a Catalunya i esdevenir destinació i distribuïdora de pelegrins i visitants cap a d'altres destinacions ignasianes catalanes. 7. Generar activitat ciutadana, cultural, comercial i econòmica per tal de dinamitzar i fer progressar Manresa. 	<p style="text-align: center;">COVA</p> <p>Potenciar eficaçment l'atracció que Manresa ha exercit al llarg de mig mil·lenni, com a bressol de les espiritualitats ignasianes i de tota l'obra cultural, social, pedagògica... que en sorgeix. La missió de la Cova de Sant Ignasi és ser "memòria" d'aquesta "font" originària. Facilitar que la Cova continuï essent:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Punt de referència de les famílies ignasianes i de les obres que han impulsat 2. Lloc de transformació interior com ho va ser per a Ignasi 3. Escola de formació en espiritualitat, especialment per a "formadors" i agents "multiplicadors" 4. Escola de valors. L'activitat del centre desitja vehicular una formació que conjugui interioritat i profunditat, capacitat d'anàlisi i discerniment, sentit crític i comprimis social, consciència individual i social, etc. 	<p style="text-align: center;">CAMÍ IGNASIÀ</p> <p>Oferir una experiència personal significativa i memorable, orientada al creixement i la transformació personal dels valors i l'espiritualitat ignasians al segle XXI, per mitjà dels atractius religiosos, culturals i naturals de l'entorn de la ruta efectuada per Ignasi de Loiola el 1522.</p>

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

A. MANRESA 2022 PLA DIRECTOR

Proposta estratègica i eixos a desenvolupar



El camí

El camí ignasià representa l'entrada a la ciutat i la comunica amb el món. El camí es simbolitza amb el **pont vell**, essent la porta d'arribada a la ciutat i el pont de relacions entre Manresa i el món, entre el patrimoni i l'espiritualitat, entre cultures i confessions, entre ciutat i Companyia.

“Cal valorar i dignificar els llocs ignasians per conscienciar la ciutadania sobre la seva història i per presentar-los als visitants”

L'acollida

L'estada de Sant Ignasi a Manresa és una història d'acollida, confraternitat i hospitalitat. L'**escudella (el bol)** simbolitza l'acollida, representant un aliment tant material com espiritual.

“L'atracció de visitants ha de ser un objectiu de ciutat. L'acolliment i l'hospitalitat han de ser la marca de la ciutat: Manresa, ciutat acollidora i amable”

La llum

La llum de Manresa és la tercera icona, simbolitzant l'espiritualitat que va trobar Sant Ignasi a la ciutat. La llum es representa principalment a la **Sèquia** a la **Seu**.

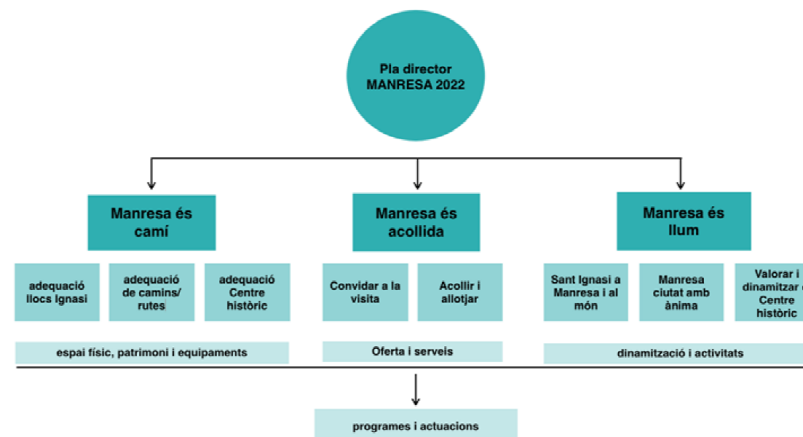
“Ignasi ha de ser una icona i un reclam turístic i promocional i el seu principal referent en la projecció internacional, així com formar part de la identitat manresana”

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

A. MANRESA 2022 PLA DIRECTOR

Pla d'acció

Del Pla d'Acció les actuacions que es consideren prioritàries son les següents:



Eix 1. Manresa és camí

1.1. Adequació dels llocs ignasians.

Son prioritaris els següents llocs ignasians:

- Ruta ignasiana
- Alberg del Carme
- Museu Comarcal
- Torre de Santa Caterina
- Basílica de la Seu
- El Cardener i el Pont
- Capella del Recapte
- El Cardener i el Pont
- Capella de Sant Vell
- Capella de Sant Vell
- Ignasi Malalt

1.2. Adequació de les rutes ignasianes.

Les rutes identificades com a prioritàries son:

- Camí de Montserrat a Manresa
- Ruta ignasiana principal (Centre Històric)

1.3. Adequació del Centre Històric.

Essent prioritàries les consideracions en el planejament (POUM)

Eix 2. Manresa és acollida

2.1. Convidar a la visita i l'estada a la ciutat

Son prioritàries la creació de la marca i identitat corporativa (Manresa 2022) i l'elaboració d'un Pla de Màrqueting.

Eix 3. Manresa és llum

3.1. Ignasi, icona de Manresa. Sant Ignasi, icona al món

Son prioritàries:

- La oferta de beques de recerca vinculades amb la història sobre l'època d'Ignasi
- La implicació de les entitats de la ciutat amb el Sexenni cultural ignasià
- La vinculació de Manresa-Montserrat i Manresa-Barcelona.

3.2. Manresa, ciutat amb ànima

És prioritari realitzar accions per a que Manresa – La Cova esdevinguin un pol de formació empresarial i gestió de capacitats

3.3. Valorar i dinamitzar el Centre Històric

Es considera prioritari crear una campanya ciutadana d'autoestima per al Centre Històric

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

B. PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC MANRESA 2015

El Pla de Màrqueting Turístic es va elaborar l'any 2015 per tal de conèixer en quina situació es trobava la ciutat de Manresa en termes turístics, per identificar les àrees de millora i definir les accions a implementar durant els propers anys.

Objectius

Els objectius principals del Pla de Màrqueting eren els de donar a conèixer la nova marca “Manresa, cor de Catalunya” al visitant i al sector turístic, i iniciar la comercialització per grups amb agències de viatges i touroperadors. Aquests dos objectius principals estaven complementats amb els següents objectius específics:

- Portar més visitants
- Fer que facin més coses
- Augmentar la despesa mitjana
- Augmentar l'atractiu territorial
- Augmentar l'estada mitjana

Contingut

Per tal d'assolir els objectius marcats el Pla de Màrqueting contemplava un conjunt d'**accions** agrupades en els següents blocs:

ÀREA	TIPOLOGIA D'ACCIONS
Producte	Creació de nous productes combinats, noves experiències, un producte de visites guiades i accions de col·laboració amb el comerç, la gastronomia local i el sector privat.
Posicionament	Actualització de la web, participació en Clubs i Comissions de Turisme Catalanes, millora del posicionament a xarxes socials i blogs, incorporació al catàleg de l'ACT i presència al programa <i>Catalunya Experience</i> .
Promoció	Enfortir relació amb els organismes i institucions de promoció del Catalunya, organització de Famtrips i Presstrips, assistència a fires, fulletons, cupons de descompte i projecte <i>touring</i> .
Publicitat	Campanya d'adwords, bànners, fulletons i presència a premsa i a cadenes de ràdio.
Comercialització directa	Emailings, visites a agències especialitzades, associacions i col·legis professionals
Comercialització operadors grups	Contacte amb un conjunt d'operadors
Elements de suport	Traduccions, newsletter, fulletons, display, vídeo promocional, audioguies, pòsters i plafons, dossiers per escoles i professionals

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

C. PLA DE PROJECCIÓ EXTERIOR DE MANRESA 2015 - 2022

El Pla de Projecció Exterior de Manresa es va elaborar el juliol de 2015, concebut com una eina d'orientació política institucional que persegueix donar continuïtat a l'activitat desenvolupada per l'Ajuntament de Sitges en l'àmbit internacional. D'aquesta manera serveix com a guia per l'actuació dels governs locals a nivell internacional i com instrument de comunicació interna, alineant la orientació dels diferents agents implicats en la projecció exterior del municipi.

Objectius

L'objectiu del Pla és guiar l'actuació dels governs locals per tal de potenciar l'acció internacional del municipi.

Contingut

El Pla de Projecció Exterior de Manresa s'estructura en tres Eixos d'actuació:

- Eix motor: Internacionalització del teixit econòmic de Manresa i la seva àrea d'influència
- Eix ànima: Internacionalització de la marca turística de Manresa
- Eix sostenibilitat: Desenvolupament de polítiques sostenibles i saludables de la ciutat.

El segon eix es fonamenta en el projecte turístic de Manresa, considerant la potenciació de Manresa com a "ciutat ignasiana" una de les claus per captar el turisme religiós, i complementat amb el potencial d'atracció turística del turisme enogastronòmic vinculat i l'alimentació medievalitzada.

D'aquesta manera, l'eix de turisme inclou accions agrupades en tres sub-eixos diferenciats:

Sub-Eix 2.1. Promoció de les rutes religioses i gastronòmiques

- 2.1.1.** Reconeixement de l'herència ignasiana de Manresa com a Patrimoni Cultural Europeu
- 2.1.2.** Participació de Manresa a la xarxa de ciutats vinculades al pensament religiós
- 2.1.3.** Foment de la participació de l'Ajuntament de Manresa i d'entitats locals en la xarxa Europa Nostra
- 2.1.4.** Organització de fires enogastronòmiques d'àmbit europeu
- 2.1.5.** Promoció internacional de la marca Manresa com a referent de la Cuina Lliure d'al·lèrgens i intoleràncies

Sub-Eix 2.2. Manresa com a centre del diàleg interconfessional

- 2.2.1.** Foment de la cooperació interreligiosa i organització de congressos interconfessionals d'àmbit català i internacional

Sub-Eix 2.3. Iniciatives transversals de promoció turística

- 2.3.1.** Creació de campanya i plataforma web
- 2.3.2.** Participació d'organismes i empreses manresanes a la xarxa *The Experience Network*
- 2.3.3.** Foment del turisme de negocis entorn al món jesuïta

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

D. PLA DE TREBALL MANRESA TURISME 2017

El Pla de Treball Manresa Turisme 2017 és un Pla Operatiu que defineix els projectes i accions concretes per implementar durant l'any 2017, servint com a guia per la gestió del sector turístic de la ciutat.

Objectius

La implementació dels projectes i accions incloses al Pla de Treball persegueixen els següents objectius:

- Consolidar l'equip de treball de turisme i la gestió dels diferents espais que es gestionen: Oficina de Turisme, Centre d'Acollida de Pelegrins, Espai 1522 i Carrer del Balç
- Millora dels protocols i procediments de treball intern
- Apostar per la qualitat dels serveis prestats pel que fa a guiatges turístics i materials de promoció
- Millora de la comunicació entre els diferents departaments de l'Ajuntament i els agents implicats en l'organització d'actes i activitats comunes
- Posar en marxa eines de comercialització directa i a través d'intermediaris dels productes i activitats
- Posar en marxa la nova web de turisme
- Definir una estratègia de comunicació i promoció orientada a arribar als segments de públic de cadascuna de les activitats
- Definir una estratègia de màrqueting digital
- Millorar els productes turístics existents i consolidar-los en el mercat
- Potenciar la ruta ignasiana i del darrer tram del Camí Ignasià
- Crear noves propostes de turisme familiar i recollir-les en una publicació de ciutat
- Crear o donar suport a propostes durant l'estiu

Contingut

El Pla de Treball inclou projectes enfocats a la millora de la gestió interna, elaboració de material turístic, de dinamització dels espais turístics, de comercialització i de promoció del sector turístic de la ciutat. També detalla la descripció i programació de les campanyes de promoció turístiques previstes per l'any 2017, així com les fires i esdeveniments als que assistir.

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

E. PLA ESTRATÈGIC DE TURISME DEL BAGES 2020

El Pla Estratègic de Turisme del Bages s'ha publicat el desembre de 2017. Aquest és un instrument que persegueix dotar a la comarca d'una estratègia turística conjunta, planificant, gestionant i promocionant el territori com una destinació de qualitat.

Objectius

Els objectius fixats en el Pla Estratègic son els següents:

1. Situar el turisme com a un dels fonaments del desenvolupament social, econòmic i de l'orgull de la comarca del Bages – **DESENVOLUPAMENT TERRITORIAL**
2. Configurar el Bages com a conjunt de destinacions cooperatives de qualitat amb el segell Geoparc com a eina de posicionament estratègic diferencial - **POSICIONAMENT I PROMOCIÓ**. Dins d'aquest objectiu destaca l'objectiu secundari de "fomentar les sinergies entre la estratègia turística de Manresa i la seva comarca"
3. Facilitar la creació de productes turístics especialitzats i diversificats orientats a una demanda de qualitat tant nacional com internacional, aprofitant el sistema Geoparc per fomentar-ne la transversalitat – **PRODUCTES I EXPERIÈNCIES**
4. Consolidar Bages Turisme com l'ens comarcal públic-privat de referència en la planificació i gestió del turisme a la destinació Bages – **GESTIÓ I PLANIFICACIÓ**
5. Aposta per les noves tecnologies, el coneixement, la formació i la innovació com a elements clau per a la competitivitat i l'excel·lència del sector turístic del Bages – **COMPETITIVITAT I EXCEL·LÈNCIA**

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

E. PLA ESTRATÈGIC DE TURISME DEL BAGES 2020

Contingut

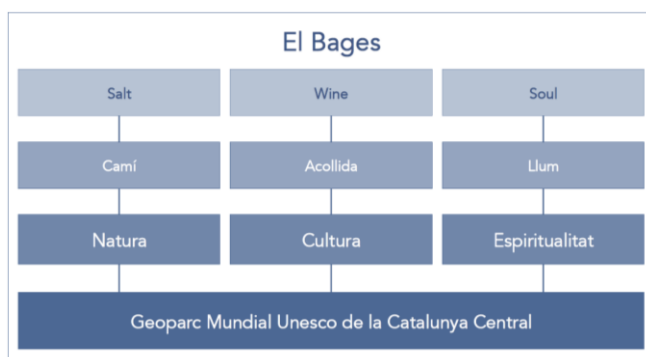
El Pla defineix la visió estratègica, els objectius a assolir, el posicionament i la prioritització dels productes turístics del territori, així com també les accions a desenvolupar en el marc dels propers dos anys.

POSICIONAMENT

L'estratègia de posicionament de la comarca es troba fortament vinculada als eixos estratègics del turisme de Manresa: Camí, acollida i llum.

A nivell comarcal, l'eix del **camí** es vincula amb la Sal i la Naturalesa; l'eix d'**acollida** es vincula amb el vi i la cultura; i l'eix de la **llum** es vincula amb l'ànima i l'espiritualitat.

Tots els elements es vinculen amb un posicionament principal i transversal que és el de Geoparc Mundial UNESCO de la Catalunya Central.



ACTIUS TURÍSTICS ESTRATÈGICS

A continuació es detallen els actius turístics directament vinculats amb el municipi de Manresa que es troben inclosos i prioritzats dins del Pla Estratègic Turístic comarcal.

Actiu / Qualificació	Potencial de mercat	Diferenciació	Transversalitat territorial	Notorietat turística	Desenvolupament de producte	Autonomia de recursos i gestió	Prioritat portafoli	Necessitat impuls
Manresa	Alt	Alta	Mitjana	Baixa	Baix	Alta	Alta	Baixa
Manresa 2018 Capital Cultural de Catalunya	Mitjà	Mitjana	Baixa	Baixa	Mitjà	Alta	Alta	Mitjana
Manresa 2022	Mitjà	Mitjà	Baixa	Baixa	Baix	Alta	Alta	Mitjana
Els 500 anys de Sant Ignasi	Alt	Alta	Mitjana	Baixa	Mitjana	Alta	Alta	Baixa
Camí Ignasià	Mitjà	Mitjana	Mitjana	Mitjana	Mitjà	Alta	Alta	Mitjana
La Sèquia	Mitjà	Mitjana	Mitjana	Baixa	Baix	Mitjana	Alta	Mitjana
Tines i barraques de pedra seca	Mitjà	Alta	Alta	Baixa	Baix	Baixa	Alta	Alta
DO Pla de Bages	Alt	Alta	Alta	Baixa	Mitjà	Alta	Alta	Mitjana
Geoparc	Alt	Alta	Alta	Baixa	Baix	Baixa	Alta	Alta
Gastronomia	Alt	Mitjana	Alta	Baixa	Mitjà	Baixa	Alta	Alta
Xarxa de camins	Alt	Mitjana	Alta	Baixa	Baix	Baix	Alta	Alta
Colònies tèxtils	Baix	Mitjana	Alta	Baixa	Baix	Baixa	Mitjana	Mitjana

3. ANÀLISI DELS PLANS ESTRATÈGICS I OPERATIUS PREVIS

E. PLA ESTRATÈGIC DE TURISME DEL BAGES 2020

Contingut

ESTRATÈGIA DE PRODUCTES TURÍSTICS PER ACTIUS

A continuació es detalla, per cadascun dels actius turístics directament relacionats amb Manresa, l'estratègia de productes definida al Pla Estratègic de Turisme del Bages 2020

	5 Turisme actiu i esportiu	6 Ecoturisme	4 Turisme gastronòmic Enoturisme Oleoturisme	1 Turisme cultural	3 Turisme religiós i espiritual	2 Geoturisme
Manresa	Mitjà	Baix	Alt	Alt	Alt	Alt
Manresa 2018 Capital Cultural de Catalunya	Baix	Baix	Alt	Alt	Mitjà	Baix
Manresa 2022	Mitjà	Baix	Alt	Alt	Alt	Alt
Els 500 anys de Sant Ignasi	Baix	Baix	Baix	Alt	Alt	Alt
Camí Ignasià	Alt	Baix	Mitjà	Alt	Alt	Alt
La Sèquia	Alt	Alt	Mitjà	Mitjà	Baix	Alt
Tines i barraques de pedra seca	Alt	Alt	Alt	Alt	Baix	Alt
DO Pla de Bages	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt
Geoparc	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt
Gastronomia	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt
Xarxa de camins	Alt	Alt	Alt	Alt	Alt	Mitjà
Colònies tèxtils	Mitjà	Baix	Mitjà	Alt	Baix	Alt

PLA D'ACCIONS

Les principals accions vinculades específica i/o directament amb el municipi de Manresa son les següents:

Posicionament, promoció, comunicació i comercialització

2.11. Pla de Comunicació: elaboració d'un eslògan, marca i una campanya de comunicació d'acord amb l'estratègia de posicionament

2.13. Workshop internacional amb turoperadors estrangers

2.14. Reedició del mapa de les Rutes del Romànic (Bages)

Creació i millora de producte turístic

3.5. Creació de producte geoturístic a partir del Camí Ignasià

3.7. Impuls a la creació d'esdeveniments i productes turístics a partir dels recursos estratègics prioritaris

Competitivitat i excel·lència

5.2. Identificació del perfil de la demanda turística: gestió de les enquestes Eddetur al Bages

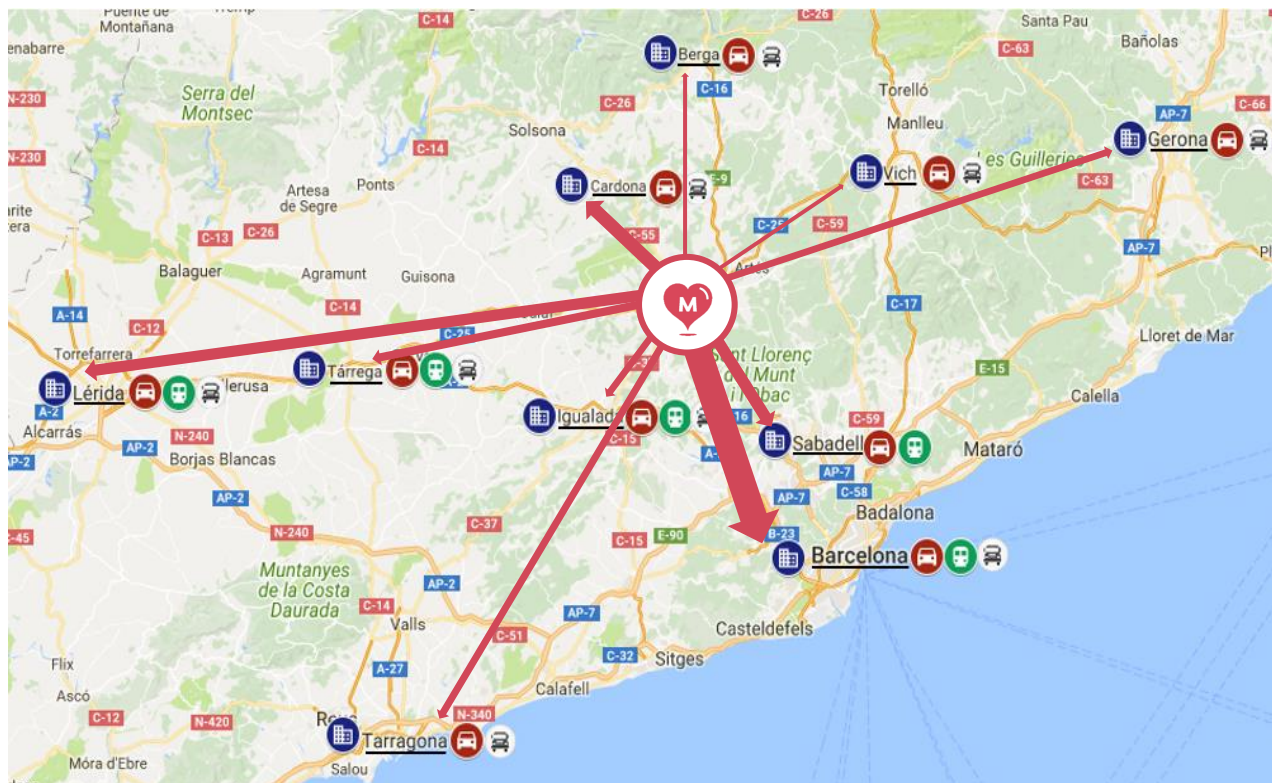
5.6. Assessorament turístic als ens municipals i a les empreses turístiques del Bages

4 ANÀLISI D'ÀMBIT TERRITORIAL

4. ANÀLISI D'ÀMBIT TERRITORIAL

4.1. Ubicació, accessibilitat i connectivitat

- Manresa, ciutat capital de la comarca del **Bages** i situada a la **província de Barcelona, Catalunya**, es troba localitzada a 65,5 km de la ciutat de Barcelona, posicionant-se d'aquesta manera en el bell mig de Catalunya.
- Referent a l'**accessibilitat del municipi**, es pot arribar amb **vehicle propi** per la carretera C-55 o l'autopista E-9 C-16, tenint d'aquesta manera una connexió directa amb la Ciutat Comtal. Tanmateix, també s'hi pot accedir mitjançant el **transport públic**, sigui amb tren (Renfe o FGC) o amb autobús (Teisa, Monbus, Masats Transports Generals, Sagalés i Alsa).
- En el mapa estan marcades, doncs, diferents localitats de la Comunitat Autònoma junt amb les icones corresponents al mitjà de transport (cotxe, tren i/o autobús) amb el qual es pot accedir al municipi de Manresa, essent Barcelona i Lleida les principals connexions.



4. ANÀLISI D'ÀMBIT TERRITORIAL

4.1. Ubicació, accessibilitat i connectivitat

Pel que fa a les distàncies i a la durada del viatge depenent de la ciutat d'origen, variarà segons les infraestructures i els diferents punts d'accés que estiguin habilitats. En el següent quadre s'exposa la distància, la durada i els mitjans de transport, presents en cada una de les localitats marcades en el mapa anterior, en relació amb la ciutat de Manresa.

Principals connexions amb la ciutat de Manresa

Connexions	Barcelona	Igualada	Sabadell	Cardona	Vic	Berga	Lleida	Tàrrrega	Girona	Tarragona
Distància	65,5 km	30,9 km	46,8 km	30,9 km	48,2 km	49,1 km	109 km	66,4 km	134 km	109 km
Durada del trajecte amb vehicle propi	59 min.	27 min.	41 min.	31 min.	39 min.	37 min.	1h i 37 min.	47 min.	1h i 31 min.	1h i 18 min.
Transport públic habilitat	Tren (R.Renfe/FGC) Bus (Monbus/Sagalés)	Tren (FGC) Bus (Masats Transports Generals)	Tren (R.Renfe)	Bus (Alsa)	Bus (Teisa/Sagalés)	Bus (Alsa)	Tren (Renfe Regional) Bus (Teisa/Sagalés)	Tren (Renfe Regional) Bus (Teisa/Sagalés)	Bus (Teisa/Sagalés)	Bus (Alsa)
Durada del trajecte amb transport públic	Tren: 1h i 47 min. Bus: 1h i 25 min.	Tren: 1h i 30 min. Bus: 45 min.	Tren: 45 min.	Bus: 56 min.	Bus: 45 min.	Bus: 46 min.	Tren: 1h i 57 min. Bus: 1h i 45 min.	Tren: 1h i 15 min. Bus: 1h	Bus: 1h i 45 min.	Bus: 1h i 45 min.

4. ANÀLISI D'ÀMBIT TERRITORIAL

4.1. Ubicació, accessibilitat i connectivitat

Per tal de dinamitzar i facilitar la mobilitat pel centre de la ciutat, l'Ajuntament de Manresa va llençar a finals de l'any 2017 una promoció que inclou descomptes per aparcar a dos pàrquings del centre de la ciutat: el Pàrquing Centre Històric (218 places) i Mercat Puigmercadal (100 places). La iniciativa s'ha impulsat a través de l'empresa municipal Foment de la Rehabilitació Urbana de Manresa (FORUM).

El tiquet, anomenat **Centre Històric Pass**, el poden adquirir tant els manresans com els visitants de la ciutat als pàrquings mencionats i compta amb dues modalitats possibles:

1. Tiquet de 6 hores per 5€
2. Tiquet de 9h per 6€

Ambdós tiquets es poden utilitzar de dilluns a dijous de les 14h a les 23h, i divendres i dissabte des de les 14h de divendres fins les 23h de dissabte.

Amb aquesta iniciativa la visita al centre de la ciutat és més assequible i còmoda.

La promoció ja està implementada, tot i que s'ha identificat una manca de comunicació que provoca que molts visitants no coneguin les facilitats d'aparcament que ha posat el municipi per visitar el centre històric.



APARCA AL CENTRE HISTÒRIC. VIU MANRESA

PASSEJA, COMPRA I GAUDEIX DE TOT EL QUE LA CIUTAT T'OFEREIX.

6 HORES x 5€ EUROS

9 HORES x 6€ EUROS

CENTRE HISTÒRIC PASS MANRESA

L'abonament es podrà adquirir al mateix aparcament.

PÀRQUING CENTRE HISTÒRIC
Hora d'entrada de DL a DV de 14 a 21 h i DS de 7 a 21 h
Via Sant Ignasi, 2
Tel. 93 872 58 48

PÀRQUING PUIGMERCADAL*
Hora d'entrada de DL a DV de 14 a 23 h i DS de 7 a 23 h
Muralla del Carme, 5
Tel. 93 872 58 48

* El cobre a horari de robot abasta de les 23 h.

Ajuntament de Manresa

FORUM

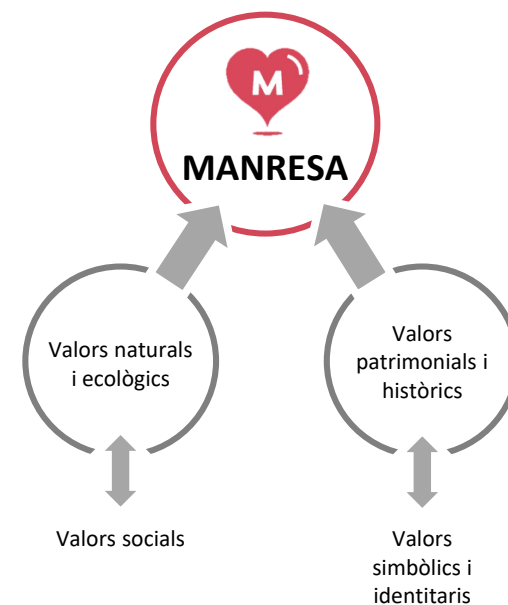
4. ANÀLISI D'ÀMBIT TERRITORIAL

4.2. Situació geogràfica, patrimoni i valors paisatgístics

- La situació geogràfica de Manresa la situa en el **punt de connexió**, de la xarxa viària bàsica de Catalunya: l'eix Transversal, l'eix del Llobregat i l'eix Diagonal.
- Pel que fa al relleu urbà, està marcat per l'existència de **cinc turons**:
 1. Puig Cardener
 2. Puigmercadal
 3. Puigterrà
 4. Puigberenguer
 5. Tossal dels Cigalons

Essent el Puig Cardener un dels més emblemàtics de la ciutat, ja que actualment s'hi troba la **Colegiata Basílica de Santa Maria de la Aurora (La Seu)**, edifici del gòtic religiós i considerat un **bé cultural d'interès nacional**, constituint d'aquesta manera, un dels elements **simbòlics i identitaris** de la mateixa ciutat.

- El **barri de les Escodines**, adquireix també, un **valor simbòlic i identitari** de la ciutat, ja que té un paisatge característic format per balmes i construccions singulars sobre la roca. Tanmateix, s'hi destaca la famosa **Cova de Sant Ignasi**, la qual adquireix un **valor patrimonial i històric**.
- Manresa té un important conjunt de **valors naturals i ecològics** a causa de la diversitat de relleus. És aquí on destaquen els **itineraris senderistes** que formen part del municipi. Així doncs, ens trobem davant l'anomenada: **Anella Verda de Manresa**, la qual està formada per tot un conjunt d'espais lliures amb **valors socials**. L'Anella està composta per 8 itineraris senderistes recollits recentment en un plànol, juntament amb altres itineraris existents d'àmbit nacional, com seria el cas del **Camí de Sant Ignasi**, entre d'altres.

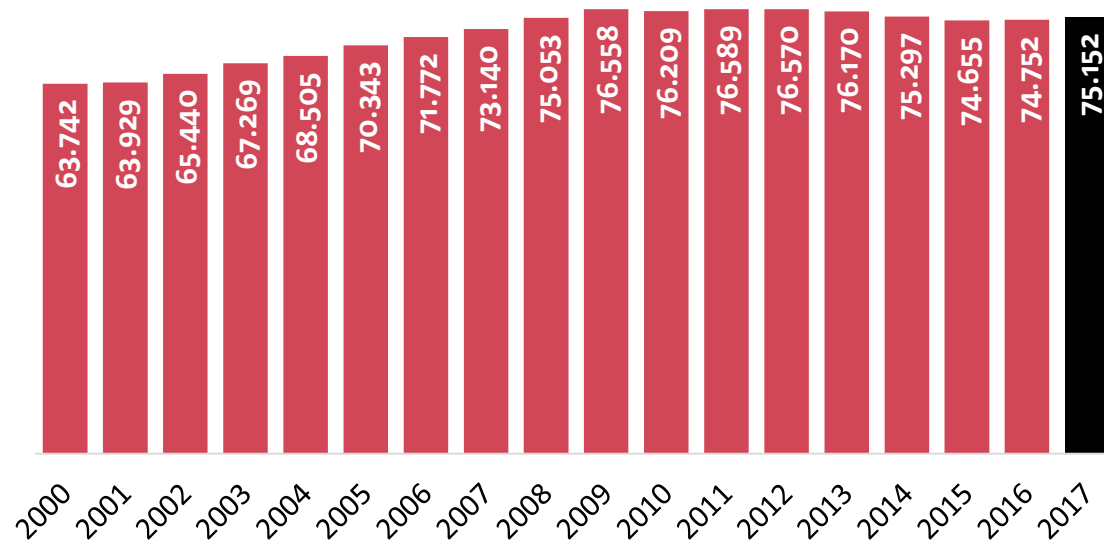


4. ANÀLISI D'ÀMBIT TERRITORIAL

4.3 Dades sociodemogràfiques

- La **demografia manresana** ha registrat canvis importants al llarg dels anys, essent l'any 2009 on es dona la punta màxima de població a la capital del Bages. A partir d'aquí, i coincidint amb la crisi econòmica, començà un progressiu descens d'inscrits al Padró d'Habitants, fins a situar-se en els actuals **75.152 habitants (2017)**.
- Pel que fa a la **mitjana d'edat** de la població és de 42,1 anys, essent la major part, activament treballadora.
- Referent al **motor econòmic**, ens trobem que el sector serveis concentra gran part de la riquesa del municipi, destacant l'**àmbit industrial** com a màxim generador de beneficis.
- Respecte a l'evolució de la **demanda turística**, hi ha indicadors clars d'una evolució positiva, ja que el nombre de viatgers en establiments hotelers i establiments de turisme rural va a l'alça, augmentant així, les pernoctacions respecte anys anteriors.

Padró municipal d'habitants de Manresa (2000-2017)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de: Idescat. Padró municipal d'habitants

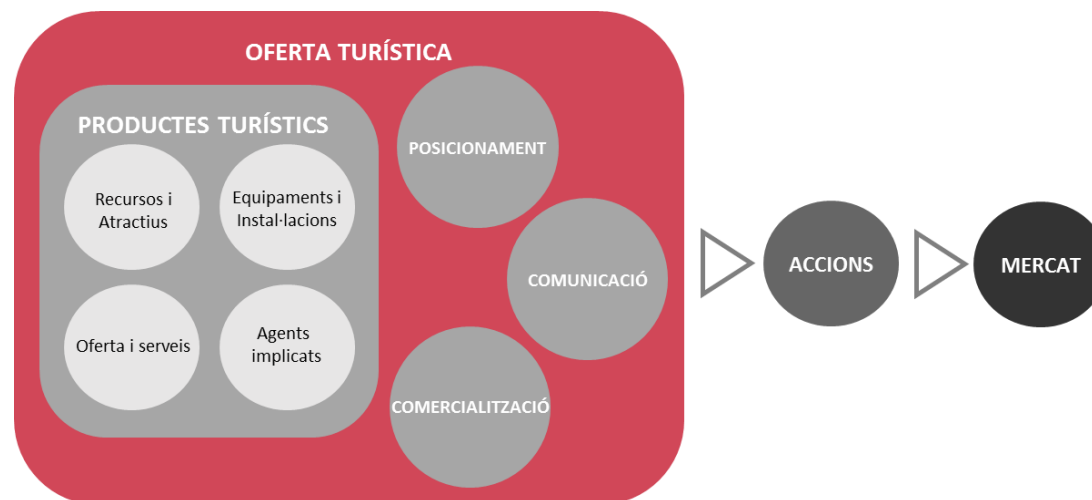
5 ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

Els **productes turístics** es conformen sobre la base de quatre components turístics:

- Recursos i atractius turístics
- Equipaments i instal·lacions
- Oferta i serveis
- Agents implicats en l'administració, organització i la gestió turística

Els productes turístics dels que disposa Manresa, per tal de poder arribar al mercat en forma d'**oferta turística**, requereixen de la definició i execució d'accions vinculades amb el posicionament, la comunicació i la comercialització.



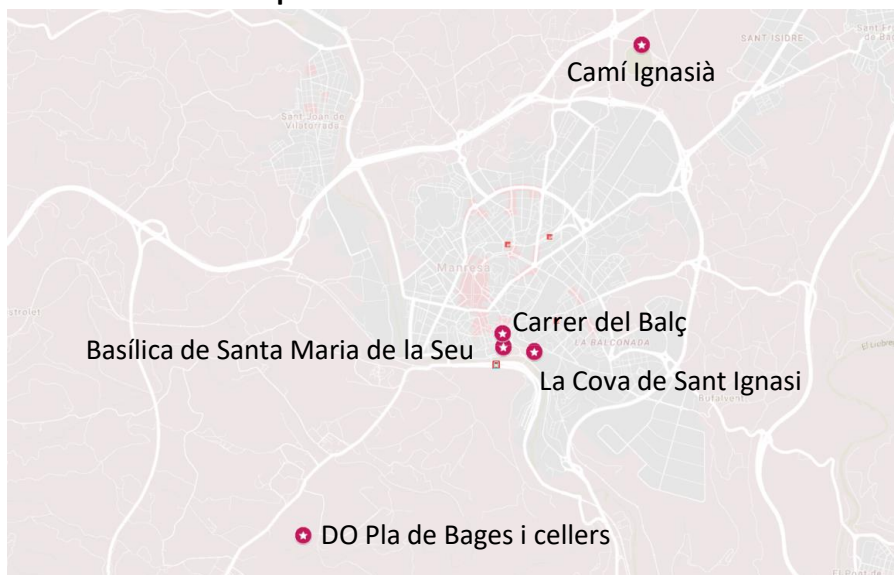
Per tal de poder definir posteriorment les estratègies de comercialització turística de Manresa, en aquest apartat s'identifiquen i analitzen els diferents components que configuren els productes turístics i la oferta actual del municipi de Manresa.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

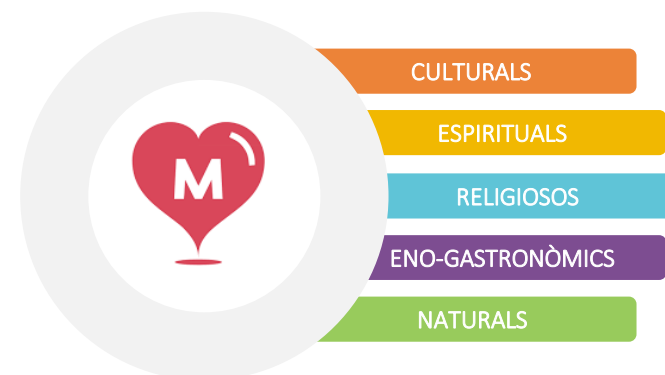
Manresa compta amb una gran quantitat i diversitat de recursos turístics, tot i que n'hi ha cinc que actualment representen els **principals atractius turístics del municipi**:

Principals recursos turístics de Manresa



A banda dels **5 recursos turístics principals**, s'han identificat **58 recursos turístics al municipi de Manresa**. Entre ells es troben recursos amb diferents graus de desenvolupament turístic i que disposen de diferents nivells de notorietat, diferenciació i capacitat d'atracció turística actual i potencial.

Els recursos turístics identificats es poden classificar en **cinc grans blocs** atenent a les seves característiques i a la seva naturalesa:



Val a dir que alguns dels recursos turístics de Manresa corresponen a diverses categories alhora. A continuació es detalla la classificació dels recursos turístics identificats.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

	CULTURALS			ESPIRITUALS	RELIGIOSOS	ENO-GASTRONÒMICS	NATURALS
	Medieval - Romànic	Ignasià i Barroc	Modernista i Industrial				
	1	Basílica de Santa Maria de la Seu	●		●	●	
2	Santuari de la Cova		●	●	●		
3	Carrer del Balç	●		●			
4	Parc de la Sèquia						●
5	Anella Verda de Manresa						●
6	Antic col·legi de Sant Ignasi		●	●	●		
7	Antic convent i Església del Carme	●		●	●		
8	Antiga Església i convent de Sant Bartomeu		●				
9	Ca l'Asols		●				
10	Ca l'Oller		●				
11	Cal Jorba			●			
12	Camí de Sant Jaume				●		●
13	Camí dels Corral	●					
14	Camí Ignasià		●	●	●		●
15	Camí Oliba	●					●
16	Capella de la Guia		●		●		
17	Capella de Sant Ignasi Malalt		●	●	●		
18	Capella de Sant Marc	●	●	●	●		
19	Capella de Sant Pau		●	●	●		
20	Capella del Rapte		●	●	●		
21	Capella del Remei		●				
22	Casa Amigant		●	●	●		
23	Casa Armengou			●			

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

		CULTURALS			ESPIRITUALS	RELIGIOSOS	ENO-GASTRONÒMICS	NATURALS
		Medieval - Romànic	Ignasià i Barroc	Modernista i Industrial				
24	Casa Canyelles		●		●	●		
25	Casa Davant			●				
26	Casa de la Culla						●	
27	Casa de la cultura de la Caixa de Pensions			●				
28	Casa Gabernet Espanyol			●				
29	Casa Lluvià			●				
30	Casa Padró Domènech			●				
31	Casa Suanya		●					
32	Casa Torra			●				
33	Casal Regionalista			●				
34	Col·legi – Asil dels Infants			●				
35	Convent de Santa Clara	●		●	●	●		
36	Creu de Beuys		●		●	●		
37	Creu de la Culla		●		●	●		
38	Creu de la Guia		●		●	●		
39	Creu del Tort		●		●	●		
40	Dipòsit de Sant Pau		●					
41	DO Pla de Bages i cellers						●	
42	El Cardener i Pont Vell	●			●	●		
43	Fàbrica La Florinda			●				
44	Farinera Albareda			●				
45	Hospital de Sant Andreu	●		●				
46	La Casa Torrents (La Buresa)			●				
47	La Riera de Rajadell							●
48	Masia de Les Marcetes		●					

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

	CULTURALS			ESPIRITUALS	RELIGIOSOS	ENO-GASTRONÒMICS	NATURALS
	Medieval - Romànic	Ignasià i Barroc	Modernista i Industrial				
	49	Muralla de Manresa	●				
50	Palau de Justícia		●				
51	Parc de l'Agulla						●
52	Passeig Pere III			●			
53	Plaça Sant Domènec			●			
54	Plana de l'Olm			●			
55	Pont Nou	●					
56	Porxo i finestral del carrer d'en Botí	●					
57	Pou de la Gallina i Capella		●	●	●		
58	Pou de llum		●	●	●		
59	Quiosc de l'Arpa			●			
60	Santuari de la Salut de Viladordis	●	●	●	●		
61	Torre de Santa Caterina			●	●		●
62	Torre de Sobrerroca	●					
63	Torre Lluvià			●			●

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

Entre recursos turístics identificats, s'identifiquen uns que es consideren centrals i d'altres que son complementaris. Els recursos i equipaments centrals son aquells que compten amb una major capacitat d'atracció de visitants, diferenciació, notorietat i un major grau de desenvolupament.

En base a criteris qualitatiu s'han valorat tots els recursos seguint les següents escales de valoració:

CAPACITAT D'ATRACCIÓ

Seguint el model de jerarquies establert per la O.E.A, s'ha emprat la següent escala de valoració, de 1 a 5, essent 5 la jerarquia més elevada:

- **Jerarquia 5:** Atractiu amb característiques excepcionals i gran significació pel mercat turístic internacional, capaç per si sol de motivar una important corrent de visitants (actual o potencial)
- **Jerarquia 4:** Atractiu excepcional capaç de motivar una corrent (actual o potencial) de visitants nacionals o estrangers, ja sigui per si sol o en conjunt amb altres atractius contigus.
- **Jerarquia 3:** Atractiu amb alguna característica diferenciadora, capaç d'interessar a visitants de llarga distància que haguessin arribat a la zona per altres motivacions turístiques.
- **Jerarquia 2:** Atractiu amb interès capaç de motivar corrents de turistes regionals o locals.
- **Jerarquia 1:** Atractiu sense mèrits suficients per ser considerat al nivell de les jerarquies anteriors, però que juga un paper complementari diversificant i potenciant la resta de recursos.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

DIFERENCIACIÓ

La jerarquia dels recursos turístics en base a la diferenciació s'ha elaborat tenint en compte la següent escala, de 1 a 3, essent 3 la jerarquia més elevada:

- **Jerarquia 3:** Atractiu únic i singular, molt poques o cap altra destinació compta amb un atractiu amb les mateixes característiques o similars.
- **Jerarquia 2:** Atractiu que, tot i que altres destinacions també el poden tenir, segueix essent un recurs poc comú i amb una certa singularitat.
- **Jerarquia 1:** Atractiu que, per les seves característiques, es pot trobar a diferents destinacions turístiques tant a nivell nacional com internacional.

NOTORIETAT TURÍSTICA ACTUAL

La jerarquia dels recursos turístics en base a la notorietat turística actual s'ha elaborat tenint en compte la següent escala, de 1 a 3, essent 3 la jerarquia més elevada:

- **Jerarquia 3:** Atractiu que actualment compta amb un grau de notorietat elevada entre el públic nacional i/o internacional, essent un dels recursos turístics més visitats del municipi.
- **Jerarquia 2:** Atractiu que actualment es conegut per una part important de la població local i del seu entorn més proper.
- **Jerarquia 1:** Atractiu que actualment compta amb un grau de desconeixement moderat o elevat per part del entorn més proper o que no compta amb un grau de notorietat tant elevat com els atractius de les jerarquies superiors.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

DESENVOLUPAMENT DEL PRODUCTE

La jerarquia dels recursos turístics en base al desenvolupament del producte s'ha elaborat tenint en compte la següent escala, de 1 a 3, essent 3 la jerarquia més elevada:

- **Jerarquia 3:** Atractiu que actualment compta amb serveis turístics propis que faciliten la seva visita, sent un dels principals atractius que forma part dels productes i paquets turístics que es comercialitzen al municipi.
- **Jerarquia 2:** Atractiu que compta amb algun servei turístic, propi o integrat dins dels serveis turístics que ofereix el municipi, i que té un pes rellevant dins d'algun dels productes i paquets turístics que es comercialitzen al municipi.
- **Jerarquia 1:** Atractiu que actualment no compta amb serveis turístics i que té molt poca presència i pes dins dels productes i paquets turístics comercialitzats al municipi.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

A continuació es mostren els recursos que han obtingut la millor valoració global tenint en compte les jerarquies definides en els 4 àmbits d'avaluació (capacitat d'atracció, diferenciació, notorietat actual i desenvolupament del producte).

La valoració global s'ha realitzat amb una escala de 1 a 5, on 5 es l'atractiu amb millor valoració. D'aquesta manera **els 5 recursos amb millor valoració es consideren els recursos principals**, mentre que els altres es consideren productes complementaris.

IDENTIFICACIÓ DE PRODUCTES PRINCIPALS I PRODUCTES COMPLEMENTARIS

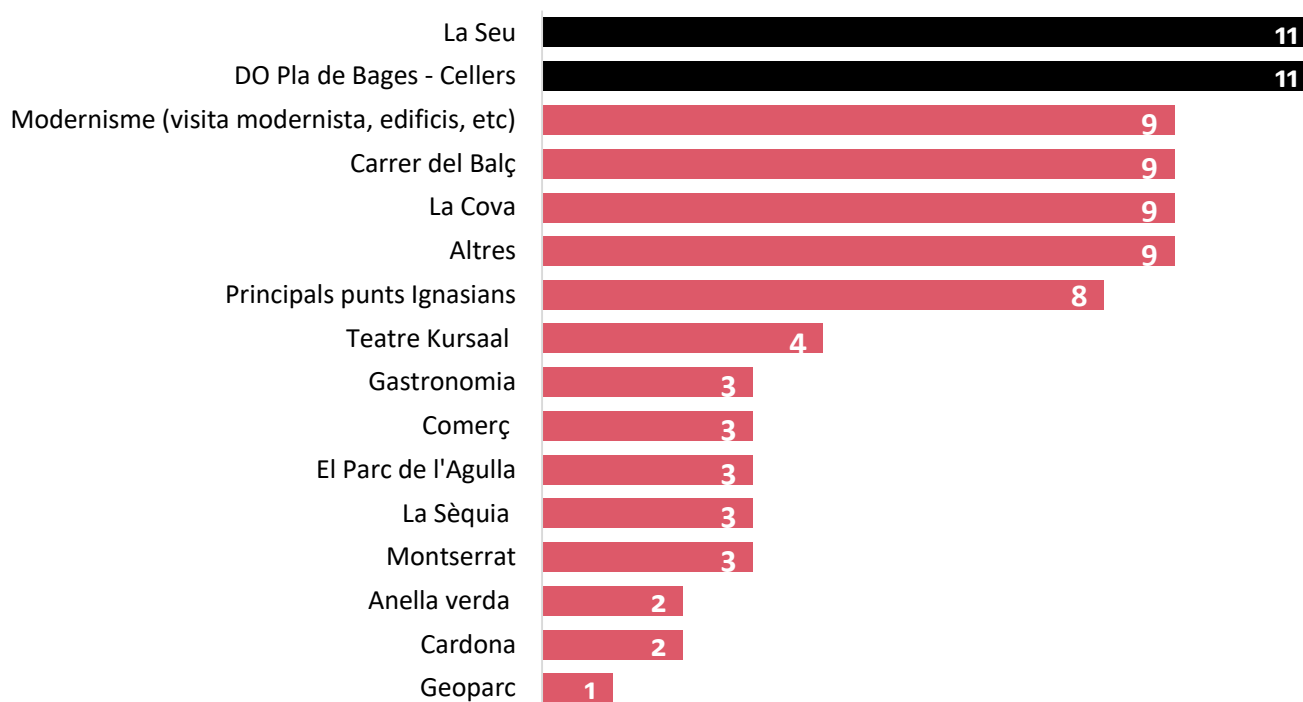
NOM DEL RECURS	POTENCIAL DE MERCAT	DIFERENCIACIÓ	NOTORIETAT TURÍSTICA ACTUAL	DESENVOLUPAMENT DEL PRODUCTE	VALORACIÓ
Santuari de la Cova ★	5	3	3	3	5,0
Basílica de Santa Maria de la Seu ★	5	3	3	3	5,0
Carrer del Balç ★	4	3	3	3	4,6
DO Pla de Bages ★	4	2	3	3	4,3
Camí Ignasià ★	5	3	2	1	3,9
Oller del Mas	3	2	2	3	3,6
Pou de la Gallina	3	2	2	2	3,2
Parc de la Sèquia	3	2	2	2	3,2
Anella Verda de Manresa	3	2	2	1	2,9
Parc de l'Agulla	2	2	2	2	2,9
Camí de Sant Jaume	3	2	2	1	2,9
Torre Lluvià	3	1	2	1	2,5
Pou de llum	3	1	2	1	2,5
Casa Lluvià	2	1	2	1	2,1
La Casa Torrents (La Buresa)	2	2	1	1	2,1
Muralla de Manresa	1	1	1	2	1,8
Antic col·legi de Sant Ignasi	1	1	1	2	1,8
Capella del Rapte	1	1	1	2	1,8
Torre de Sobrerroca	1	1	1	2	1,8
Camí Oliba	2	1	1	1	1,8

★ Principals productes turístics

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

Principals recursos/Atractius actuals



Tot seguit s'exposen les dades extretes arran de les **entrevistes** realitzades a varis dels **agents turístics** implicats en el turisme del territori. Així doncs, la mostra és de **21** entrevistes realitzades.

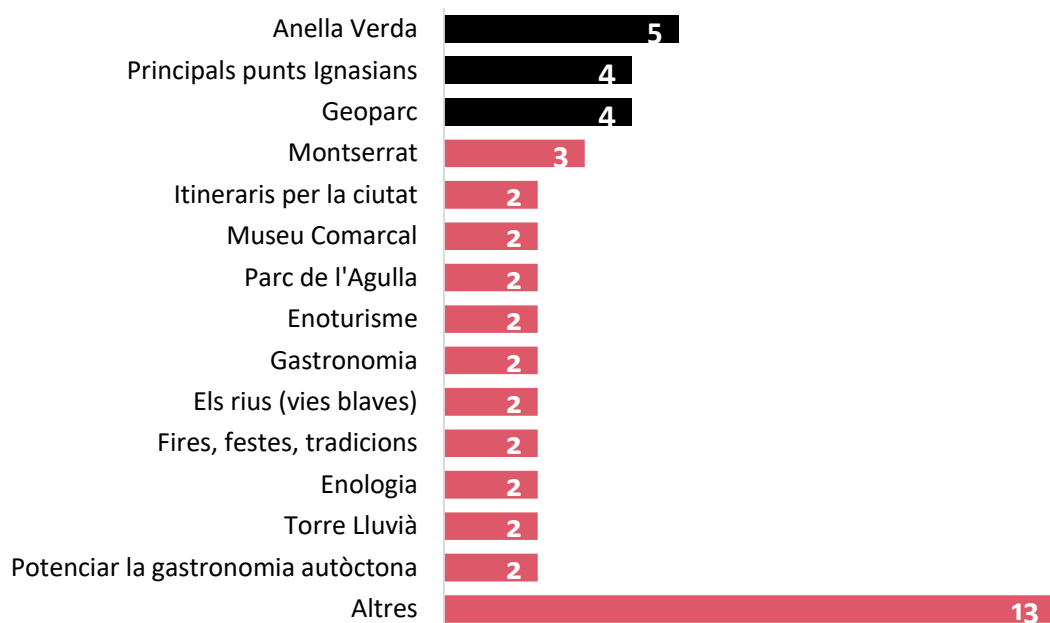
Pel que fa als **principals recursos i/o atractius** turístics que hi ha actualment en el municipi, les respostes s'han centrat bàsicament en dos punts importants: **La Seu**, i la **temàtica del vi**. D'altra banda, també se'n destaca el **carrer del Balç**, el **Modernisme**, la **Cova** i els **principals punts Ignasians**, els quals engloben: la Capella del Rapte, casa Canyelles, el Pou de la Gallina, capella de "Sant Ignasi Malalt", alberg del Carme, entre d'altres.

Dins l'apartat "Altres", es situen els punts turístics que han rebut menys votació (1 punt) com seria el cas de: el museu de la Tècnica, l'art Barroc, els esdeveniments esportius, l'art Medieval, el Collbaix, l'Enotren, l'Espai 1522, la plaça de la Reforma, i l'espiritualitat entesa com la voluntat de trobar-se a un mateix.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.1. Recursos i atractius turístics

Principals recursos/Atractius potencials



A continuació s'exposen les dades obtingudes a través de les respostes a la pregunta vinculada als **principals recursos i/o atractius potencials** del municipi.

Així doncs, s'observa que els principals recursos que consideren que es podrien potenciar són: **l'Anella Verda** i els **principals punts Ignasians**, així com el **Geoparc**.

D'altra banda, en l'apartat "Altres", hi ha aquells recursos que han estat citats únicament una vegada, com és el cas:

- Mercats
- Patrimoni Industrial
- Oleoturisme
- Bàsquet
- Collbaix
- Centre històric
- Botigues amb història
- Cardona
- Sant Benet
- Vespres modernistes
- Teatre Kursaal
- Enotrekking
- La Pedra Seca (Parc del Secà)

Tanmateix, cal destacar el fet que molts dels turistes que visiten el municipi tenen especial interès en la realització de rutes per a fer en bicicleta, així com caminades.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.2. Equipaments i instal·lacions

A banda dels recursos turístics identificats, el municipi compta amb un conjunt d'equipaments i instal·lacions que permeten conèixer millor el patrimoni de Manresa o bé ofereixen serveis i productes complementaris a la visita dels recursos turístics.

A continuació es detallen els principals equipaments turístics amb els que compta el municipi:

		CULTURALS	ESPIRITUALS	RELIGIOSOS	ENO-GASTRONÒMICS	NATURALS
1	Centre d'Interpretació del Carrer del Balç	●				
2	Espai Manresa 1522. La ciutat d'Ignasi	●	●	●		
3	El Casino	●				
4	Teatre Kursaal	●				
5	Museu Comarcal de Manresa	●	●	●		
6	Museu de la Tècnica	●				●
7	Museu de Geologia Valentí Masachs	●				
8	Museu històric de la Seu	●				
9	Centre de Visitants del Parc de la Sèquia					●
10	Centre de l'Aigua de Can Font					●
11	Oficina de Turisme	●	●	●	●	●
12	Centre d'Acollida de Pelegrins		●	●		
13	Collbaix Celler el Molí				●	
14	Celler cooperatiu de Salelles				●	
15	Oller del Mas				●	

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.3. Oferta i serveis

Per tal d'esdevenir un municipi turístic de referència és imprescindible comptar amb una oferta i serveis que satisfacin les necessitats dels visitants actuals i potencials. La oferta i els serveis necessaris per desenvolupar el sector turístic inclouen, principalment, oferta d'allotjament, de restauració i serveis turístics.

Actualment l'oferta turística de Manresa està formada per la següent oferta:



ALLOTJAMENT

20 establiments
695 places

Hoteler
6 establiments
167 places

Càmpings
1 establiment
234 places

Albergs
1 establiment
101 places

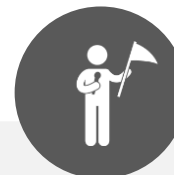
Turisme rural
1 establiment
7 places

Habitatges d'Ús Turístic (HUT)
11 establiments
186 places



RESTAURACIÓ

89 restaurants



SERVEIS TURÍSTICS

5 empreses que ofereixen serveis turístics

Serveis de guiatge cultural i de muntanya, agència receptiva, rutes en bicicleta i activitats de turisme actiu

Empreses: Bages Terra de Vins, MBICI, Jordi Piñero, Dinamic guies i Oller del Mas

Per tal de conèixer amb major profunditat la situació actual del municipi de Manresa i del seu entorn en termes d'oferta i de serveis, a continuació s'analitza detalladament la composició actual de la oferta del municipi, de la comarca del Bages i de la província de Barcelona.

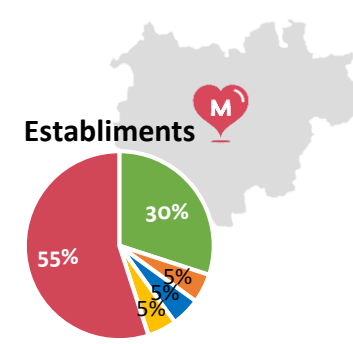
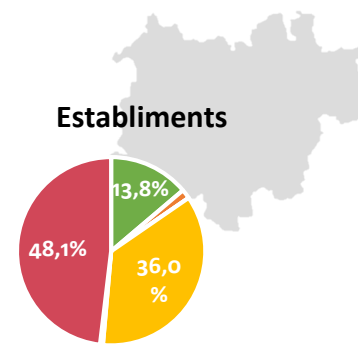
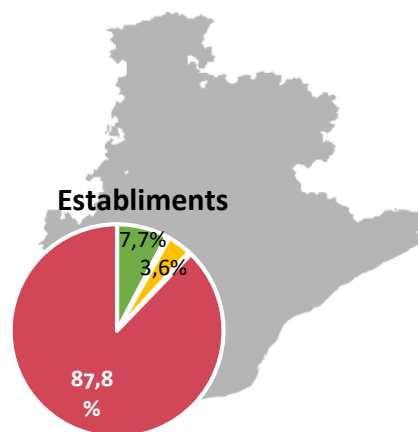
5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.3. Oferta i serveis

Establiments d'allotjament

Els Habitatges d'Ús Turístic tenen una presència predominant a la Província de Barcelona, i tenen un pes important tant al Bages com a Manresa.

Dins de l'oferta d'allotjament, a Manresa també destaca el pes dels allotjaments hotelers



	PROVÍNCIA DE BARCELONA		BAGES		MANRESA	
	Nº Establiments		Nº Establiments		Nº Establiments	
Allotjament hotelier	1.323	7,70%	26	13,80%	6	30,00%
Càmpings	78	0,50%	3	1,60%	1	5,00%
Albergos	n.d.	0,00%	n.d.	0,00%	1	5,00%
Turisme rural	609	3,60%	68	36,00%	1	5,00%
Apartaments turístics	76	0,40%	1	0,50%	n.d.	0,00%
HUT	15.065	87,80%	91	48,10%	11	55,00%
TOTAL	17.151	100%	189	100%	20	100%

Font: INE (2016), IDESCAT (2016), Fundació Turisme i Fires de Manresa (2017)

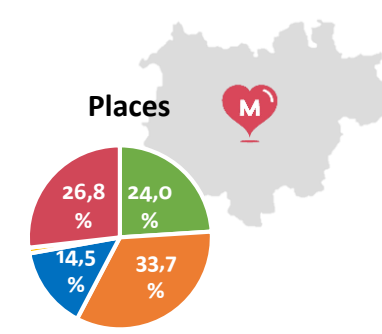
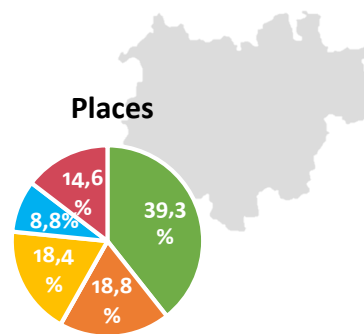
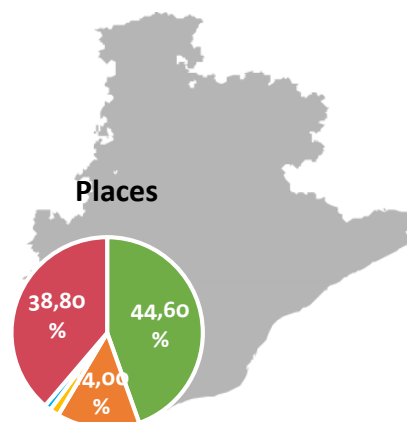
5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.3. Oferta i serveis

Places d'allotjament

Pel que fa a les places, tant a la Província de Barcelona com al Bages hi ha una forta presència de places hoteleres.

Proporcionalment, Manresa compta amb una baixa oferta de places hoteleres, comptant amb més places de càmping i d'Habitatges d'ús turístic.



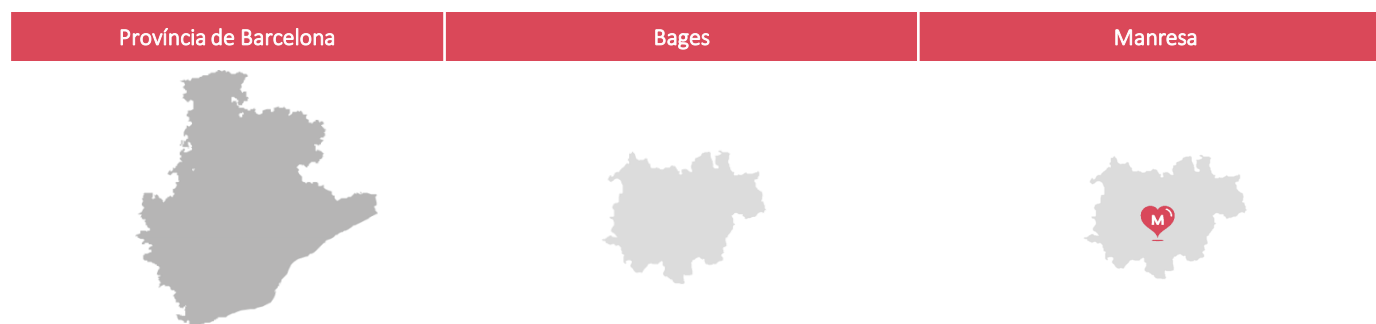
	PROVÍNCIA DE BARCELONA		BAGES		MANRESA	
	Nº Places		Nº Places		Nº Places	
Allotjament hoteler	143.772	44,60%	1.053	39,30%	167	24,00%
Càmpings	44.976	14,00%	504	18,80%	234	33,70%
Albergs	n.d.	0,00%	n.d.	0,00%	101	14,50%
Turisme rural	5.025	1,60%	493	18,40%	7	1,00%
Apartaments turístics	3.619	1,10%	236	8,80%	n.d.	0,00%
HUT	124.902	38,80%	391	14,60%	186	26,80%
TOTAL	322.294	100%	2.677	100%	695	100%

Font: INE (2016), IDESCAT (2016), Fundació Turisme i Fires de Manresa (2017)

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.3. Oferta i serveis

Allotjament hoteler, segons categoria



	Província de Barcelona		Bages		Manresa	
	Nº Establiments	Nº Places	Nº Establiments	Nº Places	Nº Establiments	Nº Places
Hotel 5 estrelles	38	3,0%	n.d.		0,0%	0,0%
Hotel 4 estrelles	289	22,8%	n.d.		0,0%	0,0%
Hotel 3 estrelles	269	21,2%	n.d.		0,0%	0,0%
Hotel 2 estrelles	107	8,4%	n.d.		0,0%	0,0%
Hotel 1 estrella	95	7,5%	n.d.		0,0%	0,0%
Hostal	472	37,2%	n.d.		0,0%	0,0%
TOTAL ALLOTJAMENT HOTELER	1.270	100%	143.772	100%	26	100%

Font: INE (2016), IDESCAT (2016), Fundació Turisme i Fires de Manresa (2017)

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

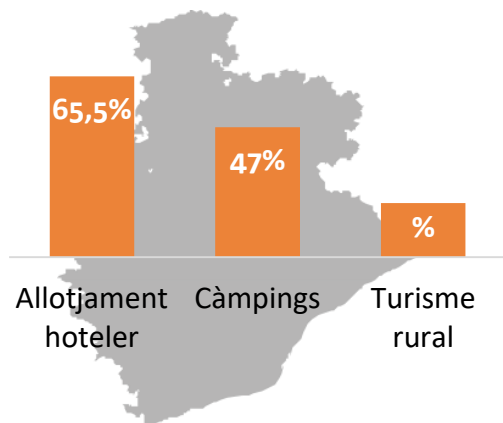
5.3. Oferta i serveis

Ocupació (%)

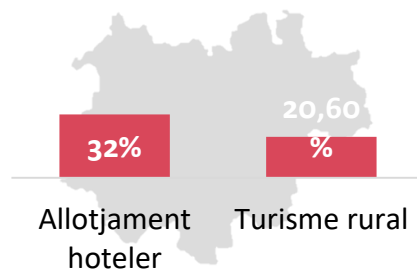
A causa de l'absència de dades estadístiques referent a l'ocupació hotelera i del turisme rural al municipi de Manresa, ens basarem amb les dades obtingudes de la comarca del Bages i la Província de Barcelona.

El grau d'ocupació dels establiments d'allotjament hotelier és superior a la Província de Barcelona (+33,5%), però si tenim en compte el turisme rural el grau d'ocupació és lleugerament superior al Bages (+1,06%). Si tenim en compte l'ocupació dels mesos d'estiu al Bages, l'ocupació mitjana augmenta de manera significativa respecte a la mitjana anual.

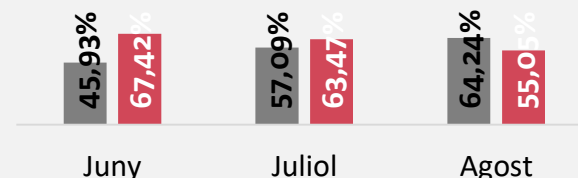
Grau d'ocupació Província de Barcelona (2016)



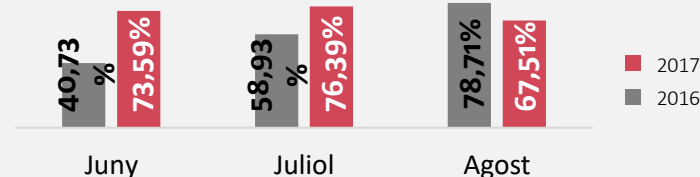
Grau d'ocupació Bages (2014)



Ocupació hotelera mensual al Bages (2016 – 2017)



Ocupació mensual turisme rural al Bages (2016 – 2017)



Font: INE (2016), IDESCAT (2016), Fundació Turisme i Fires de Manresa (2017)

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.3. Oferta i serveis

Ocupació (%)

En quant a l'ocupació hotelera de Manresa només es disposa informació procedent de la Fundació Turisme i Fires de Manresa relativa als mesos de juliol a Setembre de 2017.

En el quadre s'exposen els **percentatges d'ocupació dels 6 allotjaments** del municipi, els quals van participar en les enquestes d'ocupació.

S'observa un **alt percentatge** d'ocupació hotelera registrat en **caps de setmana**.

D'altra banda, un **38,3%** dels visitants que han pernoctat, ha sigut a causa de **motius professionals**.

Destacar, que el percentatge de turistes procedents de Catalunya és més elevat que els procedents de la resta d'Espanya.

Percentatges d'ocupació hotelera a Manresa (juliol-agost-setembre 2017)

% ocupació durant el trimestre	69,27%
% ocupació durant els caps de setmana	68,75%
% ocupació que representa el turisme	56,88%
% ocupació que representen els professionals	38,38%
% ocupació procedent de Catalunya	26,48%
% ocupació procedent d'Espanya	20,08%
% ocupació estrangera	58,74%

Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa, 2017.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.3. Oferta i serveis

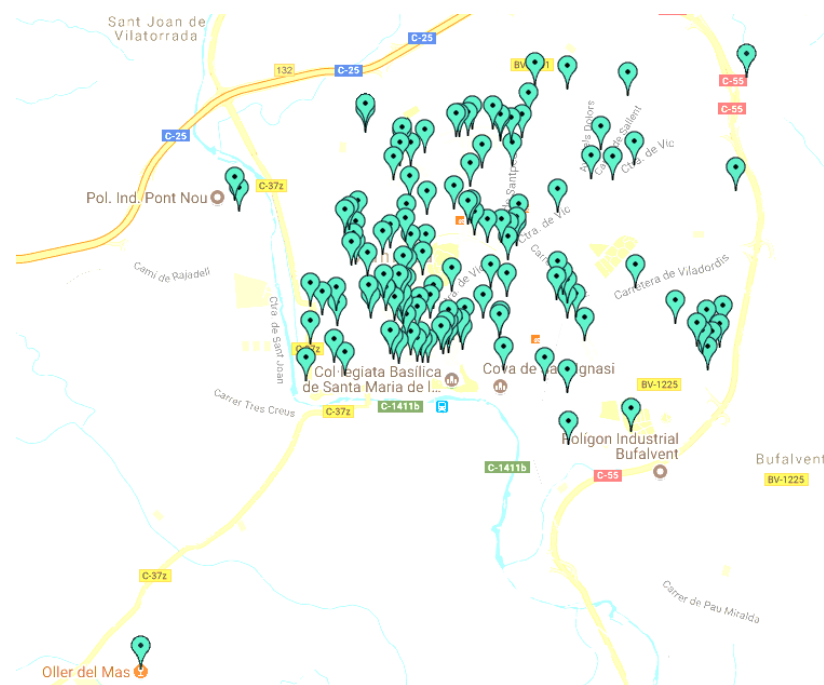
Restauració

89
restaurants a la ciutat
de Manresa

Manresa compta amb 89 restaurants distribuïts per tota la ciutat.

Val a destacar que el nucli històric, on es troben els principals recursos turístics, és on es concentra la majoria de l'oferta gastronòmica.

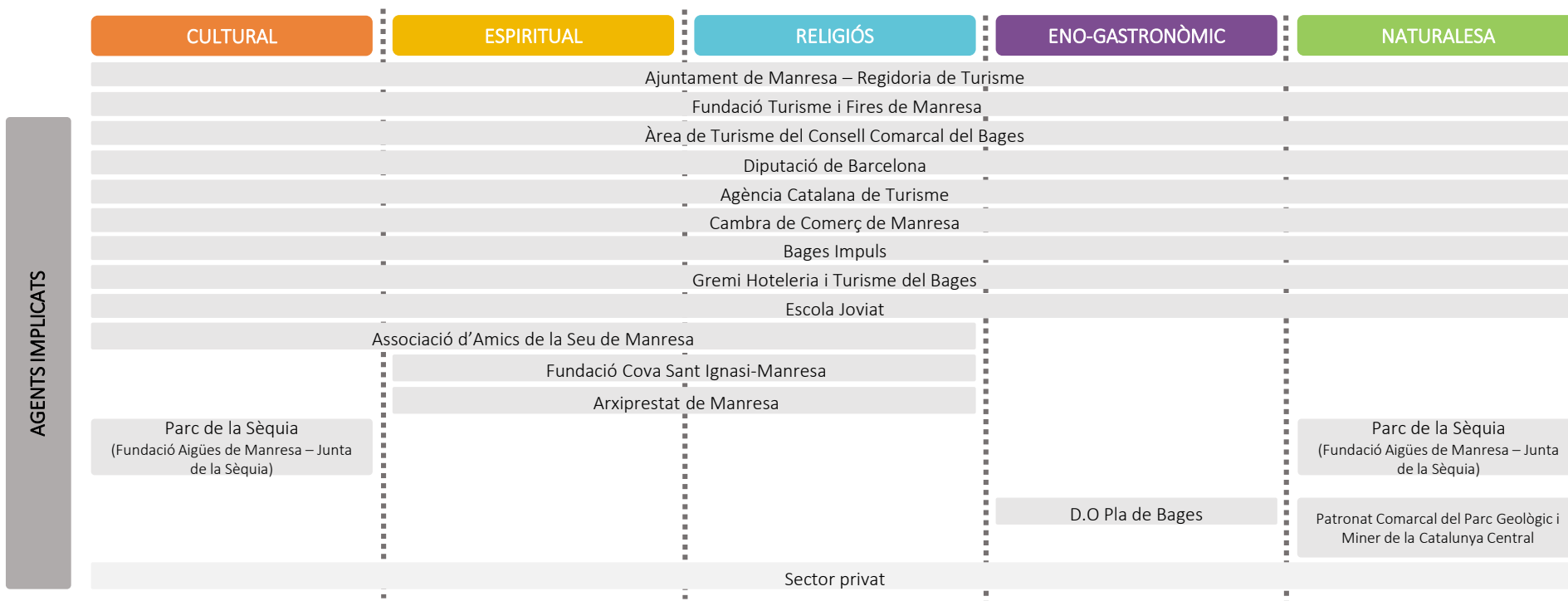
Segons es desprèn de les entrevistes realitzades, malgrat l'àmplia oferta de serveis de restauració, molts restaurants tanquen els diumenges.



5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.4. Agents implicats

Manresa compta amb nombrosos agents públics i privats implicats amb el sector turístic del municipi. A nivell públic hi intervenen institucions d'àmbit municipal, comarcal, provincial i autonòmic. Alguns dels agents identificats tenen un paper transversal dins de l'àmbit turístic, mentre que d'altres estan especialitzats amb determinats àmbits, com l'enoturisme o la naturalesa. A continuació es detallen els agents identificats, detallant els àmbits en els que participen.



5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.5. Productes turístics actuals

En base als recursos turístics identificats com a principals i tenint en compte els equipaments vinculats a aquests recursos, s'han identificat els principals productes que actualment configuren l'oferta turística del municipi de Manresa.

	CULTURAL	ESPIRITUAL	RELIGIÓS	ENO-GASTRONÒMIC	NATURALES
RECURSOS I ATRACTIUS PRINCIPALS	<ul style="list-style-type: none"> • Basílica de la Seu • Santuari de la Cova • Carrer del Balç • Museu Comarcal • Camí Ignasià • Camí Oliba 	<ul style="list-style-type: none"> • Basílica de la Seu • Santuari de la Cova • Camí Ignasià • Camí de Sant Jaume 	<ul style="list-style-type: none"> • Basílica de la Seu • Santuari de la Cova • Camí Ignasià • Camí de Sant Jaume 	<ul style="list-style-type: none"> • D.O. Pla de Bages • Brou del Pelegrí • Dolç del Pelegrí 	<ul style="list-style-type: none"> • Parc de l'Agulla • La Sèquia • Anella Verda • Camí Oliba
INFRASTRUCTURES I SERVEIS	<ul style="list-style-type: none"> • Visites guiades (i personalitzades): Basílica de la Seu, Santuari de la Cova, Museu Comarcal i centre històric • Centre d'Interpretació del Carrer del Balç • Tallers didàctics: Museu Comarcal i Carrer del Balç • Espai Manresa 1522 	<ul style="list-style-type: none"> • Tallers, exercicis i seminaris espirituals al Santuari de la Cova • Allotjament per pelegrins al Centre d'Espiritualitat i al Casal Lluís Espinal • Senyalització del Camí Ignasià • Centre d'Acollida de Pelegrins 	<ul style="list-style-type: none"> • Allotjament per pelegrins al Centre d'Espiritualitat i al Casal Lluís Espinal • Senyalització del Camí Ignasià • Centre d'Acollida de Pelegrins 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 cellers de la DO Pla de Bages localitzats a Manresa i 10 cellers distribuïts per diferents municipis de la comarca • Visites guiades als cellers • Tastos de vins i activitats vinculades amb el vi 	<ul style="list-style-type: none"> • Activitats d'educació ambiental a l'Anella Verda • Itineraris de l'Anella Verda amb dossiers didàctics • Lloguer d'espais al Parc de l'Agulla • Centre d'Interpretació de la Sèquia: informació i organització d'activitats
	Oficina de Turisme	// 20 establiments d'allotjament, 695 places		//89 restaurants // 5 empreses de serveis turístics	

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació



La marca de la destinació de Manresa, implementada a finals de l'any 2014, persegueix transmetre els conceptes de **centralitat**, **motor** i **emoció**. Aquests conceptes transversals permeten comunicar i promocionar els diferents atractius turístics d'una manera integradora.

La marca també es dinàmica i adaptativa, comptant amb la possibilitat d'adaptar la imatge en funció de la temàtica a la que es refereix, tal i com es mostra a les següents imatges



estimem la natura!



estimem la cultura!



bateguem pel comerç!

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació



El logotip oficial de la destinació actualment també conviu amb els següents logotips que contribueixen a posicionar la destinació:

- Manresa Capital de la Cultura Catalana 2018**
 El fet de que Manresa sigui la Capital de la Cultura Catalana l'any 2018 contribueix a reforçar els valors culturals i patrimonials de la destinació. La marca transmet la riquesa arquitectònica i cultural de la ciutat, així com la "llum" tant estretament relacionada amb la història del municipi. Els arcs del logotip no només representen la inicial del municipi ("M"), sinó que els arcs també expressa la connexió entre les diferents disciplines i àmbits culturals.
- Manresa 2022**
 Amb motiu de la commemoració dels 500 anys de l'arribada de Sant Ignasi de Loiola a Manresa s'ha creat la següent marca que contribuirà a posicionar la ciutat com una destinació relacionada amb el turisme religiós i espiritual, amb incidència també amb la cultura i història del municipi.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

Actualment la comunicació de la destinació de Manresa es realitza a través de premsa escrita i online, portals webs propis i publicitat contractada a altres portals d'influència a nivell turístic, ràdios i xarxes socials.

A continuació es detallen els canals contemplats dins del Pla de Mitjans anual elaborat per Fires de Manresa i Manresa Turisme.

Val a destacar l'aposta per **mitjans amb influència dins de l'àmbit català**.

Per tal d'analitzar amb més profunditat el posicionament i comunicació de la destinació Manresa a continuació s'analitzen la tipologia de missatges que es comuniquen tant a través de portals web com a través de premsa i xarxes socials.

PREMSA ESCRITA I PREMPA ONLINE

MITJÀ	MERCAT
Diari Ara	Catalunya
Regió7	Catalunya Central
Cap Catalogne	França
Descobrir Catalunya	Catalunya

PORTALS WEB

PORTAL WEB	MERCAT
Manresa Turisme	Catalunya – Espanya - Internacional
Descobrir Catalunya	Catalunya
Cap Catalogne	França
Portal Surt de Casa	Catalunya

RÀDIO

MITJÀ	MERCAT
RAC1	Catalunya
RAC105	Catalunya

XARXES SOCIALS

PORTAL WEB	MERCAT
Facebook	Catalunya
Twitter	Catalunya
Instagram	Catalunya

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

PORTALS WEB

www.manresaturisme.cat

Entre les paraules clau o *keywords* que s'han utilitzat durant els darrers 12 mesos per accedir a la web han estat relacionats amb l'**allotjament** ("Manresa càmping" i "la farola"), seguit per l'**oferta enoturística** ("oller del mas").

També s'hi ha accedit a través de la cerca d'aspectes **culturals**, com "medieval travel" i "medieval travel times".

De mitjana els visitants de la web visiten **6 pàgines** del portal, dedicant un temps mitjà de **4:04 minuts**.

El **bounce rate**, entès com el percentatge de visitants de la web que entren al portal i l'abandonen al mateix moment, és de **8,30%**.

A continuació es mostra en detall la informació relativa a les cerques orgàniques de la web i a les característiques de les visites rebudes. S'adjunta a mode d'annex* l'anàlisi de l'afluència de visites de les diferents webs on es comunica la destinació.

Característiques de les visites rebudes

8,30%

Bounce rate

6,00










Pàgines vistes per visitant

4:02

Temps a la web

Posicions en la cerca orgànica

Son els resultats de cerca que apareixen als motors de recerca de manera natural, sense ser influenciats pels serveis de pagament.

Keyword	Pos. ↕	Volume ↕	URL	Trend
manresa camping	85	390	www.manresaturis...sites	
la farola	98	170	www.manresaturis...farola	
oller del mas	20 (27)	170	www.manresaturis...el-mas	
casa manresa	31	140	www.manresaturis...lluvia	
los faves	83	140	www.manresaturis...faves	
farreras	59	110	www.manresaturis...rreras	
medieval travel	91	110	www.manresaturis...times	
monsant meaning	69 (70)	90	www.manresaturis...benet	
pla de bages	19 (28)	90	www.manresaturis...bages	
medieval travel times	23 (21)	70	www.manresaturis...times	

TERMINOLOGIA DE LA TAULA

Keyword: Paraula clau a través de la qual s'ha accedit a la pàgina web de www.manresaturisme.cat

Pos.: Posició de la web a Google quan es cerca per la paraula clau (keyword).

Volume: Número mitjà de vegades que els usuaris han cercat la paraula per mes.

URL: Pàgina del portal web a la qual han accedit a través de la recerca de paraula clau a Google

Trend: Interès de les persones que han cercat a Google per la paraula clau durant els darrers 12 mesos

*Annex 1: Anàlisi de l'activitat als canals de comunicació

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

XARXES SOCIALS

Pel que fa a les xarxes socials, s'han analitzat en profunditat els perfils de Twitter, Facebook i Instagram dels perfils que promocionen directament el turisme de Manresa, adjuntant com **Annex*** un detall de l'activitat de cadascun dels perfils:



Manresa Turisme



Parc de la Sèquia



Manresa CCC 18

De manera complementària també s'han analitzat els perfils que de manera puntual proporcionen informació turística relacionada amb Manresa:



Camins del Bages



Bages Turisme



Geoparc Catalunya Central



DO Pla de Bages



Barcelona es molt més



Catalunya Experience

Per cadascun dels perfils s'ha analitzat la seva **activitat**, la **capacitat d'influència** i la **tipologia de contingut**, tenint en compte tant la presència de la destinació Manresa, la temàtica principal de les publicacions, i els mercats i segments als que es dirigeixen. A continuació es mostra l'anàlisi de cadascun dels perfils.

*Annex 1: Anàlisi de l'activitat als canals de comunicació

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

CONTINGUT PUBLICAT

Vinculat amb

Temàtica

- Cultura
- Naturalesa
- Enoturisme

Segments

- Famílies
- Parelles
- Escolars
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Manresa
- Residents Bages
- Catalunya

Manresa Turisme
@ManresaTurisme

TWITTER

1,613 TOTAL POSTS 2,727 FOLLOWERS 514 FOLLOWING

Reaccions

175 POSTS 143 USERS

3 AVG LIKES 2 AVG RETWEETS 0.19% AVG ENGAGEMENT RATE

Temàtiques que generen més engagement

- Paisatges
- Fira de l'Aixada
- Transèquia
- Marxa del Pelegrí
- Cultural

Tipus de reacció

Sentiment Score: 83

Descobreix Manresa!
@ManresaTurisme

FACEBOOK

3,952 PAGE LIKES

Reaccions

27 AVG LIKES 1 AVG COMMENTS 9 AVG SHARES 0.93% AVG ENGAGEMENT RATE

Temàtiques que generen més engagement

- Paisatges
- Marxa del Pelegrí
- Fira de l'Aixada

Manresa Turisme
@manresaturisme

INSTAGRAM

223 publicaciones 1.408 seguidores 274 seguidos

Reaccions

31 POSTS 21 USERS

Temàtiques que generen més engagement

- Cultural

Tipus de reacció

Sentiment Score: 100

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

CONTINGUT PUBLICAT

Vinculat amb



Temàtica

- Naturalesa
- Esport
- Cultura

Segments

- Escolars
- Famílies
- Grups d'amics
- Parelles

Mercats

- Residents Manresa
- Residents Bages
- Catalunya

Parc de la Sèquia
@parcdelasequia

TWITTER

1,120

TOTAL POSTS

1,834

FOLLOWERS

1,009

FOLLOWING

Reaccions

4

POSTS

4

USERS

4,079

REACH

4,079

IMPRESSIONS

5

AVG LIKES

2

AVG RETWEETS

0.38%

AVG ENGAGEMENT RATE

Temàtiques que generen més engagement

- Naturalesa
- Cultura
- Sostenibilitat

Parc de la Sèquia
@parcdelasequia

FACEBOOK

5,385

PAGE LIKES

Reaccions

24

AVG LIKES

1

AVG COMMENTS

2

AVG SHARES

0.50%

AVG ENGAGEMENT RATE

Temàtiques que generen més engagement

- Naturalesa
- Cultura
- Sostenibilitat

Parc de la Sèquia
@parcdelasequia

INSTAGRAM

56 publicacions

1.031 seguidores

298 seguidos

Reaccions

9

POSTS

6

USERS

Temàtiques que generen més engagement

- Naturalesa
- Cultura
- Sostenibilitat

Tipus de reacció

Sentiment Score @: 50

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

CONTINGUT PUBLICAT

Vinculat amb

Temàtica

- Cultura

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Manresa
- Residents Bages
- Catalunya

Manresa CCC 18
@ManresaCCC18

TWITTER

558 479 63
TOTAL POSTS FOLLOWERS FOLLOWING

Reaccions

132 76 100,000+ 100,000+
POSTS USERS REACH IMPRESSIONS

4 3 1.36%
AVG LIKES AVG RETWEETS AVG ENGAGEMENT RATE

Temàtiques que generen més engagement

- Cultura

Tipus de reacció

Sentiment Score @: 67

CONTINGUT PUBLICAT

Vinculat amb

Temàtica

- Naturalesa
- Cultura

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Manresa
- Residents Bages
- Catalunya

Camins del Bages
@caminsdelbages

FACEBOOK

5,848
PAGE LIKES

Reaccions

490 12 69 9.76%
AVG LIKES AVG COMMENTS AVG SHARES AVG ENGAGEMENT RATE

Temàtiques que generen més engagement

- Naturalesa
- Cultura

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

Bages Turisme
@bagesturisme

Activitat i reaccions

	4,534	2,441	251	7	3	0.40%
<small>TOTAL POSTS</small>	<small>FOLLOWERS</small>	<small>FOLLOWING</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG RETWEETS</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>	
	315	3	0	1		1.30%
<small>PAGE LIKES</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG COMMENTS</small>	<small>AVG SHARES</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>		
	919	180	23			
<small>FOLLOWERS</small>	<small>POSTS</small>	<small>FOLLOWING</small>				

Contingut

Vinculat amb Manresa

Temàtica

- Naturalesa
- Cultura
- Enoturisme

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Bages
- Catalunya

GeoParc Catalunya Central
@Geoparc @geoparcatalunyacentral

Activitat i reaccions

	4,849	2,338	737	6	2	0.33%
<small>TOTAL POSTS</small>	<small>FOLLOWERS</small>	<small>FOLLOWING</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG RETWEETS</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>	
	2,096	9	0	3		0.57%
<small>PAGE LIKES</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG COMMENTS</small>	<small>AVG SHARES</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>		
	346	103	5			
<small>FOLLOWERS</small>	<small>POSTS</small>	<small>FOLLOWING</small>				

Contingut

Vinculat amb Manresa

Temàtica

- Naturalesa

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics
- Escolars

Mercats

- Residents Bages
- Catalunya

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

DO Pla de Bages
@dopladebages

Activitat i reaccions

	4,490	4,735	1,223	18	7	0.51%
<small>TOTAL POSTS</small>	<small>FOLLOWERS</small>	<small>FOLLOWING</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG RETWEETS</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>	
	1,214	17	0	7	2.04%	
<small>PAGE LIKES</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG COMMENTS</small>	<small>AVG SHARES</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>		
	1.991	134	1.407			
<small>FOLLOWERS</small>	<small>POSTS</small>	<small>FOLLOWING</small>				

Contingut

Vinculat amb Manresa

Temàtica

- Enoturisme

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Bages
- Catalunya

Barcelona és molt més
@bcnmoltmes

Activitat i reaccions

	17,998	12,999	1,898	10	4	0.10%
<small>TOTAL POSTS</small>	<small>FOLLOWERS</small>	<small>FOLLOWING</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG RETWEETS</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>	
	57,354	84	7	22	0.20%	
<small>PAGE LIKES</small>	<small>AVG LIKES</small>	<small>AVG COMMENTS</small>	<small>AVG SHARES</small>	<small>AVG ENGAGEMENT RATE</small>		
	36,6k	2.880	676			
<small>FOLLOWERS</small>	<small>POSTS</small>	<small>FOLLOWING</small>				

Contingut

Vinculat amb Manresa

Temàtica

- Cultura
- Naturalesa
- Enoturisme
- Altres

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Bages
- Catalunya

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació




Catalunya Experience
@catalunyaexperience

Activitat i reaccions

	6,221	5,131	427	5	1	0.12%
	TOTAL POSTS	FOLLOWERS	FOLLOWING	AVG LIKES	AVG RETWEETS	AVG ENGAGEMENT RATE

	1.23m	1,203	39	426	0.14%
	PAGE LIKES	AVG LIKES	AVG COMMENTS	AVG SHARES	AVG ENGAGEMENT RATE

	265k	2.86	1.72
	FOLLOWERS	POSTS	FOLLOWING

Contingut

Vinculat amb Manresa



Temàtica

- Enoturisme

Segments

- Famílies
- Parelles
- Grups d'amics

Mercats

- Residents Bages
- Catalunya
- Espanya
- Internacional

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.6. Posicionament i comunicació

POSICIONAMENT

- Manresa compta amb una marca que permet transmetre els diferents valors i trets diferenciadors del municipi, essent la **centralitat**, el **motor** i l'**emoció** els conceptes transversals que es transmeten.
- El fet de que Manresa sigui la **capital de la cultura catalana** l'any 2018 i les accions emmarcades dins de **Manresa 2022** contribuiran a posicionar Manresa com una destinació vinculada amb la **cultura**, la **religió** i l'**espiritualitat**.

COMUNICACIÓ

- Actualment Turisme de Manresa desenvolupa accions de comunicació tant amb premsa escrita com online, a portals web, ràdios i xarxes socials. La majoria d'accions de comunicació estan orientades al **públic català**, tot i que mitjançant la presència als portals i xarxes socials de l'Agència Catalana de Turisme es realitzen accions de comunicació orientades al mercat espanyol i a mercats internacionals.
- A les xarxes socials la majoria de reaccions rebudes son positives
- Les publicacions relacionades amb l'**enoturisme**, la **cultura** i la **naturalesa** son les que reben una major acceptació a les xarxes socials
- A les xarxes socials els perfils de Manresa Turisme, del Parc de la Sèquia, de la Diputació de Barcelona i de Catalunya Experience tenen un major impacte a Facebook, mentre que Bages Turisme, DO Pla de Bages, i el perfil del Geoparc es més efectiu a Twitter.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.7. Promoció

Manresa Turisme i Fires de Manresa realitzen nombroses accions de promoció i assisteixen a diverses fires per tal de promocionar la ciutat com una destinació turística.

Les diferents accions indicades contribueixen a la promoció de Manresa com una destinació vinculada amb la **cultura** i la història, amb la **gastronomia**, la **naturalesa** i el **turisme actiu**.

Les fires de promoció tenen impacte principalment a **Catalunya** i al **País Basc**.

A continuació es detallen les fires i accions desenvolupades durant l'any 2017

ASSISTÈNCIA A FIRES DE PROMOCIÓ

FIRA	MES
Btravel	Abril
Expovacaciones (Bilbao)	Maig
Fira Modernista (Terrassa)	Maig

FIRES I CONGRESSOS AL MUNICIPI

FIRA / CONGRÉS	MES
Fira de l'Aixada	Abril
San t Jordi	Abril
Congrés Nacional de Màgia	Juny
Fira Gastronòmica del Geoparc	Setembre
Fira Mediterrània	Octubre

ALTRES ACTIVITATS I ESDEVENIMENTS

MITJÀ	MERCAT
Rider1000	Juny

Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa (2017)

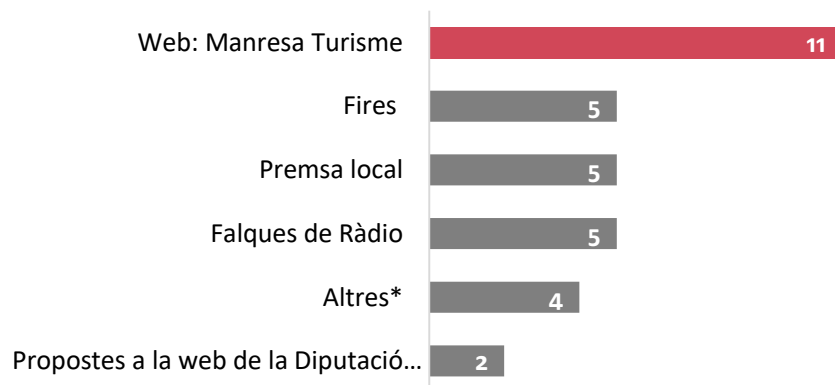
5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.7. Promoció

Tot seguit s'exposen les dades extretes arran de les **entrevistes** realitzades a varis dels **agents turístics** implicats en el turisme del territori. A continuació s'exposen les dades referents als **canals de promoció i comunicació actuals**, els quals han identificat els entrevistats, tant del **sector públic com privat**.

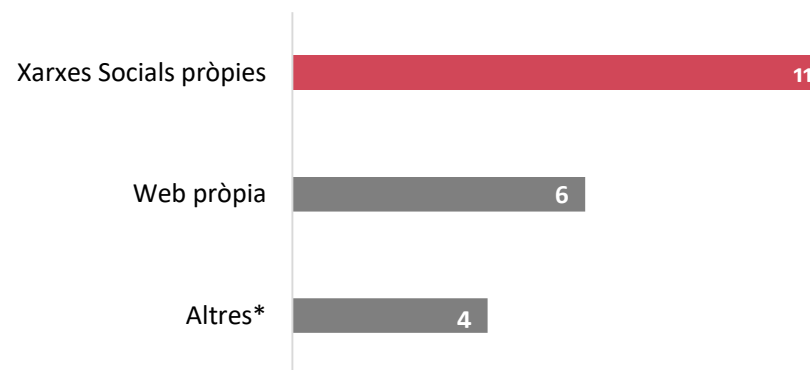
S'observa, que el canal que forma part del sector públic, i que ha estat més citat per part dels agents és **la pàgina web de Manresa Turisme**, deixant en segon pla a les **fires**, la **premsa local**, la **ràdio**, entre d'altres. Pel que fa als canal, més citats, que s'utilitzen per a la promoció i la comunicació actualment i els quals formen part del sector privat, són les **xarxes socials**, deixant en segon terme a les **pàgines web pròpies**, i en última instància hi hauria els **influencers**, **portals informatius d'oci i esdeveniments**, etc.

**Canals de promoció i comunicació actuals.
Sector públic**



*Altres inclou: Web de Bages Turisme i Geoparc. els quals només han estat citats una vegada.

**Canals de promoció i comunicació actuals.
Sector privat**



*Altres inclou: Portals informatius d'activitats d'oci, esdeveniments, etc., Influencers, mailings personalitzats a la BBDD, els quals només han estat citats una vegada.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització

Per tal d'analitzar la situació actual en termes de comercialització s'han analitzat diferents plataformes públiques i privades, identificant productes turístics que incloguin la destinació e Manresa.

Entre els productes turístics identificats s'ha analitzat la **tipologia de producte turístic** que ofereix, les **plataformes** a través de les que es comercialitza i la **tipologia de serveis** que inclou.

Entre les tipologies de producte turístic s'ha diferenciat entre:

- Turisme religiós
- Turisme espiritual
- Turisme cultural
- Turisme de naturalesa i geoturisme
- Enoturisme
- Turisme gastronòmic
- Turisme actiu

S'inclou com **annex*** imatges dels diferents productes turístics identificats que es comercialitzen actualment.

En el recompte de paquets turístics no s'han tingut en compte els paquets d'estades i cursos espirituals oferts per La Cova, donat que majoritàriament no son productes de caràcter turístic. Tot i així s'han inclòs al recull d'imatges dels productes identificats per tal de tenir una visió de la tipologia de productes oferts.

*Annex 2. Productes comercialitzats identificats

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – segons tipologia de producte turístic

53 productes turístics comercialitzats

S'han identificat un total de 53 paquets turístics impulsats per entitats públiques i privades i que es comercialitzen en diferents plataformes.

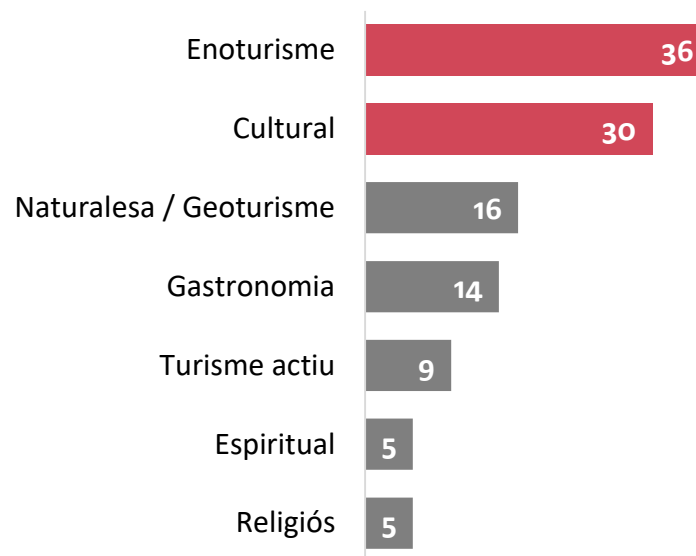
Els **productes enoturístics** son els que compten amb una major presència a les plataformes de comercialització online, principalment impulsats per empreses privades.

Els **productes culturals** també tenen una forta presència, on es troben productes tant d'iniciatives públiques com privades.

S'adjunta com **annex*** la identificació dels productes comercialitzats segons la tipologia de productes turístics.

A continuació s'inclou un llistat dels productes identificats, indicant la tipologia de turisme que ofereixen.

Productes turístics per tipologia de turisme



Font: Elaboració pròpia

*Annex 2. Productes comercialitzats identificats

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – segons plataforma

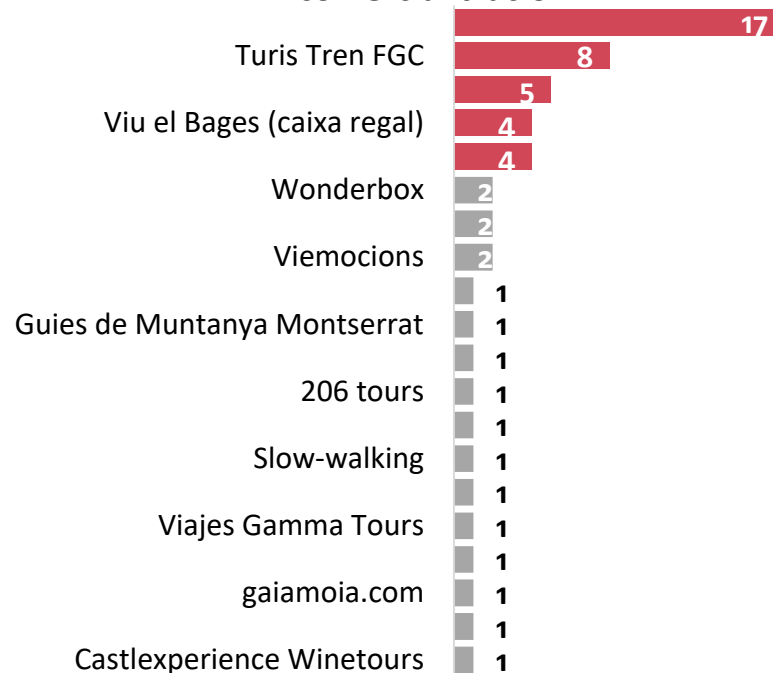
5 plataformes destacades

Entre les diferents plataformes de comercialització identificades destaquen per volum de paquets oferts per Bages Terra de Vins, Turis Tren de FGC, Fent País, Manresa Turisme i la caixa regal Viu el Bages.



A continuació s'inclou un llistat indicant els productes identificats en cadascuna de les plataformes de comercialització. Val a mencionar que alguns productes es comercialitzen en diverses plataformes, com es el cas de "Manresa, cor de Catalunya" i "Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi".

Productes turístics per plataforma de comercialització



Font: Elaboració pròpia

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – segons plataforma

Manresa Turisme

1. Manresa, cor de Catalunya
2. Carrer del Balç
3. Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi
4. La Llum de l'Esplendor Medieval



Bages Terra de Vins

1. Manresa, cor de Catalunya
5. Celler Oller del Mas
6. Ruta de les tines amb visita al celler
7. Visita a cavall al celler Oller del Mas
8. Visita en 4x4 al celler Oller del Mas
9. Les últimes passes del Pelegrí
10. Ruta de les tines amb tast de vins
11. La Sèquia i Sant Iscle
12. Pack enogastronòmic al Bages
13. Vol en globus i visita al Mas de Sant Iscle
14. La Sèquia i Santpedor en bicicleta
15. Del celler a la taula – amb proximitat
16. El maridatge del Kursaal
17. Del celler a la taula – a l'Oller
18. Del celler a la taula – espais sorprenents
19. Manresa i els vins del Bages
20. Les cobertes de la Seu



Castle Experience Winetours

21. Wine tours amb castleexperience



Catalunya.com

22. Pedalant 4 dies pels vins del Bages
23. Tast de vins Catalans i enoturisme a Oller del Mas



Gaia guides

24. Camí de Sant Ignasi i enoturisme al Pla de Bages



Viu el Bages

25. Visita guiada al Celler i tast de vins per 2 persones
26. Descobreix el celler Oller del Mas i finca mil·lenària que l'envolta en 4x4
27. Coneix Manresa”
28. Ruta de les Tines del Geoparc



5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – segons plataforma

Fent País

- 29. Cap de setmana tot inclòs per descobrir el passat vitivinícola del Bages
- 30. Viu, sent, comparteix! - Oller del Mas
- 31. Visca el vi! – Bages Terra de Vins
- 32. Visca el vi! – Oller del Mas
- 33. Al pot petit hi ha la bona confitura – Visita a la Manresa Universal



Wonderbox

- 34. Tapas y vinos – Heretat Oller del Mas en Manresa
- 35. Actividades a la carta – Heretat Oller del Mas en Manresa



Smartbox

- 36. De vino y tapas por Barcelona – Heretat Oller del Mas



Viemocions

- 37. Catalonia, wine to know a whole country
- 38. Pla de Bages, journey to the past of central Catalonia



Viajes Gamma Tours

- 39. Enoturismo en Cataluña (8 días / 7 noches)



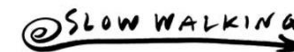
Pepito tours

- 40. Montserrat and Manresa



Slow-walking

- 41. The Ignatian Way: an insight view



Skip the Line Barcelona

- 42. Montserrat y la Cueva de San Ignacio de Loyola



206 Tours

- 43. Shrines of Spain



5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – segons plataforma

Itinera

44. Ignatian Route - Spain



Guies de Muntanya Montserrat

45. Ignatian Pilgrimage Montserrat - Manresa



Turis Tren, FGC

- 46. Enotren – Els cellers del Bages
- 47. Enotren – Manresa, viatge a l'època Medieval
- 48. Enotren – El Pla de Bages a cavall
- 49. Museu de la Tècnica de Manresa
- 50. Enotren – Manresa universal, la Ciutat de Sant Ignasi
- 51. Enotren – Manresa, cor de Catalunya
- 52. Enotren – Les Tines del Bages
- 53. Enotren – Descobreix la D.O. Pla de Bages



5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – segons serveis inclosos

La majoria dels productes turístics identificats inclouen els **serveis de visites o rutes guiades**. La tipologia de visites i rutes ofertes varia en funció de la tipologia de paquet turístic, destaquen les visites culturals, visites guiades a bodegues i rutes per la naturalesa.

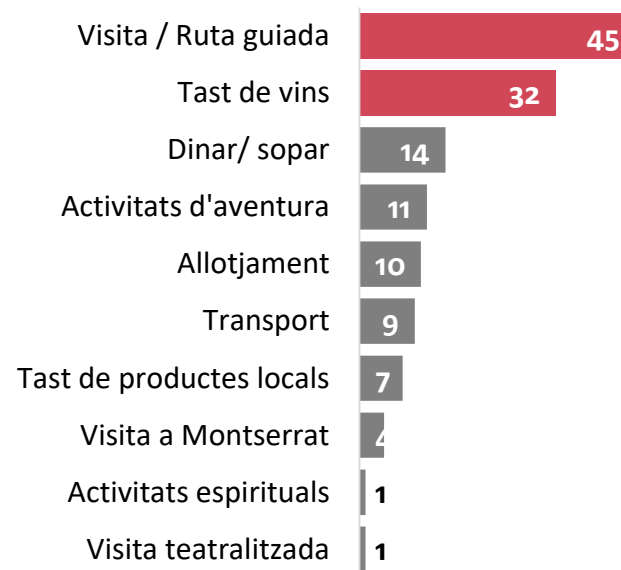
Els **tasts de vins** també s'ofereixen en un volum important de productes turístics, en alguns presentat com l'activitat principal i en d'altres com una activitat complementària.

Val a destacar l'existència de diversos productes turístics que inclouen l'**allotjament**, facilitant d'aquesta manera una estada més llarga al municipi.

S'adjunta com **annex*** el detall dels productes comercialitzats identificats segons els serveis inclosos.

A continuació es mostra de manera esquemàtica una taula on s'indiquen els serveis que ofereixen els diferents productes turístics identificats.

Productes turístics segons serveis inclosos



Font: Elaboració pròpia

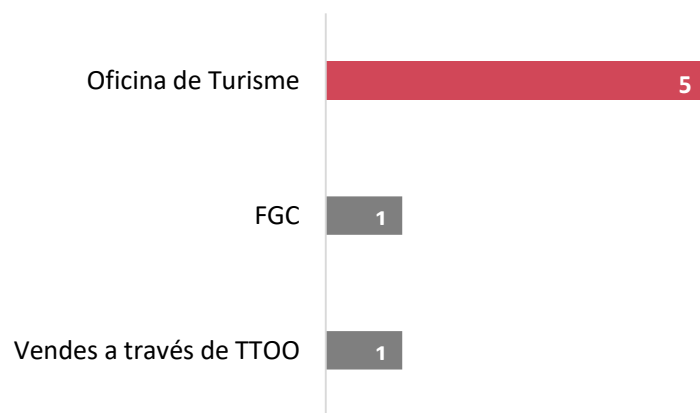
*Annex 2. Productes comercialitzats identificats

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

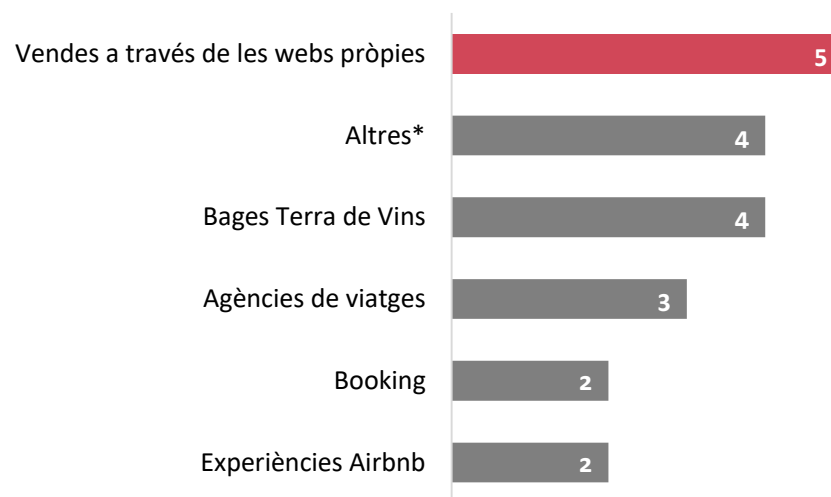
5.8. Comercialització – resultat de les entrevistes

A continuació es mostren les dades referents als **canals de comercialització que hi ha actualment tant del sector públic com privat**, els quals han estat identificats pels diferents agents entrevistats. S'observa que del sector públic en destaca l'**oficina de turisme** mentre que del sector privat en destaquen les vendes mitjançant les **pàgines web pròpies**, com l'ens **Bages Terra de Vins**, agències de viatges, entre d'altres.

Canals de comercialització actuals. Sector públic



Canals de comercialització actuals. Sector privat



*Altres inclou: Empreses d'esdeveniments, Expedia, Xatic, Abadal, els quals només han estat citats una vegada.

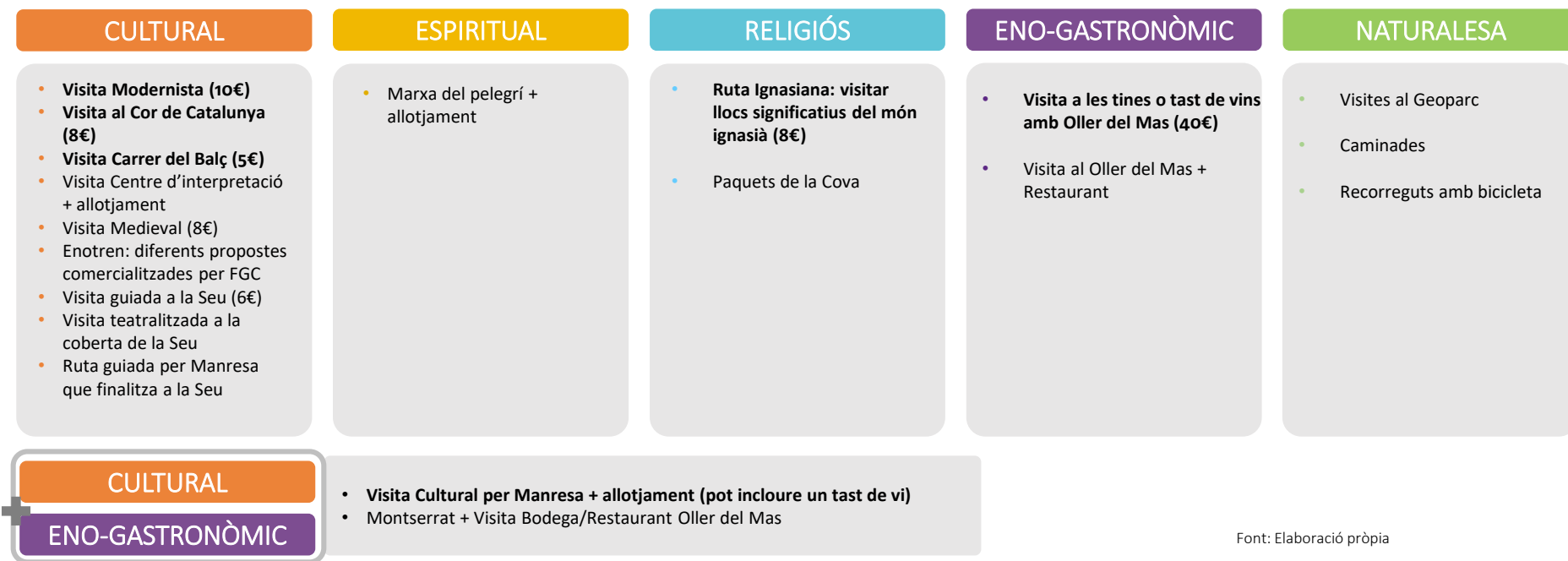
5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – resultat de les entrevistes

Tot seguit s'exposen les dades extretes arran de les **entrevistes** realitzades a varis dels **agents turístics** implicats en el turisme del territori, classificant els **productes turístics que es comercialitzen actualment** segons la tipologia de turisme que ofereixen. En negreta s'indiquen els productes turístics més mencionats per part dels entrevistats.

Val a destacar que, tot i identificar productes relacionats amb totes les tipologies de turisme, els productes de turisme cultural son els més nombrosos.

PRODUCTES QUE ES COMERCIALITZEN ACTUALMENT



Font: Elaboració pròpia

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.8. Comercialització – resultat de les entrevistes

Els agents turístics entrevistats també han identificat productes turístics que actualment no es comercialitzen però que consideren que es podrien desenvolupar per tal de potenciar el sector turístic del municipi. Cal destacar, el fet de que molts dels entrevistats apunten que hi ha una clara **falta de paquets turístics**, ja siguin vinculats amb **l’oferta gastronòmica** com **cultural**. Així doncs, remarquen que és necessari promocionar **experiències**, potenciar **esdeveniments esportius**, crear paquets que incloguin als sèniors, a famílies, etc. Tanmateix, actualment s’està desenvolupant un paquet turístic el qual inclogui una visita modernista, allotjament a l’Hotelet i una visita a la bodega Oller del Mas.

PROPOSTES DE PRODUCTES POTENCIALS, realitzades pels agents entrevistats

CULTURAL	ESPIRITUAL	RELIGIÓS	ENO-GASTRONÒMIC	NATURESA
<ul style="list-style-type: none"> • Fer paquets junt amb el teatre Kursaal • Fer paquets junt amb Montserrat • Paquets turístics els quals incloguin la ciutat de Barcelona • Paquets turístics els quals vinculin: modernisme + museu + Parc de l’Agulla* (10-15€) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fer paquets junt amb la Cova • Creació d’un centre de recepció de visitants on poder-hi treballar l’espiritualitat, el coneixement d’un mateix, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Paquets que incloguin la visita a la Cova + la Seu + el carrer del Balç 	<ul style="list-style-type: none"> • Combinar la gastronomia amb els racons ocults de Manresa • Oleoturisme: visita a l’exploració + tast d’olis + joc dels sentits (60€) 	<ul style="list-style-type: none"> • Activitat al regadiu la qual consisteixi en fer la collita de verdures per tal d’endur-te a casa una cistella amb productes de temporada + guia (65€ per família) • Creació d’una cursa de referència (marató) • Explotar el parc de l’Agulla amb la incorporació de barques, barbacoes, entre d’altres. • Combinar tast de vins amb una ruta geològica (construccions de la pedra Seca, visitar antigues mines)
<p>CULTURAL</p> <p>ENO-GASTRONÒMIC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Combinar eno-gastronomia junt amb una activitat cultural • Fer paquet el qual inclogui visitar Montserrat + allotjament a Manresa + visita a un celler 			

*Ja existeixen paquets d’aquesta índole, però no saben com comercialitzar-los.

Font: Elaboració pròpia

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.9. Conclusions

RECURSOS I ATRACTIUS TURÍSTICS

- Manresa compta amb 5 recursos i atractius turístics principals, amb gran potencial i capacitat d'atracció de visitants: Santuari de la Cova, Basílica de Santa Maria de la Seu, Carrer del Balç, DO Pla de Bages i Camí Ignasià
- També es compta amb recursos turístics complementaris amb elevat potencial: Anella verda, punts ignasians distribuïts per la ciutat i Geoparc

EQUIPAMENTS I INSTAL·LACIONS

- Es disposa de les instal·lacions i equipaments necessaris per oferir els diferents serveis que exigeix la demanda amb els diferents tipus de productes turístics (culturals, espirituals, religiosos, eno-gastronòmics i naturals)

OFERTA I SERVEIS

- Baixa oferta d'allotjament localitzada al municipi: 20 establiments i 695 places.
- Alguns dels establiments d'allotjament amb més capacitat no es troben oberts durant tot l'any, com es el cas de l'alberg.
- L'ocupació hotelera del Bages es relativament baixa, tot i experimentar un augment durant els mesos d'estiu.
- Manresa compta amb una àmplia oferta de restauració tot i que els diumenges molts restaurants tanquen.

AGENTS IMPLICATS

- El sector turístic de Manresa està conformat per nombrosos agents, públics i privats, que contribueixen en el desenvolupament del sector.

PRODUCTES TURÍSTICS ACTUALS

- Manresa compta amb diferents productes turístics (cultural, espiritual, religió, eno-gastronòmic i naturalesa), disposant de recursos i atractius turístics de referència en cadascuna de les tipologies de producte, així com amb infraestructures i serveis que donen suport als recursos principals.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.9. Conclusions

POSICIONAMENT

- Manresa compta amb una marca que permet transmetre els diferents valors i trets diferenciadors del municipi, essent la **centralitat**, el **motor** i l'**emoció** els conceptes transversals que es transmeten.
- El fet de que Manresa sigui la **capital de la cultura catalana** l'any 2018 i les accions emmarcades dins de **Manresa 2022** contribuiran a posicionar Manresa com una destinació vinculada amb la **cultura**, la **religió** i l'**espiritualitat**.

COMUNICACIÓ

- Actualment Turisme de Manresa desenvolupa accions de comunicació tant amb premsa escrita com online, a portals web, ràdios i xarxes socials. La majoria d'accions de comunicació estan orientades al **públic català**, tot i que mitjançant la presència als portals i xarxes socials de l'Agència Catalana de Turisme es realitzen accions de comunicació orientades al mercat espanyol i a mercats internacionals.
- A les xarxes socials la majoria de reaccions rebudes son positives
- Les publicacions relacionades amb l'**enoturisme**, la **cultura** i la **naturalesa** son les que reben una major acceptació a les xarxes socials
- A les xarxes socials els perfils de Manresa Turisme, del Parc de la Sèquia, de la Diputació de Barcelona i de Catalunya Experience tenen un major impacte a Facebook, mentre que Bages Turisme, DO Pla de Bages, i el perfil del Geoparc es més efectiu a Twitter.

5. ANÀLISI DELS COMPONENTS TURÍSTICS

5.9. Conclusions

PROMOCIÓ

- Anualment es realitzen nombroses accions de promoció i s'assisteix a diverses fires per tal de promocionar el municipi com a destinació turística, les quals estan orientades principalment als mercats de **Catalunya** i **País Basc**.
- Les accions de promoció realitzades durant l'any 2017 estan relacionades amb la **cultura**, la **gastronomia**, la **naturalesa** i el **turisme actiu**.

COMERCIALIZACIÓ

- Els productes que es comercialitzen actualment per part de les entitats públiques i les empreses del territori estan principalment relacionades amb l'**enoturisme** i la **cultura**.
- Les principals plataformes utilitzades per comercialitzar son: la **web de Manresa Turisme** i **les webs pròpies de les empreses del territori**, **Bages Terra de Vins**, la web de **FGC**, **Fent País** i **Viu el Bages**.
- Entre els productes comercialitzats, els serveis que més s'inclouen son les **visites o rutes guiades** i els **tasts de vins**.
- Les empreses entrevistades identifiquen diversos productes, sobretot relacionats amb la **cultura** i la **naturalesa**, que **es podrien crear per tal de potenciar el sector turístic al municipi**.

6 ANÀLISI DEL MERCAT

6. ANÀLISI DEL MERCAT

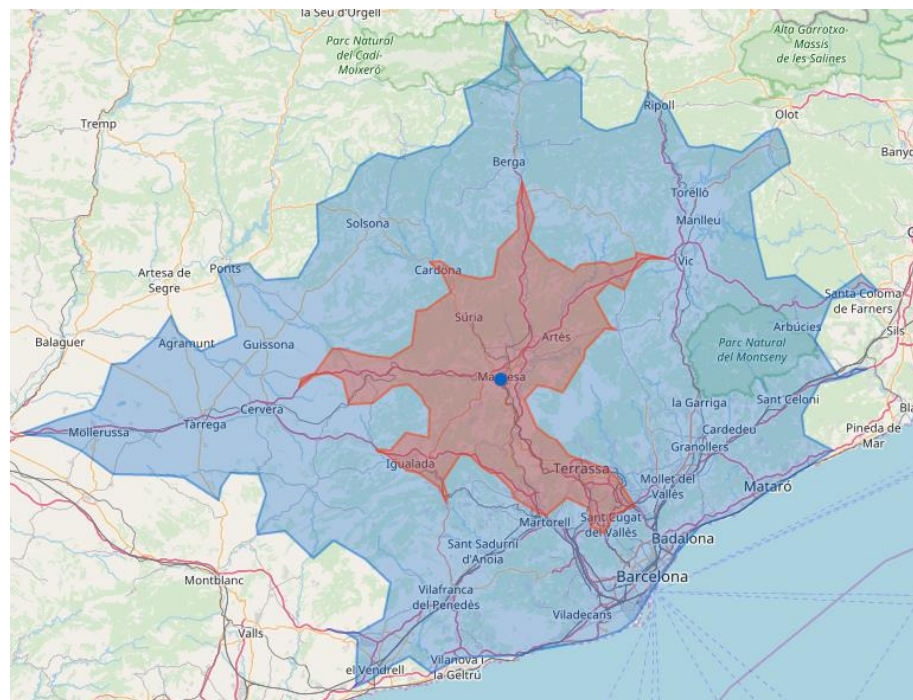
6.1. Demanda

6.1.1. Isòcrones de demanda actual i potencial

Manresa disposa d'una situació geogràfica privilegiada donada la seva proximitat a grans nuclis urbans i turístics de Catalunya. La població resident als diferents nuclis urbans que es troben a menys d'una hora de distància del municipi representen una demanda turística potencial per Manresa, així com també el volum de turistes que reben els principals punts turístics situats a menys d'una hora de Manresa.

Per tal de dimensionar aquest volum de població i turistes, s'han elaborat **isòcrones de 30 minuts i 1 hora**.

A continuació es detallen els resultats obtinguts, quantificant el volum de població de les principals ciutats situades dins de les isòcrones, així com el volum de visitants dels diferents punts turístics situats dins d'aquestes zones.



Font: Elaboració pròpia

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.1. Isòcronas de demanda actual i potencial

ISÒCRONA 1 HORA

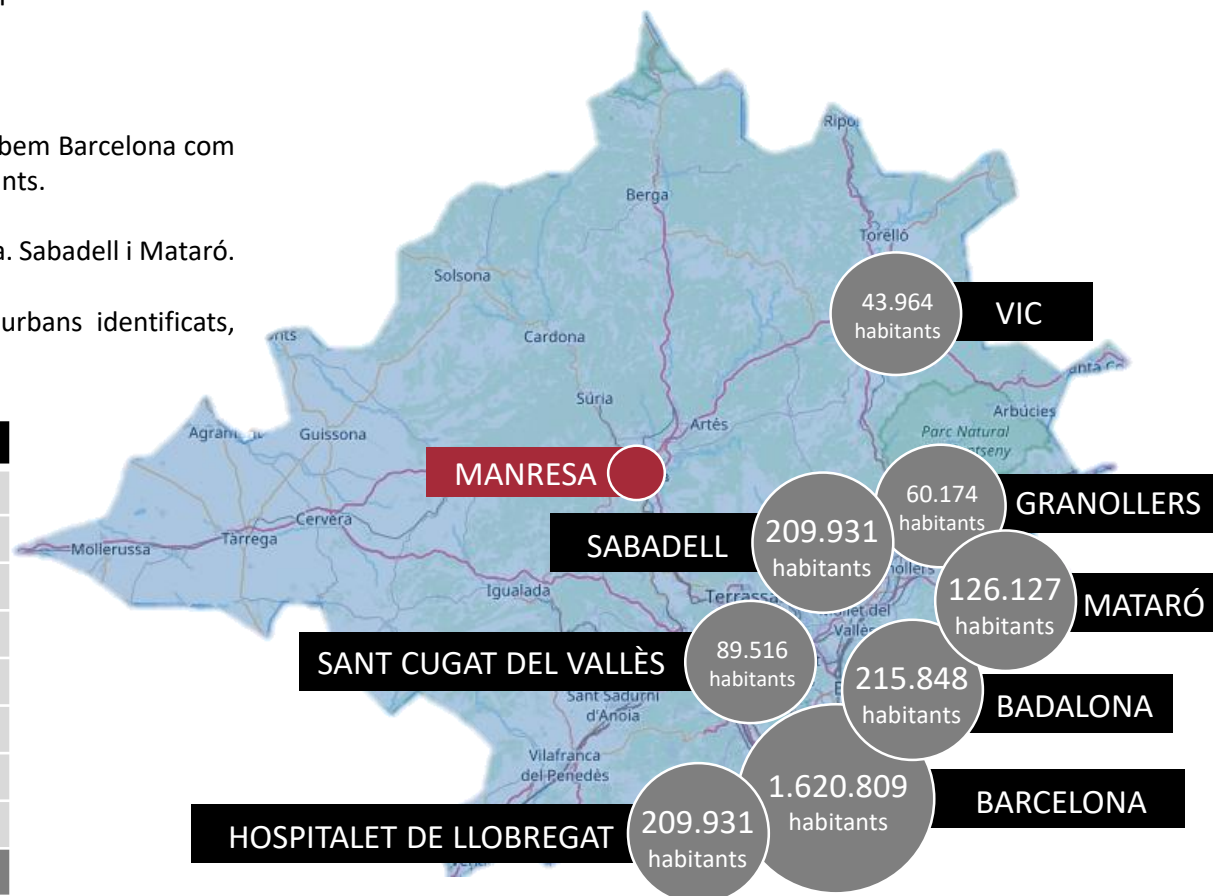
A una distància de 30 minuts a 1 hora de Manresa trobem Barcelona com a principal nucli urbà, amb més de 1,6 milions d'habitants.

Entre els altres nuclis urbans propers trobem Badalona, Sabadell i Mataró.

Si tenim en compte la població de tots els nuclis urbans identificats, sumen un total de **2,6 milions habitants**.

PRINCIPALS NÚCLIS URBANS	POBLACIÓ
Barcelona (1h)	1.620.809
Hospitalet de Llobregat (1h)	257.349
Badalona (50 min.)	215.848
Sabadell (45 min.)	209.931
Mataró (1h)	126.127
Sant Cugat del Vallès (35 min.)	89.516
Granollers (50 min.)	60.174
Vic (50 min.)	43.964
TOTAL	2.623.718

Font: IDESCAT 2017



6. ANÀLISI DEL MERCAT

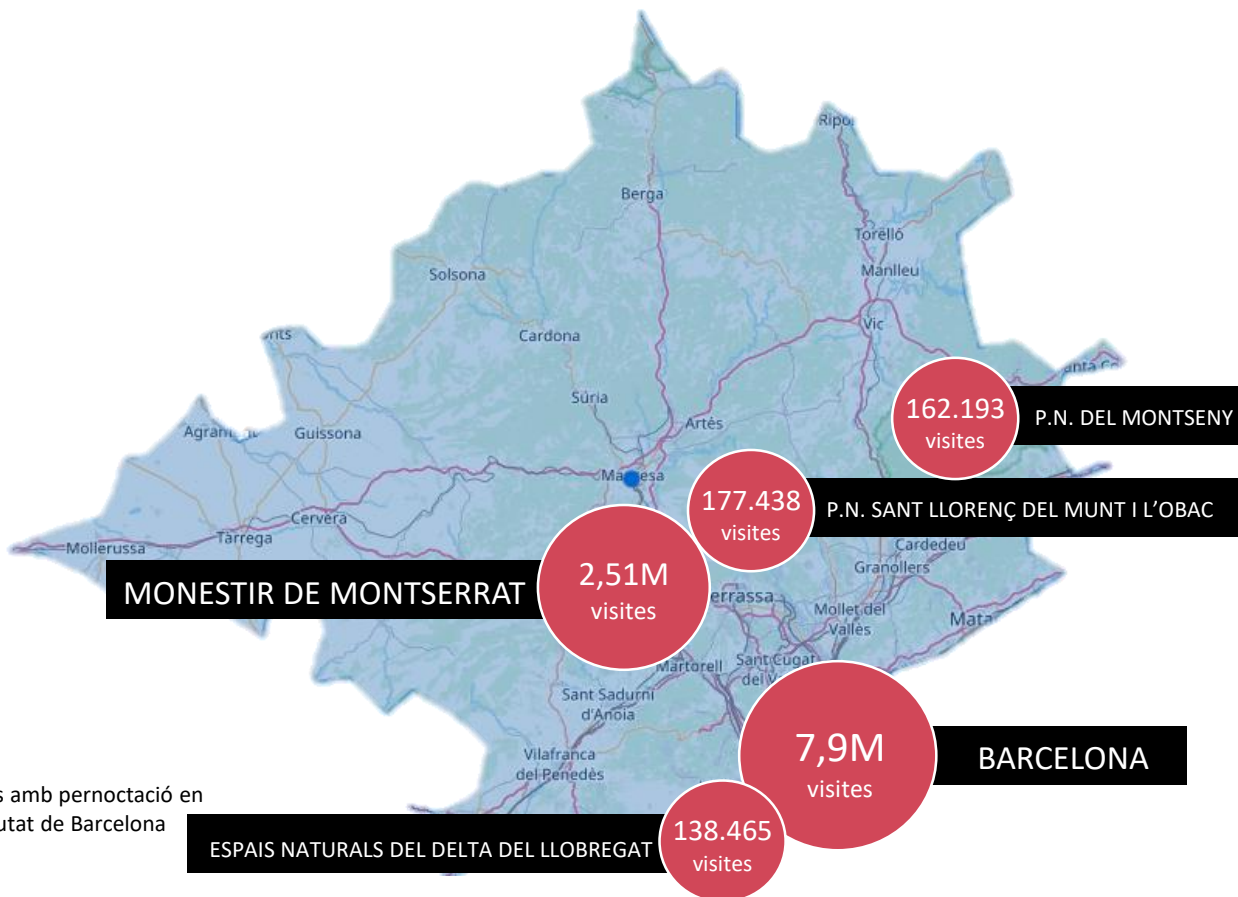
6.1. Demanda

6.1.1. Isòcrones de demanda actual i potencial

ISÒCRONA 1 HORA

A una distància de 30 minuts a 1 hora de Manresa trobem dos grans punts d'atracció de visitants: la ciutat de Barcelona, amb gairebé 8 milions de visites anuals, i el Monestir de Montserrat, amb més de 2,5 milions de visites.

PRINCIPALS PUNTS TURÍSTICS	VISITANTS
Barcelona (1h)	7.905.285 ⁽¹⁾
Monestir de Montserrat (35 min.)	2.510.000 ⁽²⁾
P.N. de Sant Llorenç del Munt i l'Obac (40 min.)	177.438 ⁽²⁾
Parc Natural del Montseny (1h)	162.193 ⁽²⁾
Espais Naturals del Delta del Llobregat (1h)	138.465 ⁽²⁾
TOTAL	10.893.381



(1) Font: INE, 2017. S'han tingut en compte els viatgers nacionals i estrangers amb pernoctació en allotjament hotelier l'any 2017 i en allotjaments turístics l'any 2016 a la ciutat de Barcelona

(2) Font: Diputació de Barcelona, 2016

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.1. Isòcrones de demanda actual i potencial

ISÒCRONA 30 MINUTS

A 30 minuts de Manresa trobem com a grans nuclis urbans Terrassa i Igualada, amb un total de **255.744 habitants**.

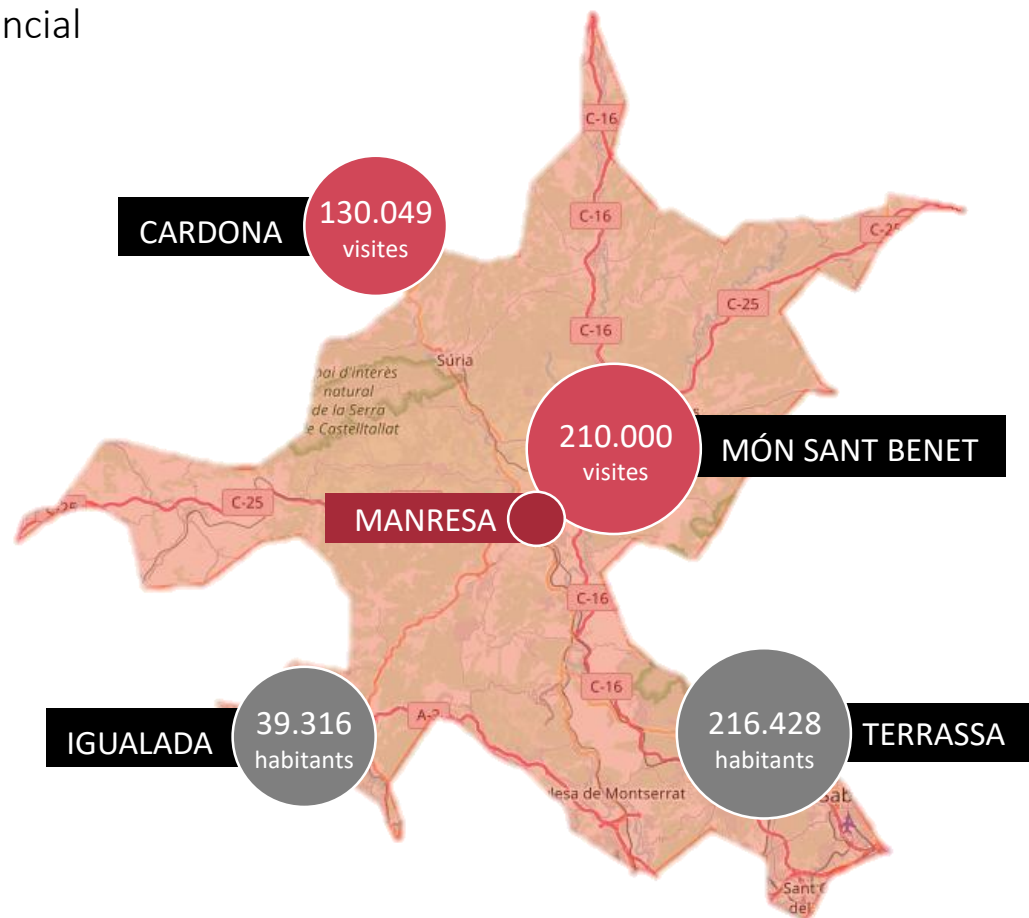
Pel que fa a la demanda turística, trobem el Món Sant Benet i Cardona, que l'any 2017 van rebre un total de **340.049 visitants**.

PRINCIPALS NÚCLIS URBANS	POBLACIÓ ⁽¹⁾
Terrassa (30 min.)	216.428
Igualada (30 min.)	39.316
TOTAL	255.744

PRINCIPALS PUNTS TURÍSTICS	VISITANTS 2017 ⁽²⁾
Món Sant Benet (25 min.)	210.000
Cardona (30 min.)	130.049
TOTAL	340.049

(1) Font: IDESCAT, 2017

(2) Font: Ajuntament de Cardona i Fundació Cardona Històrica, 2018



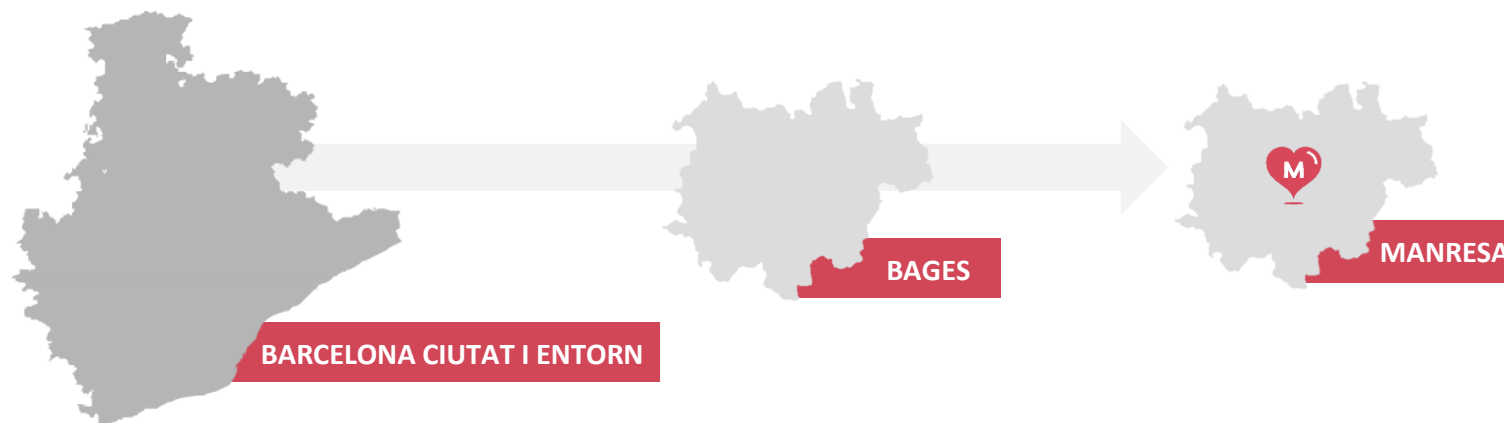
6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

Seguint amb la mateixa estructura emprada en les isòcronas i per tal de fer més minuciosa l'anàlisi de la demanda actual de Manresa, ens centrarem primer, amb dades corresponents a la ciutat de **Barcelona i el seu entorn**, ja que es tracta d'una de les potències turístiques més importants tant en l'àmbit nacional com internacional.

Posteriorment, s'analitzarà el perfil del turista a la comarca del **Bages** per acabar centrant-nos en el perfil dels visitants de **Manresa**, la demanda actual del municipi i les tendències del mercat.



6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

BARCELONA CIUTAT I ENTORN





A continuació s'exposen les dades estadístiques respecte al **perfil del visitant** de **Barcelona ciutat** i de l'**entorn de Barcelona**. Aquestes dades han estat obtingudes a partir de l'informe anomenat: **Turisme a Barcelona Ciutat i entorn 2017**, a càrrec de l'Ajuntament de Barcelona, la Diputació de Barcelona i Turisme Barcelona.

Pel que fa al perfil del visitant a **Barcelona ciutat i entorn**, s'observa que el gènere predominant és el masculí, i quant a la **mitjana d'edat** dels visitants és més elevada a l'entorn de Barcelona (46,7 anys) que a la ciutat (36,1 anys).

Respecte a la **nacionalitat** dels visitants, a la **ciutat** despunten els de **procedència europea (50%)**, mentre que a l'**entorn** de Barcelona destacant tant els de procedència **espanyola (43,9%)** com els **europaus (43,4%)**.

La meitat dels visitants que visiten Barcelona ja l'han visitat anteriorment (52,8%), i en el cas de l'entorn de Barcelona el 51,3% dels visitants que hi van ja hi ha estat anteriorment.

Referent a les **motivacions** que porten als visitants a realitzar la visita, s'observa que el motiu principal és l'oci tant a la **ciutat (65%)** com a l'**entorn (65,2%)**.

	BARCELONA CIUTAT	ENTORN DE BARCELONA
Gènere i mitjana d'edat	 62,1%	 64,3%
	 37,9%	 35,7%
	Mitjana d'edat: 36,1 anys	Mitjana d'edat: 46,7 anys
Nacionalitat	Espanyola 21%	Espanyola 43,9%
	Europea 50,4%	Europea 43,4%
	Altres 28,6%	Altres 12,7%
Motivacions de viatge	Oci 65%	Oci 65,2%
	Professional 23,4%	Professional 25,7%
	Altres 11,6%	Altres 9,1%

Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes de l'informe: Turisme a Barcelona Ciutat i entorn 2017

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

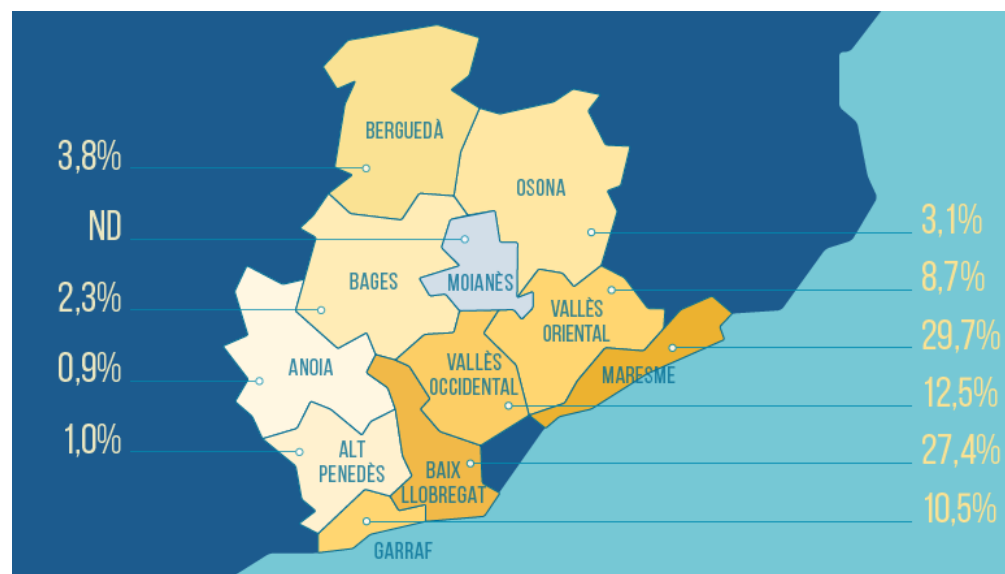
BARCELONA CIUTAT I ENTORN

Pel que fa a la distribució dels turistes a les comarques de l'entorn de Barcelona, el **Bages rep el 2,3% dels turistes.**

Les comarques que més turistes reben son el Maresme (29,7%), el Baix Llobregat (27,4%), el Vallès Occidental (12,5%) i el Garraf (10,5%).

En general les comarques situades més a l'interior son les que reben un volum menor de visitants.

DISTRIBUCIÓ TURÍSTICA
Distribució comarcal dels turistes a l'entorn de Barcelona



Font: LabTurisme de la Diputació de Barcelona, 2016

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

BARCELONA CIUTAT I ENTORN

Per tal de fer més minuciosa l'anàlisi de la demanda actual de Manresa, ens centrarem amb dades corresponents a la ciutat de Barcelona, ja que es tracta d'una de les potències turístiques més importants tant en l'àmbit nacional com internacional.

Per tant, a partir de les dades obtingudes de les enquestes realitzades a turistes de Barcelona l'any 2016, a càrrec de l'Ajuntament de Barcelona, s'han extret una sèrie de gràfics pertinents a:

- **Els llocs visitats i que visitaran fora de Barcelona**
- **El preu per persona de les visites realitzades**
- **Els mitjans de transport utilitzats i que utilitzaran per a les visites**

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

BARCELONA CIUTAT I ENTORN

Les dades del **gràfic** s'han extret a partir d'una pregunta amb respostes espontànies i essent multiresposta. Així doncs, primer s'ha posat el percentatge total, de les visites realitzades i que realitzaran els turistes, el qual engloba a **totes les destinacions** de la província de Barcelona.

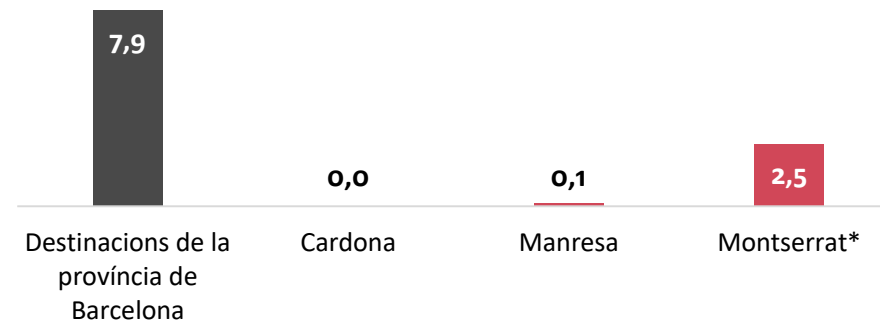
Posteriorment, hi ha els percentatges pertinents a **Manresa** i als punts turístics més pròxims a aquesta, com seria el cas de **Cardona** i **Montserrat**. En aquest cas, els percentatges obtinguts són en base a **una mostra de 6.032 persones**.

Destacar, el fet que més d'un **90% dels turistes entrevistats, van respondre que no havien visitat ni que tenien la intenció de visitar cap altre lloc fora de la ciutat de Barcelona**. Per tant, se'n dedueix que el reduït percentatge de turistes que visiten llocs fora de Barcelona o que en tenen la intenció, el destí escollit per excel·lència és **Montserrat**.

90%

dels visitants de la ciutat de Barcelona no visiten destinacions de l'entorn de la ciutat

Total, en percentatge, dels llocs visitats i que visitaran fora de Barcelona (2016)



*Montserrat inclou: Monistrol de Montserrat i Olesa de Montserrat, partint de la idea que la destinació final és visitar el Monestir de Montserrat. 2016

Font: Elaboració pròpia en base a dades obtingudes pel Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

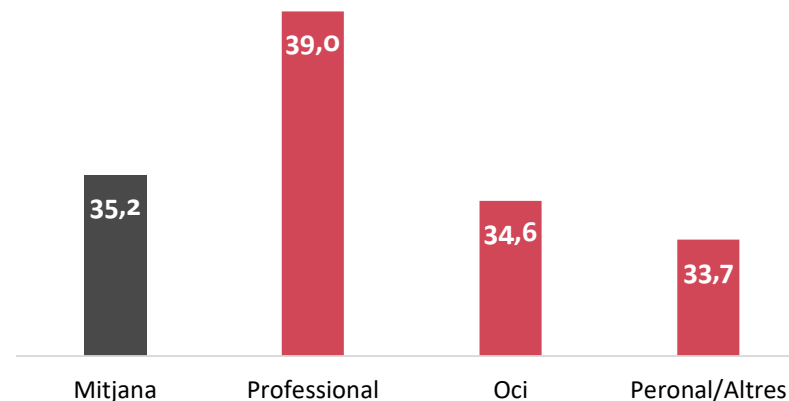
6.1.2. Demanda actual

BARCELONA CIUTAT I ENTORN

A continuació, s'exposen les dades pertinents a la **despesa**, per persona, realitzada a l'hora d'efectuar les visites fora de Barcelona. Primer, s'ha posat la mitjana d'aquesta despesa, i seguidament es desglossa la despesa segons el **motiu** d'aquesta, ja siguin, doncs, motius de caire professional, d'oci o personals. En aquest cas, la **mostra** d'entrevistats és de **202 persones**.

Tanmateix, s'observa que la **mitjana total** de la despesa de les visites, és de **35,2 € per persona**, destacant la **motivació professional** per sobre de l'oci o els motius personals.

Mitjana total, en euros, de la despesa de les visites i el desglossament per motius (2016)



Font: Elaboració pròpia en base a dades obtingudes pel Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona. 2016

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

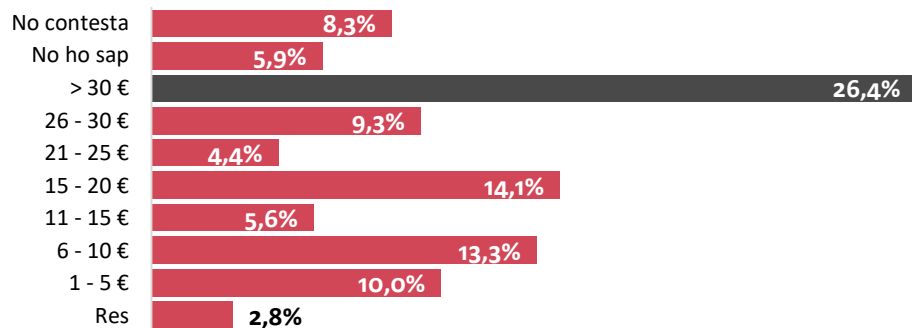
BARCELONA CIUTAT I ENTORN

En els següents gràfics es mostren la **despesa total per persona** de les visites realitzades, i els **motius** d'aquesta. En aquest cas la **mostra** és de **233** persones.

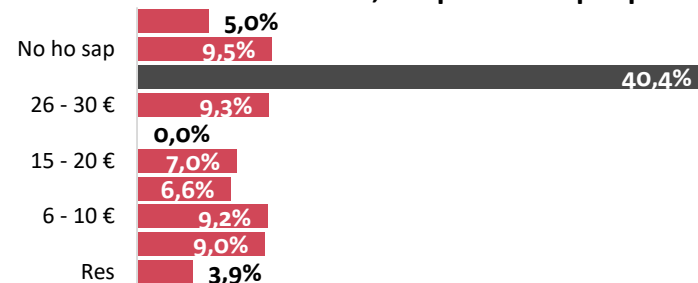
S'observa que un **26,4%** de la despesa total està situada en l'apartat de **més de 30€** per persona, essent el **motiu professional** el que més despesa genera amb un **40,4%**.

Destacar, el fet que la despesa generada per les visites amb **motius personals o d'altres**, és d'entre **6 i 10€** per persona.

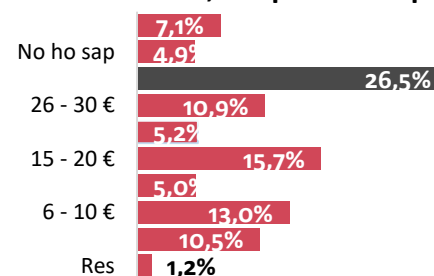
TOTAL VIATGES REALITZATS, Despesa total per persona (2016)



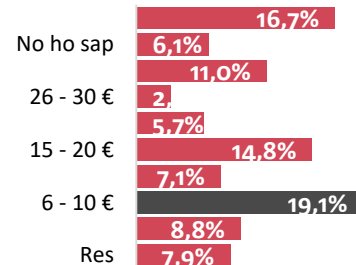
MOTIUS PROFESSIONALS, Despesa total per persona (2016)



MOTIUS D'OCI, Despesa total per persona (2016)



MOTIUS PERSONALS O ALTRES, Despesa total per persona (2016)



Font: Elaboració pròpia en base a dades obtingudes pel Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona. 2016

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

BARCELONA CIUTAT I ENTORN

Els següents gràfics mostren els percentatges dels **mitjans de transport utilitzats** per a fer les visites fora de Barcelona i els que tenen intenció d'utilitzar, junt amb el desglossament dels **motius** de la visita (Oci, professional o d'altres). En aquest cas la **mostra** és de **459** entrevistats, i el transport que predomina és el **tren**, ja sigui Renfe Rodalies (24,7%), com els Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (18,7%).

	Total (2016)	Motius professionals (2016)	Motius d'oci (2016)	Motius personals o d'altres (2016)
Tren (Renfe Rodalies)	24,7%	15,3%	28,7%	19,3%
Tren (FGC)	18,7%	20,5%	19,6%	13,8%
Cotxe propi	10,7%	11,8%	8,9%	17,2%
Autocar	8,6%	12,6%	8,8%	3,7%
Altres (Segway, tuctuc, gocar,...)	7,4%	3,7%	8,1%	8,4%
Taxi	6,1%	8,4%	1,4%	17,5%
No contesta	5,9%	6,2%	5,5%	7,7%
Cotxe de lloguer	5,6%	10,5%	5,5%	1,2%
Autobús	4,3%	2,4%	5,1%	2,6%
Metro	3,1%	3,5%	2,6%	5,2%
No ho sap	2,2%	0,5%	3,0%	1,0%
Tren (Altres)	0,8%	1,1%	19,6%	1,3%
Motocicleta pròpia	0,6%		0,6%	1,2%
Funicular (Tibidabo, Vallvidrera)	0,4%	2,4%		
Cap	0,2%		0,4%	
Telefèric (Montjuïc)	0,2%		0,2%	
Tramvia	0,2%		0,3%	
Bicicleta pròpia	0,2%		0,3%	
Autocaravana	0,2%	1,1%		
Cotxe compartit	0,2%		0,3%	

Font: Elaboració pròpia en base a dades obtingudes pel Departament d'Estudis d'Opinió de l'Ajuntament de Barcelona. 2016

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

BARCELONA CIUTAT I ENTORN

CONCLUSIONS

Un cop observades les dades tant del **perfil del visitant a Barcelona ciutat** com del que visita **l'entorn** d'aquesta, es pot concloure el següent:

- El gènere predominant és el masculí, en ambdós casos.
- Pel que fa a la procedència dels visitants a Barcelona ciutat, són, amb més d'un 50%, d'origen europeu. D'altra banda, els visitants de l'entorn d'aquesta, procedeixen tant d'Europa com d'Espanya mateixa, despuntant la nacionalitat espanyola per sobre de la resta. D'aquest fet se'n dedueix el següent: les destinacions que giren entorn de Barcelona ciutat, són més atractives per a la gent autòctona que pels estrangers.
- Referent a les destinacions que freqüenten els turistes fora de la ciutat de Barcelona, o que en tenen intenció de visitar, el destí escollit per excel·lència és Montserrat, com ja s'ha esmentat anteriorment.
- Quant a la motivació de la visita, en tots dos casos, és l'oci la predominant.

Pel que fa a la **despesa generada** a causa de les visites realitzades **fora de Barcelona**, la mitjana total és de **35,2€ per persona**, destacant la motivació professional per sobre de l'oci o els motius personals. D'aquest fet en deduïm el següent: la voluntat de consumir fora de la ciutat de Barcelona per part dels turistes, és més per compromís que per plaer o per entreteniment. Destacar, el fet que la despesa generada per les visites amb motius personals o d'altres, és d'entre 6 i 10€ per persona, mentre que la resta de motius superen els 30€ per persona.

Quant als **mitjans de transport** utilitzats o que tenen intenció d'utilitzar per a fer les visites, destacar que deixant de banda el **tren**, els transports utilitzats per a realitzar les visites amb motius personals o d'altres, són també, el **cotxe propi** i el **taxi**.

Per tant, dels dos punts anteriors, es pot concloure que les visites realitzades fora de Barcelona per part dels turistes, els quals tenen una motivació personal, són els que utilitzen el vehicle propi i els que generen menys despesa.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

BAGES

Per tal de poder fer una aproximació del perfil de turista actual a la ciutat de **Manresa**, ens hem basat amb dades extretes relatives a la comarca del **Bages**, ja que actualment no disposem de dades específiques del municipi. Així doncs, les dades obtingudes a continuació han estat extretes de **l'Informe Anual de l'Activitat turística a la demarcació de Barcelona 2017**, desenvolupat a través del Laboratori de Turisme de la Diputació de Barcelona.

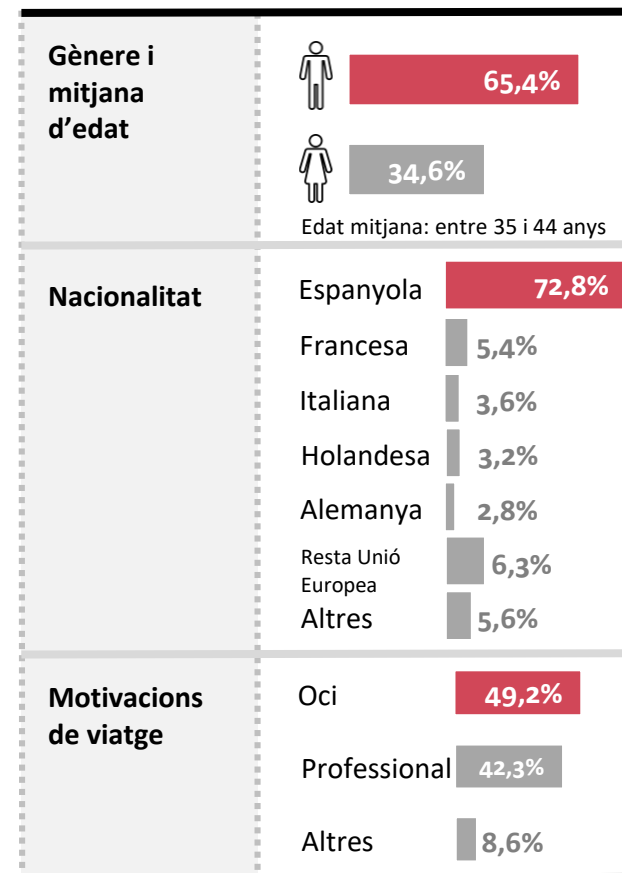
Pel que fa a la **mitjana d'edat** dels visitants és d'entre **35 i 44 anys**, essent el gènere **masculí** el predominant.

Referent a la tipologia de visitant al Bages, la gran majoria són de **procedència espanyola (72,8%)**, essent un **53,3%** de **Catalunya**, per la qual cosa això ens fa pensar que no hi ha suficient **projecció internacional** dels atractius que disposa el territori en qüestió.

Quant a la **motivació del viatge**, la principal és l'oci, seguida de la professional i quedant en última posició la motivació personal. Referent als **mitjans de transport** utilitzats, el més destacat és el cotxe i/o la motocicleta pròpia (69,3%).

Destacar que els **principals factors** que els hi venen a la ment als visitants quan pensen en el territori són: la **tranquil·litat**, la **relaxació**, el **paisatge**, la **naturalesa**,...

BAGES



Font: Elaboració pròpia en base a dades de LABturisme de la Diputació de Barcelona.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

MANRESA

Per tal de fer una anàlisi detallat de la demanda actual del municipi s'ha analitzat **l'afluència de visitants actual** dels diferents recursos i equipaments turístics del Municipi dels que hi ha dades disponibles, així com també la **distribució mensual de visitants** del conjunt del municipi i dels punts més visitats i representatius de la ciutat:

- Santuari de la Cova
- Carrer del Balç
- Basílica de la Seu
- Espai 1522
- Centre d'Acollida de Pelegrins
- Oficina de Turisme
- Oller del Mas

Aquest anàlisi permetrà conèixer la realitat turística del municipi, identificant els punts més visitats del municipi i la seva estacionalitat.

L'anàlisi de la demanda actual s'ha complementat amb un anàlisi de **l'evolució de visitants durant els darrers cinc anys** dels principals punts turístics dels quals es disposen dades.

Així doncs, l'anàlisi de la demanda, juntament amb el posterior anàlisi dels perfils de turistes actuals i potencials i de les tendències actuals del mercat, permetrà identificar els diferents segments on poder desenvolupar nous productes turístics.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

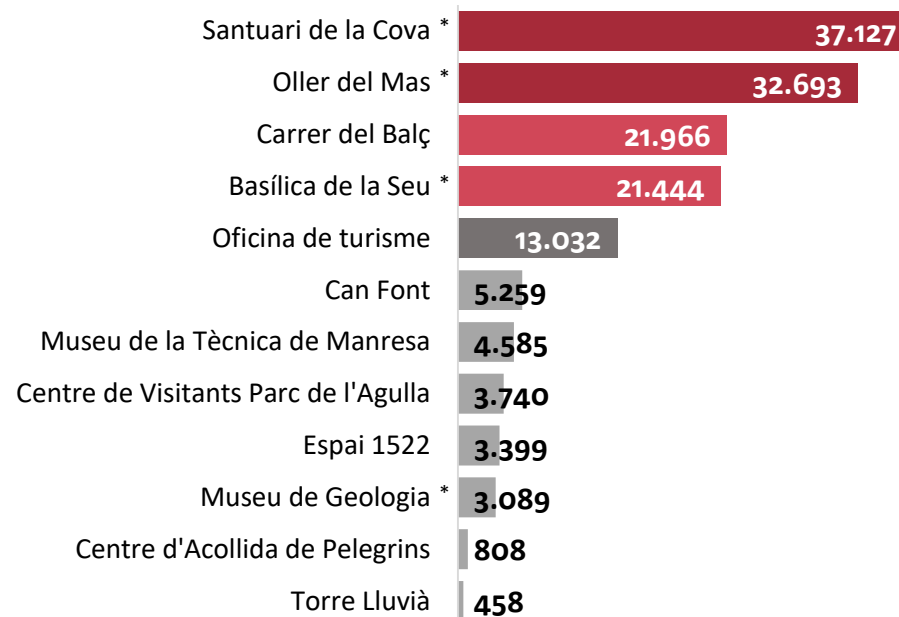
6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

MANRESA

- Actualment el **Santuari de la Cova** es el centre que rep **un major nombre de visitants**, amb més de 37.000 visites durant l'any 2017, seguit pel Celler Oller del Mas, amb més de 32.000 visites el darrer any.
- El **Carrer del Balç** i la **Basílica de la Seu** formen part dels recursos més visitats de Manresa, amb més de 21.000 visites l'any 2017.
- La resta d'atractius o equipaments turístics actualment reben un volum de visitants considerablement inferior.

Visitants per atractiu turístic / equipament (2017)



* Per falta de dades disponibles de les visites de desembre 2017 s'ha considerat que durant aquest mes en van rebre el mateix nombre de visites que l'any anterior

Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

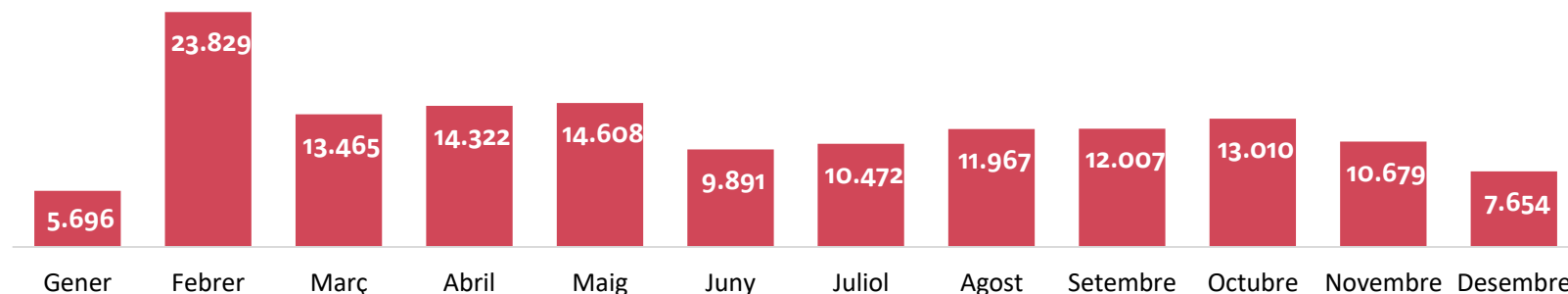
6.1.2. Demanda actual

MANRESA

En base a les dades proporcionades per la Fundació Turisme i Fires de Manresa, tenint en compte l'afluència mensual de visitants dels diferents punts turístics, s'ha identificat la distribució de la demanda global durant l'any 2017 al municipi.

Tot i que el mes de **febrer** rep una afluència de visitants més elevada degut a un volum elevat de visites a la **Basílica de la Seu i al Carrer del Balç**, els visitants es troben repartits durant tot l'any, presentant una **baixa estacionalitat de la demanda**.

Afluència de visitants de Manresa (2017)



Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

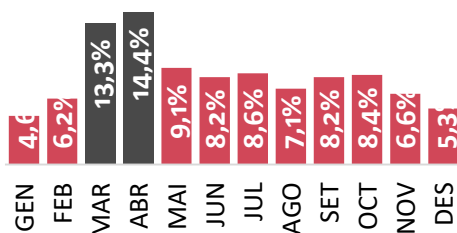
6.1.2. Demanda actual

MANRESA

A continuació es mostra la distribució mensual de visitants dels principals punts turístics i emblemàtics de Manresa durant l'any 2017.

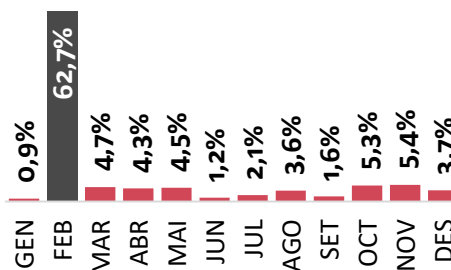
Santuari de la Cova

37.127 visites



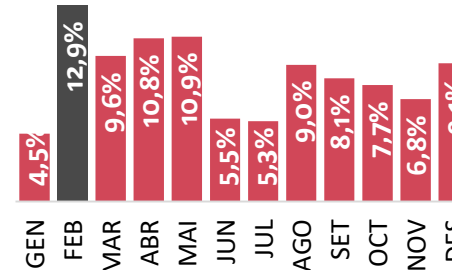
Carrer del Balç

21.966 visites



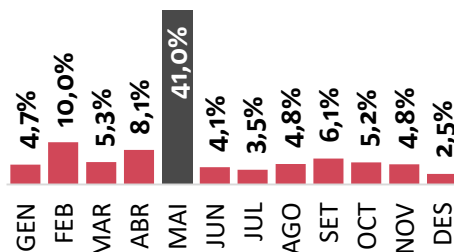
Basílica de la Seu

21.444 visites



Espai 1522

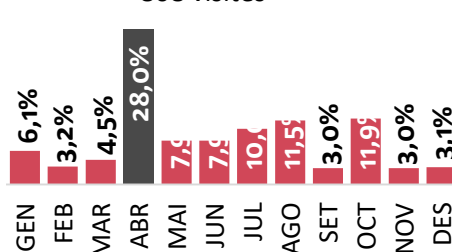
3.399 visites



Centre d'Acollida de

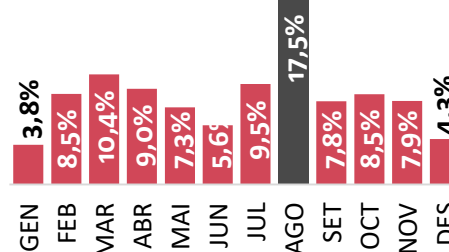
Pelegrins

808 visites



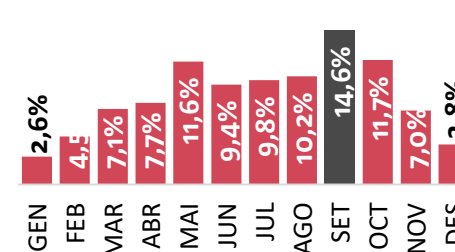
Oficina de Turisme

13.032 visites



Oller del Mas

32.693 visites



Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

MANRESA

Amb els gràfics de l'afluència mensual dels visitants dels principals punts turístics i emblemàtics de Manresa s'evidencia:

- Les visites de la **Basílica de la Seu** es distribueixen de forma més o menys regular durant tot l'any, tot i que es produeix un descens durant els mesos d'estiu i una afluència més elevada durant el **Febrer**. Durant aquest mes també es concentren la majoria de les visites al **Carrer del Balç**, representant el 62,7% de les visites de l'any 2017.
- El **Santuari de la Cova** rep un volum important de visites durant tot l'any, tot i que durant el mes de **Març i Abril** incrementen de manera significativa, representant el 13,3% i el 14,4% de les visites anuals del santuari. El mes d'**Abril** coincideix també amb la concentració de visites al **Centre d'Acollida de Pelegrins**, corresponents al 28% de les visites que va rebre durant l'any.
- L'**Espai 1522** va rebre la majoria de les seves visites durant el mes de **Maig** el darrer any.
- L'**Oficina de turisme** rep visitants durant tot l'any, tot i que el mes d'**Agost** és el que concentra una part important de les visites, representant el 17,5% de les visites anuals.
- L'afluència de visitants d'**Oller del Mas** és més o menys constant durant tot l'any, amb una lleugera concentració durant el mes de **Setembre** i un descens durant els mesos d'hivern.

Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa.

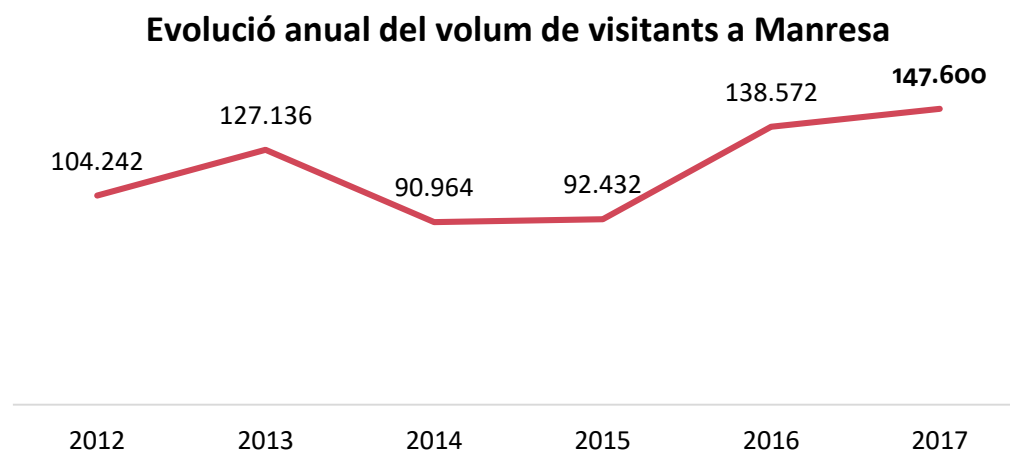
6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

MANRESA

Per tal d'obtenir una visió més complerta de la situació turística de Manresa, a continuació s'analitza l'evolució del nombre de visitants durant els darrers cinc anys, analitzant l'afluència total de visitants* i l'evolució de les visites dels principals punts turístics i emblemàtics de Manresa.



El volum de visitants a Manresa ha incrementat de manera sostinguda des de l'any 2015, amb un elevat increment l'any 2016 i un increment moderat l'any 2017.

D'aquesta manera, l'any 2017 s'ha registrat al municipi el volum de visitants més elevat dels darrers sis anys.

A continuació s'analitza l'evolució dels visitants dels punts turístics més visitats i representatius de la ciutat durant els darrers anys.

Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa.

*Inclou les visites a: Santuari de la Cova, Carrer del Balç, Basílica de la Seu, Espai 1522, Centre d'Acollida de Pelegrins, Oficina de Turisme, Oller del Mas, Can Font, Museu de la Tècnica de Manresa, Centre de Visitants Parc de l'Agulla, Museu de Geologia i Torre Lluvià

6. ANÀLISI DEL MERCAT

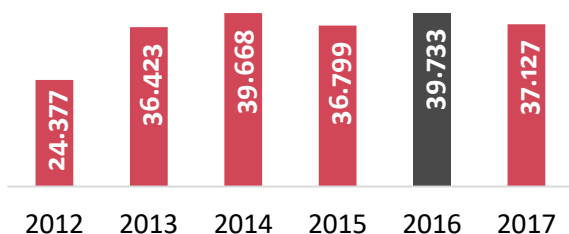
6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

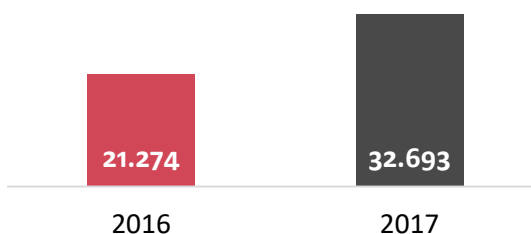
MANRESA

A continuació es mostren les gràfiques pertinents a la demanda global, per anys, dels diferents punts turístics seleccionats. Es pot observar, doncs, que l'**Oller del Mas** és el punt turístic que ha experimentat un notable increment de visitants respecte l'any 2016. Tanmateix, el **Santuari de la Cova** és el punt turístic per excel·lència, seguit del **Carrer del Balç** i la **Basílica de la Seu**.

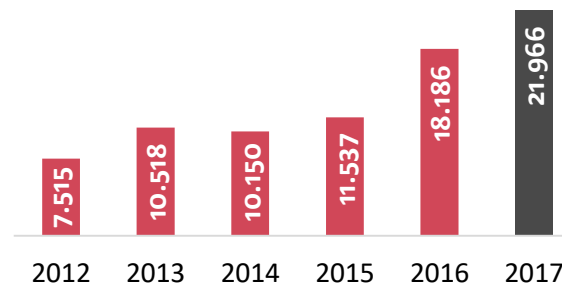
Santuari de la Cova



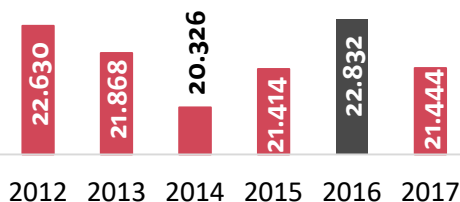
Oller del Mas



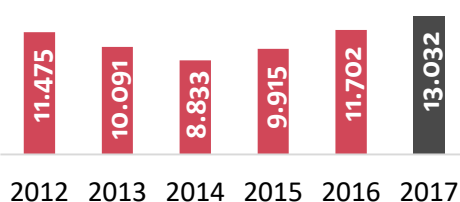
Carrer del Balç



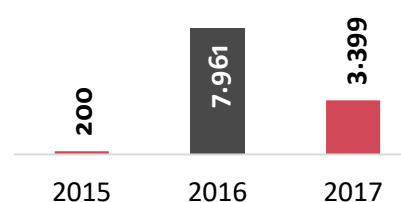
Basílica de la Seu



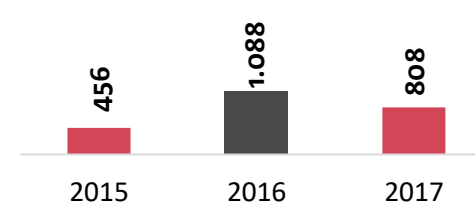
Oficina de turisme



Espai 1522



Centre d'Acollida de Pelegrins



Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

MANRESA

Amb els gràfics de la demanda global dels diferents punts turístics seleccionats de Manresa s'evidencia:

- L'afluència de visitants al **Santuari de la Cova** ha anat incrementant al llarg dels anys compresos entre el 2012 i el 2017, essent l'any 2016 el que més visitants va acollir.
- Pel que fa a l'**Oller del Mas**, al només tenir dades recollides de l'any 2016 i del 2017, no es pot establir una clara evolució de les visites rebudes, tot i que podem destacar un augment important de les visites rebudes durant l'any 2017, per la qual cosa en deduïm que l'afluència de visitants té una projecció a l'alça de cara als anys vinents.
- Respecte al **Carrer del Balç**, s'observa una evolució creixent al llarg dels anys, essent l'últim any el més favorable.
- L'afluència de visitants a la **Basílica de la Seu** segueix una línia evolutiva força irregular al llarg dels anys, despuntant l'any 2016 amb més visites rebudes respecte als altres anys.
- Les visites a l'**Oficina de Turisme** han augmentat a partir de l'any 2014, per tant en deduïm que l'afluència de visitants seguirà creixent en els anys vinents.
- Pel que fa a l'**Espai 1522**, ha patit un decreixement de les visites respecte a l'any 2016.
- Per últim, el **Centre d'Acollida de Pelegrins**, també s'ha vist afectat respecte a l'any 2016, on van acollir al voltant de 1000 persones, deixant en segon pla a les visites acollides l'any 2015 i 2017.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

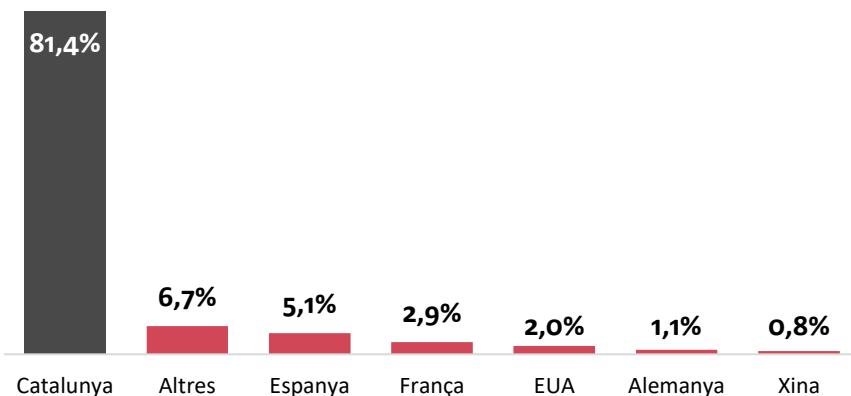
6.1.2. Demanda actual

MANRESA

Com s'ha pogut observar amb les dades exposades amb anterioritat, la **Basílica de la Seu** és un dels punts turístics de més rellevància del municipi. A continuació s'exposen les dades referents a la **segmentació dels visitants** de la Seu durant els mesos compresos entre **Octubre del 2017 i Març del 2018**. Les dades han estat proporcionades per part de la gestió turística de la mateixa Seu.

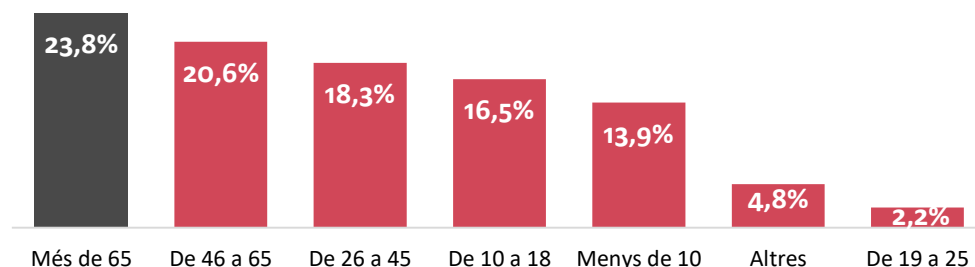
Així doncs, pel que fa a la **procedència dels visitants** en destaquen, amb més d'un 80%, els **catalans**, seguits dels **espanyols i francesos**. Respecte a la **franja d'edat** predominant dels visitants, està per sobre dels **65 anys**. Pel que fa a la segmentació dels visitants per dies, s'observa que el dia de la setmana de més afluència, és el **dissabte**, i la franja horària més recurrent és al migdia.

Procedència dels visitants de la Basílica de la Seu
(Octubre 2017 – Març 2018)



Font: Basílica de la Seu, 2017

Franja d'edats dels visitants de la Basílica de la Seu
(Octubre 2017 – Març 2018)



6. ANÀLISI DEL MERCAT

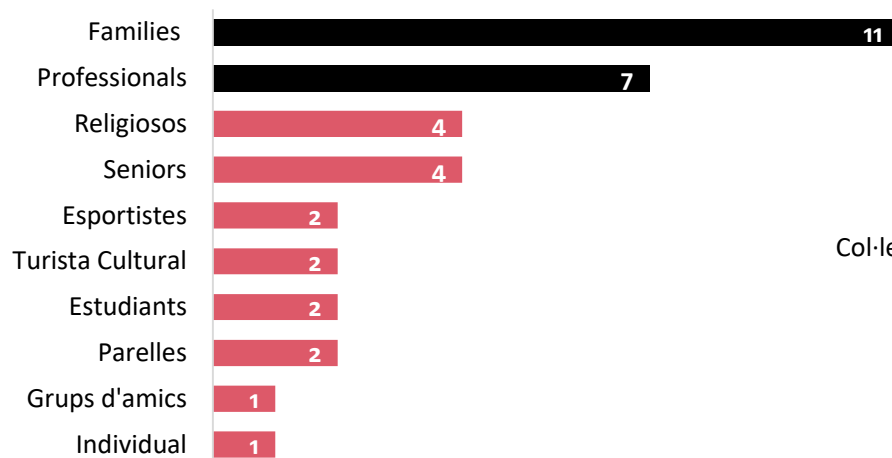
6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

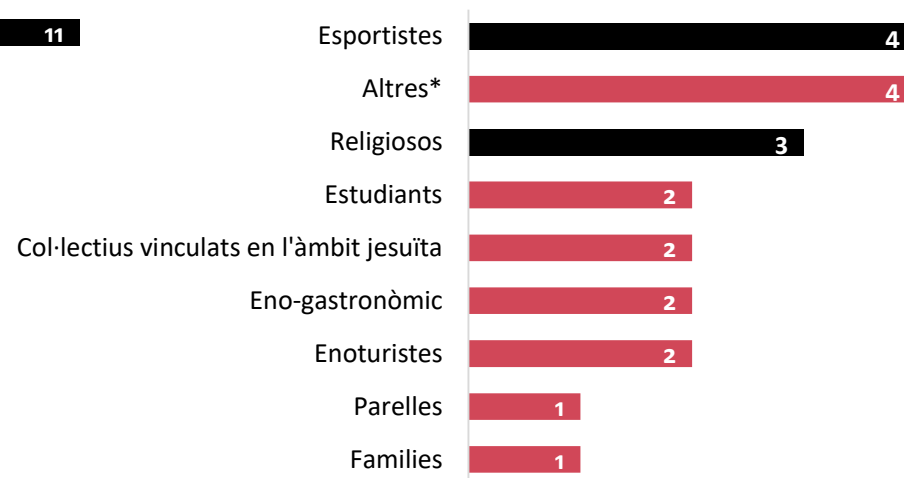
MANRESA

Tot seguit s'exposen les dades extretes arran de les **entrevistes** realitzades a varis dels **agents turístics** implicats en el turisme del territori. A continuació, es mostren les dades referents als **principals segments identificats**, que hi ha actualment al municipi així com els **potencials**. Així doncs, s'observa que el segment més citat que hi ha actualment al municipi és el de les **famílies**, seguit dels **professionals** i **religiosos**. D'altra banda, els segments potencials més citats han estat els **esportistes** i els **religiosos**.

Principals segments actuals



Principals segments potencials



*Altres inclou: Historiadors, turista cultural, universitats jesuítiques i MICE, els quals només han estat citats una vegada.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

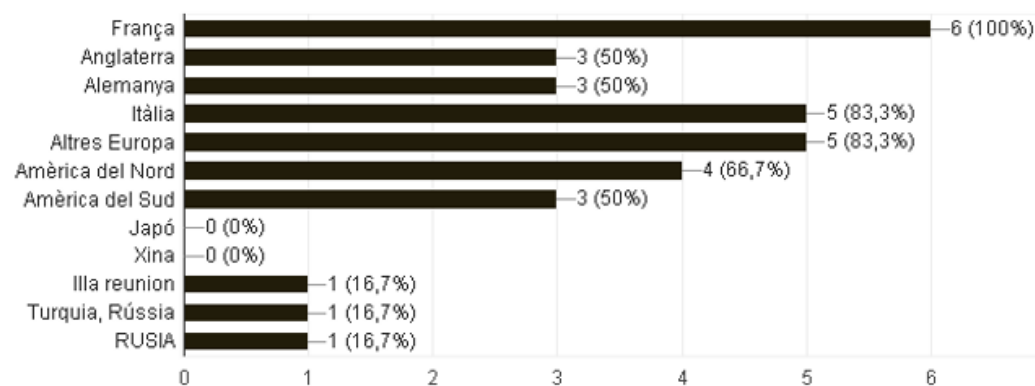
MANRESA

Referent a la **procedència dels estrangers** que pernocten a **Manresa**, també s'han obtingut dades per part de 6 establiments turístics, i la informació ha estat proporcionada per la Fundació Turisme i Fires de Manresa.

Així doncs, s'observa que en els 6 casos han acollit estrangers de procedència **francesa**, deixant en segon pla als estrangers acollits d'origen **italià, anglès i alemany**.

Cal destacar, l'absència d'estrangers procedents d'Àsia.

Procedència dels estrangers en els allotjaments turístics de Manresa (juliol-agost-setembre 2017)



Font: Fundació Turisme i Fires de Manresa, 2017.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

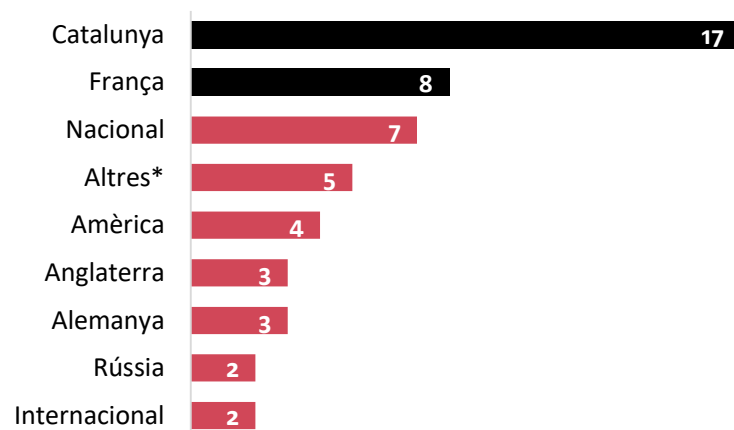
6.1. Demanda

6.1.2. Demanda actual

MANRESA

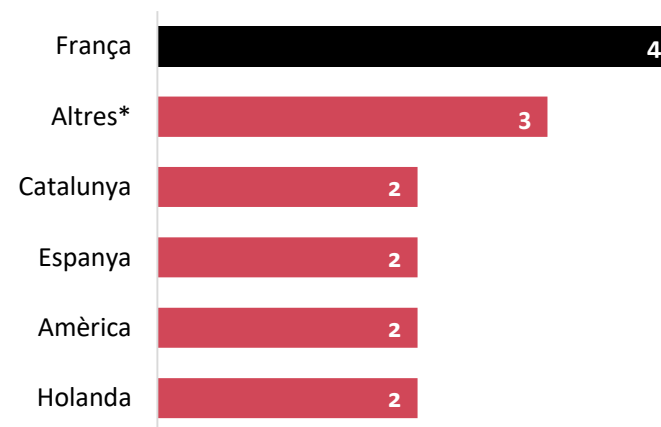
A continuació, es mostren les dades referents als **principals mercats geogràfics identificats**, pels entrevistats, que hi ha actualment al municipi així com els **potencials**. S'observa, doncs, que el principal mercat que hi ha actualment és el **català**, seguit del **francès**. D'altra banda, els mercats identificats com a **potencials** són el **francès**, seguit del **català**, l'**espanyol**, **americà**, entre d'altres.

Principals mercats actuals



*Altres inclou: Europa, Corea, Xina, Països Baixos i Itàlia, els quals només han estat citats una vegada.

Principals mercats potencials



*Altres inclou: Europa, Àsia i Bèlgica, els quals només han estat citats una vegada.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

A l'hora d'analitzar les tendències actuals del mercat, primer hem dut a terme una anàlisi dels diferents perfils de turistes identificats al municipi.

Així doncs, seguint amb la línia dels models de turisme identificats prèviament al municipi, s'han determinat **cinc perfils potencials** que són els següents: **turista religiós, turista espiritual, turista gastronòmic, turista enoturístic i turista cultural.**

TURISME RELIGIÓS

TURISME ESPIRITUAL

TURISME CULTURAL

TURISME GASTRONÒMIC

ENOTURISME

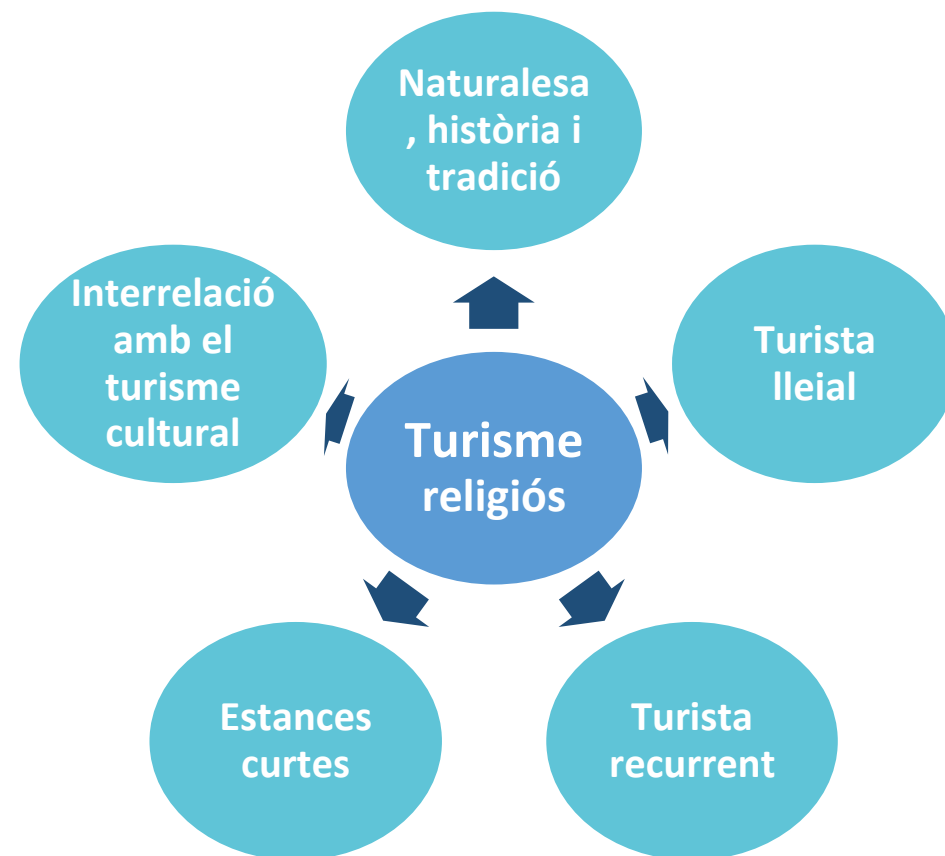
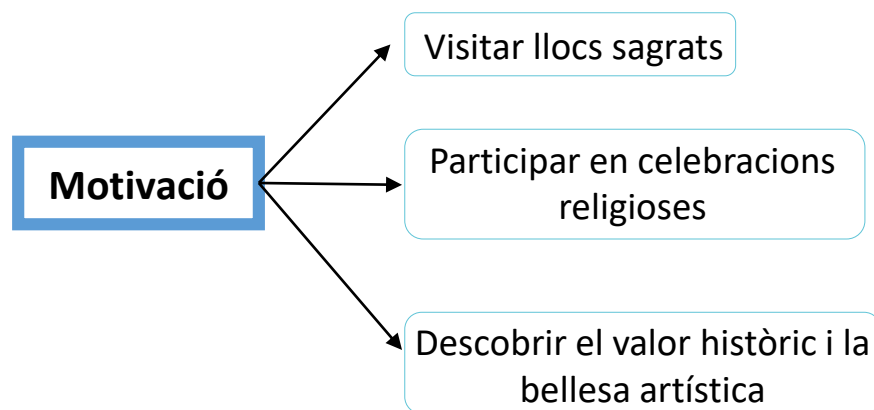
6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

Pel que fa al **perfil de turista religiós**, segons l'**Organització Mundial del Turisme** (OMT, 2015), hi ha al voltant de **330 milions** de turistes cada any, els quals els seus principals motius són d'àmbit religiós.



6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

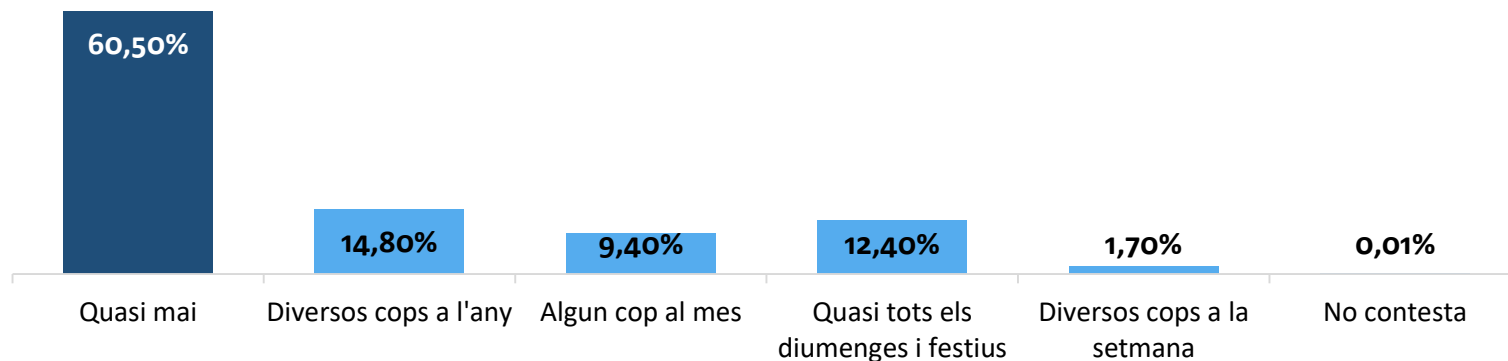
6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

Pel que fa als viatges realitzats per part dels **espanyols**, amb **motius religiosos**, s'estima que més d'un **10%** efectua desplaçaments als diferents emplaçaments de peregrinació. El que suposa, aproximadament, 17 milions de visitants l'any.

Quant a **Catalunya**, el destí més popular dins del **turisme religiós** és: Montserrat, el qual va acollir l'any 2013, un 51% de forasters de l'Estat espanyol, un 29% d'europes, i un 22% de la resta del món. Segons dades extretes de l'Institut d'Estudis Turístics (IET).

Assistència a oficis religiosos a Espanya (2016)



Font: Dades extretes de: Statista.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

Tipologies de visitants als Santuaris

Motivació religiosa	Motivació cultural	Motivació vinculada a la naturalesa	Motivació turística
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Celebracions litúrgiques ➤ Rés del rosari ➤ Rogatives ➤ Pregàries ➤ Cants de lloança 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Combinació d'ambient (cultura local i història) ➤ Presència de Patrimoni cultural (edificis, objectes, monuments artístics, escrits, tradicions orals del santuari, audiovisuals,...) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Com a conseqüència de la ubicació de molts dels santuaris, moltes vegades tenen un important component ecològic (paisatge cultural) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Els santuaris atrauen fluxos de visitants motivats per valors i interessos diferents, no només els visiten turistes amb motivacions religioses, doncs.

Font: Elaboració pròpia en base a dades extres de: Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR. Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. 2011.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

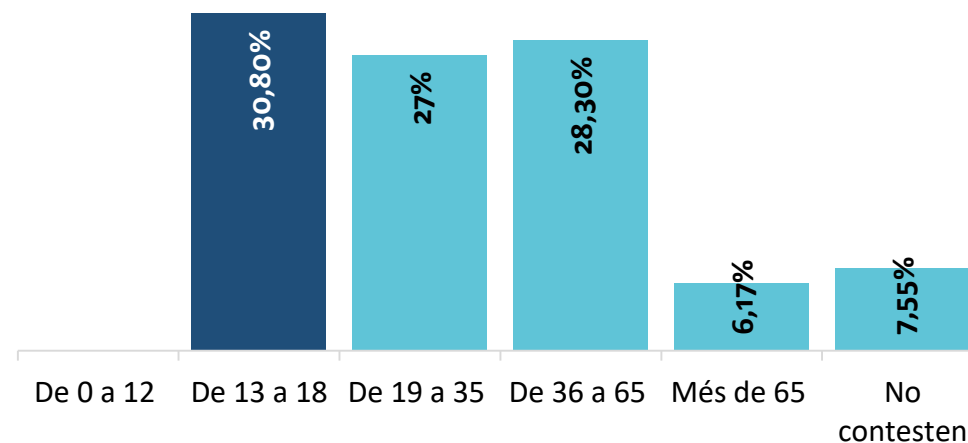
Per tal de concretar el **perfil de turista religiós**, ens hem centrat amb dades procedents del **Camí Ignasià** i del **Camino de Santiago**.

Referent al **Camí Ignasià**, és una recreació de la ruta duta a terme per **Sant Ignasi de Loiola**, el qual va partir des del País Basc fins a Montserrat i Manresa.

La ruta està formada per 650 km amb trams de tot tipus, fins a concloure a la ciutat de Manresa, on Ignasi hi va fer una estada d'onze mesos adquirint d'aquesta manera, una profunda il·luminació espiritual.

Quant a les **visites del camí segons l'edat**, en destaca la franja d'entre **13 a 18 anys**.

Visites del Camí Ignasià. Per edats (2015)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Oficina del Pelegrí del Camí Ignasià. Memòria 2015.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

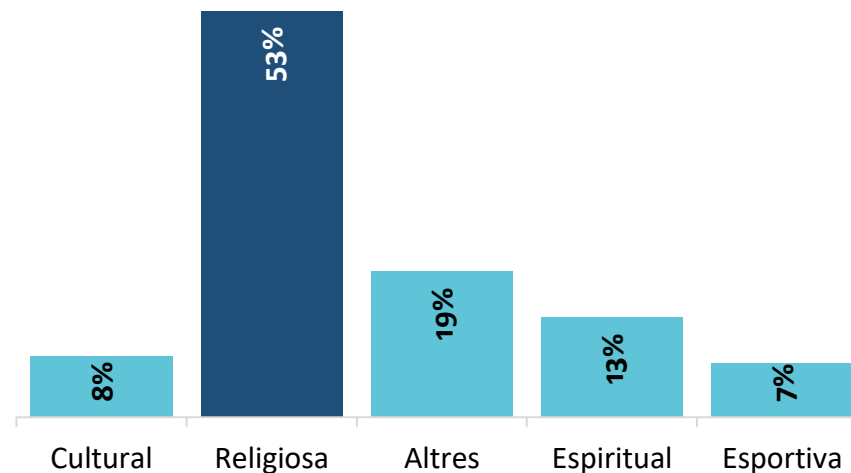
TURISME RELIGIÓS

Com es pot observar, la **motivació principal** a l'hora de realitzar el Camí Ignasià és la **religiosa**.

Cal destacar, però, que no tots els visitants que realitzen la ruta tenen motius religiosos, ja que la **Via Ignasiana** ofereix la possibilitat de **practicar exercicis espirituals** fent d'aquesta manera, que el visitant aprofundeixi en el seu jo interior.

Tanmateix, és important remarcar altres elements que influeixen en la motivació dels visitants, tals com la **cultura**, el **paisatge**, l'**esport** i l'**oci**.

Visites del Camí Ignasià. Per motivació (2015)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Oficina del Pelegrí del Camí Ignasià. Memòria 2015.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

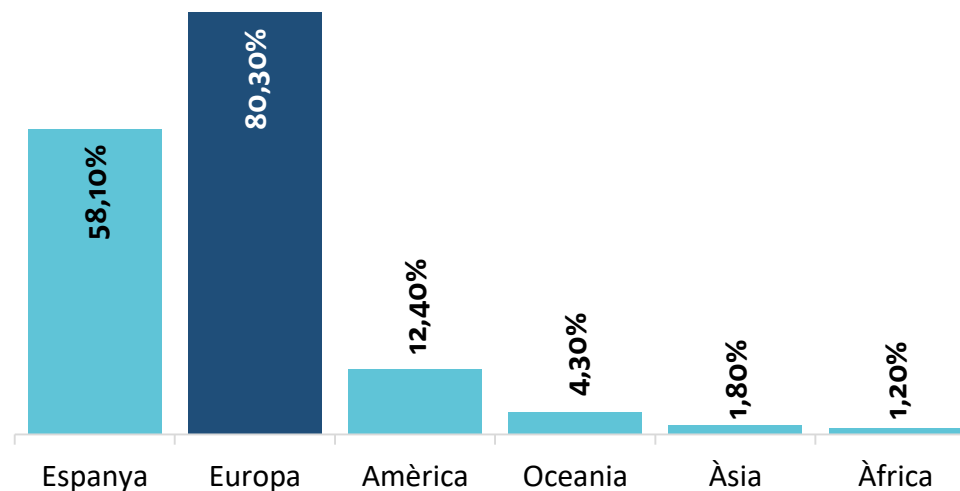
6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

S'observa que la gran majoria dels visitants que freqüenten la ruta són de **procedència europea**, per la qual cosa es torna a remarcar el fet que hi ha una clara **falta de projecció internacional**.

Visites del Camí Ignasià. Per procedència (2015)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de l'Oficina del Pelegrí del Camí Ignasià. Memòria 2015.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

Pel que fa al **Camino de Santiago**, ens trobem davant del **Primer Gran Itinerari Cultural** pel Consell d'Europa i **Patrimoni Mundial de la Humanitat** per la UNESCO.

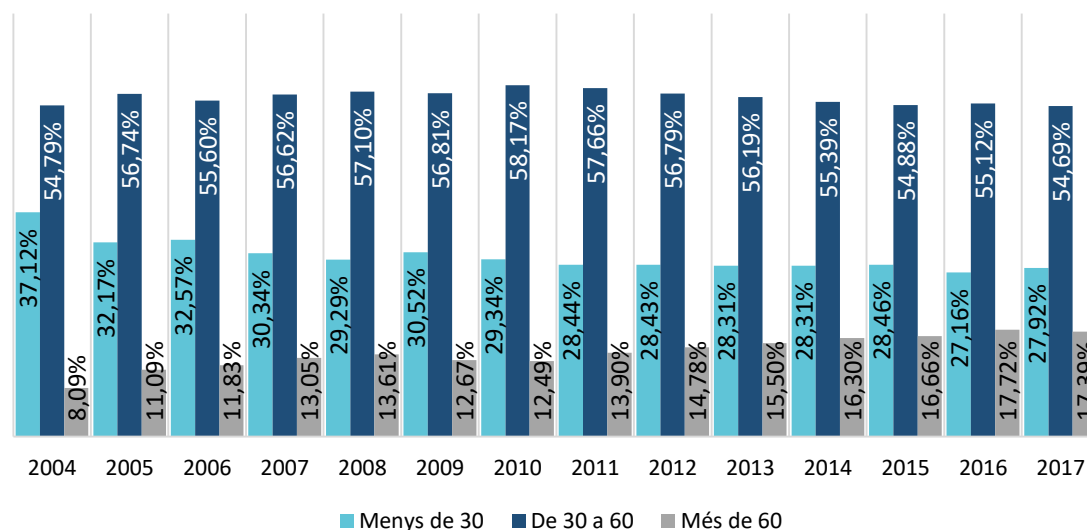
A Espanya existeixen 6 rutes principals de peregrinació fins a arribar a Santiago de Compostela.

El Camino de Santiago a part de tenir un **valor espiritual**, ja que una de les finalitats és la de connectar amb la fe, també des del punt de vista del seu patrimoni material i immaterial, és un dels **béns culturals més importants d'Espanya**.

Tanmateix, és una **ruta accessible** per a tot tipus de persones, ja tinguin baixos ingressos o bé tinguin motivacions religioses i turístiques.

Referent a la **franja d'edats** dels visitants que freqüenten el camí, s'observa que despenen les edats compreses entre els 30 i els 60 anys.

Visites al Camino de Santiago. Per edats (2004-2017)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de Camino de Santiago

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

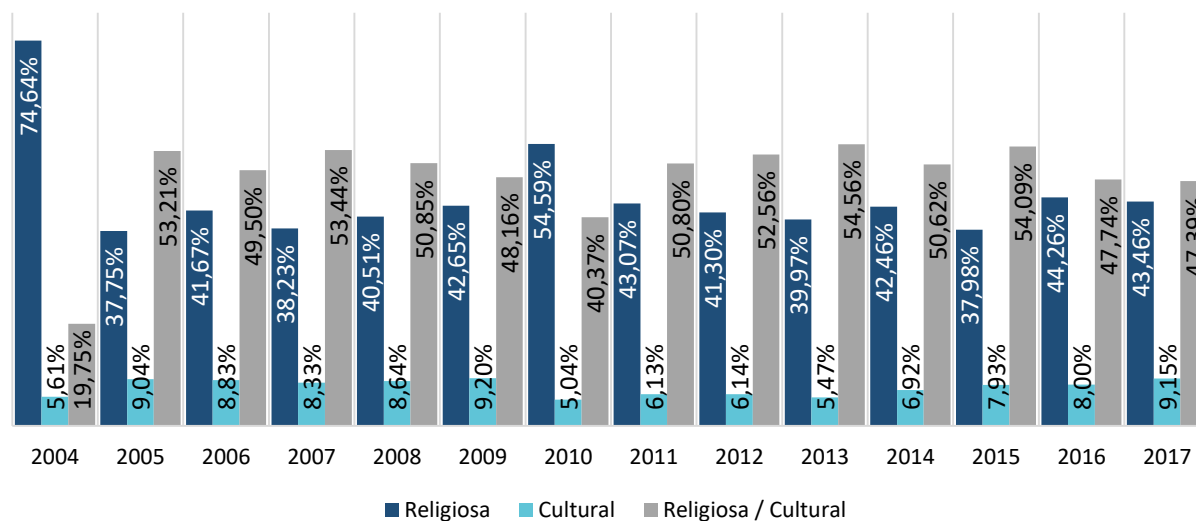
6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

Quant a la **motivació** de la realització del camí, s'observa igual que en el Camí de Sant Ignasi, la motivació principal és la **religiosa**. No obstant això, al llarg dels anys s'han anat incrementant les visites amb motivacions no només religioses sinó també **culturals**.

A Espanya, són nombrosos els esdeveniments i les activitats que giren al voltant del Camino de Santiago, tant de caràcter esportiu com cultural o científic.

Visites del Camino de Santiago. Per motivació (2004-2017)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de Camino de Santiago

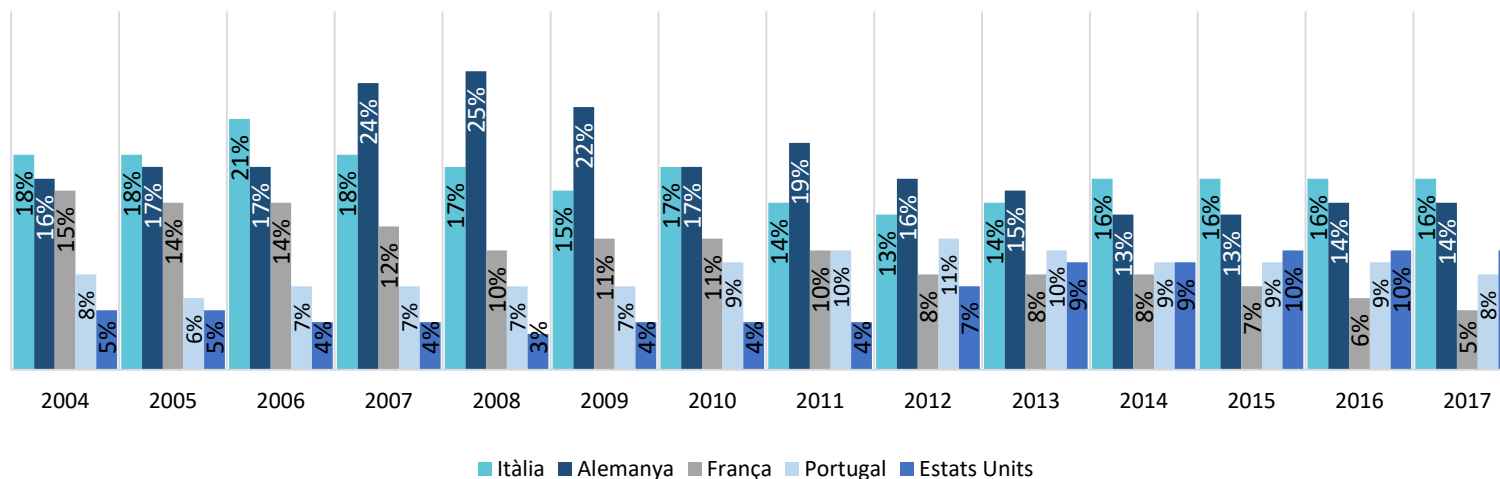
6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME RELIGIÓS

Visites del Camino de Santiago. Per procedència (2004-2017)



Referent a la **procedència dels visitants** que freqüenten el Camino de Santiago, despunten **Itàlia** i **Alemanya** en comparació amb la resta de països.

Ens tornem a trobar, doncs, que els principals visitants són d'origen europeu, quedant-se enrere aquells d'àmbit internacional.

La participació de la població és un dels aspectes clau en la conservació i la promoció dels diferents camins de Santiago, mitjançant associacions i programes de voluntariat.

Font: Elaboració pròpia en base a dades de Camino de Santiago

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

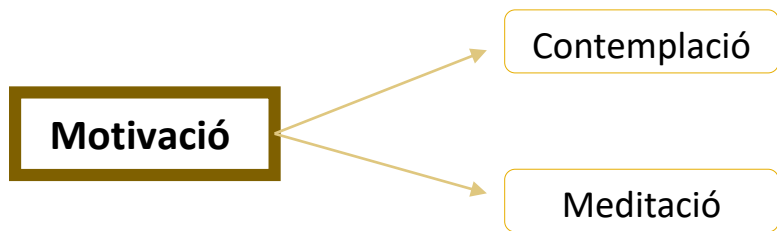
TURISME ESPIRITUAL

Pel que fa al **turisme espiritual**, avui dia encara no s'ha establert una definició clara del què tracta aquesta tipologia de turisme, per tant ens trobem amb l'absència de dades estadístiques.

Tanmateix, s'observa que no hi ha una clara diferenciació entre el denominat **turisme espiritual** i el **turisme religiós**.

Així doncs, per tal de fer una anàlisi el més minuciosa possible sobre el perfil del turista espiritual, ens hem bastat amb la informació pertinent d'articles que tracten aquest àmbit.

A grans trets, es pot dir que el turisme espiritual té com a **finalitat** la de **trobar-se a un mateix**. A partir d'això, hi ha tot un ventall d'activitats tals com la meditació o el ioga, entre d'altres, les quals poden arribar a conduir a aquest objectiu.



Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes de: Turismo espiritual: entre la religión y la salud, David Mora. Hosteltur. 2011

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME CULTURAL

El **perfil del turista cultural** té un seguit de característiques que el diferencien de la resta de perfils.

Per tal de poder fer una aproximació més minuciosa a l'hora de **crear nous productes turístics**, és necessari primer conèixer els factors que condicionen aquest tipus de perfil.



Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes de: *Smith, M. K. (2003): Issues in Cultural Tourism Studies, Londres: Routledge.*

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

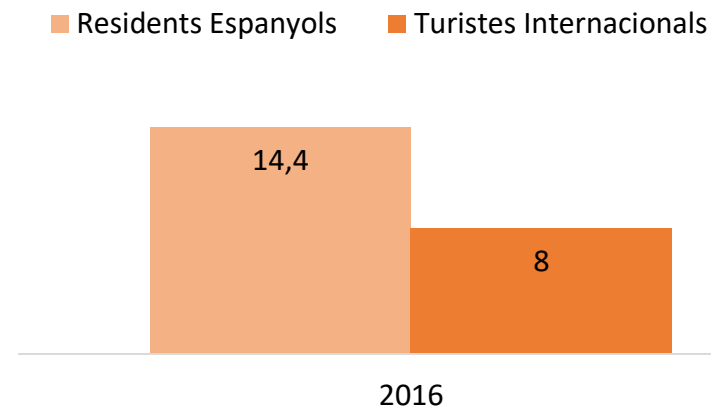
6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME CULTURAL

Per tal d'analitzar el **perfil de turista cultural**, primer ens hem bastat amb dades pertinents a **Espanya**, per després centrar-nos en **Catalunya**.

Així doncs, s'observa que hi ha un nombre més elevat de residents espanyols que viatgen per motius culturals respecte al nombre de turistes internacionals. D'altra banda, cal destacar que les despeses generades per part del viatger internacional són molt més elevades que les del resident.

Viatges en milions, dels residents espanyols i entrades dels turistes internacionals realitzades amb motius culturals (2016)



Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes del: Anuario de Estadísticas Culturales 2017. Ministerio de educación, cultura y deporte.

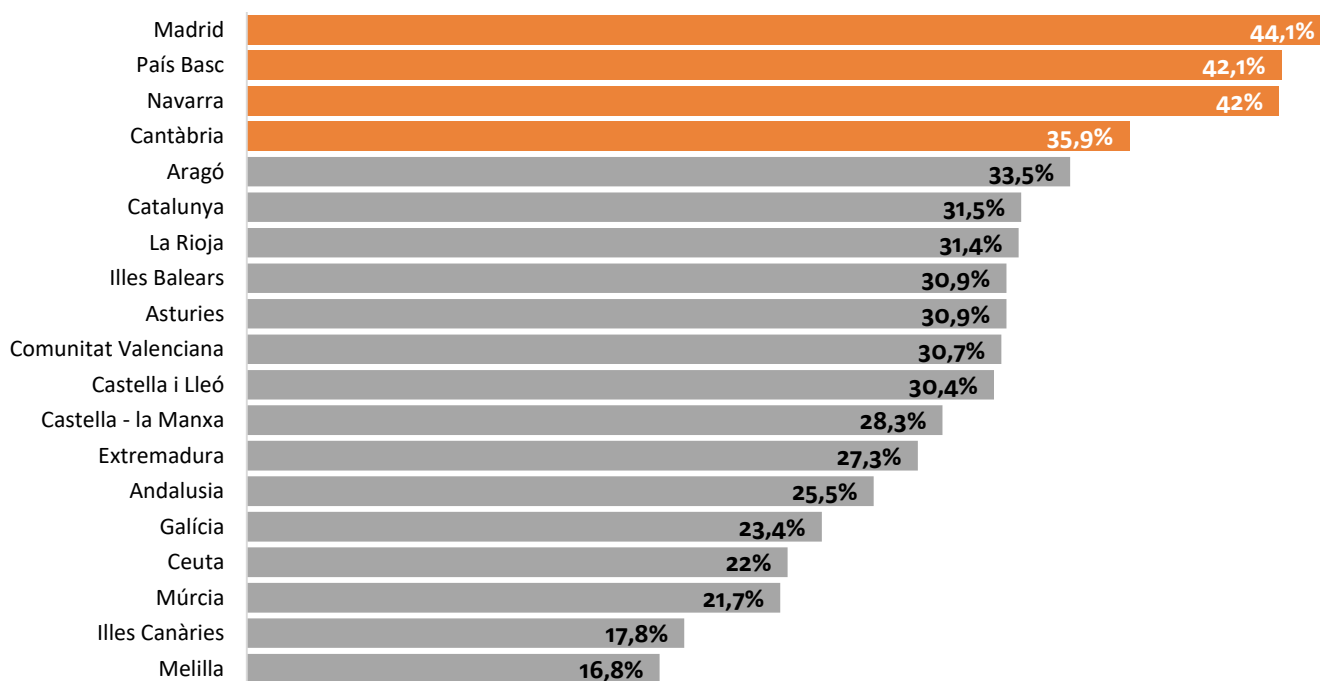
6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME CULTURAL

Viatges dels residents espanyols realitzats amb motius culturals segons comunitat autònoma d'origen (2016)



S'observa que els **residents espanyols** que han realitzat més viatges amb **motius culturals**, l'any 2016, procedeixen de **Madrid**, amb **44,1%**, seguit del **País Basc (42,1%)** i **Navarra (42%)**.

Tanmateix, **Catalunya** se situa amb un **31,5%** de residents que viatgen amb una motivació cultural.

Cal destacar, un augment del 6%, dels viatges realitzats amb motius culturals respecte a l'any 2015, en la comunitat autònoma de Castella – la Manxa.

Tanmateix, pel que fa a Ceuta, s'ha observat un descens del 6% dels viatges realitzats respecte a l'any 2015.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

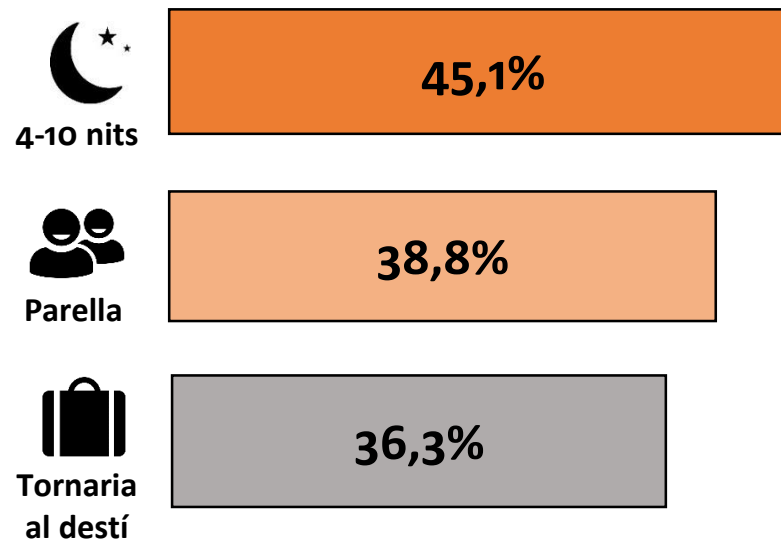
TURISME CULTURAL

Pel que fa al **perfil de turista cultural a Catalunya**, les dades obtingudes per part de l'Agència Catalana de Turisme, ens exposen que la valoració de l'estada a Catalunya per part dels turistes amb **motivacions culturals**, és molt positiva, puntuant-la amb un 9,1 sobre 10.

Aquest fet fa que un **69,9%** recomani firmament Catalunya com a destinació.

En conseqüència, s'observa que un **39,5%** considera que a Catalunya es pot fer **turisme cultural**, comparant-la amb altres destinacions.

Estada, perfil i fidelitat dels turistes que realitzen activitats culturals a Catalunya (2015)



Font: Dades extretes de l'Agència Catalana de Turisme. Perfil de turista cultural, enquesta de marca 2015.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

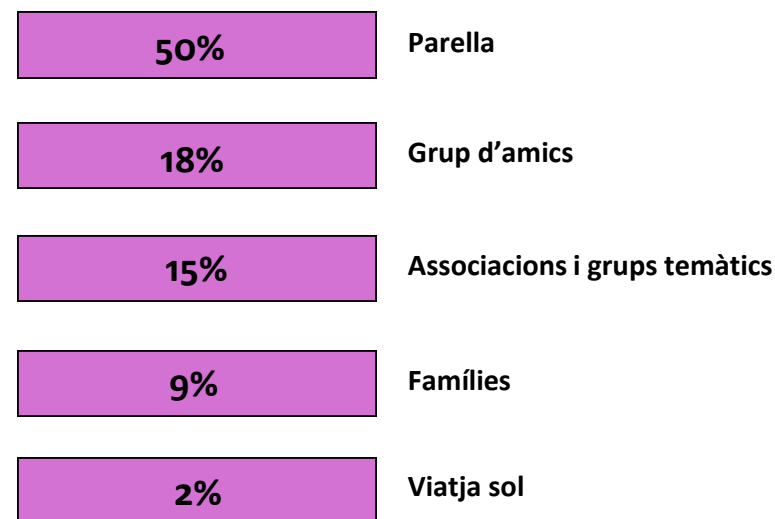
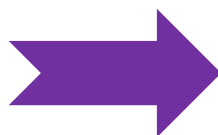
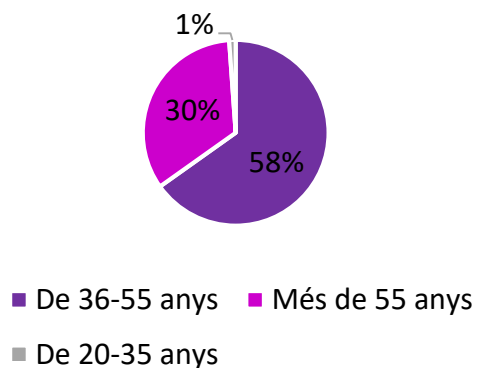
6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

TURISME GASTRONÒMIC

Les dades extretes per a la realització del **perfil del turista gastronòmic**, són en base a l'informe *Food Tourism*, elaborat l'any 2014. Dins d'aquest informe es va recollir l'opinió de 389 professionals del sector turístic de 5 països europeus: **Espanya**, França, Alemanya, Itàlia i Regne Unit.

Característiques del viatger gastronòmic (2014)



Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes de l'informe: Food Tourism, 2014.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

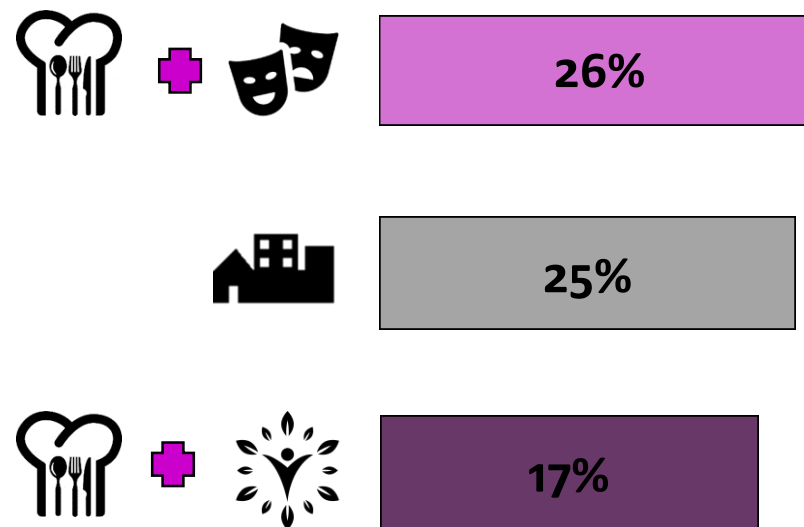
TURISME GASTRONÒMIC

Pel que fa a les **principals motivacions** del turista gastronòmic, s'observa que la majoria opten per combinar la **gastronomia junt amb itineraris culturals**, així com un 25% té interès en **conèixer el destí i els seus voltants**, i un 17% opta per a la combinació d'una **experiència gastronòmica junt amb una de benestar**.

Referent a les **activitats** dutes a terme pels viatgers, es centrarien en:

- Visitar granges i mercats de productes locals (29%)
- Comprar productes locals (26%)
- Esdeveniments relacionats amb la gastronomia i el vi (20%)

Motivacions del viatge gastronòmic (2014)



Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes de l'informe: Food Tourism, 2014.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

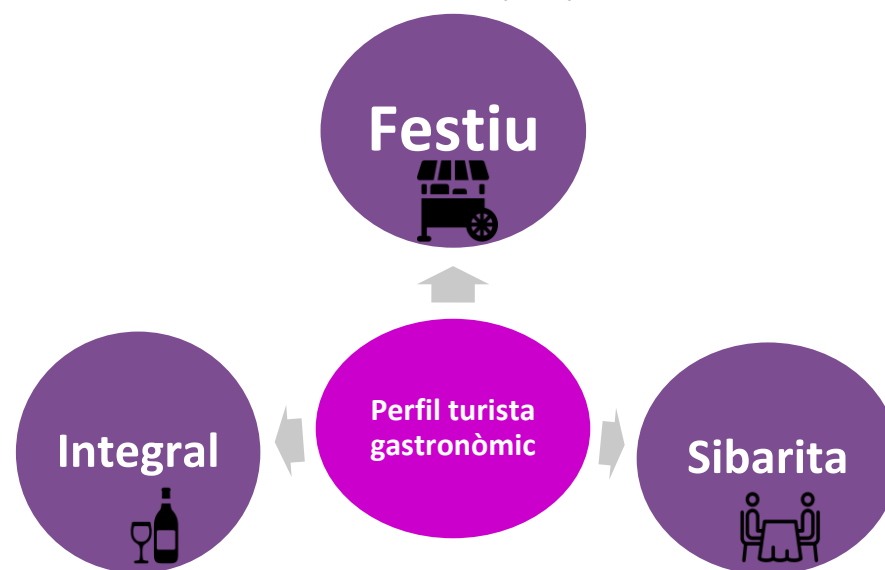
TURISME GASTRONÒMIC

A partir de les dades obtingudes de l'informe del **perfil de turista gastronòmic a la demarcació de Barcelona**, elaborat l'any 2017, s'han pogut identificar **cinc perfils** gastronòmics, dels quals tres són els més rellevants: el festiu, el sibarita, i l'integral.

Pel que fa als altres dos, estariem parlant del **turista gastronòmic oportunista**, el qual la seva motivació no és la gastronomia però si la té en compte a l'hora d'escollir una destinació, i **l'accidental**, el qual no considera que la gastronomia sigui un factor important del viatge.

En el cas del **perfil de turista de Manresa**, podríem dir que el perfil del turista gastronòmic integral seria el més apropiat a l'hora d'enfocar els nous productes a un perfil de turista en concret, ja que es tracta d'un tipus de turista que li interessa combinar l'experiència gastronòmica amb l'enoturística.

Principals perfils del turista gastronòmic a la demarcació de Barcelona (2017)



Font: Elaboració pròpia en base a dades extretes del Perfil del turista gastronòmic a la demarcació de Barcelona, 2017. Diputació de Barcelona.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

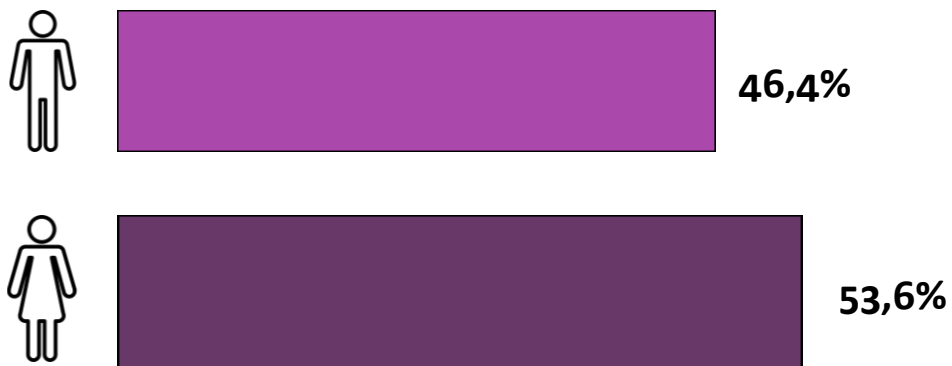
6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

ENOTURISME

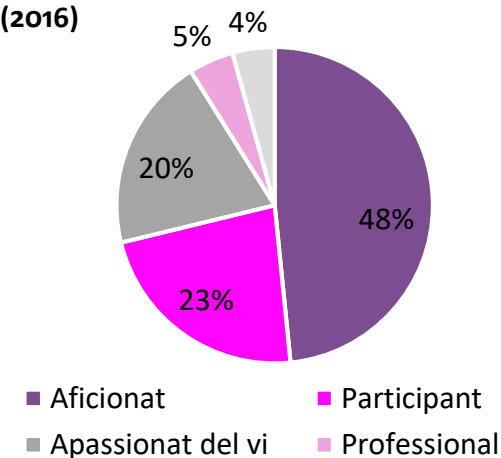
Per tal d'analitzar el **perfil del turista enoturístic** a Espanya, ens basarem amb les dades de l'any 2016, obtingudes a partir de les **Rutes del Vi**. Per tant, s'observa que la **franja d'edat** predominant d'aquest perfil de turista és d'entre **46 i 65 anys**, essent el gènere femení el predominant. Pel que fa al nivell de **coneixement** d'aquest àmbit, s'observa que un alt percentatge dels turistes interessats en el món del vi, són mers aficionats mentre que només un **5%** d'aquests són **professionals**.

Característiques dels visitants de les Rutes del Vi (2016)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de ACEVIN, 2016.

Nivell de coneixement del món del Vi (2016)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de ACEVIN, 2016.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

ENOTURISME

S'observa que un **alt percentatge dels visitants** de la ruta se centra en la **gastronomia** del destí per a practicar l'**enoturisme**, mentre que un **37,6%** dels visitants tenen com a motiu principal el vi. Respecte a les característiques del viatge, en destaquen els **viatges en parella** amb més d'un **50%**.

Motivacions de la Ruta (2016)



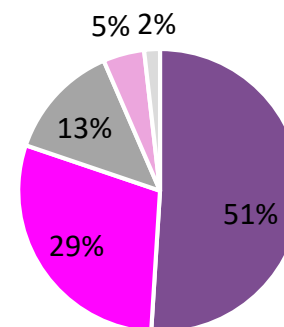
49,7%



37,6%

Font: Elaboració pròpia en base a dades de ACEVIN, 2016.

Característiques del Viatge (2016)



- Parella
- Grup d'Amics
- Família
- Grup Organitzat
- Sol

Font: Elaboració pròpia en base a dades de ACEVIN, 2016.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

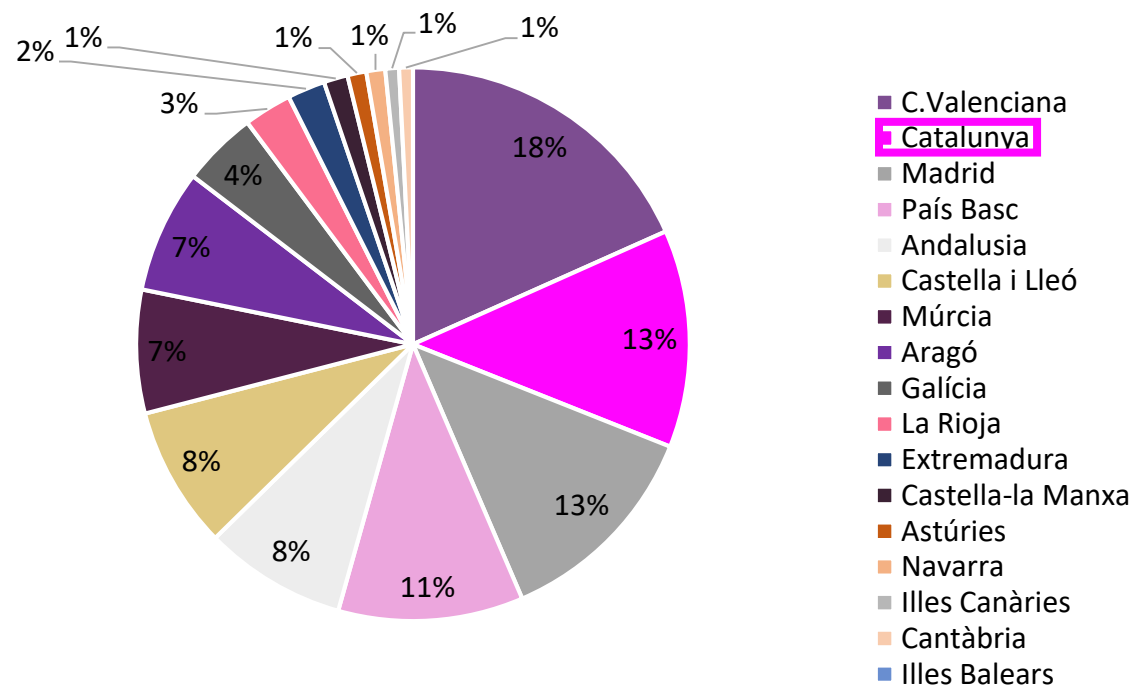
6.2. Tendències del mercat

6.2.1. Per tipologies de turisme

ENOTURISME

Respecte a la **procedència** dels visitants de les Rutes del Vi, s'observa que un **18%** dels visitants provenen de **València**, seguit de **Catalunya** i **Madrid** amb un **13%**.

Visitants de les Rutes del Vi segons comunitat autònoma d'origen (2016)



Font: Elaboració pròpia en base a dades de Statista.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

CONCLUSIONS

- Un cop analitzades les dades de la demanda actual a la ciutat de Manresa, i analitzats els diferents perfils de turistes potencials, s'observa que hi ha un **interès creixent** en els següents punts:
 - **Santuari de la Cova**
 - **Ruta Ignasiana**
 - **Carrer del Balç**
 - **Senderisme**
 - **Modernisme**
 - **Visites guiades**
 - **O Pla del Bages**
- Un dels principals factors que influeix en la presa de decisions dels turistes, són les **pàgines web d'opinió i les xarxes socials**, així com **l'oficina de Turisme**, deixant en un segon pla altres fonts d'informació com serien les agències de viatges o les guies.
- D'altra banda, la majoria dels **visitants al Bages són excursionistes**, és a dir, que no pernocten al territori, i els que ho fan, principalment es queden una o dues nits. Tanmateix, cal destacar el fet que la gran majoria dels visitants són espanyols, per tant cal posar **èmfasi en la projecció internacional**.

6. ANÀLISI DEL MERCAT

6.2. Tendències del mercat

6.2.2. Per mercats emissors

Per tal de poder orientar l'estratègia de productes i mercats s'han elaborat fitxes dels principals països emissors actuals i potencials. Les fitxes inclouen informació relativa a la **dimensió de cadascun dels mercats** i a les seves **característiques principals a l'hora de viatjar**; la **dimensió actual dels viatges amb destinació Catalunya i Barcelona**; les **característiques dels viatgers a l'hora de visitar Catalunya**; i les **preferències de viatge** dels diferents països emissors quan viatgen a Catalunya

Les fitxes s'han elaborat recollint dades de diferents fonts secundàries:

- **Barcelona Turisme**, dades relatives al volum de visitants i estada mitjana a la ciutat de Barcelona
- **IDESCAT**, Informació relativa al volum de visitants de Catalunya segons la procedència
- **Agència Catalana de Turisme**, Informació relativa a les característiques i a la manera de viatjar de cadascun dels mercats emissors
- **INE**, Informació relativa al volum de visitants de Catalunya segons la procedència
- **EUROSTAT**, Dades relatives a les característiques i volum de cadascun dels mercats

A continuació es mostren les fitxes elaborades per cadascun dels següents mercats emissors:

- Alemanya
- Espanya
- Estats Units
- França
- Itàlia
- Països Baixos
- Portugal
- Regne Unit

ALEMANYA

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017)	82.800.000	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	1.683.600 viatgers 91,4% turistes / 8,6% excursionistes
PIB per càpita (2017)	35.300€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	8,6 dies
Població viatgera, viatges personals (2016)	62.439.480 (75,41%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	539.462 viatgers
Dies de vacances	24 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	2,47 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2016)	469,76€ (transport: 169,81€; restaurants i cafès: n.d; allotjament: 197,4€; altres productes i serveis: 126,42€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	694€ 144 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya (2016)	47% Cotxe // 39% Avió 6% Autocar // 5% Tren
Canals de compra utilitzats (2016)	32% Agència de viatges 27% Reserva directa en l'establiment 15% Reserva en l'empresa de transports 18% Portals d'Internet 6% Operadors turístics	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2016)	46% Hotels 26% Habitatges de lloguer 12% Cases d'amics o familiars 6% Pensió 6% Càmping
Principals operadors turístics	TUI, Olimar, Berge und Meer, Schauinsland, Alltours, JT Touristik, GetYourGuide, Dertiy, FTI	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya)	n.d.
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	n.d.		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	57% Vacances de descans // 32% Vacances actives Motivacions per viatjar: 65,5% Sortir de la rutina diària, 60,5% Recuperar energies i desconnectar, 52,5% Tenir temps l'un per l'altre, 49% Cuidar-se a un mateix, 39,5% Diversificar i viure noves experiències		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	32% Turisme d'activitats i experiències , sobretot senderisme i cicloturisme		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

ESPAÑA			
CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017 p)	46.528.966	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	5.178.300 viatgers
PIB per càpita (2016 p)	23.800€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	5,6 dies
Població viatgera, viatges personals (2016)	30.583.489 (65,73%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	1.906.222 viatgers
Dies de vacances	22 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	1,52 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2016)	247,73€ (transport: 68,16€; restaurants i cafès: 60,19€; allotjament: 64,12€; altres productes i serveis: 58,6€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	359€
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya (2016)	52,28% Cotxe // 21,31% Tren // 20,46% Avió
Canals de compra utilitzats	43% Web de comparador de preus 36% Agències de viatges online 25% Agències de viatges físiques 16% Web col·lectiva 4% Web de la companyia aèria	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2016)	45,7% Hotels o similars 42,5% Habitatges d'amics o familiars 6,8% Habitatge llogat
Principals operadors turístics	Odigeo, eDreams, Lastminute, Logitravel, Atrápalo, Destinia	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya, 2016)	8,6% viatja amb paquet turístic
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	n.d.		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	51,1% Oci, lleure i vacances // 28,4% Visita a amics i familiars // 17% Feina i negocis		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	24,4% Descans i platja // 9,8% Turisme cultural // 9,3% Altres tipus d'oci // 2,7% Pràctica esportiva		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

ESTATS UNITS

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2016)	323.100.000	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	1.066.400 viatgers 81% turistes / 19% excursionistes
PIB per càpita (2016)	46.678€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	n.d.
Població viatgera, viatges personals (2015)	135.702.000 (42%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	762.635 viatgers
Dies de vacances	10 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	2,14 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2016)	274€/dia per persona	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	2.055€ 165 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya	Avió
Canals de compra utilitzats per transport aeri (2015)	39% Directament amb el proveïdor 31% Servei de reserva online 19% Agències de viatges 9% Departament de viatges de l'empresa 7% Operador turístic / club de viatges	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2015)	n.d.
Principals operadors turístics	Expedia, Priceline Group, Global Business Travel, BCD Travel, Carlston Wagonlit Travel	Compra de paquets turístics (viatges transoceànics, 2016)	13% viatja amb paquet turístic
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)			
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	55% Creuers // 44% Viatges a ciutats // 21% Vacances actiu i esports // 16% Vacances en club // 13% Viatge de motxilla		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	88,1% Visites turístiques // 81% Compres // 60,7% Visites a indrets històrics // 57,2% Visites a pobles i entorns rurals // 58,1% Visites a galeries d'art i museus // 45,3% Menjar en bons restaurants		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

FRANÇA

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017 p)	67.024.459	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	11.267.000 viatgers 40,6% turistes / 59,4% excursionistes
PIB per càpita (2016 p)	31.700€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya	n.d.
Població viatgera, viatges personals (2016)	49.001.582 (73,11%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotelier, 2016)	760.211 viatgers
Dies de vacances	30 dies	Estada mitjana en allotjament hotelier viatges amb destinació Barcelona (2016)	1,99 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2016)	363,13€ (transport: 98,4€; restaurants i cafès: 65,04€; allotjament: 102,54€; altres productes i serveis: 119,04€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	521€ 80 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya (2015)	72,1% Cotxe // 20,4% Avió // 7,5% Altres
Canals de compra utilitzats (2016)	33,7% Canals online 48,8% Canals offline	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2016)	50,3% Hotels o similars 27,4% Habitatge gratuït 12,1% Habitatge llogat 10,2% Altres
Principals operadors turístics (2015)	Fram, TUI, Thalasso nº1, Transat France, Verdié Voyages	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya, 2015)	2,7% viatja amb paquet turístic
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	42,6% Parella // 21,3% Família amb fills // 10,7% Amics // 19,1% Sol 2,2% Família sense fills // 1,5% Treball o estudis // 1,6% Família i amics		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	65,6% Cultural // 23,5% Gastronòmica // 17,8% Visites familiars // 12,5% Diversió // 8,8% Pràctiques esportives // 5,6% Balnearis // 5,9% Parcs temàtics // 3,3% Espectacles esportius // 1,6% Casinos // 16,5% Altres		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	66,6% Activitats culturals // 23,5% Gastronomia // 17,5% Visites familiars		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

ITÀLIA			
CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017)	60.589.445	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	1.518.800 viatgers 78,3% turistes / 21,7% excursionistes
PIB per càpita (2016)	25.900€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	n.d.
Població viatgera, viatges personals (2016)	25.374.859 (41,88%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	578.241 viatgers
Dies de vacances	26 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	2,30 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2016)	363,3€ (transport: 101,61€; restaurants i cafès: n.d.; allotjament: 134,43€; altres productes i serveis: 128,34€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	643€ 107 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya (2015)	78,1% Avió 13,5% Vaixell o altres 8,4% Cotxe
Canals de compra utilitzats (2016)	47% sense reserva 34% reserva online 11,2% reserva offline	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2016)	70,3% Hotels o similars 13,4% Habitatge amics/familiars 12,6% Habitatge llogat
Principals operadors turístics (2016)	Costa Crociere, Alpitour, Eden Viaggi, Veratour, Hotelplan, Settemari	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya, 2015)	21,4% viatja amb paquet turístic
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	34% Parella // 23,5% Sol // 20,6% Amics // 11% Família amb fills // 6,6% Treball o estudis 2,8% Família sense fills // 1,5% Família i amics		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	62,8% Escapades de ciutat i itineraris // 43,3% Sol i platja // 23,8% Naturalesa i aventura		
Activitats preferides a Catalunya (2015)	73% Activitats culturals // 20,5% Activitats d'oci // 12,5% Gastronomia		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

PAÏSOS BAIXOS

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017)	17.081.507	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	776.800 viatgers 94,9% turistes / 5,1% excursionistes
PIB per càpita (2017 p)	40.500	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	9 dies
Població viatgera, viatges personals (2016)	14.567.109 (85,28%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	211.180 viatgers
Dies de vacances	20 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	2,20 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2016)	376,54€ (transport: 114,82€; restaurants i cafès: 58,7€; allotjament: 146,02€; altres productes i serveis: 66,47€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	1.026€ 123 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya (2016)	69,3% Avió 26,8% Cotxe 3,9% Altres
Canals de compra utilitzats	23% Operadors turístics 52% Altres empreses turístiques 25% Reserves directes al proveïdor	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2016)	51,6% Hotels o similars 18% Altres 15,4% Habitatge amics o familiars 15% Habitatge llogat
Principals operadors turístics	TUI, Thomas Cook, Sundio Group, Corendon, ANWB	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya)	15% viatja amb paquet turístic
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	37,3% Parella // 24% Família amb fills // 20,6% Sol // 10,5% Amics 4% Treball o estudis // 2,3% Família sense fills // 1,3% Família i amics		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	57% Sol i platja // 14% Escapades a ciutats // 5% Turisme actiu i naturalesa		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	Sol i platja // Cultura // Naturalesa i esports		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

PORTUGAL

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017)	10.309.573	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	246.300 viatgers 87,6% turistes / 12,4% excursionistes
PIB per càpita (2016 p)	16.900€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	2,15 nits
Població viatgera, viatges personals (2016)	2.640.281 (25,61%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	107.766 viatgers
Dies de vacances	22 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	1,92 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2015)	161,6€ (transport: 38,05€; restaurants i cafès: 49,53€; allotjament: 38,44€; altres productes i serveis: 38,78€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2016)	596€ 139 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya	n.d.
Canals de compra utilitzats	n.d.	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya	n.d.
Principals operadors turístics	n.d.	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya)	n.d.
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	n.d.		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	n.d.		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	n.d.		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

REGNE UNIT

CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL MERCAT		VIATGES AMB DESTINACIÓ CATALUNYA I BARCELONA	
Població (2017)	65.808.573	Viatgers amb destinació Catalunya (2016)	2.249.100 viatgers 91,6% turistes / 8,4% excursionistes
PIB per càpita (2016)	31.700€	Estada mitjana viatges amb destinació Catalunya (2016)	6,5 dies
Població viatgera, viatges personals (2016)	42.170.133 (64,08%)	Viatgers amb destinació Barcelona (Allotjament hotel·ler, 2016)	812.726 viatgers
Dies de vacances	28 dies	Estada mitjana en allotjament hotel·ler viatges amb destinació Barcelona (2016)	2,28 nits
Despesa mitja per viatge i persona (2013)	383,99 € (transport: 130,02€; restaurants i cafès: 34,64€; allotjament: 182,95€; altres productes i serveis: 72,45€)	Despesa mitja per persona en viatges a Catalunya (2017 p)	747€ 149 €/dia
		Mitjans de transport utilitzats per arribar a Catalunya (2016)	93,8% Avió 3,7% Cotxe 2,5% Altres
Canals de compra utilitzats	65% Canals online	Tipologia d'allotjament utilitzat als viatges amb destinació Catalunya (2016)	72,1% Hotels o similars 12,6% Habitatge llogat 10% Habitatge propi o d'amics
Principals operadors turístics	TUI, Thomas Cook, Jet2holidays, On The Beach Ltd, British Airways Holidays Ltd, First Aviation Ltd	Compra de paquets turístics (Destinació Catalunya)	37,5% viatja amb paquet turístic
PREFERÈNCIES DE VIATGE (DESTINACIÓ CATALUNYA)			
Amb qui viatja a Catalunya (2016)	37,5% Parella // 25% Sol // 14,8% Amics // 13,1% Família amb fills // 11% Família i amics 4,6% Família sense fills // 3,7% Treball o estudis		
Motivacions de viatge a Catalunya (2016)	50% Sol i platja // 40% Escapades de ciutat // 39% Viatges amb família // 23% Turisme rural 22% Turisme cultural // 8% Turisme actiu		
Activitats preferides a Catalunya (2016)	42% Escapades a ciutats // 38% Sol i platja // 10% Llacs i muntanyes // 8% Viatges a esdeveniments musicals		

Fonts: Barcelona Turisme, IDESCAT, ACT, INE, EUROSTAT

7 DIAGNÒSTIC

7. DIAGNÒSTIC

D'acord amb els resultats obtinguts a la fase d'anàlisi, s'ha elaborat un diagnòstic de la situació turística actual del municipi de Manresa. Així doncs, el diagnòstic inclou elements de gestió, d'oferta actual, de la demanda, la comercialització, la promoció i elements relacionats amb l'àmbit territorial.

Amb l'objectiu d'elaborar un diagnòstic amb una visió holística, s'ha inclòs una visió tant interna com externa de la situació actual. Els resultats obtinguts en els diferents apartats del diagnòstic són, en part, en base a la informació proporcionada a través de les entrevistes dutes a terme a diferents agents turístics, els quals formen part del municipi.

La metodologia emprada per a l'elaboració d'aquest diagnòstic és la següent:

- **Debilitats:** Són aquelles característiques internes de la destinació que fan que estigui en una situació de desavantatge respecte a la resta de municipis.
- **Amenaces:** Són les característiques de l'entorn exterior que fan situar a la destinació en una posició de desavantatge.
- **Fortaleses:** Són les característiques internes de la destinació que fan que guanyi un avantatge competitiu.
- **Oportunitats:** En aquest cas, són els avantatges que obté la destinació a causa de factors externs a aquesta.

A continuació es mostra de forma esquemàtica el diagnòstic elaborat i posteriorment es detallen cadascun dels quatre apartats.

7. DIAGNÒSTIC

DEBILITATS

- Algunes zones del centre es troben en procés d'embelliment, com la façana de la ciutat
- Manca de senyalització fora del centre històric
- Manca de places d'aparcament gratuïts al centre i dificultats de la mobilitat al centre
- Els recursos turístics ubicats fora del centre històric són de difícil accés si no vas amb vehicle propi
- Poca sensibilització dels habitants del municipi amb el fet turístic
- Poc volum d'empreses dedicades al sector turístic, especialment d'allotjament
- Falta de projecció internacional de la destinació
- Manca d'oferir alguns dels serveis turístics en diferents idiomes
- El turisme espiritual està enfocat en gran mesura només a la vista de la Cova
- Poca flexibilitat horària dels productes que es ofereixen, escassa coordinació horària i dates respecte a les diferents iniciatives que es desenvolupen al municipi (activitats)
- Pressupost no gaire elevat destinat al turisme (promoció i comunicació)
- Comunicació entre el sector públic i privat sense plataformes que permetin una major col·laboració efectiva
- Falta de distribució de la informació entre agents del sector i sectors complementaris

7. DIAGNÒSTIC

AMENACES

- No aconseguir despertar l'interès dels turistes de Barcelona a visitar Manresa
- Les comarques veïnes també estan treballant per a captar més visitants
- L'augment de visitants es produeix tan sols a certs punts turístics i pot generar problemes de mobilitat a la destinació
- No aprofitar el esforç que s'ha fet en preparar la destinació a causa de escassos recursos dedicats a promoció i comercialització
- No atraure més inversió i més empreses que treballin al sector turístic per consolidar Manresa com a destinació
- No aconseguir crear productes de de més valor afegit amb un preu que incentivi la seva intermediació
- Que continuï escàs interès per part de la població i altres serveis complementaris en el fet turístics

7. DIAGNÒSTIC

FORTALESES

- Ubicació del municipi molt cèntrica a Catalunya a prop de grans nuclis de població i destinacions turístiques
- Accessibilitat força bona
- Important conjunt de valors patrimonials: culturals i històrics, naturals i ecològics
- Disposa de 5 recursos estrella amb alta capacitat d'atracció de visitants
- Augment progressiu els últims anys en el nombre de visites als recursos turístics actuals
- Existència de productes turístics estructurats i gestionats per diferents agents públics i privats
- Els recursos que conformen el producte cultural - religió ubicats al centre, tenen un fàcil accés a peu
- Aposta per part del municipi per desenvolupar el turisme com a un nou sector econòmic de la població
- Disposar de plans estratègics que serveixen de full de ruta a llarg termini
- Estructura de gestió turística i cultural de la destinació consolidada i bé organitzada
- Molt bona relació actual entre el sector públic i el sector privat
- La destinació (les empreses) està invertint en augmentar la capacitat d'allotjament

7. DIAGNÒSTIC

OPORTUNITATS

- Aprofitar l'aposta del que és públic i privat pel sector turístic per créixer en aquest sector econòmic
- Seguir amb l'embelliment de la ciutat i amb les millores en la mobilitat a la ciutat
- Aprofitar la figura de Sant Ignasi com a personatge històric, no només religiós, per ampliar el públic objectiu
- Manresa 2022
- Aprofitar la proximitat amb Montserrat i Cardona, treballar conjuntament amb la comarca i comarques veïnes (Paisatges de Barcelona)
- Augment en l'ocupació hotelera i del turisme rural a la comarca del Bages
- França pot ser un mercat important pel que fa a la projecció internacional per la proximitat a Catalunya
- Augment de la demanda per a paquets turístics formats amb elements de diferents tipus de turisme
- Posar èmfasi en la promoció i comunicació dels productes existents
- Continuar amb la posada en valor dels productes singulars que posseeix el municipi (Anella Verda, enoturisme, Sant Ignasi, modernisme,...)
- Treballar amb el sector turístic receptor de Barcelona
- Aprofitar les plataformes públiques supramunicipals de promoció turística (Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme,...)
- Potenciar des de les botigues les visites als diferents punts turístics.
- Augment en l'interès general del públic objectiu en el senderisme i el ciclisme
- Incrementar l'organització d'esdeveniments a Manresa, als seus recursos i als voltants
- Aprofitar la basílica de Santa Maria del Mar a Barcelona

8 MARC ESTRATÈGIC

8. MARC ESTRATÈGIC

8.1. Objectius estratègics: objectius genèrics

Dins el marc del model turístic es plantegen deu **objectius genèrics**:



01

Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística



02

Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada



03

Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori



04

Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis



05

Potenciar la creació i l'enfortiment de les empreses i les activitats turístiques al municipi



06

Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi



07

Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional



08

Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal



09

Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding



10

Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

8. MARC ESTRATÈGIC

8.1. Objectius estratègics: objectius específics

A banda dels objectius de caràcter genèric, s'enumeren a continuació els **objectius específics** que s'haurien d'assolir mitjançant la implementació del Pla de Comercialització.

- 01** **Potenciar les relacions entre les diferents administracions i entitats, dedicades al sector turístic**, de la resta de municipis del Bages, de Barcelona ciutat, del Camí Ignasià, de la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona i de l'Agència Catalana de Turisme
- 02** **Crear vincles entre les activitats turístiques i altres sectors**, augmentant la visió i orientació turística dels sectors que hi estan indirectament implicats
- 03** **Facilitar l'accés a la informació turística als agents implicats directa o indirectament amb el sector**
- 04** **Potenciar la millora integral i embelliment de la destinació**
- 05** **Dotar al municipi d'infraestructures i serveis que facilitin la mobilitat i l'accessibilitat als diferents punts d'interès turístic**
- 06** **Promoure les accions enfocades a la promoció, comunicació i comercialització dels productes turístics**, posant especial interès en les accions on-line
- 07** **Incrementar el nombre d'esdeveniments i repartir-los durant tot l'any**
- 08** **Reforçar la comunicació i enfortir les relacions amb professionals dels mitjans de comunicació tradicionals i nous**

8. MARC ESTRATÈGIC

8.1. Objectius estratègics: objectius específics

- 09** Reforçar la comercialització i enfortir les relacions amb professionals del sector de la comercialització tradicionals i nous
- 10** Establir aliances estratègiques que permetin integrar Manresa dins de circuits turístics de la comarca i la marca Paisatges de Barcelona
- 11** Unificar i sistematitzar el sistema de recollida d'informació estadística dels diferents punts d'atracció de visitants
- 12** Augmentar el nombre de visitants dels mercats de proximitat
- 13** Captar als visitants amb destinació Barcelona i Montserrat
- 14** Augmentar el nombre de pernoctacions i l'estada mitjana
- 15** Augmentar la despesa mitjana per viatger
- 16** Incrementar la consciència social pel que fa a la importància del turisme al municipi

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

L'estratègia d'una destinació turística es correspon amb la definició del seu model i de les estratègies que es corresponen amb les principals qüestions de competitivitat i de màrqueting:

Qui sóc o com vull que em vegin?

1 Definició del posicionament de Manresa com a destinació turística i del model de desenvolupament i estratègia competitiva

Què puc oferir als clients?

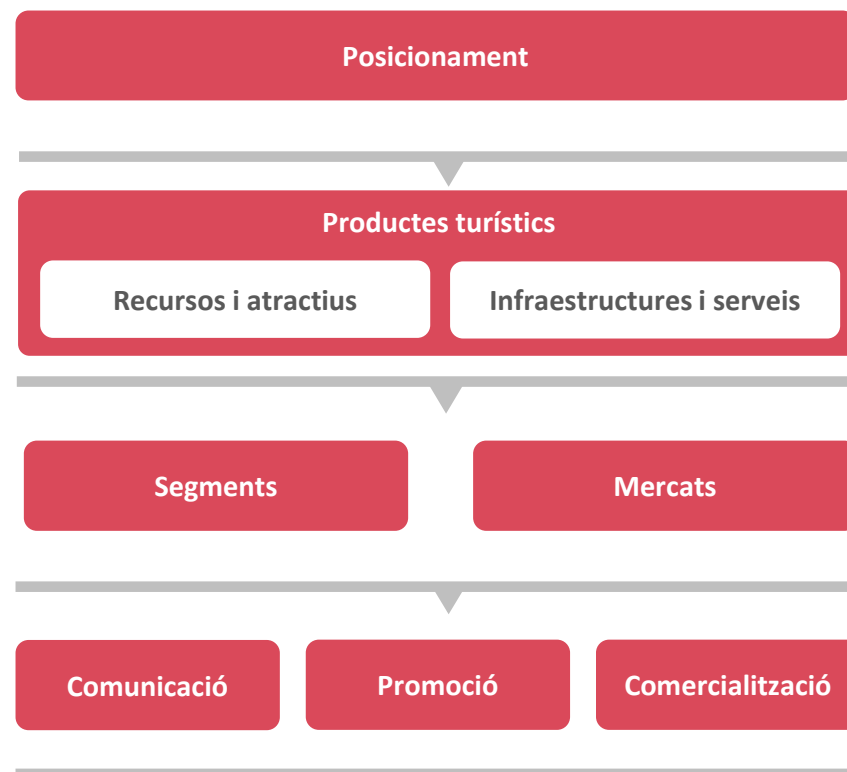
2 Definició dels productes més competitius susceptibles a ser col·locats al mercat

Qui son els meus clients?

3 Definició dels segments i mercats als quals dirigir-nos amb els productes

Com ho puc oferir als meus clients?

4 Definició de les estratègies de comunicació, promoció i comercialització per arribar als mercats i segments definits



8. MARC ESTRATÈGIC

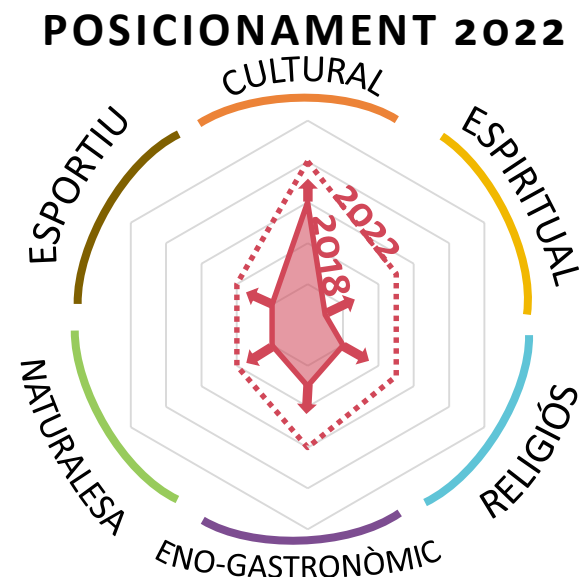
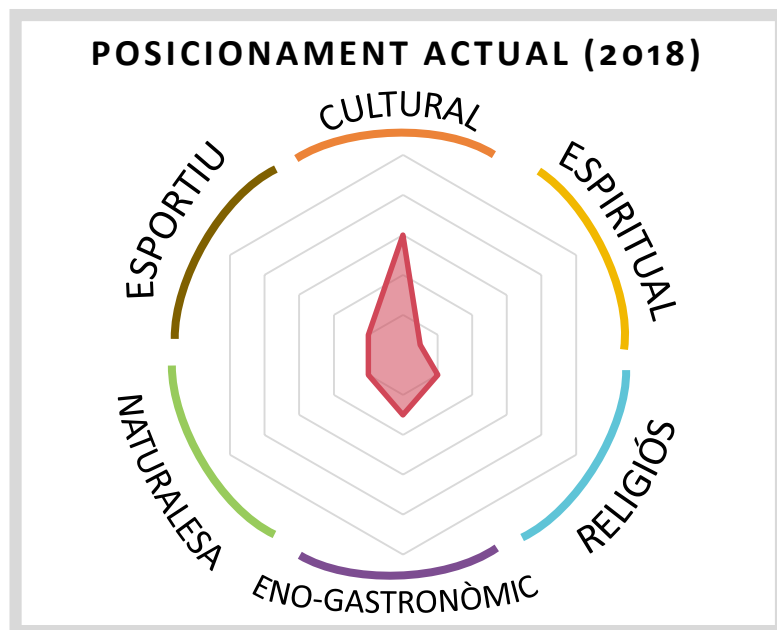
8.2. Estratègies

1 Qui sóc o com vull que em vegin?

Posicionament

Actualment Manresa no compta amb un posicionament diferenciat com a destinació turística, tot i tenint en compte la seva oferta turística principal i els punts més visitats es denota un lleuger posicionament com a destinació de **turisme cultural**.

L'estratègia del present Pla de Comercialització estarà orientada a **consolidar el posicionament com a destinació de turisme cultural i espiritual i a potenciar la vinculació de la destinació amb les altres tipologies de turisme que la destinació ofereix: religiós, eno-gastronòmic, de naturalesa i esportiu.**



8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

1 Qui sóc o com vull que em vegin?

Posicionament



POSICIONAMENT



Manresa s'ha de percebre com una **destinació cultural i espiritual de referència**, amb una personalitat pròpia i tenint el **camí**, l'**acollida** i la **llum** com els principals eixos conductors.

El posicionament de la destinació es complementa amb la oferta turística enogastronòmica, de naturalesa, de turisme religiós i esportiu.



8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

1 Qui sóc o com vull que em vegin?

Posicionament

A banda de la marca de Manresa Cor de Catalunya, que permet posicionar la destinació en general, la destinació compta amb marques que reforcen la marca principal en les diferents tipologies de turisme.

Val a destacar que la destinació compta amb marques especialitzades vinculades amb diferents tipologies de turisme, facilitant d'aquesta manera el seu posicionament.

Manresa també es troba sota el paraigües d'altres marques genèriques i d'àmbit territorial més ampli, concretament: Paisatges Barcelona, Ciutats i Viles amb caràcter, Bages i Camins del Bages.

D'altra banda també cal mencionar la importància de posicionar Manresa com una destinació que es vinculi de manera directa o indirecta amb altres destinacions de l'entorn que actualment compten amb un posicionament destacat o similar al que vol assolir el municipi, és a dir, amb Barcelona, Montserrat, Cardona i Món Sant Benet.



LLEGENDA

- Genèric
- Religiós
- Eno-gastronòmic
- Esportiu
- Cultural
- Espiritual
- Naturalesa

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

2 Què puc oferir als clients?

Productes turístics

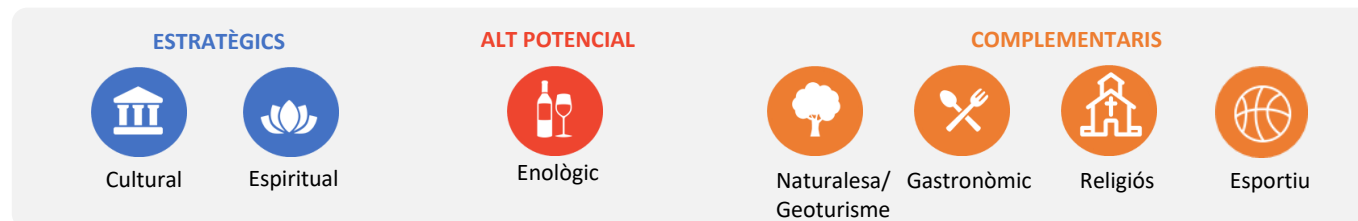
En base als resultats obtinguts a la fases d'anàlisi i diagnòstic, s'ha identificat la següent estratègia de productes i mercats.

Tenint en compte la importància i potencial del **turisme cultural** i del **turisme espiritual** al municipi de Manresa, aquests es consideren els **productes estratègics** a desenvolupar en el municipi.

Tenint en compte les tendències del mercat i els recursos, infraestructures i serveis del municipi, l'**enoturisme** es considera un producte d'**alt potencial**.

Finalment, el **turisme de naturalesa**, el **turisme gastronòmic**, **religiós** i esportiu es consideren productes d'interès específic. Essent productes que poden complementar l'oferta principal del municipi.

ESTRATÈGIA DE PRODUCTES



8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

2 Què puc oferir als clients?

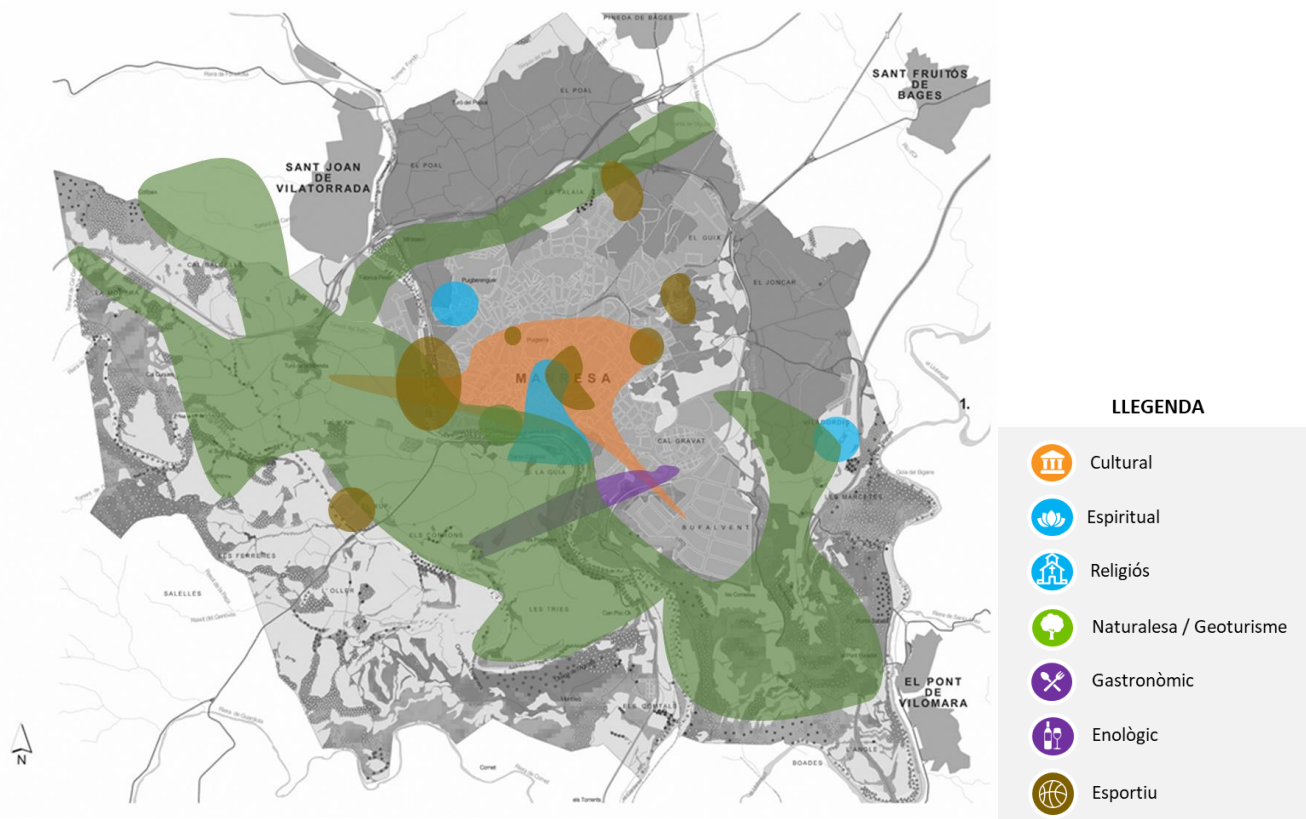
Productes turístics

La distribució geogràfica dels productes turístics del municipi té una incidència directa en les accions a implementar per tal de garantir una comercialització efectiva. Per aquest motiu es detalla a continuació la localització de cada tipologia de producte, tenint en compte el seu nivell estratègic.

Tal i com es mostra en el següent mapa, els recursos i atractius vinculats amb els **productes estratègics**, és a dir amb el **turisme cultural** i el **turisme espiritual**, es localitzen majoritàriament al centre del municipi.

D'altra banda, els recursos i la infraestructura vinculada amb l'**enoturisme**, producte identificat com d'**alt potencial**, es localitza majoritàriament a l'entorn del municipi.

I, finalment, els **productes complementaris** es troben tant al centre del municipi, com es el cas del **turisme gastronòmic i religiós**, i a l'entorn del municipi, com és el cas del **turisme de naturalesa i esportiu**.



8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

2 Què puc oferir als clients?

Productes turístics

Els productes turístics identificats i prioritzats en el present pla son la suma de components tangibles i intangibles, tal i com es mostra a la següent figura, que son percebuts pels visitants com una experiència i que son valorades a un preu.

Les accions realitzades per la Fundació Turisme i Fires de Manresa, juntament la d'altres institucions i organismes que incideixen en la gestió i desenvolupament de la destinació, incideixen de manera directa en alguns dels components que configuren els productes turístics. Tot i que els gestors de la destinació no poden intervenir en la fixació del preu, de la oferta i prestació física dels productes i serveis d'iniciativa privada, si que poden incidir en la resta de components que configuren els productes turístics.



Partint d'aquesta definició, els productes turístics de Manresa s'han de definir partint dels beneficis que s'espera que trobi el consumidor final, i la funció de Fundació Turisme i Fires de Manresa en relació a la posada al mercat dels productes turístics es centra en dues grans línies d'actuació:

1. **Facilitar la informació i l'accés del comprador al producte**
2. **Contribuir a la creació de producte i a la seva comercialització per part dels operadors turístics o prestadors de serveis**

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

2 Què puc oferir als clients?

Productes turístics

De les dues línies d'actuació identificades es deriven les funcions que pot desenvolupar la Fundació Turisme i Fires de Manresa, unes vinculades amb la creació de productes de la destinació, i altres vinculades amb el suport prestat a les empreses de la destinació per la creació de productes turístics des del sector privat. A continuació es detallen les principals estratègies de producte que pot desenvolupar la Fundació Turisme i Fires de Manresa en relació a aquestes dues línies.

CREACIÓ DE PRODUCTE MANRESA TURISME

Facilitar la informació i l'accés del comprador al producte

- Portafoli de productes per la consolidació, diversificació i especialització
- Donar a conèixer la destinació Manresa, els seus recursos i atractius
- Generar contactes i captar comercialitzadors especialitzats i en receptius
- Aglutinar a prestadors de serveis: gestors de recursos i equipaments, empreses d'allotjament, transport, activitats, etc.
- Creació de productes estratègics

CREACIÓ DE PRODUCTE SECTOR PRIVAT amb suport de MANRESA TURISME

Contribuir a la creació del producte i a la seva comercialització per part dels operadors turístics o prestadors de serveis

- Portafoli de productes per la consolidació, diversificació i especialització
- Donar a conèixer els productes estratègics, els d'alt potencial i els complementaris.
- Fomentar la cooperació entre els prestadors de serveis per la creació de productes conjunts i recolzar-los en la comunicació
- Aglutinar els prestadors de serveis vinculats amb els diferents productes turístics per tal de fomentar la col·laboració i coordinació per a la negociació amb agents de comercialització.

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

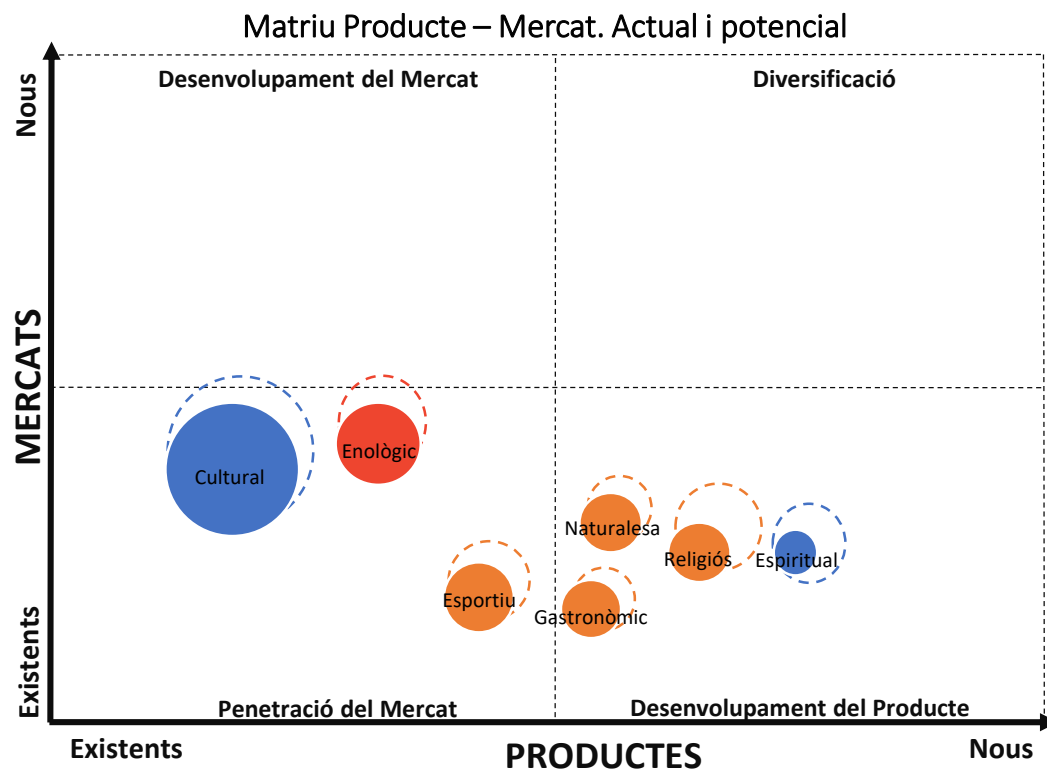
2 Què puc oferir als clients?

Productes turístics

Tot seguit es mostren de forma gràfica i mitjançant la matriu d'*Ansoff* els productes turístics del municipi, tenint en compte la seva situació actual i la que es vol assolir amb la implementació del Pla de màrqueting.

D'aquesta manera, la matriu permet mostrar de manera gràfica:

- **El pes que té actualment cada producte:** segons el diàmetre del cercle, a major diàmetre més pes actual.
- **El seu grau de desenvolupament actual:** Com més a l'esquerra de la matriu trobem el producte, més desenvolupat es troba.
- **La seva presència al mercat:** Com més a baix es troba el producte, menys presència als mercats actuals, i com més amunt, més presència té a nous mercats.
- **L'estratègia que es persegueix seguir:** Els cercles amb línia discontinua representen l'estratègia que es considera oportú seguir en cada cas:
 - Si el diàmetre creix l'estratègia està orientada a incrementar el pes del producte al mercat
 - Si el cercle es desplaça cap a la dreta es persegueix desenvolupar més el producte
 - Si es desplaça cap a la part superior l'estratègia comporta també un increment de la presència del producte a nous mercats.



8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

2 Què puc oferir als clients?

Productes turístics

A continuació es descriuen les estratègies de producte-mercat derivades de la matriu d'Ansoff prèviament mostrada, les quals estan orientades a assolir els objectius marcats prèviament.



TURISME CULTURAL

ESTRATÈGIA DE PENETRACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE MERCAT

El turisme cultural és un dels que actualment està més desenvolupat al municipi de Manresa, els recursos culturals són els més coneguts i visitats de la destinació, i la Fundació Turisme i Fires de Manresa comercialitza diversos productes vinculats amb aquesta tipologia de producte. Actualment la majoria de visitants provenen de Catalunya o són de procedència espanyola.

D'aquesta manera, l'estratègia a seguir pel producte cultural és la de penetració i desenvolupament de mercat, és a dir, realitzar accions orientades a consolidar la presència als mercats existents i a atraure a visitants de nous mercats.

Producte estratègic ●



TURISME ESPIRITUAL

ESTRATÈGIA DE DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTE

Manresa compta amb recursos i atractius únics vinculats amb el turisme espiritual, convertint-lo en un producte estratègic per la destinació. Tot i així, actualment el producte espiritual encara no ha estat del tot desenvolupat, donat que pràcticament no s'han creat productes espirituals a la destinació.

D'aquesta manera, per tal de convertir el turisme espiritual en un producte estratègic, és necessari implementar una estratègia de desenvolupament de producte.

Producte estratègic ●



TURISME ENOLÒGIC

ESTRATÈGIA DE PENETRACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE MERCAT

Manresa compta amb nombrosos recursos vinculats amb l'enoturisme, i a través d'iniciatives privades, el turisme enològic és un dels que actualment està més desenvolupat a Manresa.

Tenint en compte el potencial i la capacitat d'atracció d'aquest producte, es considera oportú desenvolupar una estratègia de penetració i desenvolupament de mercat. D'aquesta manera es persegueix consolidar l'enoturisme a Manresa i potenciar l'entrada a nous mercats.

Producte d'alt potencial ●



NATURALES



RELIGIÓS



GASTRONÒMIC



ESPORTIU

ESTRATÈGIA DE DESENVOLUPAMENT DE PRODUCTE

Manresa compta amb una gran varietat de recursos naturals, religiosos i gastronòmics, i en el cas del turisme de naturalesa s'han creat alguns productes turístics.

Tot i així, per tal de potenciar la seva capacitat d'atracció és necessari configurar productes turístics i definir els sistemes de comercialització. Per tant, es considera oportú desenvolupar una estratègia de desenvolupament de producte.

Productes complementaris ●

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

③ Quins son els meus clients?

Segments i Mercats

Per augmentar l'eficàcia del Pla Operatiu de Comercialització és necessari definir unes estratègies i accions orientades a uns segments i mercats clars. Amb aquest objectiu, i en base als resultats obtinguts a la fase d'anàlisi i diagnòstic, es proposen a continuació **tres criteris de segmentació** de mercat que permetran definir unes estratègies concretes i més eficients.



SEGMENTACIÓ PER CICLE DE VIDA

Aquest criteri de segmentació es fonamenta en el cicle de vida en el que es troba el visitant, és a dir, la seva edat, estat familiar i situació econòmica.

El cicle de vida influeix de manera directa a la manera de viatjar i a les activitats i serveis demandats pels visitants.



SEGMENTACIÓ PER MOTIVACIÓ PRINCIPAL DEL VIATGE

La motivació principal de viatge determina també les preferències dels visitants en relació a les activitats preferides durant la seva visita a Manresa. Per aquest motiu es considera imprescindible establir aquest criteri com una variable de segmentació



SEGMENTACIÓ GEOGRÀFICA

La segmentació geogràfica es realitza a través de la identificació de la procedència dels visitants actuals i potencials del municipi de Manresa. La procedència dels visitants influeix en una gran varietat de factors, com és la forma de viatjar, les activitats preferides o els hàbits de consum. D'aquesta manera, es considera necessari tenir en compte la segmentació geogràfica per tal d'oferir productes turístics adaptats als interessos i necessitats dels diferents mercats nacionals i internacionals.

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

3 Quins son els meus clients?

Segments i Mercats

SEGMENTACIÓ PER CICLE DE VIDA

La segmentació per cicle de vida permet identificar els segments objectiu prioritari als quals es dirigiran les accions de promoció i comercialització dels productes turístics. Permet adaptar els productes a les necessitats de cada segment.

LLEGENDA

- Segments objectiu estratègics
- Segments objectiu d'alt potencial
- Segments objectiu secundaris

EDAT / CICLE DE VIDA	FORMA HABITUAL DE VIATJAR	PRIORITZACIÓ DELS SEGMENTS	CRITERIS ESTRATÈGICS
Més de 65 anys	Parelles Viatges en grup	● (Blue)	Permeten la consolidació dels productes culturals i religiosos
De 55 a 65 anys	Viatges individuals Parelles sense nens o nens grans Viatges en grup	● (Blue)	
De 40 a 55 anys	Parelles sense nens Famílies amb nens grans Grups d'amics	● (Red)	Permeten la consolidació dels productes culturals, espirituals, enològics i religiosos. Diversificació dels productes.
De 25 a 40 anys	Parelles Grups d'amics Famílies amb nens petits	● (Red)	
Menys de 25 anys	Viatges escolars Viatges en grup Viatges individuals Parelles	● (Orange)	Diversificació dels productes

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

3 Quins son els meus clients?

Segments i Mercats

SEGMENTACIÓ PER MOTIVACIÓ PRINCIPAL DEL VIATGE

La segmentació per motivació principal de viatge es realitza tenint en compte les activitats preferides pels visitats actuals i potencials. D'aquesta manera s'identifiquen també els productes turístics més demandats pels visitants.

Els segments específics son als que es dirigiran les accions de promoció i comercialització, a banda dels segments identificats anteriorment.

LLEGENDA

- Segments objectiu estratègics
- Segments objectiu d'alt potencial
- Segments objectiu secundaris

MOTIVACIÓ PRINCIPAL DEL VIATGE	SEGMENTS ESPECÍFICS	CRITERIS ESTRATÈGICS
Visites culturals	Famílies Parelles Religiosos Sèniors	Permeten la consolidació dels productes estratègics
Espiritualitat	Religiosos Sèniors Joves	
Enoturisme	Professionals Sèniors Parelles Grups d'amics	Permeten la consolidació dels productes d'alt potencial
Naturalesa	Famílies Joves Públics esportius Excursionistes	Permet el llançament de nous productes
Gastronomia	Professionals Sènior Parelles	
Religió	Famílies Religiosos Sèniors	
Esportiva	Escoles Grups de joves Professionals de l'esport	Diversificació de productes

8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

3 Quins son els meus clients?

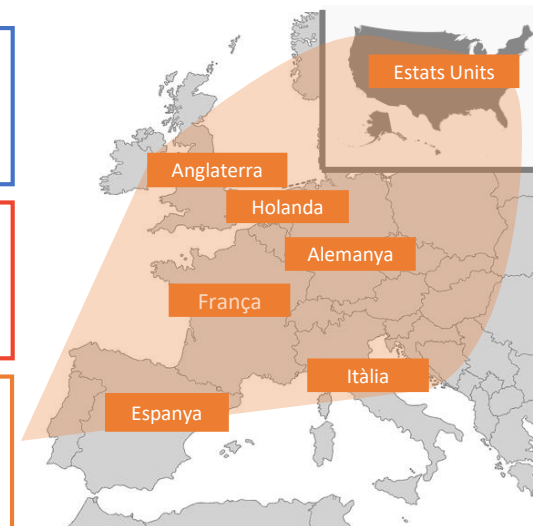
Segments i Mercats

SEGMENTACIÓ GEOGRÀFICA

La segmentació geogràfica permet determinar quins mercats son prioritaris per tal d'orientar les accions de comunicació, promoció i comercialització. A continuació es defineix l'estratègia de mercats:



MERCATS	CARACTERÍSTIQUES	ESTRATÈGIA
MERCATS OBJECTIU ESTRATÈGICS (2018 – 2021)	Població de proximitat, grans nuclis urbans amb elevat volum de visitants	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la penetració i atraure als visitants d'aquestes destinacions • Consolidació dels productes estratègics i d'alt potencial
MERCATS OBJECTIU D'ALT POTENCIAL (2018 – 2021)	Mercats de proximitat (resta de Catalunya)	<ul style="list-style-type: none"> • Mercats actuals i potencials • Consolidació dels productes estratègics i d'alt potencial
MERCATS OBJECTIU SECUNDARIS (2018 – 2021)	Mercats amb estada mitjana superior i atrets per la tipologia de productes turístics de Manresa	<ul style="list-style-type: none"> • Mercats potencials • Diferenciació de productes • Captar als visitants amb destinació Barcelona



8. MARC ESTRATÈGIC

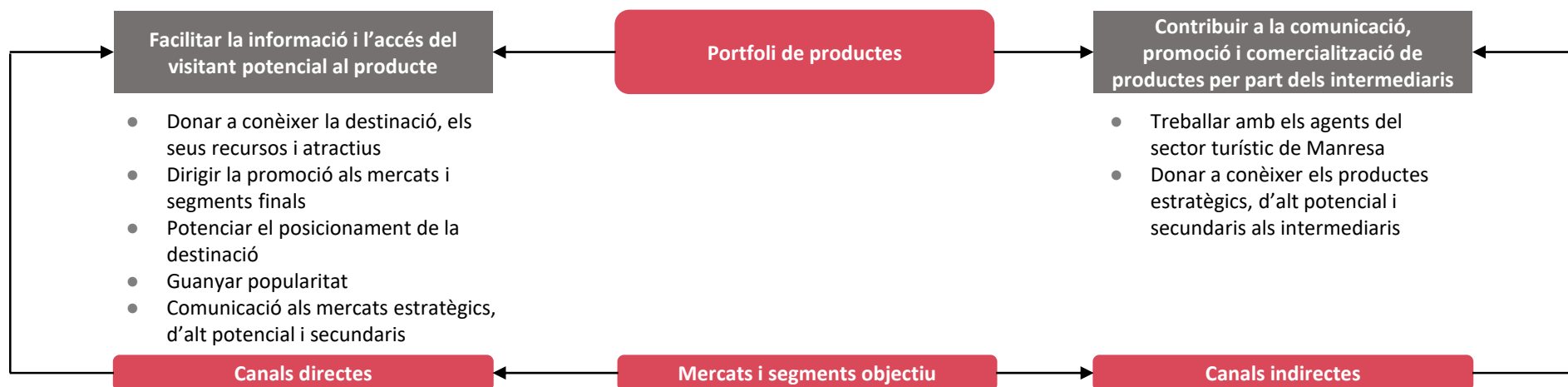
8.2. Estratègies

④ Com ho puc oferir als meus clients?

Comunicació, promoció i comercialització

Les estratègies de comunicació, promoció i comercialització tenen per objectiu posar al visitant potencial en contacte amb els productes turístics que ofereix la destinació de Manresa. Les estratègies es dirigeixen als mercats i segments prèviament definits i prioritzats, tenint en compte les seves necessitats i preferències. A més de definir-se en funció dels mercats i segments, les estratègies de promoció, comunicació i promoció també tenen en compte les diferents tipologies de productes (estratègics, d'alt potencial i secundaris) y els productes concrets.

Es poden diferenciar entre estratègies directes i estratègies indirectes. Les **estratègies directes** busquen facilitar informació i l'accés del visitant potencial al producte, dirigint-se al consumidor final. D'altra banda, les **estratègies indirectes** requereixen la participació dels comercialitzadors i intermediaris turístics per la comercialització dels productes turístics. La informació transmet també mitjançant canals directes i indirectes. En el següent esquema es mostren les diferents estratègies directes i indirectes.



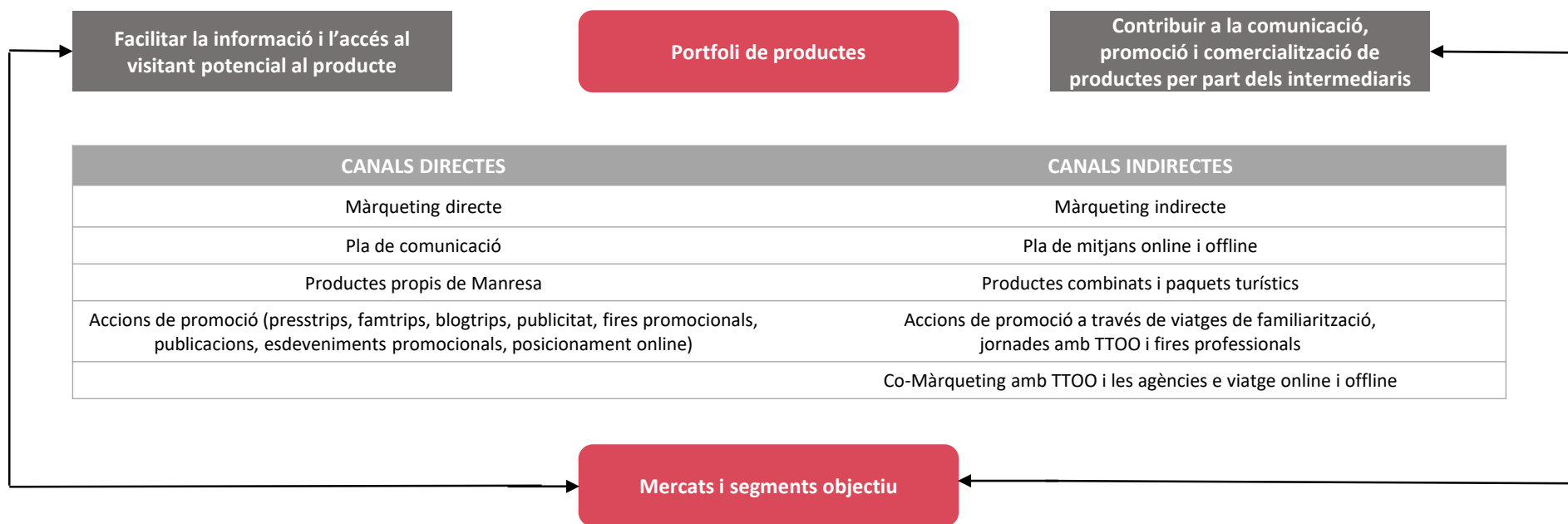
8. MARC ESTRATÈGIC

8.2. Estratègies

4 Com ho puc oferir als meus clients?

Comunicació, promoció i comercialització

En el següent esquema es detallen les estratègies a seguir, diferenciant entre els canals directes i els canals indirectes.



8. MARC ESTRATÈGIC

8.3. Mapa estratègic

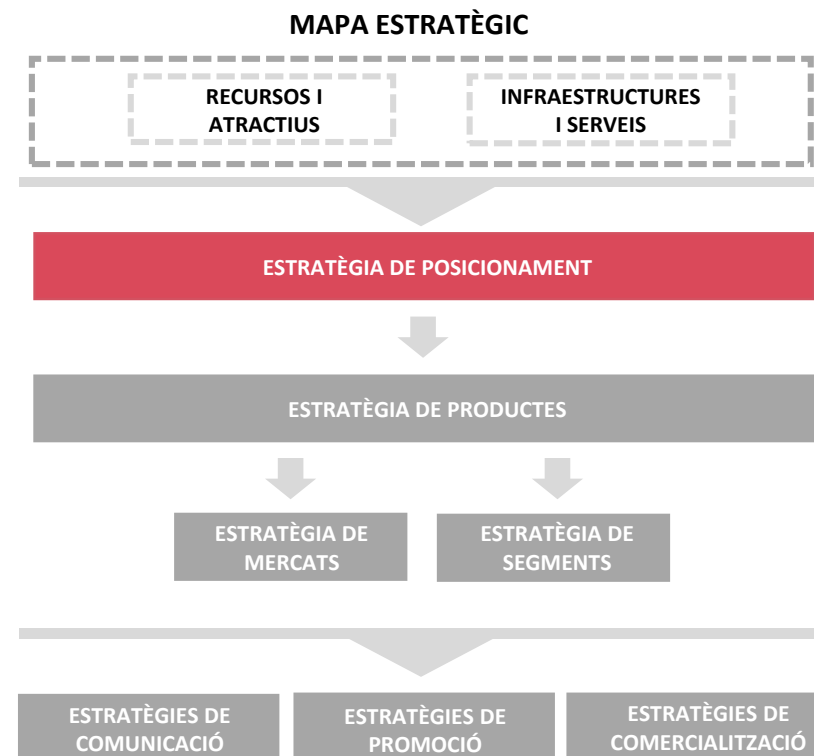
Per tal de comptar amb una visió completa de les estratègies definides, s'ha elaborat un mapa estratègic de la destinació de Manresa. El mapa estratègic també serveix per disposar d'una imatge clara de la relació entre les estratègies de posicionament, les estratègies de producte, les estratègies de mercats i segments i les estratègies de comunicació, promoció i comercialització definides.

Tal i com es mostra al següent esquema, en base als **recursos i atractius** i a les **infraestructures i serveis de la destinació**, s'ha definit l'estratègia de posicionament de Manresa. D'altra banda, l'estratègia de posicionament serveix per orientar l'**estratègia de productes**.

Les **estratègies de mercats i de segments** estan directament relacionades amb l'estratègia de productes definida, garantint d'aquesta manera la orientació dels productes als diferents mercats i segments. El mapa estratègic indica, per cada producte (prèviament prioritzat), quins **mercats** son estratègics, d'alt potencial i secundaris. I a la seva vegada, identifica els **segments** objectiu per cada producte. La relació entre els productes, mercats i segments s'ha realitzat tenint en compte les preferències i interessos dels diferents mercats i segments, i identificant aquells que millor encaixen amb els productes turístics de Manresa.

Finalment, en base a les estratègies de mercats i segments, s'han definit les **estratègies de comunicació, promoció i comercialització** que permetran portar al mercat els productes definits seguint el posicionament establert.

A les següents diapositives es mostra el mapa estratègic de la destinació de Manresa, seguint l'esquema presentat.



9. MARC ESTRATÈGIC

9.3. Mapa estratègic

MAPA ESTRATÈGIC DE MANRESA

RECURSOS I ATRACTIUS



Recursos naturals

- 1 reserva artificial: Parc de la Sèquia
- 1 espai natural: Anella Verda de Manresa
- 3 Camins: Camí de Sant Jaume, Camí Ignasià i Camí Oliba



Recursos culturals

- 16 Béns Culturals d'Interès Nacional (BCIN)



Recursos Gastronòmics / Enològics

- Oller del Mas
- Casa de la Culla
- DO Pla de Bages



Recursos religiosos i espirituals

- 1 Basílica
- 1 Santuari de la Cova
- 2 Camins peregrins
- 5 Capelles
- 4 Creus
- 9 edificis religiosos

INFRAESTRUCTURES I SERVEIS



Allotjament

- 6 establiments hotelers (167 places)
- 1 Càmping (234 places)
- 1 Alberg (101 places)
- 1 Establiment de turisme rural (7 places)
- 11 Habitatges d'Ús Turístic (HUT) (186 places)



Restaurants

89 Restaurants



Empreses de turisme actiu: 5



Bodegues visitables: 1



Oficines de turisme

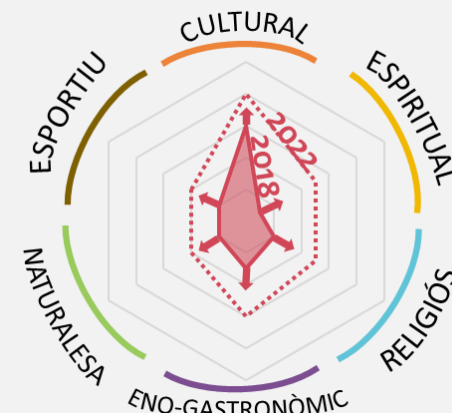
1 en funcionament



Equipaments esportius

- 1 Camp d'atletisme
- 1 Camp de beisbol
- 9 Camps de futbol
- 1 Camp de golf
- 1 Camp de rugby
- 1 Camp de tir
- 17 Gimnasos
- 7 Pavellons poliesportius
- 6 Piscines cobertes i 3 d'estiu
- 3 Clubs de pàdel
- 9 Pistes de petanca
- 1 Club de tennis
- 6 Pistes poliesportives
- 1 Rocòdrom

ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT

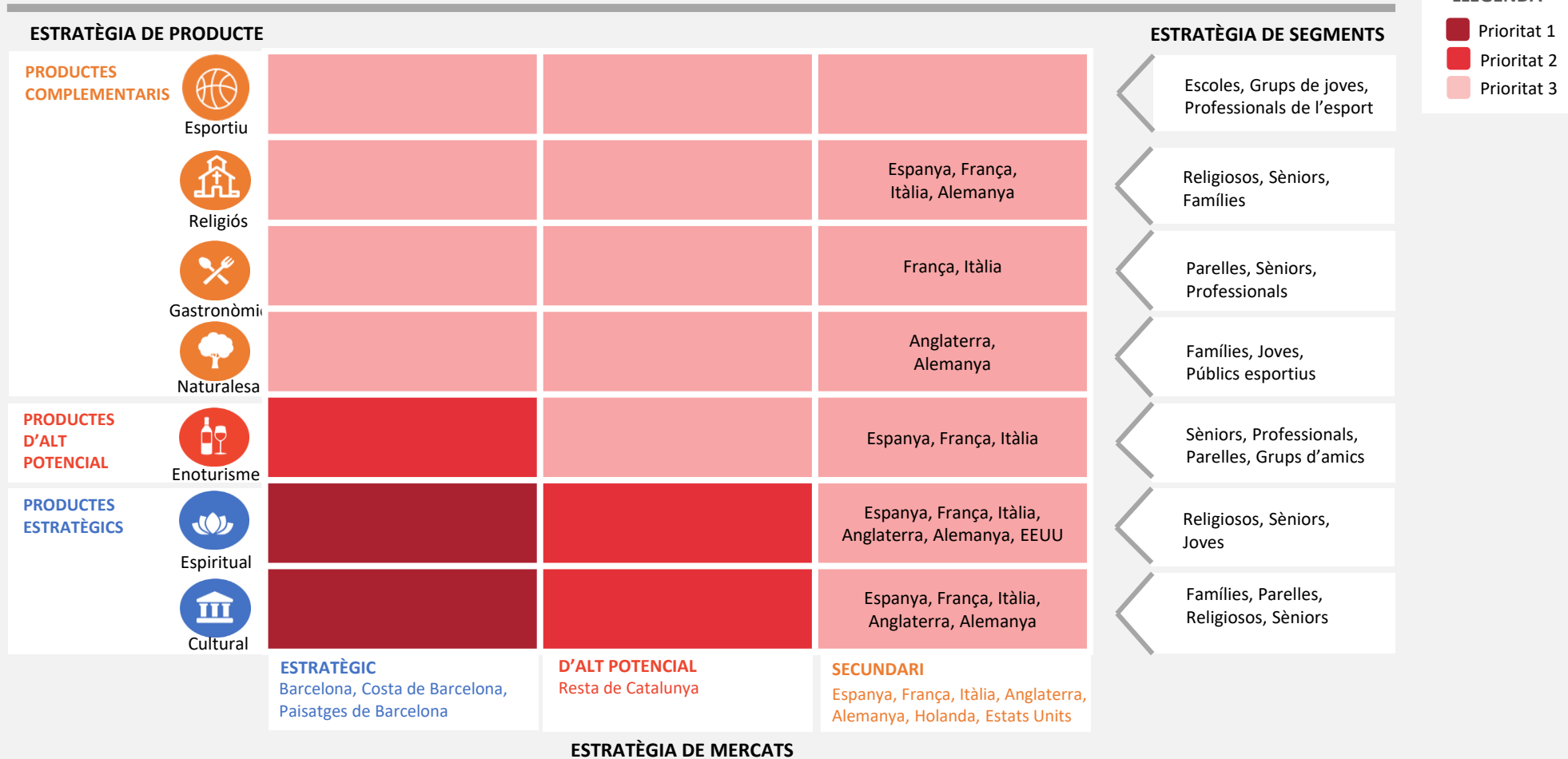


9. MARC ESTRATÈGIC

9.3. Mapa estratègic

MAPA ESTRATÈGIC DE MANRESA

ESTRATÈGIA DE PRODUCTE – MERCAT - SEGMENT



10 MARC ORGANITZATIU

10. MARC ORGANITZATIU

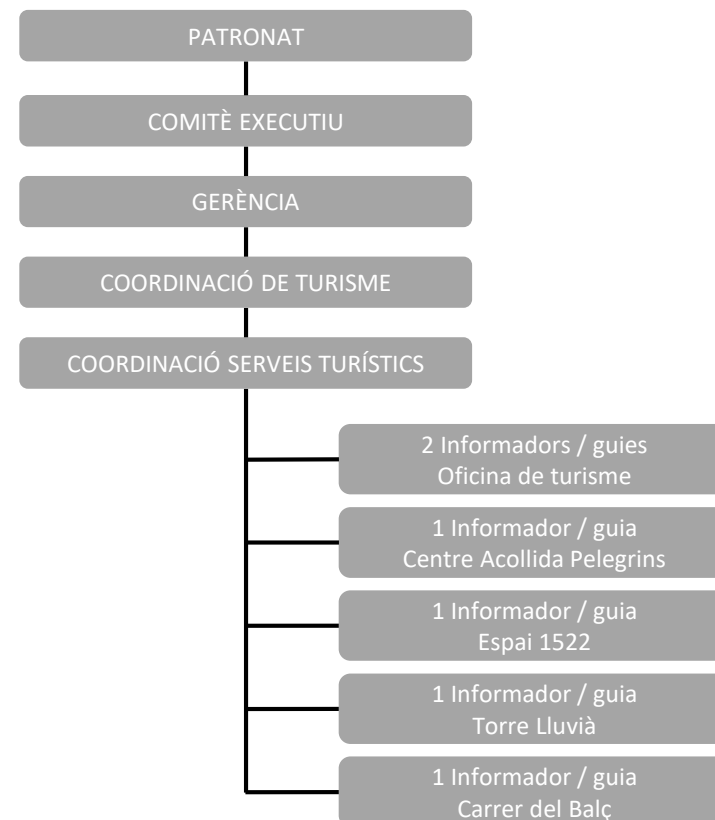
10.1. Infraestructura organitzativa

La infraestructura organitzativa dels responsables de la gestió turística de Manresa influeix de manera directa en la implementació del Pla Operatiu de Màrqueting Turístic de Manresa. Amb l'objectiu de garantir l'efectiva implementació del Pla, a continuació s'analitza l'estructura actual de la Fundació Turisme i Fires de Manresa en relació amb la gestió turística.

L'estructura de turisme depèn directament de la **gerència**, conformada per un responsable que s'encarrega de la gestió estratègica i econòmica. Les tasques més operatives es desenvolupen des de la **Coordinació de Turisme**, on una persona realitza les funcions d'elaboració del pla de treball de turisme, comunicació, promoció, RRPP i relacions institucionals.

Dins de la Coordinació de turisme es troba la **Coordinació de serveis turístics**, on una persona s'encarrega de la gestió del personal, horaris i gestió d'activitats. D'aquest departament en depenen 6 **informadors/guies**, que realitzen les funcions d'atenció al visitant, guiatges, elaboració d'estadístiques i assistència a fires. Els informadors/guies ofereixen els seus serveis en català, castellà, anglès, francès i italià, i es troben a l'Oficina de Turisme (2), al Centre d'Acollida de Pelegrins (1), a l'Espai 1522 (1), a la Torre Lluvià (1) i al Carrer del Balç (1). Ocasionalment la Coordinació de Serveis Turístics contracta a altres guies.

D'aquesta manera, la Fundació Turisme i Fires de Manresa compta amb una estructura operativa de **8 empleats**.



10. MARC ORGANITZATIU

10.2. Agents del sector turístic de Manresa

En aquest apartat s'identifiquen i caracteritzen els **diferents actors del sector turístic que intervenen en el turisme del municipi**. Els diferents actors que participen en el turisme del municipi tenen un paper clau en el desenvolupament de nous productes turístics, així com amb el correcte creixement del sector. A continuació es detallen els diferents tipus d'agents que intervenen en el desenvolupament del sector turístic de Manresa

- **PRODUCTES**

Un dels principals agents que contribueixen al desenvolupament del sector turístic de Manresa són les empreses que configuren l'oferta turística del municipi, és a dir les empreses vinculades amb els serveis d'allotjament i restauració, els guies, les empreses de transport i empreses d'activitats de turisme i oci.

- **CANAL D'INTERMEDIACIÓ**

El **canal d'intermediació** és el que possibilita i facilita que els productes turístics actuals siguin coneguts pels visitants potencials, exercint com a elements imprescindibles per a la distribució dels productes turístics. Tots els esforços de creació de producte, comunicació i distribució, van dirigits al visitant de Manresa, a banda d'atraure a més visitants i facilitar la seva mobilitat per tot el municipi i voltants, és molt important satisfer les expectatives per a poder aspirar a la seva fidelització i convertir-los en prescriptors del destí.

- **ENTORN RECEPTOR**

D'altra banda, també hi ha la presència d'agents en el destí, els quals tenen una implicació directa o indirecte amb el sector turístic. Aquests formen part de l'anomenat: **entorn receptor**. Els agents que formen part de l'entorn receptor contribueixen a la millora, desenvolupament i creació de productes turístics des de les seves especialitats.

10. MARC ORGANITZATIU

10.2. Agents del sector turístic de Manresa

- **AGENTS DINAMITZADORS**

Tanmateix, el municipi de Manresa compta amb la presència dels anomenats: **elements dinamitzadors**. Aquests, són totes aquelles institucions o entitats les quals participen en l'impuls del sector des de les seves àrees de competència. Entre ells, se'n destaquen les institucions governamentals dels diferents nivells: a nivell de tot Catalunya, a nivell provincial, comarcal i municipal. Pel que fa al sector privat, els dinamitzadors són totes aquelles associacions sectorials les quals també contribueixen en l'impuls i desenvolupament del sector turístic: associacions empresarials i d'amics, cambres de turisme i comerç, gremi d'hoteleria i turisme, entre d'altres.

- **ACCIONS O INICIATIVES DE DINAMITZACIÓ**

Un altre aspecte a tenir en consideració són les **accions o iniciatives**, les quals contribueixen a dinamitzar el sector turístic del municipi, totes elles necessàries per aconseguir un desenvolupament òptim del sector i per arribar als objectius estratègics del destí. Les accions o iniciatives considerades imprescindibles són les següents: la coordinació dels agents públics i privats implicats al sector, la informació turística, el desenvolupament d'estratègies de màrqueting i promoció del destí, la implementació de sistemes d'intel·ligència turística, el desenvolupament de programes de formació dirigida als agents implicats en el sector i la promoció de la innovació en el sector, i per últim, el desenvolupament d'un turisme de qualitat, suportat per la tecnologia i amb un caràcter sostenible.

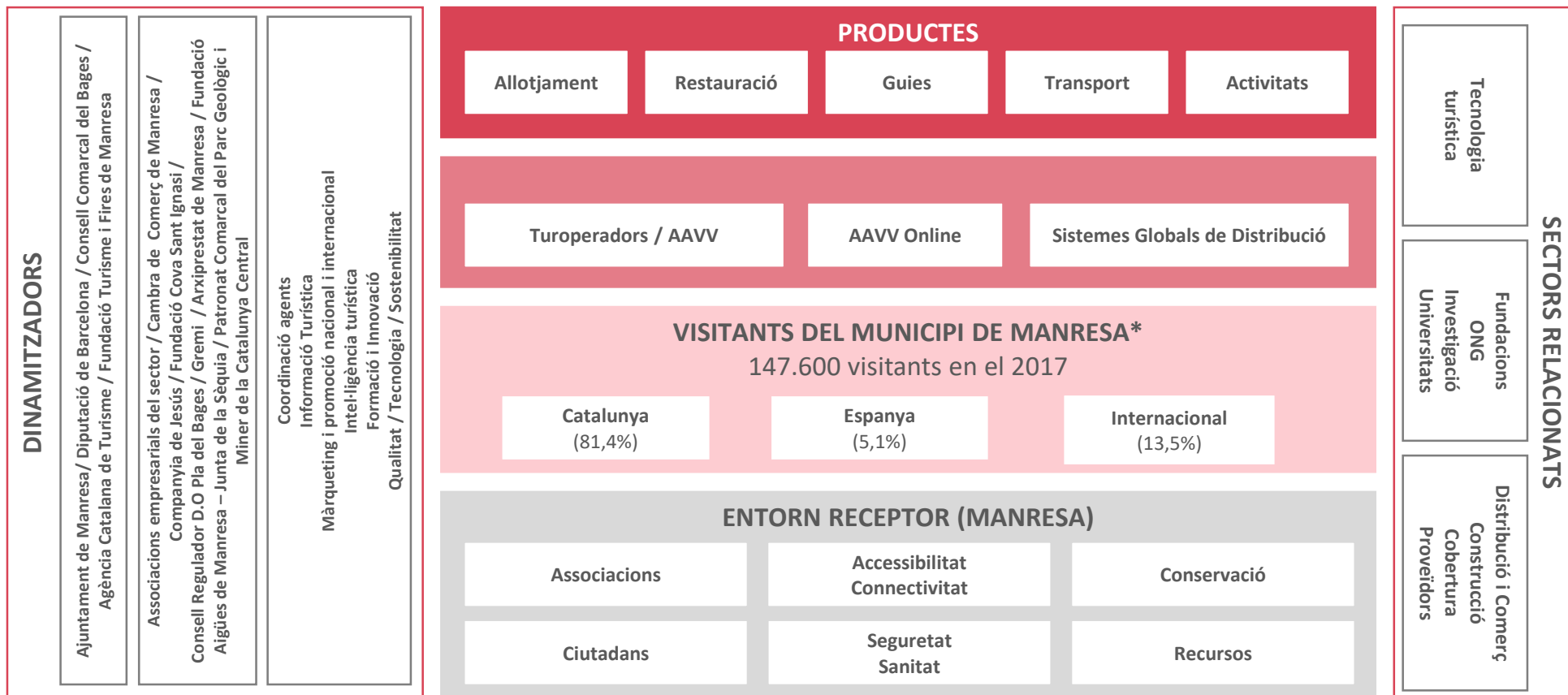
- **SECTORS RELACIONATS**

Finalment, també s'ha de tenir en compte el paper dels **sectors relacionats**, sectors els quals contribueixen també en la millora de l'oferta turística del municipi i en l'impuls de la competitivitat del destí. Cal destacar, la tecnologia turística, les institucions implicades en la investigació i formació, així com els sectors que faciliten la distribució i la cobertura, el sector de la construcció i els proveïdors.

En el següent quadre sintetitza de forma gràfica el grau de rellevància d'aquests actors, identificant els agents que intervenen en el sector turístic de Manresa i la seva posició respecte a altres branques de l'activitat turística.

10. MARC ORGANITZATIU

10.2. Agents del sector turístic de Manresa



*Procedència dels visitants en base a dades de la Basílica de la Seu. Octubre 2017 – Març 2018

10. MARC ORGANITZATIU

10.3. Sistemes de cooperació

Els sistemes de cooperació són els mecanismes que s'utilitzen per a dur a terme la gestió de manera coordinada amb tots els agents implicats en la gestió turística del territori. Tot seguit s'exposen aquests mecanismes impulsats per l'Ajuntament de Manresa, els quals contribueixen en la comunicació, organització i implementació d'accions enfocades al sector turístic del municipi.

CONSELL MUNICIPAL DE COMERÇ I TURISME

En primer lloc trobem els **Consells i taules municipals**, els quals són d'espais de consulta i debat de diferents temes pertinents al municipi. Existeixen dos tipologies de consells que tracten aspectes generals de la ciutat i els consells sectorials, concebuts com òrgans de participació que canalitzen les iniciatives i inquietuds ciutadanes en temes concrets d'interès per a la ciutat.

D'entre els consells sectorials, trobem el **Consell Municipal de Comerç i Turisme**, el qual discuteix, fa el seguiment i proposa diferents programes, encarats a revitalitzar i fomentar l'activitat comercial i turística a Manresa. Aquest consell desenvolupa la seva activitat durant tot l'any, essent l'òrgan competent la Regidoria delegada de Serveis Socials, Acollida i Cooperació. Tanmateix, hi poden participar tant persones amb rellevància i representació en l'àmbit sectorial, com entitats inscrites al Registre Municipal d'Entitats de l'Ajuntament de Manresa, agents socials amb interès en la matèria i d'altres institucions públiques.

UNITAT DE TURISME

D'altra banda, dins de l'Administració Municipal hi ha la **Unitat de Turisme**. Aquesta té la funció de donar suport a la creació de marques turístiques potents, atractives pels visitants i de productes turístics que puguin derivar en negoci. Tanmateix és la unitat enllaç de l'Ajuntament amb Fira de Manresa i la responsable de col·laborar en totes les accions que impulsi Fira i afectin aquest àmbit.

Des d'aquesta Unitat s'impulsa la planificació turística del territori per tal de promoure el desenvolupament econòmic del municipi mitjançant el sector turístic, vetllant per mantenir un equilibri harmònic entre aquest desenvolupament i els entorns socioculturals i ambientals en els quals es desenvolupa. Aquesta, també, ha de realitzar assessoraments i intervencions directes sobre recursos i infraestructures i col·laborar amb altres agents públics i privats per enfortir productes turístics.

11

MARC OPERATIU

11. MARC OPERATIU

11.1. Programes

PROGRAMES



11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMAMA

01
**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**


Línia d'actuació A: Desenvolupament de capacitats internes

Acció 1.1 Organització interna i funcional

Acció 1.2 Sistemes de coordinació i cooperació

Acció 1.3 Línies formatives

Acció 1.4 Seguiment i control

Línia d'actuació B: Gestió de la informació

Acció 1.5 Sistema d'Intel·ligència Turística

Acció 1.6 Banc d'imatges i vídeo

Acció 1.7 Web turística

Acció 1.8 Reforç de l'ús de la marca Manresa i el seu posicionament

Acció 1.9 Gestió de publicacions dirigides al públic final

11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMA

01**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT****Línia d'actuació C: Gestió dels productes propis****Acció 1.10** Gestió d'atractius i productes turístics**Acció 1.11** Programació d'esdeveniments**Acció 1.12** Manresa Card**Línia d'actuació D: Millora de la competitivitat****Acció 1.13** Incentivar la creació d'oferta turística**Acció 1.14** Senyalització**Acció 1.15** Gestió de la mobilitat turística**Línia d'actuació E: Atenció al visitant****Acció 1.16** Programa d'Informació turística**Acció 1.17** Satisfacció del visitant

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.1

ORGANITZACIÓ INTERNA I FUNCIONAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Adequació de l'organigrama de la Fundació Turisme i Fires de Manresa, dimensionant els recursos humans que requereix per tal d'implementar el desenvolupament, promoció, comunicació i comercialització de la destinació. Concretament es contempla la creació d'una posició de responsable comercial i responsable de comunicació dins de l'estructura de l'organisme.

- Funcions del responsable comercial: Contactar amb els agents del sector (AAVV, TTOO, empreses de transport, etc.) per tal de negociar i tancar acords per la comercialització de Manresa com a destinació turística.
- Funcions del responsable de comunicació: Implementació del pla de mitjans; contactar, negociar i tancar acords amb els diferents mitjans de comunicació, gestionar els canals de comunicació online.

TASQUES A REALITZAR

1. Creació de posició i contractació de personal o externalització del servei
2. Organització interna per la implementació de les accions
3. Implementació del pla de màrqueting i comercialització
4. Revisió anual per identificar necessitats de capacitats o personal

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 01 Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística
- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

DESTINARIS/

PÚBLICS

OBJECTIU

- Fundació Turisme i Fires Manresa

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Gerència

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 111.000 €

6.000 € | 30.000€ | 30.000€ | 45.000€
2018 | 2019 | 2020 | 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.2

SISTEMES DE COORDINACIÓ I COOPERACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Creació d'un sistema de coordinació i cooperació (workshop, plataforma o taula de treball) on participin els agents implicats en el sector turístic de Manresa. El sistema servirà per proporcionar als agents tota la informació relativa a l'estratègia que segueix el municipi en termes de producte, promoció, comunicació i comercialització, d'aquesta manera les empreses implicades amb el sector turístic comptaran amb la informació necessària per contribuir en el desenvolupament de la destinació de manera alineada amb la resta d'agents.

El sistema de coordinació i cooperació també servirà per a que les empreses del sector puguin compartir les seves iniciatives, interessos i necessitats. D'aquesta manera es facilitarà la col·laboració per la implementació de diferents iniciatives privades i la cooperació per satisfer i solucionar els interessos i necessitats del conjunt del sector.

TASQUES A REALITZAR

1. Definició del funcionament del sistema de coordinació i cooperació
2. Assignació d'un responsable per la seva gestió
3. Convidar als agents del sector turístic de Manresa a participar-hi
4. Convocatòria periòdica de les sessions
5. Facilitar la informació rellevant i requerida als agents
6. Seguiment del funcionament i eficiència del Sistema de Coordinació i Control creat

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

02 Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

- Fundació Turisme i Fires Manresa

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de turisme

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 3.000 €

0 € :: 1.000€ :: 1.000€ :: 1.000 €
2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.3

LÍNIES FORMATIVES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

En col·laboració amb la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona potenciar la execució de cursos formatius inclosos als Tallers de Turisme al propi municipi de Manresa amb l'objectiu de millorar la competitivitat de la destinació i el nivell de satisfacció dels visitants. Per tal de garantir l'efectivitat dels cursos, és imprescindible consultar i consensuar amb els agents implicats en el sector turístic de Manresa quina tipologia de línies formatives necessiten o son del seu interès i tanmateix animar-los a participar en els cursos organitzats des de la Diputació a la comarca i que puguin ser del seu interès.

Entre les línies formatives es recomana incloure les següents temàtiques: Idiomes, tecnologia turística, generació de contingut, màrqueting online, atenció al client i organització d'esdeveniment, qualitat i sostenibilitat, etc..

TASQUES A REALITZAR

1. Definició del funcionament de les línies formatives
2. Consultar i consensuar amb el sector quines línies formatives requereixen
3. Organització dels cursos formatius com part dels Tallers de Turisme
4. Difusió de la existència d'altres cursos formatius de la Gerència de Serveis de Turisme a la comarca i altres llocs de proximitat per fomentar la participació del sector turístic en els mateixos

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

- Empreses del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

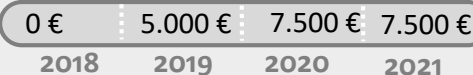
PERÍODE D'EXECUCIÓ



PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 20.000 €



**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

DESENVOLUPAMENT DE CAPACITATS INTERNES

ACCIÓ 1.4

SEGUIMENT I CONTROL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Realització d'un seguiment i control periòdic de la implementació dels plans estratègics actuals, tenint en compte les sinèrgies existents entre les accions contemplades en cadascun d'ells. D'aquesta manera, a banda de realitzar un seguiment y control del present Pla Operatiu de Màrqueting, també es considera oportú realitzar el seguiment coordinat dels següents plans:

- Manresa 2022 Pla Director
- Pla de projecció exterior de Manresa 2015-2022
- Pla de treball Manresa Turisme 2017
- Pla de Turisme del Bages 2020
- Pla Director del Geoparc
- Pla de Màrqueting de les Comarques de Barcelona

TASQUES A REALITZAR

1. Identificar les accions amb prioritats elevades de cadascun dels plans
2. Identificació de sinèrgies entre les accions incloses entre els diferents plans
3. Implementació d'indicadors de seguiment i control de manera coordinada
4. Proporcionar informació a les empreses del sector relativa a la implementació dels plans

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

Tots els objectius estratègics

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

- Fundació Turisme i Fires Manresa
- Empreses del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de turisme

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € | SCD€ | SCD€ | SCD€
2018 | 2019 | 2020 | 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

ACCIÓ 1.5

SISTEMA D'INTEL·LIGÈNCIA TURÍSTICA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Implementar un Sistema d'Intel·ligència Turística amb la finalitat de comptar amb la informació necessària per realitzar un seguiment de l'evolució del sector, unificant els sistemes de recollida de dades existents i creant una base de dades pròpia. D'aquesta manera, el sistema permetrà disposar d'informació per elaborar informes periòdics que permetin conèixer l'afluència de visitants, el perfil de visitants, els hàbits de viatge dels visitants amb destinació Manresa i el grau de coneixement dels atractius turístics del municipi. Es recomana comptar amb el suport de LABTurisme de la Diputació de Barcelona com a partner estratègic per desenvolupar aquesta acció.

La potenciació del coneixement relatiu al comportament de la demanda permetrà també orientar les accions a implementar, permetent adequar-la millor als diferents perfils de visitants de Manresa.

TASQUES A REALITZAR

1. Formació en Sistemes d'Intel·ligència Turística, dirigida als responsables dels punts d'informació i dels punts turístics
2. Dotació d'equipaments tecnològics per la implementació del Sistema (tauletes electròniques)
3. Subscripció a un sistema d'enquestes online (ex. Survey Monkey) o utilitza
4. Disseny de qüestionari, creant-lo a la plataforma de recollida de dades
5. Elaboració de pla de recollida d'enquestes, determinant el número d'enquestes a realitzar per cada enquestador
6. Anàlisi periòdic dels resultats obtinguts
7. Elaboració d'informes
8. Enviament dels informes a les empreses del sector turístic de Manresa

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

01 Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

- Fundació Turisme i Fires de Manresa
- Empreses del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 1.500 €

600 € | 300 € | 300 € | 300 €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

ACCIÓ 1.6

BANC D'IMATGES I VÍDEO

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Dotar a la Fundació Turisme i Fires de Manresa del material gràfic necessari per a la comunicació, promoció i comercialització de Manresa com a destinació Turística. Concretament l'acció contempla la revisió del banc d'imatges i vídeos dels que disposa actualment la destinació, la identificació de les necessitats de material gràfic nou o actualitzat i l'ampliació del material.

D'aquesta manera la destinació de Manresa comptarà amb material gràfic propi, per tots els productes turístics i adaptat a cada segment objectiu. També es persegueix disposar d'un vídeo promocional, que mostri els principals recursos, atractius i productes turístics de Manresa.

TASQUES A REALITZAR

1. Revisió del banc d'imatges actual i identificació de necessitats de material gràfic
2. Contractació de professionals per tal de complementar el material gràfic actual (banc d'imatges i vídeo)
3. Facilitar a tots els membres que participen en la gestió i desenvolupament de la destinació l'accés a la descàrrega del nou material gràfic de la destinació
4. Actualització de la pàgina web i plataformes de comunicació, emprant el nou material gràfic

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

01 Dotar a Manresa d'una infraestructura òptima per la gestió, promoció i comercialització turística
07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercat de proximitat i nacional

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

- Empreses del sector
- Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de Turisme

Control

Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 2.700 €

300 € :: 1.200 € :: 600 € :: 600 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
01

PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

ACCIÓ 1.7

WEB TURÍSTICA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Actualització d'alguns aspectes de la pàgina web: Manresa Turisme, incloent una sèrie d'apartats tant enfocats als turistes com als professionals del sector:

- En cas de que sigui possible, dotar a la pàgina d'un apartat dedicat a totes aquelles empreses vinculades directe o indirectament amb el sector turístic de Manresa, es tractaria d'un **directori d'empreses** i un apartat amb accés restringit. D'aquesta manera, facilitaria el contacte entre les diferents empreses del sector.
- D'altra banda, també s'ha d'incloure un apartat dedicat a la **intel·ligència de mercat**, és a dir, un apartat on s'ofereixin les dades pertinents al mercat actual per tal de determinar el comportament i les tendències d'aquest.
- Tanmateix, és important la creació d'un apartat on s'inclougi la **marca i el manual d'aplicació**, on s'exposi de manera ordenada tota la informació pertinent als objectius de la marca, procediments, conceptes gràfics, per tal de deixar constància de la visió que es té i cap a quina direcció es vol anar.
- Per últim, és important també, la presència d'un apartat dedicat al **material gràfic**, així com un apartat dedicat a les **publicacions**.

TASQUES A REALITZAR

1. Creació de l'apartat: Directori d'empreses. Incloure descripcions i serveis, pàgina web i telèfon de contacte per a cada una de les empreses vinculades amb el sector turístic del municipi.
2. Incloure apartat: Intel·ligència de mercat: Perfil dels visitants i hàbits, evolució de la demanda, estudis de producte i segments, i enllaços d'interès.
3. Incloure: Marca i manual d'aplicació: objectius, procediments, atribucions, conceptes gràfics.
4. Incloure: Material gràfic: banc d'imatges i vídeos.
5. Incloure: Publicacions: fulletons, mapa turístic, opinions, etc.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori
- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercat de proximitat i nacional

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU

Públic final
Agents sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de Turisme

Control

Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 5.000 €

0 € :: 5.000 € ::

2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**
**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**

LÍNIA D'ACTUACIÓ B
GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ
ACCIÓ 1.8
REFORÇ DE L'ÚS DE LA MARCA MANRESA I EL SEU POSICIONAMENT
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Dotar als agents del sector turístic de Manresa de la informació necessària per a la comunicació de la marca Manresa. Així doncs, per tal de comunicar la marca Manresa és necessari la creació d'un manual de marca el qual inclogui l'estratègia i el posicionament del municipi, per tal de distingir la marca Manresa de la resta. Per tant, el manual ha de ser una guia per l'ús correcte dels elements bàsics de la marca en totes les seves aplicacions, i la qual contribueixi en el posicionament del municipi.

D'altra banda recolzar l'ús de la marca Manresa amb altres marques especialitzades i vinculades amb totes les tipologies de turisme de les quals disposa el municipi.

- Marques municipals: Manresa 2022, Manresa capital de la cultura catalana 2018, el camí Oliba, Anella Verda, GeoParc, Pla de Bages, Bages Terra de Vins i Camí Ignasià.
- Marques supramunicipals: Paisatges Barcelona, Bages, Camins del Bages i Ciutats i Viles amb caràcter.

TASQUES A REALITZAR

1. Creació del manual de marca.
2. Dotar als agents del material necessari per a la correcta aplicació de la marca.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació

Coordinació de serveis turístics

Control

Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 3.000 €

0 € :: 3.000 € ::

2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

ACCIÓ 1.9

GESTIÓ DE PUBLICACIONS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Cal posar èmfasi en la revisió de les publicacions pròpies així com en el material que es proporciona des de la pàgina web de Manresa Turisme, per tal d'unificar-lo quant a formats i continguts i adaptar-los a la nova estratègia de productes, mercats i segments.

De la mateixa manera, cal tenir constantment actualitzada la informació promocional, les publicacions compartides amb el públic final, i les publicacions compartides amb la resta d'agents del sector turístic. D'altra banda, cal aprofitar les plataformes públiques supramunicipals, creant vincles, per a la promoció turística dels productes del municipi (Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme, etc.)

TASQUES A REALITZAR

1. Revisar la informació proporcionada actualment des de la pàgina web de Manresa Turisme
2. Actualitzar i realitzar els canvis pertinents de la informació que s'ofereix actualment
3. Revisar i actualitzar línia d'edició de publicacions segons les noves estratègies de productes i mercats
4. Crear vincles amb altres plataformes públiques.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi
- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de Turisme

Control

Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 : 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 5.000 €

SCD € : 5.000 €

2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**
**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**

LÍNIA D'ACTUACIÓ C
GESTIÓ DELS PRODUCTES PROPIS
ACCIÓ 1.10
GESTIÓ D'ATRACTIUS I PRODUCTES TURÍSTICS
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Gestió coordinada entre els diferents productes turístics del municipi els quals depenen de la Fundació Turisme i Fires de Manresa, per tal de potenciar la compatibilitat horària, així com la visita dels diferents punts, i garantir la formació continuada dels guies i informadors turístics de cada centre o espai turístic del municipi, per tal de garantir constantment una oferta competitiva.
Involucrar a empreses privades en la gestió d'alguns dels productes existents i en la creació de productes nous.

TASQUES A REALITZAR

1. Potenciar la compatibilitat horària entre els diferents productes que s'ofereixen al municipi.
2. Potenciar, des de cada espai o centre turístic, la promoció dels diferents punts turístics que té Manresa.
3. Potenciar la formació constant dels professionals que formen part dels diferents espais o centres turístics.
4. Involucrar al sector privat en la creació i gestió dels productes

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

02 Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada
06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Professionals del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació

Coordinació serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

GESTIÓ DELS PRODUCTES PROPIS

ACCIÓ 1.11

PROGRAMACIÓ D'ESDEVENIMENTS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Potenciar l'organització d'esdeveniments temàtics a Manresa i voltants, potenciar l'organització d'esdeveniments per a cada tipologia de turisme que hi ha al municipi (cultural, espiritual, religiós, enològic, gastronòmic, de naturalesa i esportius).
- Potenciar la coordinació dels esdeveniments que es desenvolupen per tal d'evitar la superposició d'aquests en les mateixes dates.
- Implementar un número fix d'esdeveniments que es realitzen al llarg de l'any amb l'objectiu de transformar-se en referents d'àmbit nacional i constituir una agenda d'esdeveniments estable.

TASQUES A REALITZAR

1. Creació d'esdeveniments temàtics i captació d'esdeveniments esportius
2. Coordinar els diferents esdeveniments que es facin tant al municipi com als voltants d'aquest per a que no coincideixin en les mateixes dates.
3. Definició d'un calendari fix d'esdeveniments
4. Elaboració del Dossier de Patrocini del Calendari d'Esdeveniments
5. Cerca de patrocinadors i empreses col·laboradores per als esdeveniments

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi
- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de turisme

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 28.000 €

0 € | 6.000 € | 10.000 € | 12.000 €

2018 | 2019 | 2020 | 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

GESTIÓ DELS PRODUCTES PROPIS

ACCIÓ 1.12

MANRESA CARD

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Es tractaria d'implementar una "Manresa Card" per tal de fomentar la visita de totes les instal·lacions i recursos turístics del municipi, i la qual sigui un recurs més econòmic a l'hora de visitar els diferents punts turístics.

- Combinació d'atraccions turístiques del centre de Manresa amb el camí de Sant Ignasi.
- Ampliació del rati de moviment dels visitants al municipi.
- Potenciar que els visitants de les bodegues també visitin altres punts turístics.
- Incorporar el sector gastronòmic i el comerç
- Incorporar aparcaments privats a la iniciativa

TASQUES A REALITZAR

1. Identificació dels atractius que formarien part de la Manresa Card
2. Creació de la Manresa Card
3. Promoció de la Manresa Card
4. Venta de la Manresa Card en els punts d'informació i a la pàgina web de Manresa Turisme

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis
- 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació serveis turístics

Control

Coordinació serveis turístics

PERÍODE D'EXECUCIÓ



PRIORITAT D'EXECUCIÓ



PRESSUPOST: 7.000 €



**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVITAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

ACCIÓ 1.13

INCENTIVAR LA CREACIÓ D'OFERTA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Amb l'objectiu d'ampliar l'oferta turística de Manresa, fa falta un incentiu per tal d'incrementar el volum d'empreses dedicades al sector turístic. Tanmateix, aquest, estaria enfocat a tot tipus d'empreses. Cal donar suport a les empreses del sector turístic, en el desenvolupament de nous productes, intentant oferir els màxims recursos per tal de facilitar la posada en escena dels nous productes i incorporar a la planificació territorial del municipi els criteris que poden influir en l'atracció de nous inversors d'infraestructures turístiques al municipi.

L'ampliació de l'oferta turística de Manresa també inclou la conversió de l'Alberg del Carme en un allotjament de referència, especialment dirigit a segments de grups de joves, esportistes i famílies. En aquest sentit, cal elaborar un dossier de presentació de l'Alberg per tal de buscar un gestor hotelier interessat en la gestió de les instal·lacions mitjançant un contracte de lloguer o gestió delegada. El dossier ha d'incloure, com a mínim, una descripció de la ciutat de Manresa, els seus atractius i demanda actual, i una descripció de l'immoble.

TASQUES A REALITZAR

1. Definir l'incentiu financer o les accions a desenvolupar per tal de donar suport a les empreses del sector.
2. Promocionar l'incentiu
3. Col·laboració amb altres departaments municipals per tal d'augmentar el atractiu pels inversors en turisme mitjançant polítiques enfocades al sector turístic
4. Elaboració de dossier de presentació de l'Alberg del Carme
5. Cerca de gestors hotelers interessats en la gestió delegada o lloguer de l'immoble.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

05 Potenciar la creació i l'enfortiment de les empreses i les activitats turístiques al municipi

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Gerència

Control

Patronat

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € | SCD € | SCD € | SCD €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
01

PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

MILLORA DE LA COMPETITIVAT

ACCIÓ 1.14

SENYALITZACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

En els últims anys s'ha fet un important esforç en la senyalització turística del municipi de Manresa estant aquesta molt implantada a tot el centre històric de la ciutat. En base a les opinions del sector turístic de Manresa es recomana revisar els projectes de senyalització que estan en marxa i en cas que es detecti alguna possible millora i incorporació de noves empreses i serveis a la senyalització incloure-la en els projectes existents.

TASQUES A REALITZAR

1. Revisió de la senyalització actual per detectar possibles mancances
2. Unificació de la senyalització actual amb la que es vulgui implementar en un futur
3. Afegir senyalització dedicada a les empreses i als serveis turístics del municipi si cal

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Ajuntament de Manresa

Control

Ajuntament de Manresa

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 2019 2020

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 42.000 €

SCD € 12.000 € 30.000 €

2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

MILLORA DE LA COMPETITIVAT

ACCIÓ 1.15

GESTIÓ DE MOBILITAT TURÍSTICA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

És necessari contribuir en l'accessibilitat dels diferents punts turístics que posseeix el municipi, ja que tot i que molts punts d'interès estan situats al centre del municipi, hi ha d'altres que es troben més aïllats d'aquest, i és més difícil accedir-hi.

Per a fer més còmode l'accés als diferents punts d'interès turístic, cal posar èmfasi en el desenvolupament d'infraestructures tals com l'habilitació de transport públic o d'algun mitjà similar que fes més còmode el recorregut entre els diferents punts (bus turístic o trenet) i gestionar el seu funcionament a mida de la demanda per fer-lo rentable. Així com, la creació de noves places d'aparcament turístic per fomentar l'estada més llarga dels visitants al municipi.

TASQUES A REALITZAR

1. Posar en marxa un mitjà de transport el qual faciliti l'accés als punts d'interès turístic que es troben fora del centre històric del municipi (bus turístic o trenet).
2. Venta de bitllets a l'oficina de turisme i als punts d'informació, així com a la pàgina web Manresa Turisme.
3. Habilitar noves places d'aparcament.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Gerència i l'Ajuntament de Manresa

Control

Ajuntament de Manresa

PERÍODE D'EXECUCIÓ



PRIORITAT D'EXECUCIÓ



PRESSUPOST: 60.000 €



**PROGRAMA
01**
**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**

LÍNIA D'ACTUACIÓ E
ATENCIÓ AL VISITANT
ACCIÓ 1.16
PROGRAMA D'INFORMACIÓ TURÍSTICA
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

En el marc del Programa d'Informació Turística d'àmbit comarcal, liderat per l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona i desplegat pel Consell Comarcal del Bages es proposa desenvolupar un PIT (Programa d'Informació Turística) a nivell municipal.

Aquest programa permetrà que a més de les oficines de turisme tots els agents econòmics i turístics de Manresa tinguin coneixement de l'oferta turística i de les experiències turístiques per poder assessorar, informar i acompanyar correctament als visitants en la seva estada a la ciutat de Manresa i voltants.

Els agents interessats podran participar en un programa formatiu perquè assoleixen el coneixement, eines i recursos necessaris per millorar la seva formació al respecte. Alhora es fomenta el treball en xarxa i la cooperació a tots els nivells, fet que facilita la creació de noves experiències turístiques al municipi.

TASQUES A REALITZAR

1. Desenvolupar el PIT a nivell municipal de Manresa
2. Captar agents del sector turístic i sectors afins per la formació
3. Treball en xarxa i foment de la cooperació a tots els nivells

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 02 Construir una capacitat organitzativa basada en la cooperació públic-privada
- 03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació

Coordinació de serveis turístics

Control

Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € ::
2018 2019 2020 2021

**PROGRAMA
01**

**PROGRAMA DE GESTIÓ
I D'ELEMENTS BÀSICS DE COMPETITIVAT**



LÍNIA D'ACTUACIÓ E

ATENCIÓ AL VISITANT

ACCIÓ 1.17

SATISFACCIÓ DEL VISITANT

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Avaluar la satisfacció del visitant mitjançant el Sistema d'Intel·ligència Turística creat.
- Definir els punts de recollida de dades: punts turístics, allotjaments i Oficina de Turisme.
- Utilitzar la informació obtinguda per la millora dels productes i serveis actuals orientant-los a la demanda real

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració d'un qüestionari per tal de mesurar la satisfacció dels visitant.
2. Integració en el Sistema d'Intel·ligència Turística
3. Avalució de les dades obtingudes
4. Extreure les conclusions pertinents per tal de contribuir en la millora del desenvolupament del sector turístic del municipi.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

04 Fomentar la millora de la qualitat i l'accessibilitat integral dels productes i serveis

PRODUCTES

Genèric

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

baixa

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD€ :: SCD€ :: SCD€
2018 2019 2020 2021

11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMA

02

PRODUCTES



Línia d'actuació A: Consolidació de la cartera de productes

Acció 2.1 Adequació dels productes als segments i mercats

Acció 2.2 Creació de productes i experiències

Acció 2.3 Innovació de productes i serveis

PROGRAMA
02

PRODUCTES



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

CONSOLIDACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES

ACCIÓ 2.1

ADEQUACIÓ DELS PRODUCTES ALS SEGMENTS I MERCATS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Oferir els serveis turístics adaptats als principals mercats internacionals: Francès, Anglès, Italià i Alemany.

- Posant èmfasi en la flexibilitat horària dels diferents recursos turístics que ofereix el municipi per tal d'adaptar-los a les necessitats dels visitants
- Oferint els serveis en els idiomes dels principals mercats emissors (actuals: espanyol i català i potencials: francès, anglès, italià i alemany)

TASQUES A REALITZAR

1. Identificar personal amb el coneixement idiomàtic requerit
2. Establir uns horaris en els diferents recursos turístics, els quals s'adeqüin a la demanda, així com ampliant la franja horària d'aquests.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES

Espiritual
Cultural
Enoturisme
Naturalesa
Gastronòmic
Religió
Esportiu

MERCATS

França
Anglaterra
Itàlia
Alemanya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD €	SCD €	SCD €	SCD €
2018	2019	2020	2021

PROGRAMA
02

PRODUCTES



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

CONSOLIDACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES

ACCIÓ 2.2

CREACIÓ DE PRODUCTES I EXPERIÈNCIES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Cal consolidar la cartera de productes turístics existents del municipi, centrant-se en la realització de paquets turístics els quals impliquin a més d'un producte i es creï una sinergia entre els productes actuals. Així doncs, s'incrementaria no només l'afluència dels visitants, sinó l'augment del temps d'estada a Manresa, del nombre de pernотacions i l'augment de la despesa mitjana dels viatgers, entre d'altres.
- Crear aliances amb altres atractius turístics, excursions, teatres, restaurants, etc.

TASQUES A REALITZAR

- 1- Seleccionar aquells recursos que es vulguin potenciar i crear paquets turístics simples, senzills i que aportin un impacte positiu al municipi.
- 2- Establir relacions amb altres destinacions turístiques pròximes a Manresa, com seria el cas de Montserrat, Cardona, Barcelona, etc.
- 3- Centrar-se en la promoció, comunicació i coordinació dels nous paquets turístics desenvolupats.
- 4- Realitzar accions de venda creuada.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 04 Fomentar la millora de la qualitat, sostenibilitat i accessibilitat integral dels productes i serveis
- 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi

PRODUCTES

Espiritual
Cultural
Enoturisme
Naturalesa
Gastronòmic
Religiós
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de turisme

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € | SCD € | SCD € | SCD €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
02

PRODUCTES



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

CONSOLIDACIÓ DE LA CARTERA DE PRODUCTES

ACCIÓ 2.3

INNOVACIÓ DE PRODUCTES I SERVEIS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Posar èmfasi en la integració de les noves tecnologies en els productes actuals i els nous productes que es desenvolupin posteriorment, per tal de contribuir amb la sostenibilitat de la destinació. Potenciar l'ofertament d'accés en línia als sistemes de distribució mitjançant internet, així com la difusió de l'oferta turística en temps real, comptant amb mitjans de pagament electrònic.

D'altra banda la innovació dels productes i els serveis també ha d'incloure la substitució dels fulletons en paper per informació electrònica multimèdia.

Possibles aportacions tecnològiques:

- Visites vídeo guiades
- Experiències turístiques multi - pantalla
- Sistemes de realitat augmentada
- Videomapping, etc.

TASQUES A REALITZAR

- 1- Avaluar el grau d'implicació de les noves tecnologies en els recursos turístics actuals del municipi
- 2- Elaborar un llistat de possibles accions enfocades a les noves tecnologies, les quals es puguin implementar en els recursos turístics actuals.
- 3- Avaluar la viabilitat d'aquestes accions
- 4- Adaptar les possibles accions a les necessitats actuals del municipi i a la capacitat econòmica de la que es disposi per desenvolupar aquest tipus d'acció.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi
- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional

PRODUCTES

Espiritual
Cultural
Enoturisme
Naturalesa
Gastronòmic
Religió
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

DESTINARIS/ PÚBLICS OBJECTIU

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de Turisme

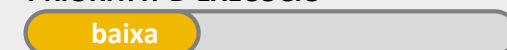
Control

Gerència

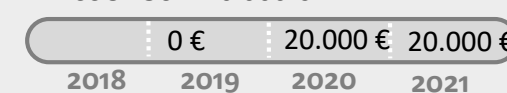
PERÍODE D'EXECUCIÓ



PRIORITAT D'EXECUCIÓ



PRESSUPOST: 40.000 €



11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMA

03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING

**Línia d'actuació A: Publicacions****Acció 3.1** Revisió de publicacions pròpies i la seva adaptació on-line**Acció 3.2** Publicacions dirigides al públic final (offline)**Acció 3.3** Publicacions online**Acció 3.4** Elaboració de dossiers especialitzats**Línia d'actuació B: Fires****Acció 3.5** Assistència a fires**Línia d'actuació C: Accions promocionals dirigides al públic final****Acció 3.6** Esdeveniments promocionals

11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMA

03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING

**Línia d'actuació D: Accions promocionals dirigides a professionals****Acció 3.7** Famtrips**Acció 3.8** Presstrips / Blogtrips / Instagrammers**Acció 3.9** Jornada amb TTOO**Línia d'actuació E: Posicionament online****Acció 3.10** Posicionament online**Línia d'actuació F: Acords de col·laboració****Acció 3.11** Acords de col·laboració amb Turisme Barcelona i amb altres atractius turístics de l'entorn

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

PUBLICACIONS

ACCIÓ 3.1

REVISIÓ DE PUBLICACIONS PRÒPIES I LA SEVA ADAPTACIÓ ON-LINE

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Revisió de les publicacions que realitza la Fundació Turisme i Fires de Manresa, per tal d'unificar i alinear els formats, incloent tant publicacions online com offline.
- Afegir les publicacions offline a les publicacions en format electrònic.
- Aplicar les mateixes accions per a les publicacions online com per a les offline.
- Afegir publicacions enfocades als productes de temàtica espiritual i cultural, reforçant els atributs de la marca i la figura de Sant Ignasi com a personatge històric i espiritual.

TASQUES A REALITZAR

1. Revisió de les publicacions online
2. Transformar publicacions al públic final en format electrònic
3. Ajustar les publicacions online i offline
4. Crear noves publicacions junt amb la creació de nous productes

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Espiritual
Cultural
Enoturisme
Naturalesa
Gastronòmic
Religió
Esportiu

MERCATS

Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de Turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 4.000 €

0 € :: 2.000 € :: 2.000 €

2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

PUBLICACIONS

ACCIÓ 3.2

PUBLICACIONS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Elaboració de publicacions dirigides als segments estratègics i mercats estratègics:

- Religiosos
- Famílies
- Joves
- Sèniors
- Professionals

Creació de mapes especialitzats, guies, fulletons, material on-line, etc. Així com, revisar el material actual i identificar les necessitats.

TASQUES A REALITZAR

1. Revisar el material actual
2. Identificar les necessitats
3. Elaboració i execució de noves publicacions dirigides al públic final

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Espiritual
Cultural

MERCATS

Proximitat
Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 15.000 €

5.000 € | 10.000 € ::

2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
03
PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ A
PUBLICACIONS
ACCIÓ 3.3
PUBLICACIONS ONLINE
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Dotar de contingut actualitzat de forma periòdica, amena i professional a totes les publicacions on-line:

- Textos
- Mapes
- Vídeos
- Fotos
- Opinions

Enfocar publicacions a les xarxes socials referent a l'enoturisme, la cultura i la naturalesa, així com alinear les publicacions amb l'estratègia del destí i amb publicacions offline.

TASQUES A REALITZAR

1. Alinear les publicacions online i offline
2. Actualització del contingut gràfic i de text

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Enoturisme
Cultural
Naturalesa

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Famílies
Joves
Públic esportiu
Sèniors
Professionals
Parelles
Grups d'amics
Religiosos

**DESTINARIS/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
03
PROMOCIÓ I MÀRQUETING

LÍNIA D'ACTUACIÓ A
PUBLICACIONS
ACCIÓ 3.4
ELABORACIÓ DE DOSSIERS ESPECIALITZATS
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

En col·laboració amb l'Oficina de Promoció Turística (OPT) de la Gerència de Serveis Turístics de la Diputació de Barcelona es proposa l'elaboració i edició de dossiers especialitzats i actualitzats, dirigits als diferents agents que intervenen en la comunicació i comercialització de les destinacions turístiques: AAVV, TTOO, escoles, mitjans de comunicació, etc.

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració de guió de contingut especialitzat
2. Edició dels dossiers
3. Producció de dossiers
4. Enviament de dossiers a agents especialitzats

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
 Religios
 Gastronòmic
 Enoturisme
 Naturalesa
 Esportiu

MERCATS

Espanya
 França
 Itàlia
 Anglaterra
 Alemanya
 EEUU

SEGMENTS

Religiosos
 Famílies
 Joves
 Sèniors
 Professionals

**DESTINARIS/
 PÚBLICS OBJECTIU**

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ
Implementació

Responsable de comunicació
 Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 : 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 2.000 €

0 € : 2.000 €

2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

FIRES

ACCIÓ 3.5

ASSISTÈNCIA A FIRES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Assistència a fires promocionals:

- | | |
|---|----------------------------------|
| - FITUR (Madrid) | - Jornadas Gastronómicas Saborea |
| - SITUC (Barcelona) | - Expotur Vacaciones (Madrid) |
| - Fòrum Gastronòmic (Santiago de Compostela/Girona) | |
| - B-Travel (Barcelona) | |
| - Mercat d'Escapades (Barcelona) | |
| - Mercat de Mercats (Barcelona) | |
| - Mostra De Vins i Caves (Barcelona) | |
| - ExpoHalal Spain | |

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració d'un calendari de fires amb la col·laboració de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme, incloent fires especialitzades en productes i turístics específics.
2. Consolidació del calendari de fires de la ciutat de Manresa.
3. Assistència a les fires seleccionades segons criteris de retorn de la inversió

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Catalunya
Espanya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 17.000 €

2.000 € :: 5.000 € :: 5.000 € :: 5.000 €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ C

ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES AL PÚBLIC FINAL

ACCIÓ 3.6

ESDEVENIMENTS PROMOCIONALS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Organització d'esdeveniments promocionals amb l'objectiu d'accelerar el procés d'introducció dels nous productes turístics al mercat, millorant el reconeixement de la marca Manresa, posicionant Manresa Turisme i incrementant les ventes dels productes actuals.

Esdeveniments promocionals:

- Conferències
- Trobades
- Cursos i tallers, etc.

TASQUES A REALITZAR

1. Definició de la tipologia d'esdeveniment
2. Definició del lloc, la data i temps de l'esdeveniment
3. Invitar al públic final

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal
- 10 Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

PRODUCTES

Espiritual
Cultural

MERCATS

Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Públic final
Població de Manresa
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de serveis turístics

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 10.000 €

1.000 € | 3.000 € | 3.000 € | 3.000 €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES A PROFESSIONALS

ACCIÓ 3.7

FAMTRIPS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Elaboració d'un calendari anual de famtrips.
- Incrementar l'organització de viatges de familiarització propis a la província i a Catalunya amb l'objectiu d'incrementar el grau de coneixement dels tour operadors nacionals sobre l'oferta turística de la ciutat de Manresa.
- Col·laboració amb altres institucions de promoció turística i amb l'ACT per incloure Manresa en tots els Famtrips organitzats per la marca Paisatges de Barcelona

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració del calendari de famtrips amb la col·laboració de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme
2. Organització de viatges de familiarització propis especialitzats en productes estratègics
3. Col·laboració activa amb Famtrips organitzats per tercers

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Proximitat
Resta de Catalunya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 10.000 €

1.000 € | 3.000 € | 3.000 € | 3.000 €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES A PROFESSIONALS

ACCIÓ 3.8

PRESSTRIPS / BLOGTRIPS / INSTAGRAMMERS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Elaboració d'un calendari de Presstrips i similars anual.
- Potenciar l'organització de Presstrips amb l'objectiu de mostrar a periodistes nacionals els productes turístics que ofereix la ciutat de Manresa.
- Presstrips propis i Presstrips supramunicipals amb coordinats amb altres entitats de promoció turística.

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració del calendari de Presstrips i similars amb la col·laboració de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme
2. Organització dels Presstrips i similars

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Catalunya
Espanya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Mitjans de comunicació

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 10.000 €

1.000 € | 3.000 € | 3.000 € | 3.000 €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ D

ACCIONS PROMOCIONALS DIRIGIDES A PROFESSIONALS

ACCIÓ 3.9

JORNADA AMB TTOO

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Seminari informatiu sobre les novetats referents als productes turístics, posant èmfasi en els productes relacionats amb l'àmbit espiritual.
- Jornada professional de formació sobre les novetats de la destinació, dirigida a agències receptives locals i de l'entorn de Barcelona.

TASQUES A REALITZAR

1. Crear vincles amb TTOO per tal de que participin en les jornades amb el suport de l'Oficina de Promoció Turística i l'Agència Catalana de Turisme
2. Organització de jornades amb els TTOO

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Proximitat

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 5.000 €

0 € :: 5.000 € ::

2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ E

POSICIONAMENT ONLINE

ACCIÓ 3.10

POSICIONAMENT ONLINE

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Realització d'activitats de màrqueting on-line amb l'objectiu de generar interès i incrementar la popularitat del municipi de Manresa com a destinació
- Simplificació de la selecció d'informació segons l'interès del visitant.
- Crear una campanya pròpia d'adwords i de facebook i treballar amb portals afiliats per tal de fomentar una campanya en portals específics i relacionats amb el turisme.

TASQUES A REALITZAR

1. Desenvolupar una campanya pròpia d'adwords i de facebook
2. Desenvolupar una campanya d'enllaços a portals afins a Manresa.
3. Publicar notícies en mitjans afins
4. Estar present a directoris genèrics i temàtics
5. Presència en xarxes socials, personals, professionals i temàtics
6. Desenvolupar ajudes per a la navegació
7. Optimitzar opcions de cerca
8. Analitzar l'estructura dels documents
9. Crear una mapa de la pàgina
10. Afegir un arxiu "If Modified since"
11. Crear robots.txt, etc.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal
- 09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 40.000 €

4.000 € | 12.000 € | 12.000 € | 12.000 €

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
03

PROMOCIÓ I MÀRQUETING



LÍNIA D'ACTUACIÓ F

ACORDS DE COL·LABORACIÓ

ACCIÓ 3.11

ACORDS DE COL·LABORACIÓ AMB TURISME DE BARCELONA I AMB ALTRES ATRACTIUS TURÍSTICS DE L'ENTORN

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Desenvolupar polítiques i acords integrats per generar un entorn que permeti fomentar el turisme com a sector econòmic rellevant a la comarca.
- Realitzar accions integrades d'entre el Pla de màrqueting de Manresa i els Plans de màrqueting de Turisme de Barcelona i amb altres entitats i atractius turístics de l'entorn com Cardona, Montserrat, altres punts de la ruta ignasiana etc.

TASQUES A REALITZAR

1. Reunió amb responsables de màrquetig de Turisme de Barcelona i d'altres entitats i atractius turístics de l'entorn amb el suport de l'Oficina de Promoció Turística (OPT)
2. Elaboració d'acords, convenis i cerca de sinèrgies dels plans de màrqueting de cadascú

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

09 Identificar oportunitats d'aliances amb altres entitats, organismes i empreses per desenvolupar accions de co-marketing i branding

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Proximitat

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

DESTINARI/ PÚBLICS OBJECTIU

Agents del sector
Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMA

04

COMUNICACIÓ

**Línia d'actuació A: Pla de comunicació****Acció 4.1** Pla de Comunicació anual**Línia d'actuació B: Relacions amb mitjans de comunicació****Acció 4.2** Pla de mitjans de comunicació**Acció 4.3** Notes de premsa**Acció 4.4** Xarxes Socials**Línia d'actuació C: Comunicació interna****Acció 4.5** Newsletters**Acció 4.6** Programa de sensibilització i informació

PROGRAMA
04

COMUNICACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ A

PLA DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.1

PLA DE COMUNICACIÓ ANUAL

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Elaboració i implementació d'un pla de comunicació amb l'objectiu de projectar la marca Manresa al públic final.
- Tant els mitjans com els missatges s'han d'adaptar als mercats i segments objectius.
- Inclusió dels productes creats i l'estratègia definida en l'actual pla de màrqueting i promoció.

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració del pla de comunicació
2. Assignació del pressupost a mitjans de comunicació on i off line tenint en compte els productes, mercats i segments objectiu
3. Identificació de mitjans de comunicació idonis

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal
- 10 Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religió
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Espanya
França
Itàlia
Anglaterra
Alemanya
EEUU

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Gerència

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € | SCD € | SCD € | SCD€

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
04

COMUNICACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

RELACIONS AMB MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.2

PLA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

- Desenvolupar un calendari amb totes les accions anuals a realitzar amb els mitjans de comunicació identificats al Pla de comunicació, posant especial interès als mitjans dels mercats estratègics (Barcelona, Costa Barcelona i Paisatges Barcelona) i als mercats d'alt potencial (resta de Catalunya).
- Contactar amb els mitjans de comunicació seleccionats i negociar contractes anuals de col·laboració
- Tanmateix, amb l'objectiu de projectar la marca turística Manresa al mercat nacional i internacional, fa falta treballar conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme (ACT) per aprofitar la seva capacitat d'arribar a altres mercats.
- Posar especial interès en els principals productes estratègics a banda de la resta.

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració del calendari d'accions de comunicació
2. Signatura de contractes amb els mitjans de comunicació seleccionats
3. Col·laboració amb l'Agència Catalana de Turisme (ACT)
4. Enviar constantment notícies i novetats als mitjans de comunicació amb l'objectiu de generar articles i reportatges de la destinació.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

- Cultural**
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

- Proximitat
Resta de Catalunya

SEGMENTS

- Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU
Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Gerència i Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 85.000 €

10.000 € 2018 | 25.000 € 2019 | 25.000 € 2020 | 25.000 € 2021

PROGRAMA
04

COMUNICACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

RELACIONS AMB MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.3

NOTES DE PREMSA

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Elaboració periòdica de notes de premsa, facilitant-les als principals mitjans inclosos al pla de mitjans de comunicació, per tal de potenciar la presència de Manresa als diferents mitjans.

TASQUES A REALITZAR

- 1- Elaboració de notes de premsa
- 2- Facilitar-les als mitjans de comunicació

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 07 Posicionar Manresa com una destinació de turisme cultural i espiritual de referència en el sector, el trade i en els mercats de proximitat i nacional
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

- Cultural
- Espiritual
- Religiós
- Gastronòmic
- Enoturisme
- Naturalesa
- Esportiu

MERCATS

- Proximitat
- Resta de Catalunya

SEGMENTS

- Religiosos
- Famílies
- Joves
- Sèniors
- Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Indicar públic

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de turisme

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 | 2019 | 2020 | 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € | SCD € | SCD € | SCD €
2018 | 2019 | 2020 | 2021

PROGRAMA
04

COMUNICACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

RELACIONS AMB MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACCIÓ 4.4

XARXES SOCIALS

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

És important posar èmfasi en estar presents a les xarxes socials, per tal d'arribar més ràpidament a diferents segments del mercat i crear comunitat vinculada al municipi. Avui dia les xarxes socials han esdevingut un canal idoni per arribar d'una manera directe i ràpida a gran part de la població.

Com a mínim es recomana gestionar de forma activa perfils a Facebook, Instagram, Twitter, Tripadvisor i Google Business

Així doncs, cal potenciar la interacció amb perfils socials d'altres marques de la destinació o de l'entorn (Oficina de Promoció Turística de la Diputació de Barcelona, Agència Catalana de Turisme, Catalunya Experience, Bages Turisme, DO Pla de Bages, Geoparc i el Parc de la Sèquia) per tal de maximitzar la visibilitat de les publicacions relatives a la destinació, productes, accions i activats de Manresa.

TASQUES A REALITZAR

- Mantenir constantment actualitzades totes les xarxes socials de les que diposi el municipi en matèria de turisme, centrant-se en la promoció dels productes, novetats, esdeveniments, activitats i indirectament a la comercialització.
- Cal ser actiu amb la presència de mapes, vídeos, fotografies, opinions d'usuaris, entre d'altres, dins aquestes xarxes per tal d'estar presents en tot moment dins el mercat.
- Enfocar publicacions dins les xarxes socials, referent al enoturisme, la cultura i la naturalesa.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
04
COMUNICACIÓ**LÍNIA D'ACTUACIÓ C****COMUNICACIÓ INTERNA****ACCIÓ 4.5****NEWSLETTERS****DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ**

- Elaboració i distribució quinzenal o mensual d'un butlletí de notícies relacionades amb el turisme en el format Newsletter.
- Creació i manteniment de base de dades de gent interessada en rebre informació turística del municipi (utilitzar la web, les xarxes socials i les oficines de turisme com a punts de subscripció a la Newsletter)
- Incloure informació relativa als esdeveniments propers, campanyes, ofertes i descomptes, etc.
- Compartir accions de futur
- Utilitzar la newsletter com a instrument de comunicació intern i de màrqueting directe.

TASQUES A REALITZAR

1. Elaboració de la Newsletter
2. Distribució de la Newsletter

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religió
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Proximitat
Resta de Catalunya

SEGMENTS

Religiosos
Famílies
Joves
Sèniors
Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Públic final

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ**Implementació**

Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
04

COMUNICACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ C

COMUNICACIÓ INTERNA

ACCIÓ 4.6

PROGRAMA DE SENSIBILITZACIÓ I INFORMACIÓ

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

És imprescindible despertar entre la població local i entre els professionals locals del sector turístic i els sectors afins, una mentalitat hospitalària i oberta al turisme. Per tant, és important posar èmfasi en el desenvolupament de mesures de sensibilització les quals afavoreixin a la implicació de la població local així com dels empresaris del sector, per tal que contribueixin de forma activa en el correcte desenvolupament del turisme del municipi.

Per tal de contribuir en la implicació dels professionals del sector turístic del municipi de Manresa, es podria desenvolupar un petit manual de bones pràctiques del sector per tots els empresaris del sector.

TASQUES A REALITZAR

- 1- Accions de difusió periòdica en els mitjans de comunicació locals i provincials
- 2- Participació en esdeveniments locals i recollida de suggeriments.
- 3- Creació d'un manual de bones pràctiques per als professionals del sector.

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 03 Promoure la professionalització dels diferents agents implicats directa i indirectament en el turisme del territori
- 10 Incrementar l'impacte econòmic i social del sector turístic al municipi, reforçant l'orgull i autoestima de la població

PRODUCTES

- Cultural**
- Espiritual**
- Religió
- Gastronòmic
- Enoturisme
- Naturalesa
- Esportiu

MERCATS

- Proximitat
- Resta de Catalunya

SEGMENTS

- Religiosos
- Famílies
- Joves
- Sèniors
- Professionals

**DESTINARI/
PÚBLICS OBJECTIU**

Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Coordinació de turisme

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ



PRIORITAT D'EXECUCIÓ



PRESSUPOST: 6.000 €



11. MARC OPERATIU

11.2. Accions

PROGRAMA

05**COMERCIALIZACIÓ****Línia d'actuació A: Comercialització a través de canals propis****Acció 5.1.** Potenciar la comercialització a través de la web pròpia**Línia d'actuació B: Comercialització a través de operadors turístics****Acció 5.2.** Acords amb touoperadors i agències de viatges receptives**Acció 5.3.** Acords amb empreses de transport que operen a Barcelona i entorn**Línia d'actuació C: Comercialització per a col·lectius específics****Acció 5.4.** Escolars, sèniors i grups d'interès específic**Línia d'actuació D: Comercialització Online****Acció 5.5.** Accions de comercialització on-line

PROGRAMA
05
COMERCIALIZACIÓ**LÍNIA D'ACTUACIÓ A****COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE CANALS PROPIS****ACCIÓ 5.1****POTENCIAR LA COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE WEB PRÒPIA****DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ**

Actualitzar la pàgina web dels productes i experiències que es proposen crear, realitzant una classificació i reestructuració clara segons la tipologia de producte (cultural, enològic, gastronòmic, religiós – espiritual, naturalesa i esportiu).

Seguir facilitant la comercialització de productes i serveis turístics d'iniciativa privada, incloent a l'apartat actual de la pàgina web on es comercialitzen les entrades pròpies un accés directe mitjançant links a les webs d'empreses privades que venen experiències i productes turístics del territori.

TASQUES A REALITZAR

- Realitzar una classificació per tipologia de producte i per segments del mercat a la pàgina web
- Comercialitzar productes i serveis turístics d'iniciatives privades

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- 06 Definir i consolidar una cartera de productes diversificada i especialitzada que permeti la dinamització turística del municipi
- 08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

PÚBLICS OBJECTIU

Públic final
Agents del sector

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ**Implementació**

Responsable de comercialització
Responsable de comunicació

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 : 2019

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € : SCD € : :
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
05

COMERCIALIZACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE OPERADORS TURÍSTICS

ACCIÓ 5.2

ACORDS AMB TOUROPERADORS I AGÈNCIES DE VIATGES RECEPTIVES

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

D'entre els productes i experiències turístiques de Manresa com a destinació hi ha alguns amb possibilitats de comercialitzar-se amb Touroperadors i Agències de viatges receptives que treballen a la província de Barcelona. És un canal de venda especialment idoni per arribar als turistes que visiten Barcelona i/o la costa de Barcelona.

És important tenir en compte la necessitat de conformar productes atractius pels operadors, susceptibles de ser comissionats i combinats amb l'oferta de destinacions properes com Montserrat o Cardona.

Aprofitar les contactes dels operadors que ja visiten la Santa Cova i oferir-les productes més complets combinats amb altres atractius de Manresa

TASQUES A REALITZAR

- Identificar TTOO amb potencial de col·laboració per la seva especialització (cultural, religiós, enològic,...)
- Formalitzar acords amb TTOO els quals operen a Barcelona i al seu entorn

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

PÚBLICS OBJECTIU

Fundació Turisme i Fires
de Manresa
Touroperadores

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

PROGRAMA
05

COMERCIALIZACIÓ



LÍNIA D'ACTUACIÓ B

COMERCIALIZACIÓ A TRAVÉS DE OPERADORS TURÍSTICS

ACCIÓ 5.3

ACORDS AMB EMPRESES DE TRANSPORT QUE OPEREN A BARCELONA I ENTORN

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Contactar i formalitzar acords amb empreses de transport, els quals actualment estiguin operant a Barcelona i al seu entorn, amb l'objectiu d'incloure Manresa dins dels paquets turístics que ofereixen al territori.

Entre les empreses de transport que operen a Barcelona i al seu entorn, es recomanen les següents d'entre altres:

- Julià
- Autocares Plana
- Monbus

TASQUES A REALITZAR

- Formalitzar acords amb empreses de transport, les quals operen a Barcelona i al seu entorn
- Proposar operar en les línies:
 - Barcelona – Manresa i Montserrat – Barcelona
 - Barcelona – Manresa i Cardona – Barcelona
 - Tarragona – Manresa i Montserrat - Tarragona

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

PÚBLICS OBJECTIU

Fundació Turisme i Fires de Manresa
Empreses de transport

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

alta

PRESSUPOST: 30.000 €

0 € :: 10.000 € :: 10.000 € :: 10.000 €
2018 2019 2020 2021



PROGRAMA
05

COMERCIALIZACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ C

COMERCIALIZACIÓ PER A COL·LECTIUS ESPECÍFICS

ACCIÓ 5.4

ESCOLARS, SÈNIORS I GRUPS D'INTERÈS ESPECÍFIC

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Alguns dels segments del mercat són comercialment més accessibles per la seva forma d'organitzar-se i de viatjar en grup.

Es considera interessant pel tipus de productes que ofereix Manresa desenvolupar material específic i venda a través d'accions de màrqueting directe (e-mailing i acords amb col·lectius) pels segments dels escolars, la lmserso, associacions de col·lectius específics i pels col·lectius de treballadors de grans empreses.

TASQUES A REALITZAR

- Obtenir bases de dades dels col·lectius i contactes amb els gerents de les associacions
- Dissenyar material específic si cal (ex. Dossier escolars)
- Enviament d'emailing (col·legis, casals, etc.)
- Visites comercials a col·lectius específics (metges, arquitectes, grans empreses,...)
- Signar convenis de col·laboració

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Escolars
Sèniors
Professionals

PÚBLICS OBJECTIU

Fundació Turisme i Fires de Manresa
Empreses de transport

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: 15.000 €

0 € :: 5.000 € :: 5.000 € :: 5.000 €
2018 2019 2020 2021



PROGRAMA
05

COMERCIALIZACIÓ

LÍNIA D'ACTUACIÓ D

COMERCIALIZACIÓ ONLINE

ACCIÓ 5.5

ACCIONS DE COMERCIALIZACIÓ ONLINE

DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ

Es tracta d'impulsar la venda de productes turístic propis mitjançant els principals portals web de venda de productes i experiències turístiques com seria el cas:

- TripAdvisor (Viator)
- Spain.Info / Experience Catalunya
- Get your guide
- Let's bonus
- Groupon
- Atrápalo
- Logitravel

TASQUES A REALITZAR

- Incorporar els productes turístics propis a les principals pàgines web de venda de productes mitjançant convenis de comercialització

OBJECTIUS ESTRATÈGICS

08 Impulsar una estratègia de promoció, comunicació i distribució multicanal

PRODUCTES

Cultural
Espiritual
Religiós
Gastronòmic
Enoturisme
Naturalesa
Esportiu

MERCATS

Genèric

SEGMENTS

Genèric

PÚBLICS OBJECTIU

Fundació Turisme i Fires de Manresa

RESPONSABLE DE L'ACCIÓ

Implementació

Responsable de comercialització

Control

Coordinació de turisme

PERÍODE D'EXECUCIÓ

2018 :: 2019 :: 2020 :: 2021

PRIORITAT D'EXECUCIÓ

mitjana

PRESSUPOST: Sense cost directe €

SCD € :: SCD € :: SCD € :: SCD €
2018 2019 2020 2021

12 SEGUIMENT I CONTROL

12. SEGUIMENT I CONTROL ANUAL

12.1. Indicadors de seguiment anual

A continuació es detallen els indicadors de seguiment definits per tal de realitzar un control sobre la implementació i efectivitat de les accions del Pla de Màrqueting Turístic de Manresa.

Nombre de visitants atesos a les oficines de turisme i en els principals atractius de la ciutat

Informe del perfil de la demanda (procedència, motivació, dies d'estada, despesa, etc.)

Nombre i tipologia de productes propis venuts a través de venda directa i intimidada

Nombre de publicacions pròpies distribuïdes

Nombre d'esdeveniments propis organitzats i nombre d'assistents als mateixos

Nombre i tipologia d'esdeveniments de tercers (de promotors privats) **captats pel municipi** (esportius, culturals, etc.)

Nombre i perfil de les visites de familiarització ateses

Nombre i perfil dels press i blog trips atesos

Nombre d'accions comercials amb TTOO i AAVV i nombre de convenis signats

Nombre i perfil de visitants a la pàgina web

Nombre i perfil de subscriptors a la newsletter

Nombre i perfil de seguidors a les xarxes socials en tots els perfils propis (Facebook, Twitter, etc.)

Nombre d'usuaris del transport turístic habitat

Nombre d'empreses inscrites a la plataforma de col·laboració i participació

Nombre de participants d'empreses en les accions de formació

ANNEX 1

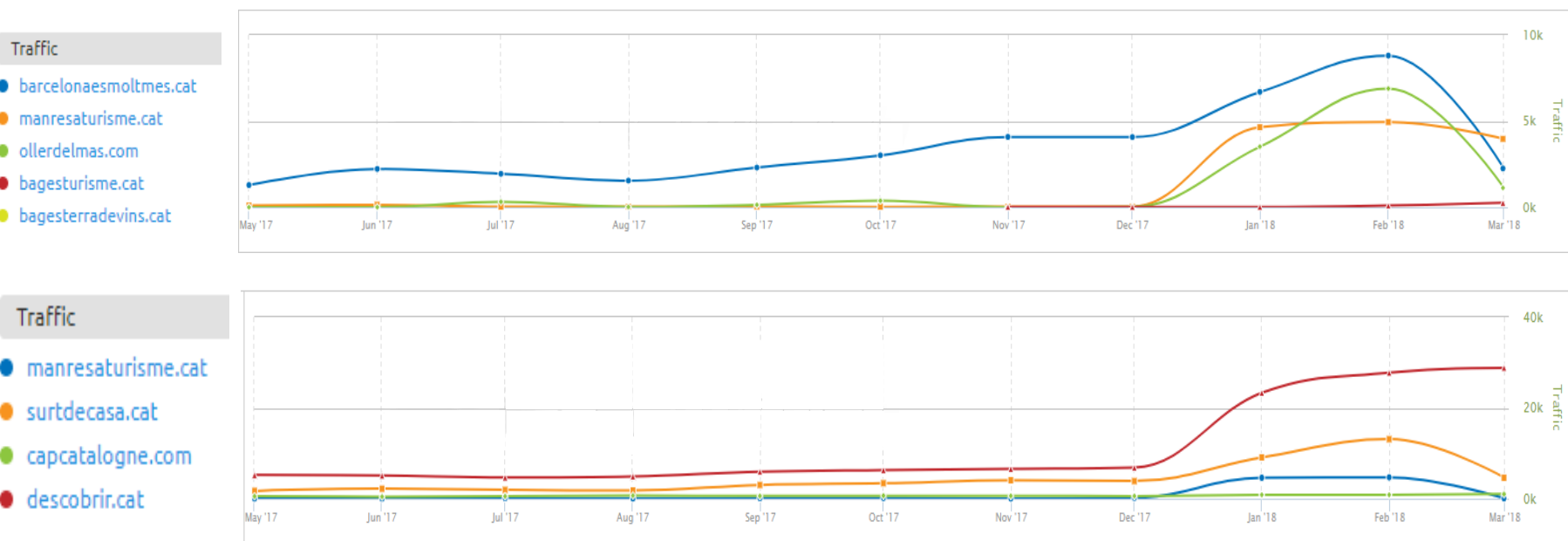
ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ

ANNEX 1.

ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ

PORTALS WEB

L'anàlisi dels portals webs s'ha realitzat principalment sobre la web de turisme de Manresa, tot i que també s'ha tingut en compte el tràfic rebut per altres portals de turisme que proporcionen informació sobre la destinació i pels portals a través dels quals Manresa implementa estratègies de comunicació:



Entre els portals utilitzats actualment per comunicar la destinació, el portal **descobrir.cat** és el que rep un major volum de visites, seguit per **barcelonaesmoltmes.cat**

ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



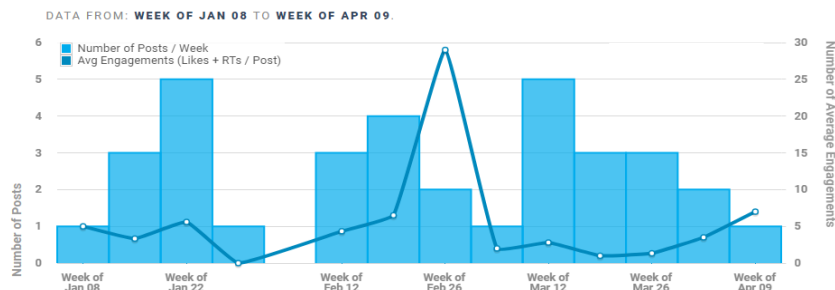
Manresa Turisme
@ManresaTurisme

1,613 2,727 514 3 2 0.19%
TOTAL POSTS FOLLOWERS FOLLOWING AVG LIKES AVG RETWEETS AVG ENGAGEMENT RATE

Twitter



Account Statistics



Related Topics

Hashtags



Top Posts by Engagements

Likes	Retweets	Post Caption	Date
38	9	Quina nevada! Els amants de la neu poden gaudir de la ciutat amb unes imatges ben diferents ✨ #Manresa... https://t.co/6ZzhFg0qD9	Feb 28, 2018
10	4	Segon dia a la Fira de L'Aixada! Les desfilades medievals de Vestis han sigut tot un èxit! Si encara no heu passat... https://t.co/S3qHRQZ7FN	Feb 25, 2018
6	5	Demà 2 de març és l'últim dia per fer inscripció anticipada a la Transquèia ☹ Recordeu que a l'Oficina de Turisme... https://t.co/bOp1vi3jwN	Mar 01, 2018
3	5	Torna la Marxa del Pelegrí! Aquest any en la seva 4a edició i moltes novetats! Hi haurà tres modalitats perquè s'ad... https://t.co/sYZGI0Aa3n	Mar 15, 2018
4	4	El proper 20 de febrer a les 19h, acompanyeu-nos a visitar el #patrimoni #manresa amb llum d'espelmes! ☑ Cal reserv... https://t.co/xvcgBdD5Sc	Feb 12, 2018
6	2	Ja falta ben poc per la #Transquèia! El temps corre i en només 40 dies tenim la Transquèia aquí! Som-hi! 4 DE MARÇ... https://t.co/0Tytv0qBU	Jan 24, 2018

ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



Descobreix Manresa!
@ManresaTurisme

3,952

PAGE LIKES

27

AVG LIKES

1

AVG COMMENTS

9

AVG SHARES

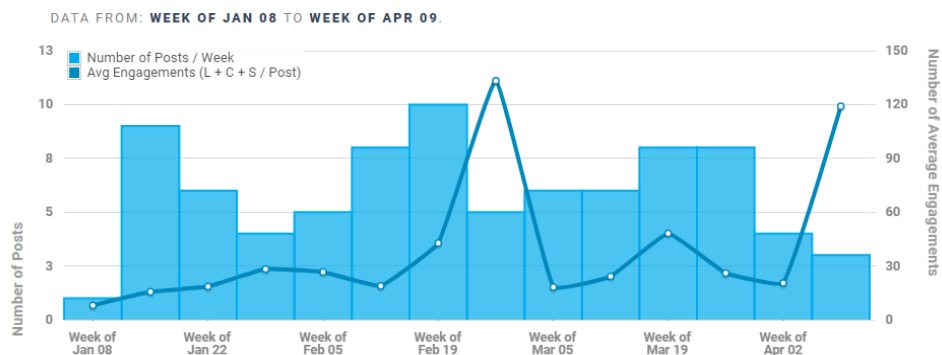
0.93%

AVG ENGAGEMENT RATE

Facebook



Account Statistics



Top Posts by Engagements

	Likes	Comments	Shares	Post Caption	Date
	383	34	173	Bon dia! Mireu quin goig fa Manresa ben nevada! ✨ Us animem a etiquetar-nos en les fotos que aneu...	Feb 28, 2018
	155	17	126	Bona tarda! Encara que amb una mica de fred, donem la benvinguda a la primavera amb una proposta...	Mar 20, 2018
	188	13	51	Bon dia! Engueuem la setmana de la Marxa del Pelegrí! Ja ho tenim tot a punt perquè pugueu gaudir...	Apr 09, 2018
	62	1	34	Aquest cap de setmana, torna la Fira de l'Aixada! Manresa s'endinsarà en l'esperit medieval amb...	Feb 22, 2018
	78	0	14	Feliç dia de la Llum!!! ✨+*	Feb 21, 2018
	43	1	27	Ja som al febrer i això vol dir que falta molt poc per a una nova edició de la Fira de l'Aixada...	Feb 04, 2018

ANNEX 1.

ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



Manresa Turisme
@manresaturisme

223 publicaciones

1.408 seguidores

274 seguidos

Instagram



Top Posts

Engagement

 @rossendv Apr 8 502 ♥

. Una vista nocturna del Passeig de Pere III de Manresa, des de la privilegiada terra ssa de l'Hotellet, ubicat a la casa Padró-Riera, edifici modernista de l'arquitecte Bernat Pejoan i Sanmartí, constr...

 @erinska Apr 8 486 ♥

. Menjador del primer pis de la casa Torrents o ca la Buresa, edifici modernista dissenyat i construït per l'arquitecte Ignasi Oms i Ponsa (1905-1908). Molt bon vespre a tots! . Dining room on the fir...

 @rossendv Apr 6 481 ♥

. La Plaça de Sant Domènec, de Manresa, vista des d'una de les sales del pis principal de la casa Torrents, coneguda com ca la Buresa, l'impressionant edifici modernista del 1906, obra de Ignasi Oms i...

Related Topics

Hashtags



ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



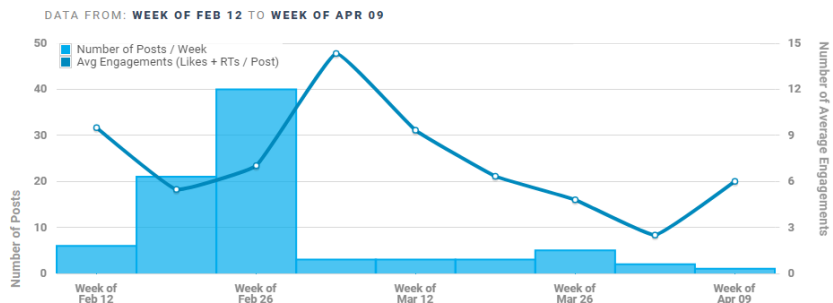
Parc de la Sèquia
@parcdelasequia

1,120 1,834 1,009 5 2 0.38%
TOTAL POSTS FOLLOWERS FOLLOWING AVG LIKES AVG RETWEETS AVG ENGAGEMENT RATE

Twitter



Account Statistics



Top Posts by Engagements

Likes	Retweets	Post Caption	Date
32	9	Moltes gràcies a tots els 5.173 participants a la Transèquia 2018! I sobretot, a tots els col·laboradors, patrocina... https://t.co/5ggGcvlqqX	Mar 05, 2018
31	8	Bon dia! ☀️ Així està el Parc de Can Font amb un dels canals de regadiu de la Sèquia. #estapassant Per la... https://t.co/Ytt4nqQLpk	Feb 28, 2018
18	11	El 4 de març una Transèquia més SOLIDÀRIA: totes les inscripcions inclouen 1 € solidari que anirà íntegrament al pr... https://t.co/UeHGbkNypm	Feb 18, 2018
17	10	ÚLTIMA HORA: Ampliem inscripcions on-line fins aquest divendres! Aprofita-ho! ☺️ https://t.co/QG15NystZY 6 dies i... https://t.co/4sHpNaRDUG	Feb 26, 2018
17	9	 La Transèquia ja està en marxa!!!🌞🌳🌿	Mar 04, 2018
16	9	Mireu els gots reutilitzables que utilitzarem als avituallaments i us emportareu de record de la Transèquia. Què us... https://t.co/aWJZxDfms0	Mar 01, 2018

Related Topics

Hashtags

- gentactiva
- parcdelagulla
- capminades
- ecomuseufarinera
- diamundialdelactivitatfisi
- manresa
- gentactivaplacatalunya
- gentactivagentfeliç

ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



Parc de la Sèquia
@parcdelasequia

5,385

PAGE LIKES

24

AVG LIKES

1

AVG COMMENTS

2

AVG SHARES

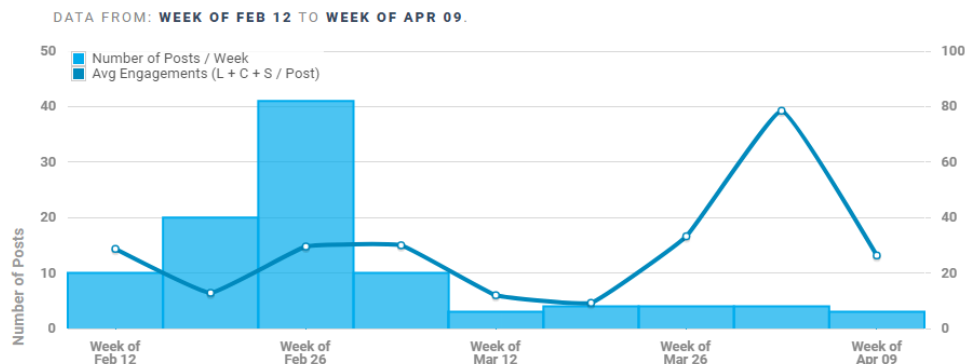
0.50%

AVG ENGAGEMENT RATE

Facebook



Account Statistics



Top Posts by Engagements

	Likes	Comments	Shares	Post Caption	Date
	262	4	15	VINE A LA MOSTRA "DEL PTV AL TDK", AL MUSEU DE LA TÈCNICA Entre els anys 50 als 90 vam viure el...	Apr 05, 2018
	137	1	12	La Transèquia corrent: una oportunitat per recórrer la Sèquia a bon ritme, amb avituallaments...	Feb 13, 2018
	99	6	11	Moltes gràcies a tots els 5.173 participants a la Transèquia 2018! I sobretot, a tots els...	Mar 05, 2018
	93	4	4	Bon dia! ☺ Així està ara el Parc de Can Font amb un dels canals de regadiu de la Sèquia. Per...	Feb 28, 2018
	80	6	7	Mireu els gots reutilitzables que utilitzareu als avituallaments i us emportareu de record de la...	Mar 01, 2018
	69	1	17	Així ens hem trobat la Sèquia avui! ☺ Poc més de 12h per començar, tic, tac... Bona Transèquia a...	Mar 03, 2018

ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



Parc de la Sèquia
@parcdelasequia

56 publicaciones

1.031 seguidores

298 seguidos

Instagram



Top Posts

Engagement

@toni_soler Apr 2 844 ♥

Trinxar tot el sembrat per no desmerèixer una gran tarda de fotografia 📷📷 Si busqueu culpables contacteu amb @galarino 🗨️ Naniiiiit 📷📷 ***** #sequia#parcdelasequia...

@toni_soler Apr 6 519 ♥

Encarant el cap de setmana ! 📷 Bon diaaaa 📷📷 ***** #santiscle#sequia#parcdelasequia#bages#manresa #medieval #ok_landscape #bcnmoltmes #ic_nature #naturephotogra...

@toni_soler Apr 4 486 ♥

Com m'agraden les passejades primaverals 🌸🌸🌸 Quin relax !! 📷📷 ***** #santiscle#sequia#parcdelasequia#bages#manresa #medieval #ok_landscape #bcnmoltmes #ic_natur...

Related Topics

Hashtags



ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



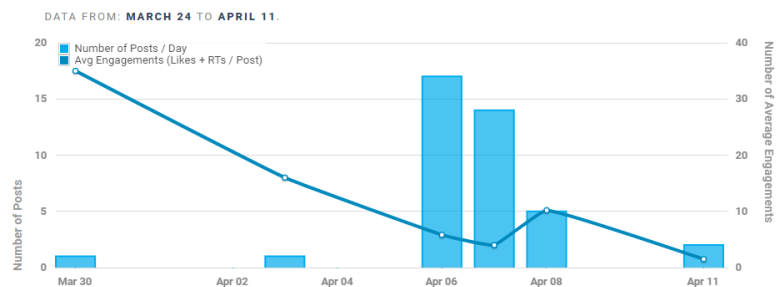
Manresa CCC 18
@ManresaCCC18

558 479 63 4 3 1.36%
TOTAL POSTS FOLLOWERS FOLLOWING AVG LIKES AVG RETWEETS AVG ENGAGEMENT RATE

Twitter



Account Statistics



Top Posts by Engagements

Likes	Retweets	Post Caption	Date
23	12	#Manresa Capital de la #Cultura Catalana 2018 està a punt d'iniciar un segon trimestre farcit de novetats. Ja podeu... https://t.co/YQ1RfCTbr2	Mar 30, 2018
19	9	Brillant estrena del festival de dansa #Batecs, al @Kursaalmanresa. La companyia @MaduixaTeatre entusiasma amb el s... https://t.co/6cJ9m00Fyk	Apr 06, 2018
15	11	Esplèndids Sol Picó i Marco Mezquida amb l'espectacle "Cita a cegues", aquest vespre a l'Anònima #Manresa. Públic d... https://t.co/wRP1Q5E6rh	Apr 07, 2018
5	15	Ja està disponible el programa definitiu de la XIV edició del Recercat que #Manresa acollirà els dies 13, 14 i 15 d... https://t.co/elwSZFctKV	Apr 08, 2018
10	8	A causa del temps, els actes d'aquest matí i migdia del festival de dansa #Batecs es duran a terme al teatre dels C... https://t.co/AEif4IR6R4	Apr 08, 2018
13	4	Així està quedant el mural que l'artista Anna Taratiel està pintant a la placeta de la Mel #Manresa! <small>El mural d'OVNI a @ManresaCCC18 en ple procés de producció. Foto de Sergey Ledesmov #dronbenito</small>	Apr 06, 2018

Related Topics

Hashtags



ANNEX 1. ANÀLISI DE L'ACTIVITAT ALS CANALS DE COMUNICACIÓ



Camins del Bages
@caminsdelbages

5,848

PAGE LIKES

490

AVG LIKES

12

AVG COMMENTS

69

AVG SHARES

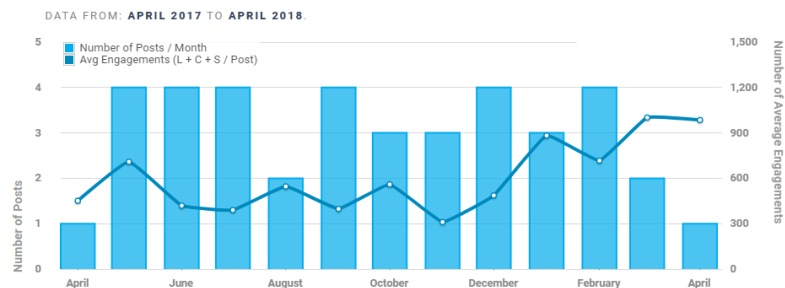
9.76%

AVG ENGAGEMENT RATE

Facebook



Account Statistics



Top Posts by Engagements

	Likes	Comments	Shares	Post Caption	Date
	986	32	225	Impressionat imatge de la majestuosa Seu de Manresa que presideix la ciutat dalt el Puig Cardener...	May 19, 2017
	944	25	145	Del verd al blanc, de la primavera a l'hivern ❄️. Aquesta setmana el paisatge del Bages ens ha...	Mar 22, 2018
	908	37	138	El Marco Garcia comparteix amb nosaltres aquesta imponent imatge de La Seu il·luminada en una...	Feb 02, 2018
	802	25	187	Creuar a peu el Pont Vell de Manresa, aixecat sobre el riu Cardener, és fer un viatge històric a...	May 26, 2017
	889	12	84	La primavera arriba al Bages, els arbres ja floreixen a Món St Benet. 🌸🌿 Gràcies a Dani Casas...	Apr 06, 2018
	581	21	367	La Sèquia, La Seu, Montserrat, El Castell de Cardona o les tines a peu de vinya...Aquí teniu un...	Aug 04, 2017

ANNEX 2

PRODUCTES COMERCIALITZATS

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

Segons tipologia de producte turístic

	Nom del producte comercialitzat	Tipus de turisme						
		Religiós	Espiritual	Cultural	Naturalista / Geoturisme	Enoturisme	Gastronomia	Turisme actiu
1	Manresa, cor de Catalunya			X		X	X	
2	Carrer del Balç			X				
3	Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi			X				
4	La Llum de l'Esplendor Medieval			X				
5	Celler Oller del Mas					X		
6	Ruta de les tines amb visita al celler			X		X		
7	Visita a cavall el celler Oller del Mas				X	X		X
8	Visita en 4x4 el celler Oller del Mas					X		X
9	Les últimes passes del Pelegrí			X		X		
10	Ruta de les tines amb tast de vins			X	X	X	X	X
11	La Sèquia i Sant Iscle			X	X	X		X
12	Pack enogastronòmic al Bages					X	X	
13	Vol en globus i visita al Mas de Sant Iscle				X	X		X
14	La Sèquia i Santpedor en bicicleta				X		X	X
15	Del celler a la taula - amb proximitat					X	X	
16	El maridatge del Kursaal					X	X	
17	Del celler a la taula - a l'oller					X	X	
18	Del celler a la taula - espais sorprenents					X	X	
19	Manresa i els vins del Bages			X		X	X	
20	Les cobertes de la Seu			X		X		
21	Wine tours amb castlexperience			X		X		
22	Pedalant 4 dies pels vins del Bages			X	X	X		
23	Tast de vins catalans i enoturisme a Oller del Mas					X		
24	Camí de Sant Ignasi i enoturisme al Pla de Bages				X	X		
25	Visita guiada al Celler i tast de vins per 2 persones			X		X		
26	Descobreix el celler Oller del Mas i la finca mil·lenaria que l'envolta en 4x4					X		X
27	Coneix Manresa!			X				

	Nom del producte comercialitzat	Tipus de turisme						
		Religiós	Espiritual	Cultural	Naturalista / Geoturisme	Enoturisme	Gastronomia	Turisme actiu
28	Ruta de les Tines del Geoparc				X			
29	Cap de setmana tot inclòs per descobrir el passat vitivinícola del Bages				X	X	X	
30	Fent País - Viu, sent, comparteix!. "Oller del Mas"			X		X		
31	Fent País - Visca el vi!. "Bages Terra de Vins"				X	X		
32	Fent País - Visca el vi!. "Oller del Mas"			X		X		
33	Fent País - Al pot petit hi ha la bona confitura. "Visita a la Manresa Universal"	X		X			X	
34	Wonderbox - Tapas y vinos. "Heretat Oller del Mas en Manresa"			X		X		
35	Wonderbox - Actividades a la carta. "Heretat Oller del Mas en Manresa"			X		X		
36	Smartbox - De vino y tapas por Barcelona. "Heretat Oller del Mas"			X		X		
37	Catalonia, wine to know a whole country			X	X	X		X
38	Pla de Bages, journey to the past of central Catalonia			X		X		
39	Enoturismo en Cataluña (8 días / 7 noches)					X		
40	Montserrat and Manresa	X		X				
41	The Ignatian Way: an insight view		X		X			
42	Montserrat y la cueva de San Ignacio de Loyola		X	X				
43	Shrines of Spain	X	X	X				
44	Ignatian Route - Spain	X	X	X				
45	Ignatian Pilgrimage Montserrat - Manresa	X	X		X			
46	Enotren - Els cellers del Bages					X		
47	Enotren - Manresa, viatge a l'època Medieval			X				
48	Enotren - El Pla de Bages a cavall				X			X
49	Museu de la Tècnica de Manresa			X				
50	Enotren - Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi			X				
51	Enotren - Manresa, cor de Catalunya			X		X	X	
52	Enotren - Les Tines del Bages				X	X	X	
53	Enotren - Descobreix la D.O. Pla de Bages				X	X	X	

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALIZATS IDENTIFICATS

Segons els serveis inclosos

	Nom del producte comercialitzat	Serveis inclosos								
		Visita / Ruta guiada	Visita teatralitzada	Tast de vins	Tast de productes locals	Al·lotjament	Activitats espirituals	Dinar/ sopar	Visita a Montserrat	Transport
1	Manresa, cor de Catalunya	X		X	X					
2	Carrer del Balç	X	X							
3	Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi	X								
4	La Llum de l'Esplendor Medieval	X								
5	Celler Oller del Mas			X						X
6	Ruta de les tines amb visita al celler	X		X						
7	Visita a cavall el celler Oller del Mas									X
8	Visita en 4x4 el celler Oller del Mas	X								X
9	Les últimes passes del Pelegrí	X	X							
10	Ruta de les tines amb tast de vins	X	X	X						X
11	La Sèquia i Sant Iscle	X	X							X
12	Pack enogastronòmic al Bages					X		X		
13	Vol en globus i visita al Mas de Sant Iscle			X						X
14	La Sèquia i Santpedor en bicicleta				X					X
15	Del celler a la taula - amb proximitat	X	X					X		
16	El maridatge del Kursaal							X		
17	Del celler a la taula - a l'oller							X		
18	Del celler a la taula - espais sorprenents	X	X					X		
19	Manresa i els vins del Bages	X	X		X		X			
20	Les cobertes de la Seu	X	X							
21	Wine tours amb castlexperience	X	X					X		
22	Pedalant 4 dies pels vins del Bages	X	X		X		X			X
23	Tast de vins catalans i enoturisme a Oller del Mas	X	X							
24	Camí de Sant Ignasi i enoturisme al Pla de Bages	X	X							
25	Visita guiada al Celler i tast de vins per 2 persones	X	X							
26	Descobreix el celler Oller del Mas i la finca mil·lenària que l'envolta en 4x4	X	X							X
27	Coneix Manresa!	X								

	Nom del producte comercialitzat	Serveis inclosos								
		Visita / Ruta guiada	Visita teatralitzada	Tast de vins	Tast de productes locals	Al·lotjament	Activitats espirituals	Dinar/ sopar	Visita a Montserrat	Transport
28	Ruta de les Tines del Geoparc	X								
29	Cap de setmana tot inclòs per descobrir el passat vitivinícola del Bages	X		X		X		X		
30	Fent País - Viu, sent, comparteix!. "Oller del Mas"	X		X						
31	Fent País - Visca el vi!. "Bages Terra de Vins"	X		X						
32	Fent País - Visca el vi!. "Oller del Mas"	X		X						
33	Fent País - Al pot petit hi ha la bona confitura. "Visita a la Manresa Universal"	X			X					
34	Wonderbox - Tapas y vinos. "Heretat Oller del Mas en Manresa"	X		X						
35	Wonderbox - Actividades a la carta. "Heretat Oller del Mas en Manresa"	X		X						
36	Smartbox - De vino y tapas por Barcelona. "Heretat Oller del Mas"	X		X						
37	Catalonia, wine to know a whole country	X	X			X				X
38	Pla de Bages, journey to the past of central Catalonia	X		X		X		X		
39	Enoturismo en Cataluña (8 días / 7 noches)	X		X						
40	Montserrat and Manresa	X							X	
41	The Ignatian Way: an insight view	X				X		X		
42	Montserrat y la cueva de San Ignacio de Loyola	X							X	
43	Shrines of Spain	X		X		X	X	X	X	X
44	Ignatian Route - Spain	X				X		X		X
45	Ignatian Pilgrimage Montserrat - Manresa	X								
46	Enotren - Els cellers del Bages	X		X				X		X
47	Enotren - Manresa, viatge a l'època Medieval									
48	Enotren - El Pla de Bages a cavall	X							X	X
49	Museu de la Tècnica de Manresa	X							X	
50	Enotren - Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi	X							X	
51	Enotren - Manresa, cor de Catalunya	X		X	X				X	X
52	Enotren - Les Tines del Bages	X		X	X			X		X
53	Enotren - Descobreix la D.O. Pla de Bages	X		X	X	X				X

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

1

Manresa, cor de Catalunya

Saps que fa uns 40 milions d'anys Manresa estava coberta per un mar? O que el carrer del Balç és pràcticament únic a Catalunya? Saps que a Manresa hi ha comerços amb més de 100 anys d'història? I que gaudim d'uns productes d'horta regats per un canal construït el segle XIV?

Descobreix les respostes a aquestes preguntes i molts altres secrets sobre el paisatge, el patrimoni, el comerç, la gastronomia i l'enoturisme seguint la visita Manresa, Cor de Catalunya; un recorregut que ens porta a la Basílica de la Seu, el nucli històric de Manresa, el Carrer del Balç i la part modernista i comercial de la ciutat.

Hi ha l'opció d'acabar la visita amb un tast de productes locals i vins de la D.O. Pla del Bages. Una visita guiada que us arribarà al cor.

Durada: 2 hores (tast de productes aproximadament 30 minuts)

Adreça: Oficina de Turisme de Manresa · Plaça Major, 10
Telèfon: 938784090
Correu electrònic: turisme@ajmanresa.cat
Horari:
 Cada dissabte, a les 11h
Preu:
 14€ General amb tast
 13€ Reduïda sense tast
 8€ General sense tast
 7,20€ Reduïda sense tast



Comprar

Plataforma: Manresa turisme <http://www.manresaturisme.cat>

Manresa, cor de Catalunya

Reserva on-line PREU DES DE 13€
 DISPONIBLE

"Vine al cor!"

DESCRIPCIÓ

Saps que fa uns 40 milions d'anys Manresa estava coberta per un mar?
 O que el Carrer del Balç és pràcticament únic a Catalunya?
 Saps que a Manresa hi ha comerços amb més de 100 anys d'història i que gaudim d'uns productes d'horta regats per un canal medieval?

Descobreix els secrets de Manresa, el paisatge, el patrimoni, el comerç, la gastronomia i l'enoturisme. Acaba la visita amb un tast de productes locals i vins de la DO Pla de Bages!

Opcionalment, queda't a dinar al Kursaal Espai Gastronòmic a gaudir de la cuina de temporada amb vi de la DO Pla de Bages.

DISPONIBILITAT

Cada dissabte a les 11h
 Sortida: Oficina de Turisme de Manresa (Plaça Major, 10)
 Pel bon funcionament de l'activitat és preferible que feu la reserva prèvia amb un mínim de 24 hores d'antelació.

Per més informació i reserves:
turisme@ajmanresa.cat
 93 878 40 90
 o bé
reserves@bagesterradevins.cat



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Gastronomia
- Església, Monestir o Ermita
- Famílies
- Grups

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

2

Carrer del Balç

El centre d'interpretació del Carrer del Balç: un viatge en el temps a la Manresa medieval

Emplaçat a les dependències d'un antic casal, el centre d'interpretació ofereix un muntatge amb recursos multimèdia que posa en valor un conjunt patrimonial únic i, al mateix temps, permet descobrir com era la Manresa del segle XIV. Una història narrada i personalitzada en la figura del rei Pere III el Cerimoniós, el gran monarca forjador de les principals institucions de l'estat català.

El carrer medieval: un espai singular

El carrer del Balç, que formava part del nucli de la ciutat medieval sorgit a l'entorn del mercat, a la plaça Major, és un magnífic exemple de l'urbanisme medieval. De traçat estret i sinuós, el carrer s'adapta al perfil d'una balcera, amb diferents nivells esglaonats, i discorre sota els porxos que s'aixequen entre casa i casa per tal d'aprofitar l'espai escàs que hi havia a l'interior de la ciutat murallada.

Aquest carrer conserva encara l'essència d'un ambient medieval.

Activitats

Al carrer del Balç s'hi duen a terme activitats per a escolars, visites teatralitzades, activitats gastronòmiques i fins i tot, es pot llogar l'espai per a celebracions i/o events.

Adreça: Baixada del Pòpul, s/n

Telèfon: 93 872 14 66

Correu electrònic: carrerdelbalc@ajmanresa.cat

Horari:

Dilluns, diumenges i festius: de 10h a 14h

De dimarts a divendres de 10h a 14h i de 17h a 19h

Dissabtes de 10h a 14h i de 17h a 20h

Preu:

5€ adults

4€ jubilats i infants de 8 a 16 anys.

Altres activitats especials consultar preus

Comprar

Plataforma: Manresa turisme <http://www.manresaturisme.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

3

Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi

Sant Ignasi de Loiola és la personalitat que ha donat més projecció internacional a la ciutat de Manresa. Va ser aquí on va descobrir la seva vocació religiosa i on es va inspirar per escriure els Exercicis Espirituals durant la seva estada d'un any (1522).

La ruta ignasiana recorre un seguit d'indrets marcats per anècdotes, llegendes i simbolisme en record al fundador de la Companyia de Jesús, com La Cova, l'antiga Escola de Sant Ignasi, el Pou de la Gallina o la Capella del Rapte.

Punt de sortida: Museu Comarcal de Manresa, Via Sant Ignasi, 40.

Durada: 2 hores



Adreça: Punt de trobada: Museu Comarcal de Manresa (Via Sant Ignasi, 40)

Telèfon: 938784090

Correu electrònic: turisme@ajmanresa.cat

Horari:

Cada dijous, a les 11h, en castellà (compra d'entrades via web o reserva prèvia)

Cada divendres, a les 11h, en anglès.(compra d'entrades via web o reserva prèvia)

Cada últim diumenge de cada mes, a les 11h en català.

Preu:

General: 8€

Reduïda: 7,20€

Comprar

Plataforma: Manresa turisme <http://www.manresaturisme.cat>



MANRESA UNIVERSAL: LA CIUTAT DE SANT IGNASI

Espais plens d'espiritualitat

COMPRAR

Gaudiu de la ciutat manresana amb un recorregut que us durà fins a la Cova de Sant Ignasi, la monumental basílica de la Seu, el carrer medieval del Balç i el centre d'interpretació, on visitareu l'Espai Manresa 1522: la ciutat d'Ignasi.

AVANTATGES:

Sant Ignasi de Loiola és la personalitat que ha donat més projecció internacional a la ciutat de Manresa. Va ser aquí on va descobrir la seva vocació religiosa i es va inspirar per escriure els Exercicis Espirituals durant la seva estada d'un any, al 1522.

La ruta ignasiana recorre un seguit d'indrets marcats per anècdotes, llegendes i simbolisme en record al **fundador de la Companyia de Jesús**: l'antic Col·legi de Sant Ignasi, la Capella del Rapte, el Pou de la Gallina o la impressionant Cova de Sant Ignasi, construïda entre els segles XVII i XVIII.

També visitareu el nou **centre d'interpretació Espai Manresa 1522**, ubicat a l'antic Teatre Conservatori de la plaça Sant Domènec, on fareu un viatge fins al segle XVI per descobrir com era la Manresa que va acollir al sant.

Què inclou la vostra reserva?:

✓ Ruta de dues hores per la Manresa Ignasiana amb l'acompanyament d'un guia especialitzat.

Plataforma: Barcelona Turisme (<http://bcnshop.barcelonaturisme.com>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

4

La Llum de l'Esplendor Medieval

Amb motiu de la Festa de la Llum, visita guiada amb la il·luminació d'espelmes pel patrimoni medieval manresà: la basílica gòtica de la Seu, el Carrer del Balç, la Torre Sobrerroca i la Muralla del Carme.

Imprescindible reserva prèvia.

Adreça: Punt de partida: Oficina de Turisme de Manresa (Plaça Major, 10)

Telèfon: 93 878 40 90

Correu electrònic: turisme@manresaturisme.cat

Horari:

19.00h.

Preu:

Gratuit.

Comprar

Plataforma: Manresa turisme (<http://www.manresaturisme.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

5

Celler Oller del Mas

Reserva on-line PREU DES DE 19.45€ AMPOLLA DE VI INCLÒSA

"un magnífic castell com a epicentre d'un projecte enoturístic espectacular"

DESCRIPCIÓ

La Família Margenat, hereva i conservadora de la història dels Oller, obre les portes d'una finca en què conviuen harmònicament una història mil·lenària i la modernitat.

Enmig d'una gran finca de 400 hectàrees, de les quals 40 són de vinya, s'alça una majestuosa masia fortificada amb 1000 anys d'història. Durant 36 generacions la família n'ha conservat la propietat, amb un nom que prové de l'antic ofici de fabricació d'olles dels orígens de la finca. Molt centrats en els vins ecològics, a Oller del Mas combinen l'elaboració de vins d'alta gama amb vins fàcils i desenfadats.

La visita a les vinyes i el celler, la ruta en 4x4 per la finca per veure les barraques de pedra seca, el pou de glaç i l'antic forn d'olles, i sobretot, unes vistes excepcionals de Montserrat, són algunes de les coses que podreu descobrir i experimentar en aquest gran celler.

Celler amb producció ecològica

Podem veure i adquirir tots els seus vins a vinsdelbages.com

LA VISITA

La visita consisteix en un recorregut pel procés productiu dels vins que s'elaboren al celler. Des de la vessant més històrica fins a l'ampolla, passant per les vinyes, el celler de vinificació, les sales del castell, la zona de cria i el tast de dos de les referències del celler.

Tot acompanyat d'una àmplia i interessant explicació duta a terme per un dels professionals que formen l'equip de Oller del Mas.

La visita té una durada d'unes 2 hores.



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Inclou una ampolla



6

Ruta de les tines amb visita al celler

Reserva on-line PREU DES DE 19.50€

"Passat i present del vi al Bages"

DESCRIPCIÓ

Descobreix un dels llegats vitivinícoles més importants de Catalunya, les tines a peu de vinya, en una ruta guiada per conèixer l'excepcionalitat d'aquestes construccions.

Combina la ruta de les tines amb una visita a un dels cellers de la DO Pla de Bages, per conèixer i gaudir del passat i present del vi a la comarca.

DISPONIBILITAT

Qualsevol dia de la setmana, segons la disponibilitat de cada celler. Cal fer la reserva amb un mínim de 3 dies d'antelació.

Es tracta d'una caminada fàcil apta per a totes les condicions, però és necessari portar calçat còmode.

Mínim per reserva: 4 persones



[+ Info i reserves](#) [Reserva on-line](#)

AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Excursionisme
- Patrimoni



Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

7 Visita a cavall el celler Oller del Mas

Reserva on-line PREU DES DE 55€
DISPONIBLE

"entra a cavall en aquesta fantàstica finca i coneix el seu castell, el celler i els seus vins"

DESCRIPCIÓ

Descobreix, tot passejant a cavall, un magnífic entorn, les vinyes, construccions de pedra seca i un paisatge únic de les vistes de Montserrat.

Gaudeix de la ruta a cavall per la finca fins arribar a la Masia-Castell Oller del Mas, on comença la visita al celler que consisteix en un recorregut pel procés productiu dels vins que s'elaboren al celler. Des de la vessant més històrica fins a l'ampolla, passant per les vinyes, el celler de vinificació, les sales del castell, la zona de criança i el tast de dos de les referències del celler. Tot acompanyat d'una àmplia i interessant explicació duta a terme per un dels professionals que formen l'equip de Oller del Mas.

Durada: 3,5 hores aproximadament.

DISPONIBILITAT

De dilluns a divendres: matí i tarda durant tot l'any
Caps de setmana: matí durant tot l'any
Consultar festius.

Cal fer la reserva amb un mínim de 48 hores d'antelació.

Mínim per reserva: 2 persones

Màxim per reserva: 6 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Patrimoni
- Cavall
- Grups



[+ Info i reserves](#) [Reserva on-line](#)

8 Visita en 4x4 el celler Oller del Mas

Reserva on-line PREU DES DE 29€
DISPONIBLE

"una finca plena d'història, un castell majestuós i un vi excel·lent. Una activitat ideal per descobrir-ho!"

DESCRIPCIÓ

Conexeu i descobriu, en un itinerari en 4x4, la finca d'aquest celler. Podreu veure les vinyes, les oliveres, barraques de pedra seca i tines de fermentació, vestigis de la història vitivinícola de la comarca que de ben segur no us decebrà.

La visita continua al celler de vinificació, les sales del castell, la zona de criança i amb el tast de dues de les referències del celler. Tot plegat acompanyat d'una àmplia i interessant explicació duta a terme per un dels professionals que formen l'equip de Oller del Mas.

Durada: 3 hores aproximadament.

DISPONIBILITAT

De dilluns a divendres: matí i tarda durant tot l'any
Caps de setmana: matí durant tot l'any
Consultar festius.

Cal fer la reserva amb un mínim de 48 hores d'antelació.

Mínim per reserva: 2 persones

Màxim per reserva: 10 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Patrimoni
- 4x4, Moto o Quad



[+ Info i reserves](#) [Reserva on-line](#)

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

9

Les últimes passes del Pelegrí

Reserva on-line PREU DES DE 15€
DISPONIBLE

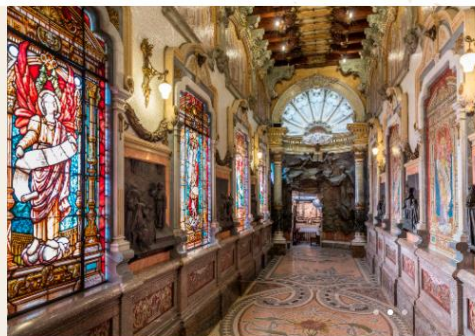
"Vine a desfer les últimes passes del Pelegrí"

DESCRIPCIÓ

Ruta a peu des de la Cova de Manresa fins al celler Oller del Mas per conèixer, a través de les privilegiades vistes de Manresa, l'estada de Sant Ignasi a la ciutat.

Vine a desfer les últimes passes de Sant Ignasi el 1522 provinent de Lloiola. Visitem la Cova i farem la ruta de Manresa fins a l'Oller del Mas tot repassant els indrets més rellevants de la vida de Sant Ignasi a Manresa a través de la vista panoràmica que ens ofereix el traçat. A l'Oller farem una petita visita en aquest important punt de pas de la ruta Ignasiana i ho acabarem amb una petita degustació dels seus vins.

L'activitat té una durada total aproximada de 3 hores, i posem a la disposició dels participants la possibilitat de fer la tornada en autobús.



+ Info i reserves Reserva on-line

AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

Tast de vins Excursionisme Patrimoni

Església, Monestir o Ermita



10

Ruta de les tines amb tast de vins

Reserva on-line PREU DES DE 16.50€
DISPONIBLE

"el tast a les tines"

DESCRIPCIÓ

Amb tota seguretat podem afirmar que la vall del Flequer és l'indret amb més concentració de tines a peu de vinya de la comarca del Bages.

Aquest és un itinerari circular de 6 km que transcorre dins del Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, seguint el torrent de l'Escudellet, on les antigues feixes de vinya han deixat pas als boscos de pi blanc.

En el punt més allunyat de la ruta, al conjunt de les tines del Ricardo, degustarem 2 vins de la DO Pla de Bages, un de blanc i un de negre, acompanyat d'un pica pica amb productes de la zona, convertint aquesta passejada per conèixer un patrimoni insòlit en una experiència única!

Es recomana l'ús de calçat còmode, i en èpoques de més calor, una ampolla d'aigua.



DISPONIBILITAT

Sortides programades.
Cal fer la reserva amb un mínim de 5 dies d'antelació.

Mínim per reserva: 4 persones

+ Info i reserves Reserva on-line

AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

Tast de vins Excursionisme Patrimoni

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

11

La Sèquia i Sant Iscle

Reserva on-line PREU DES DE 12.90€
DISPONIBLE

"una manera immillorable de conèixer la Sèquia i Sant Iscle"

DESCRIPCIÓ

La història de la Sèquia es troba reflectida en els seus 26Km que transcorren entre camps, aqüeductes i paratges idíl·lics del Pla de Bages, per acabar desembocant al Parc de l'Agulla.

L'itinerari que us oferim comença precisament al Centre de Visitants del Parc de la Sèquia, al Parc de l'Agulla, i a través d'una caminada guiada de 2,8Km assaborireu la història medieval del canal en un petit tram que transcorre entre vinyes fins arribar al Mas de Sant Iscle.

Tot seguit, els responsables del Mas de Sant Iscle us ensenyaran aquest petit celler familiar i us oferiran un tast dels seus vins.

Es recomana l'ús de calçat còmode, i en èpoques de més calor, una ampolla d'aigua.

DISPONIBILITAT

De dilluns a divendres a la tarda.
Dissabtes i diumenges matins i tardes.

Tot l'any.

L'activitat es realitzarà a l'aire lliure. Quan per condicions climatològiques s'hagi de suspendre es concertarà una nova data.

Mínim per reserva: 2 persones

Màxim per reserva: 60 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Excursionisme
- Església, Monestir o Ermita
- Grups



+ Info i reserves

Reserva on-line

12

Pack enogastronòmic al Bages

Reserva on-line PREU DES DE 88€
DISPONIBLE

"una escapada per gaudir dels vins del Bages de la forma més còmoda"

DESCRIPCIÓ

Una excusa perfecte per gaudir d'un sopar espectacular i una visita a un dels cellers de la DO Pla de Bages.

DIA 1

Vespre - Àpat enogastronòmic al Kursaal o al Mas de la Sala, segons preferència.

- Menú degustació de proximitat maridat amb 4 vins DO Pla de Bages.
- No inclou cafè ni digestius.

ALLOTJAMENT

- Mas de la Sala (Sallent) - *Allotjament i esmorzar*
- Hotel 1948 (Manresa) - *Allotjament i esmorzar*
- Apartaments URBI (Manresa) - *Allotjament**

DIA 2

Matí - Visita i tast a un dels cellers de la DO Pla de Bages (horari i celler segons disponibilitat i preferència)

DISPONIBILITAT

Tots els dies de l'any.
Consulteu disponibilitat amb la màxima antelació possible.

*APARTAMENTS URBI

La proposta amb allotjament als apartament URBI inclou l'experiència per a 2 i 4 adults. Demaneu el pressupost a través del formulari per a combinacions específiques no tarifades indicant el nombre i les edats de totes les persones.



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Allotjament
- Gastronomia
- Parelles

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

13

Vol en globus i visita al Mas de Sant Iscle

Reserva on-line PREU DES DE 148€
DISPONIBLE

"vine a descobrir el Pla de Bages a vista d'ocell amb aquesta proposta"

DESCRIPCIÓ

El punt de partida d'aquesta experiència és el Parc de l'Agulla, un llac artificial on desemboca la Sèquia, que és un canal Medieval de 26 Km que porta l'aigua a Manresa des del Llobregat al seu pas per Balsareny.

El vol en globus us permetrà veure el Pla de Bages envoltat per Montserrat, les muntanyes de sal i el Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, sempre amb la imponent presència dels Pirineus a la vora.

En acabar el vol, tornarem al punt de partida, el Parc de l'Agulla, i remuntant la Sèquia poc més d'1 Km podreu visitar el celler del Mas de Sant Iscle.

DISPONIBILITAT

Qualsevol dia de la setmana

Cal fer la reserva amb un mínim de 2 dies d'antelació.

Podem organitzar sortides també d'un dia per l'altre si es cobreix el cupo mínim, també podem acceptar reserves individuals i afegir-les a grups que ja estiguin previstos.

Mínim per reserva: 4 persones

Màxim per reserva: 50 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU



[+ Info i reserves](#) [Reserva on-line](#)

14

La Sèquia i Santpedor en bicicleta

Reserva on-line PREU DES DE 14.90€
DISPONIBLE

"Respira la història, la natura i la vida de la Sèquia en bicicleta"

DESCRIPCIÓ

Pedalada planera i circular des del Parc de l'Agulla per l'entorn de la Sèquia i fins al poble de Santpedor.

En aquesta sortida ideal per a grups i famílies, podreu gaudir de l'entorn de la Sèquia, el Mas de Sant Iscle, els horts, els aiguamolls de la Bòbila, Mas Luçà, el nucli històric de Santpedor i el regadiu del Poal.

A mig camí es farà una aturada per esmorzar aprofitant alguns dels indrets singulars de l'itinerari.

HORA DE SORTIDA 10h del matí

DURADA 4 hores

DISTÀNCIA 10-15 Km

DIFICULTAT Baixa

DISPONIBILITAT

Qualsevol dia de la setmana.

Cal fer la reserva amb un mínim de 5 dies d'antelació.

Disposem de cadiretes, braços i d'altres accessoris que podràs demanar en el moment de fer la validació de la reserva.

Mínim per reserva: 4 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU



[+ Info i reserves](#) [Reserva on-line](#)

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

15

Del celler a la taula - amb proximitat

Reserva on-line PREU DES DE **34.90€**
DISPONIBLE

"Visita al Celler Fargas-Fargas i àpat al restaurant Kursaal Espai Gastronòmic"

DESCRIPCIÓ

Del tracte càlid i proper del Quim, del celler Fargas-Fargas, al fer-te sentir com a casa per part del Jordi, del restaurant Kursaal de Manresa. Gaudeix del vi i la gastronomia del Bages d'una forma amable i propera.

Aquesta experiència consta d'una visita guiada al Celler Fargas-Fargas amb el tast d'alguns dels seus vins, i un àpat al restaurant Kursaal Espai Gastronòmic.

L'àpat consta de:

- entrants de la carta
- segons de la carta
- Postres
- 2 copes de vi DO Pla de Bages

Aquest menú inclou el plat de temporada dels Fogons Gastronòmics del Bages.

DISPONIBILITAT

De dimarts a diumenge. Les visites al celler preferiblement al matí.
L'àpat al restaurant tant pot ser al migdia com al vespre.
També podeu fer la visita i l'àpat en dies diferents.
Cal reservar amb un mínim de 2 dies d'antelació.

Mínim per reserva: 2 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Gastronomia



16

El maridatge del Kursaal

Reserva on-line PREU DES DE **41€**
DISPONIBLE

"de temporada i de proximitat"

DESCRIPCIÓ

Vine a gaudir d'aquest menú pensat per maridar alguns dels vins del Bages amb la millor cuina de temporada.

El menú

- Amanida d'escalivada, patata al caliu i anxova
- Timbal de brandada de bacallà amb "coulis" d'albergínia blanca
- Arròs cremós de muntanya

A escollir entre:

- Bacallà a la farigola
- Coca de presa de Porc Ral d'Avinyó amb melmelada de taronja
- Mousse de mel i mató amb pa, vi i sucre
- 4 vins DO Pla de Bages

No s'inclouen ni cafès ni digestius

DISPONIBILITAT

Qualsevol dia de la setmana, tant al migdia com al vespre

Mínim per reserva: 2 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Gastronomia



[+ Info i reserves](#) [Reserva on-line](#)

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

17

Del celler a la taula - a l'oller

Reserva on-line PREU DES DE 29.90€
DISPONIBLE

"Visita el Celler Oller del Mas i àpat al golf de l'Oller"

DESCRIPCIÓ

La Família Margenat, hereva i conservadora de la història dels Oller, obre les portes d'una finca en què conviuen harmònicament una història mil·lenària i la modernitat.

Aquesta experiència consta d'una visita guiada al **Celler Oller del Mas** amb el tast d'alguns dels seus vins, i un àpat al **restaurant golf de l'Oller** al complex de pitch and putt i esportiu contigu al celler.

L'àpat consta de:

- Primer plat a escollir
- Segon plat a escollir
- Postre a escollir
- Aigua i vi de la casa
- Cafè

DISPONIBILITAT

De dilluns a diumenge al migdia tot l'any.
De dijous a diumenge al vespre, de maig a setembre.
També podeu fer la visita i l'àpat en dies diferents.
Cal reservar amb un mínim de 2 dies d'antelació.

Mínim per reserva: 2 persones

+ Info i reserves

Reserva on-line



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Gastronomia



18

Del celler a la taula - espais sorprenents

Reserva on-line PREU DES DE 29.90€
DISPONIBLE

"Visita el Celler Mas de Sant Iscle i àpat a l'Om"

DESCRIPCIÓ

Una visita a un celler emplaçat en un indret molt especial, i un àpat en un restaurant amb un espai íntim i acollidor que amaga la planta d'un casalot del segle XIII al bell mig del barri antic de Manresa.

Aquesta experiència consta d'una visita guiada al **Celler Mas de Sant Iscle** amb el tast d'alguns dels seus vins, i un àpat de mercat i de temporada al **restaurant l'Om**.

DISPONIBILITAT

El restaurant obre els migdies de dilluns a dissabte i les nits de dijous a dissabte.
Les visites al celler són a partir de les 16h excepte el cap de setmana que poden ser de 9h a 12h i a partir de les 16:30h.
També podeu fer la visita i l'àpat en dies diferents.
Cal reservar amb un mínim de 2 dies d'antelació.

Mínim per reserva: 2 persones

+ Info i reserves

Reserva on-line



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

- Tast de vins
- Gastronomia



Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

19

Reserva on-line PREU DES DE **88€**

DISPONIBLE

Manresa i els vins del Bages

"una escapada a la capital del Bages"

DESCRIPCIÓ

Una opció ideal per conèixer un ciutat plena d'espais singulars i episodis molt rellevants, tot gaudint d'una gastronomia i uns vins únics.

DIA 1 (dissabte)
 10:00 - Visita "Manresa, Cor de Catalunya" amb tast de vins de la DO Pla de Bages en un aperitiu de productes locals
 13:30 - Àpat al Kursaal Espai Gastronòmic

L'Àpat consta de:

- entrants de la carta
- segons de la carta
- Postres
- 2 copes de vi DO Pla de Bages

ALLOTJAMENT

- Hotel 1948 (Manresa) - *Al·lotjament i esmorzar*
- Apartaments URBI (Manresa) - *Al·lotjament**

DIA 2 (diumenge)
 Mati - Visita i tast a un dels cellers de la DO Pla de Bages (horari i celler segons disponibilitat i preferència)

DISPONIBILITAT

Tots els dissabtes de l'any.
 Consulteu disponibilitat amb la màxima antelació possible.

***APARTAMENTS URBI**

La proposta amb allotjament als apartament URBI inclou l'experiència per a 2 i 4 adults. Demaneu el pressupost a través del formulari per a combinacions específiques no tarifades indicant el nombre i les edats de totes les persones.



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

Tast de vins

Allotjament

Gastronomia

Parelles

20

Reserva on-line PREU DES DE **7€**

DISPONIBLE

Les cobertes de la Seu

"El llegat de l'esplendor medieval de Manresa"

DESCRIPCIÓ

Un recorregut pels dos espais de referència per conèixer el passat i l'esplendor medieval de Manresa, tot degustant una copa de vi de la DO Pla de Bages.

A les 11h comença la visita opcional al centre d'interpretació medieval del carrer del Balç, on parlarem de la història de la ciutat i veurem un carrer cobert únic.

Tot seguit, a les 12h, la visita guiada a la Seu s'enfila a les cobertes. Després de conèixer la història i la construcció de l'església, el claustre, el museu històric i la cripta, culminarem el recorregut pujant a la primera coberta. Des d'allà, mentre ens delectem amb les vistes, degustarem una copa de vi de la D.O. Pla de Bages.

DISPONIBILITAT

La visita completa comença al Centre d'Interpretació del carrer del Balç, a les 11h. La visita de Les Cobertes de la Seu comença a l'entrada de la Seu, a les 12h. El segon diumenge de cada mes, excepte els mesos d'hivern, que no es durà a terme. Les places són limitades i és imprescindible fer reserva prèvia. En cas de pluja no es podrà pujar fins a la coberta per motius de seguretat. Menors de 8 anys gratuït.

Mínim per reserva: 1 persones



AQUESTA ACTIVITAT INCLOU

Tast de vins

Museu

Església, Monestir o Ermita

Plataforma: Bages terra de vins (<https://bagesterradevins.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

21

WINE TOURS AMB CASTLEXPERIENCE

Viu l'experiència turística que apropa els enoturistes a la cultura catalana, la gastronomia i el món del vi. Tours diaris en anglès al cor de Catalunya visitant Montserrat i Oller del Mas, com a vèrtex de totes les experiències.

Contacte: 93.310.05.09

info@castlexperience.com



Plataforma: Oller del Mas (<https://ollerdelmas.com>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

22



Pedalant 4 dies pels vins del Bages

Esdeveniments - Propostes Turístiques

Nom	Pedalant 4 dies pels vins del Bages
Adreça	Zona ...
Municipi	Manresa
Marca Turística	Paisatges Barcelona
Idiomes	Català, Castellà, Anglès, Francès

[RESERVAR](#)
[Compartir](#)

Acompanyats sempre per un guia local (resident al territori) i un vehicle d'assistència (tant pel transport d'equipatge d'allotjament en allotjament com pel transport de vins o caves) la ruta, ens mostra el passat (barraques, tines...) i el present (amb 6 visites guiades amb degustació inclosa) de la D.O. Pla de Bages. Amb els allotjaments i àpats inclosos en el preu, simplement gaudiu del paisatge, de l'entorn i dels millors vins de la D.O. Pla de Bages!

La ruta de 4 dies inclou:

- 3 nits d'allotjament en règim de pensió completa en Casa de Turisme Rural, hotel 3* i 4* (1r dia: dinar, sopar i allotjament eb Casa de Turisme Rural. 2n. dia: esmorzar, dinar, sopar i allotjament en hotel 4. 3r. dia: esmorzar, dinar, sopar i allotjament en hotel 3. 4t. dia: esmorzar i dinar)
- Guia titulat durant tot recorregut
- Vistes guiades a 6 cellers o bodegues amb degustació inclosa
- En un mínim de 3 casos, visita inclosa també a les vinyes
- Vehicle d'assistència durant els 4 dies (possibilitat de portar també els productes adquirits durant la ruta)
- Transport de l'equipatge dels participants d'allotjament en allotjament
- Assegurança de viatge (accident i responsabilitat civil). (Consulta les condicions [aquí](#)).

Idiomes:

- Servei de guia o traducció en anglès/francès en les visites als cellers, bodegues, a la visita guiada a Manresa i al Monestir de Sant Benet

A tenir en compte:

- Cal portar calçat adequat (ni xanquetes ni sabates de platja) i és recomanable portar la roba adient per a la realització de l'activitat
- És obligatori l'ús del casc i molt recomanable l'ús de guants (en ambdós casos, l'organització n'hi pot cedir gratuïtament)
- En l'opció de lloguer de bicicleta tradicional, aquesta inclou una Btt amb frens de disc i 24 velocitats (Megamo MT2 o similar).
- En l'opció de bici elèctrica (e-bike) es tracta d'una bici similar amb assistència elèctrica al pedaleig. Es recomana bicicleta BTT elèctrica* (e-bike) si no és usuari habitual de BTT. *(Es disposarà de Bici Btt Elèctric (e-bike), prèvia reserva de 10 dies).
- Ruta circular de 98 km i 1082 metres de desnivell acumulat en total en 4 dies.

Accessibilitat: Experiència no accessible

Preu per persona. Mínim reserva de grup de 4 persones i màxim de 8 persones.

Entitat organitzadora: Viatges Martí, SL

Plataforma: Catalunya (<http://www.catalunya.com>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

23



Tast de vins catalans i enoturisme a Oller del Mas

Esdeveniments - Propostes Turístiques

Nom	Tast de vins catalans i enoturisme a Oller del Mas
Adreça	Carretera Igualada C37Z km 91
Municipi	Manresa
Marca Turística	Paisatges Barcelona
Idiomes	Català, Castellà, Anglès

[RESERVAR](#)
[Compartir](#)

El preu inclou:

Inici de la visita amb el guia professional introduint històricament el celler i la Finca. Es realitza un recorregut al voltant de la masia, on es para a les vinyes de Macabeu i Cabernet Frank per explicar breument el sistema de plantació, la importància del clima i breus incisos en viticultura. Es continua cap a la zona de verema i d'elaboració per entrar en matèria de com es fa un vi. Posteriorment, entrada a dins l'antiga masia i Castell per visitar les plantes superiors i el torreó. Es finalitza amb una cata de dos vins del celler acompanyats de l'oli produït de les oliveres de la Finca.

Idiomes: Guies en català, castellà i anglès

Horaris: Visites de dilluns a diumenge matí a les 11.30h. durant tot l'any. De dilluns a divendres tarda a les 16h. durant tot l'any.

Punt de trobada: Al pati d'Armes del castell, per acreditacions dirigir-se a la oficina ubicada davant l'entrada del pati. Carretera de Igualada C37Z, km 91,08241 Manresa, Barcelona.

A tenir en compte: Disposem de camp de golf Pitch & Putt amb restaurant de cuina tradicional amb terrassa i zona chill-out, pàdel, piscina descoberta i camp de futbol7.

Accessibilitat: Aparcament, accessibilitat per a persones minusvàlides o amb mobilitat reduïda, ascensor, etc. Menús i àpats adaptats per al·lèrgens.

Entitat organitzadora Heretat Oller del Mas, S.L.

Plataforma: Catalunya (<http://www.catalunya.com>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

24



CAMÍ DE SANT IGNASI I ENOTURISME AL PLA DE BAGES

 Destination: Parcs Naturals de Catalunya

CAMÍ DE SANT IGNASI I ENOTURISME AL PLA DE BAGES

* Grups de més de 10 persones: qualsevol dia de la setmana en qualsevol dels idiomes: català, anglès, francès i espanyol

[Reserva ara](#)

[Tinc un dubte](#)

Camí de Sant Ignasi i enoturisme al Pla de Bages

Aquesta ruta ens permetrà compaginar història i natura, turisme cultural i religiós. Una part de la ruta coincideix amb el camí que va fer Sant Ignasi de Loyola des de Montserrat a Manresa. Us explicarem la seva història i la seva estada a Manresa i rodalies.

Descripció	Descobrirem el passat i el present vinícola de la comarca del Bages, que havia estat la zona productora de vi més important del nostre país. Passejarem entre les vinyes, descobrirem diferents elements de pedra seca: barraques de vinya, parets de pedra seca, un antic forn... i també gaudirem de la natura i els paisatges d'aquesta zona propera al Parc Natural de Montserrat, muntanya que també podrem contemplar des de diferents punts de l'itinerari. Segons l'activitat programada i/o els interessos del grup podem acabar la ruta amb una visita guiada al celler Oller del Mas i un TAST DE VINS ecològics de la DO Pla de Bages.
Distància	Entre 6 i 20 km, adaptat segons el grup
Desnivell	100-300 metres, segons la ruta
Durada ruta	2h - 4h (segons el grup)
Punt de sortida	Manresa
Idiomes	<ul style="list-style-type: none"> • Català • Anglès • Francès • Espanyol
Públic a qui va dirigit	Apte per a tot tipus de públic. Grups familiars, grups d'amics, grups escolars, seniors, empreses... S'adapta la ruta i les activitats segons els interessos del grup
Preu	15€, més 10€ el tast de vins

Plataforma: Gaia - guies (<http://gaiamoia.com/web/tour/cami-de-sant-ignasi-i-enoturisme-al-pla-de-bages/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

VIU EL BAGES

LA TERRA MÉS ENLLÀ DEL MAR

ESCUULL LA TEVA OPCIÓ. ELS MILLORS ESTABLIMENTS DE LA COMARCA DEL BAGES T'ESPEREN. VIU UNA INTENSA EXPERIÈNCIA A L'INTERIOR DEL CASTELL DE CARDONA, AL COSTAT DEL MONESTIR DE MONTSERRAT, A MÓN SANT BENET O AL MAS DE LA SALA, A TOCAR DEL CANAL MEDIEVAL DE LA SEQÜIA. DEGUSTA LES DELICIES DE LA GASTRONOMIA DE SECA I ELS EXTRAORDINARIS VINS DE LA DO PLA DE BAGES. DESCOBREIX UNA TERRA PLENA DE CONTRASTOS. ON NATURA, CULTURA I OCI SON COMPLICES PER FER-TE PASSAR DOS DIES PLENS D'EMOCIONS I DESCOBERTES.

VISUALITZA L'ÚLTIMA ACTUALITZACIÓ DEL CATALÈG VIU EL BAGES

COMPRA AQUÍ

PACK EXPERIÈNCIA 2 DIES 2 PERSONES

SOPAR
1 NIT D'HOTEL
ESMOZARAR
1 ACTIVITAT
INCLOSA
EN EL PREU

149,90 €

122 ACTIVITATS SUGGERIDES A PREUS ESPECIALS

HOTEL MÓN SANT BENET

★★★★★

HOTEL ABAT CISNEROS MONTSERRAT

★★★★

HOTEL MAS DE LA SALA ANTIC HOSTAL DEL CAMP

★★★★★

HOTEL PARADOR DE CARDONA

★★★★★

INFO@VIUELBAGES.CAT

Manresa, tresors per descobrir

MANRESA, ALS PEUS DE MONTSERRAT, ÉS UNA CRÛLLA DE CAMINS ON CONFLUEIXEN UNA HISTÒRIA MIL·LENÀRIA I EL POLS CULTURAL I COMERCIAL D'UNA CIUTAT QUE AMAGA TRESORS PER DESCOBRIIR. VISITAR MANRESA ÉS ENDIINSAR-SE EN EL SEU PASSAT MEDIEVAL, AMB LA SEU I EL CARRER DEL BALÇ; ÉS DESCOBRIIR EL LLEGAT DE SANT IGNÀSI, QUE CONVERTEIX MANRESA EN UN REFERENT MUNDIAL; ÉS GAUDIR DELS VINS DE LA DO PLA DE BAGES I DE LA SEVA ÀMPLIA OFERTA DE RESTAURACIÓ. VINE A MANRESA I DESCOBREIX ELS SEUS TRESORS!

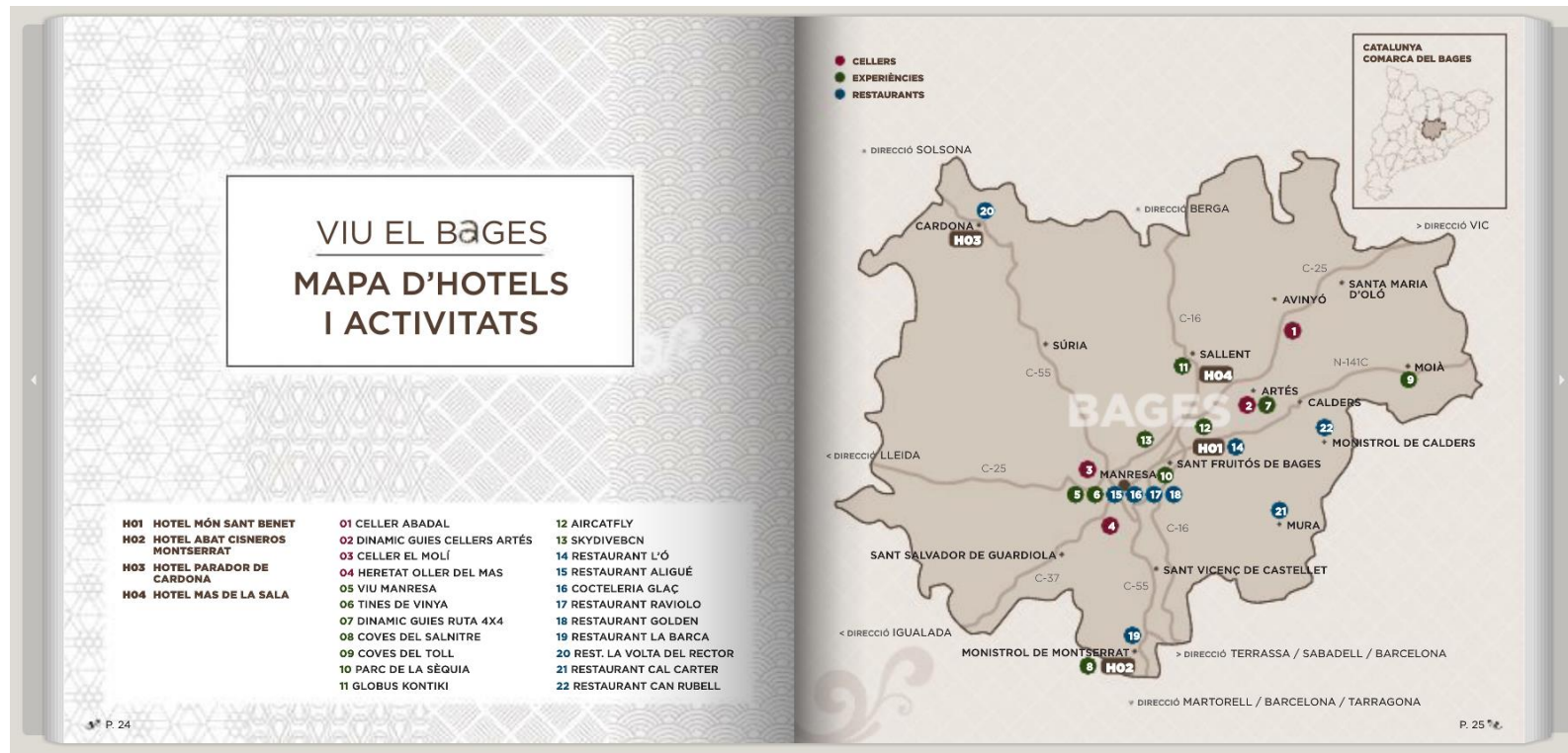
Ajuntament de Manresa

manresa turisme

MÉS INFORMACIÓ:
WWW.MANRESATURISME.CAT

Plataforma: Viu el Bages (<http://www.viuelbages.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS



Plataforma: Viu el Bages (<http://www.viuelbages.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

25

3

CELLER EL MOLÍ

Gaudeix del paisatge de les nostres vinyes ecològiques i tasta els nostres millors vins

SOM AL BELL MIG DE LA D.O. PLA DE BAGES, A RECER DEL TURÓ DEL COLLBAIX QUE DÓNÀ NOM ALS NOSTRES VINS. EN EQUILIBRI ENTRE TRADICIÓ I MODERNITAT, AQUESTS VINS SÓN UN REFLEX DE LA MILLORA CONSTANT A TRAVÉS DE L'OBSERVACIÓ I D'ENTENDRE EL VALOR DEL NOSTRE PATRIMONI VITIVINÍCOLA. EL SEU CARÀCTER PROVÉ D'UNA PRODUCCIÓ EQUILIBRADA AMB CULTIU ECOLÒGIC, VEREMA MANUAL I CONSERVACIÓ DEL RAÏM EN CAMBRA DE FRED, PER SELECCIONAR-LO EN TAULA DE TRIA, ABANS DE LA FERMENTACIÓ EN BARRICA.

ACTIVITAT

VISITA GUIADA AL CELLER I VINYES I TAST DE VINS PER A 2 PERSONES

PREU
NORMAL 16€
DESCOMpte DEL 25% SI ETS CLIENT VIU EL BAGES

12€ PER A 2 PERSONES

DESCOMpte DEL 10% EN VINS I OLIS A LA BOTIGA DEL CELLER

COM CONTACTAR-HI
CAMÍ DE RAJADELL, KM 3 - MANRESA
GPS 41°44'08.5"N 1°46'51.2"E/41.735688, 1.780890
TELÈFON DE RESERVES 93 102 19 65

HORARI BOTIGA: DE DILL A DV 09.30H A 13.30H. VISITES: DISSABTES MATÍ, O A CONCRETAR QUALSEVOL ALTRE DIA ENTRE SETMANA. DIUMENGES TANCAT.

WWW.CELLERELMOLI.COM

26

4

HERETAT OLLER DEL MAS

Endinsa't per llocs màgics envoltats de natura i història i degusta els vins que s'hi elaboren

3H PER DESCOBRIRE COM ES FAN ELS AUTÈNTICS VINS DE CHÂTEAU A L'HERETAT OLLER DEL MAS. RECORREU ELS BOSCOS, VINYES I OLIVERES DE LA FINCA EN 4X4. VEUREU CONSTRUCCIONS AMB HISTÒRIA COM EL POU DE GLAÇ, LES BARRAQUES DE PEDRA SECA O LES TINES DE FERMENTACIÓ. VISITAREU EL CASTELL DEL S.X, L'ACTUAL CELLER DE VINIFICACIÓ I CONEIXEREU TOT EL PROCÉS PRODUCTIU PER ACABAR FENT UN TAST* SOTA UNA BARRACA DE VINYA. UNA EXPERIÈNCIA QUE NO US DEIXARÀ INDIFERENTS!
*ELS MESOS D'HIVERN EL TAST ES FA AL CASTELL

ACTIVITAT

DESCOBREIX EL CELLER OLLER DEL MAS I LA FINCA MIL·LENÀRIA QUE L'ENVOLTA EN 4X4

PREU
NORMAL 30€
DESCOMpte DEL 17% SI ETS CLIENT VIU EL BAGES

25€ PER A 2 PERSONES

COM CONTACTAR-HI
CTRA. IGUALADA (C-37Z) KM.91 08241 MANRESA
GPS N 41° 42' 16" E 1° 48' 10"
TELÈFON DE RESERVES 93 876 83 15

HORARI DE DILLUNS A DIVENDRES DE 09:30H A 14H I DE 16H A 19:30H / CAPS DE SETMANA I FESTIUS: 11H A 14H

WWW.OLLERDELMAS.COM

Plataforma: Viu el Bages (<http://www.viuelbages.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

27

5

CONEIX MANRESA

Fes turisme i estalvia en les teves compres. Coneix Manresa, una ciutat per descobrir

LA PROPOSTA CONEIX MANRESA US PERMETRÀ DESCOBRIR ELS ELEMENTS TURÍSTICS MÉS DESTACATS DE LA CIUTAT: LA SEU, LA COVA DE SANT IGNASI, EL MUSEU DE LA TÈCNICA I LA SEVA EXPOSICIÓ PERMANENT DE LA CINTERIA, EL CANAL DE LA SÈQUIA, EL CENTRE D'INTERPRETACIÓ MEDIEVAL DEL CARRER DEL BALC I EL MUSEU COMARCAL DE MANRESA. RECORRENT AQUESTS INDRETS, PODREU ENDINSAR-VOS EN L'EVOUCIÓ HISTÒRICA DE LA CIUTAT. A MÉS, PODREU GAUDIR D'IMPORTANTS DESCOMPTES EN ELS COMERÇOS QUE HI HA VINCULATS A CADA UN D'AQUESTS ESPAIS.

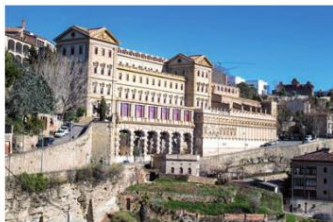


FOTOGRAFIA: JAVIER VIDE LA

ACTIVITAT
CONEIX MANRESA!
 LA SEU
 COVA DE SANT IGNASI
 MUSEU DE LA TÈCNICA
 LA SÈQUIA
 CARRER DEL BALC
 MUSEU COMARCAL DE MANRESA

PREU
 NORMAL 40€ PER 2 PERSONES
DESCOMpte DEL 50% SI ETS CLIENT VIU EL BAGES
20€ PER 2 PERSONES

COM CONTACTAR-HI
 OFICINA DE TURISME DE MANRESA
 PLACA MAJOR 10, MANRESA
TELÈFON DE RESERVES 93 878 40 90
HORARI DE DILLUNS A DIVENDRES DE 9H A 14H, DIVENDRES DE 17H A 20H, DISSABTES DE 10H A 14H I DE 17H A 20H, DIUMENGES I FESTIUS DE 10H A 14H.
WWW.MANRESATURISME.CAT



28

TINES DE VINYA

6

Gaudeix de la natura amb la ruta de les tines de vinya del Geoparc

DES DE L'EDAT MITJANA, LES TERRES DEL GEOPARC VAN ESTAR POBLADES PER CAMPS DE VINYES ARRIBANT A SER LA COMARCA AMB MÉS HECTÀREES DE TOTA CATALUNYA. LA COMPLEXITAT DEL TERRENY OBLIGÀ A CONSTRUIR LES TINES EN PEDRA I A PEU DE VINYA. TOT EL PROCÉS D'ELABORACIÓ DEL VI ES DUIA A TERME ENTRE VINYES I UNA VEGADA A PUNT, EL VI ES DISTRIBUÏA A TOTES LES TAULES D'ARREU DEL PAÍS DES DE LES PRÒPIES TINES DE PEDRA. UNA EXPERIÈNCIA ÚNICA QUE US SORPRENDRÀ PER LA SEVA HISTÒRIA I L'EXCEL·LENT ESTAT DE CONSERVACIÓ EN QUÈ ES TROBEN LES TINES.

ACTIVITAT
RUTA DE LES TINES DEL GEOPARC

PREU
 NORMAL 28€ PER PERSONA
DESCOMpte DEL 40% SI ETS CLIENT VIU EL BAGES
15€

COM CONTACTAR-HI
 MURALLA DE SANT DOMÈNEC 24, MANRESA
TELÈFON DE RESERVES 93 693 03 95
HORARI DE DILLUNS A DIVENDRES DE 9 A 14H, CAPS DE SETMANA AMB RESERVA PRÈVIA.
WWW.GEOPARC.CAT



9º P. 32



TINES DE VINYA DE LA VALL DEL FLEQUER.
 AUTOR: JOAN ANTONI CLOSES

Plataforma: Viu el Bages (<http://www.viuelbages.cat/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

29



EXPERIÈNCIES

CAPSA REGAL

★ TINC UN XEC

93 013 19 09



Cap de setmana tot inclòs per descobrir el passat vitivinícola del Bages

Escapades - Bages

Descripció Localització Reserva Observacions

Descobreix l'Hotelet, el primer hotel boutique en tota la ciutat de Manresa, que pren vida en una casa modernista de l'any 1914, la Casa Padró-Riera. Situat al centre de la ciutat, està a pocs metres dels referents turístics més importants com el teatre Kursaal, el Passeig Pere III o el Carrer Guimerà. Totes les estades a les habitacions de L'Hotelet van sempre acompanyades d'un magnífic esmorzar amb productes ecològics i de proximitat que farà de la teva estada una experiència magnífica.

299,60€

-

1

+

Compra ARA!

El xec inclou

Nit en habitació estàndard, esmorzar, guia de Manresa-ciutat mil·lenària i ampolla de cava Juvé&Camps Rosé

Ruta de les tines del Bages amb tast de vi DO Pla de Bages a peu de tina

Àpat al Restaurant Canonge: primer i segon plat a escollir entre 3 opcions cadascun, postres, vi recomanat i aigua

Visita al celler Abadal, possibilitat d'escollir entre: (1) visita guiada amb tast de vins, ruta de barraques i obsequi d'ampolla de vi (2) Visita guiada amb tast de vins i obsequi de 3 ampolles de vi




Per a 2 persones

Deguste els plats del Restaurant Canonge, un espai molt agradable i confortable, amb un disseny que aposta per la simplicitat en les formes i la calidesa dels detalls per gaudir de les estones dels àpats i de la sobretaula, amb una cuina basada en productes de qualitat, saludables i de proximitat.

El Restaurant té el valor afegit de ser un local amb compromís que el fa únic al Bages, i que dona ocupació a persones amb discapacitat intel·lectual. La seva cuina i l'obrador, on s'elaboren els productes frescos i la pastisseria amb receptes pròpies, expressen la confluència entre el territori i les persones oferint productes dels horts de Sant Benet de la Fundació Àlicia i dels horts i vinyes de l'Urpina (Sant Salvador de Guardiola), on AMPANS hi té una de les seves llars d'acolliment residencial.

No us perdeu l'itinerari circular de 6 km que transcorre dins del Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, seguint el torrent de l'Escudelletta, on les antigues feixes de vinya han deixat pas als boscos de pi blanc. En el punt més allunyat de la ruta, al conjunt de les tines del Ricardo, degustarem 2 vins de la DO Pla de Bages, un de blanc i un de negre, acompanyat d'un pica pica amb productes de la zona, convertint aquesta passejada per conèixer un patrimoni insòlit en una experiència única!

Visiteu el celler Abadal, on la petjada de la tradició i l'autenticitat ens trasllada al bell mig del Bages on el temps s'atura en un mar de vinya i fa d'Abadal una visita indispensable. Allà podreu visitar el celler soterrani de la Masia (segle XII), el museu, el celler d'elaboració, la sala de bótes i degustar tres vins. La ruta de les barraques és un recorregut a la propietat pel conjunt de barraques de vinya, patrimoni cultural de la comarca del Bages, la passejada es culmina amb un esmorzar i amb una degustació de vi al celler.

-  1 any de validesa ampliable
-  Devolucions i canvis gratis
-  Preu mínim garantit

Necessites ajuda?

De dill·div al 93 013 19 09 o bé
hola@fentpais.cat

Plataforma: Fent país (www.fentpais.cat)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS



Viu, sent, comparteix!

39,9€ - xec regal verd

Tria i remena entre més de 180 propostes. La majoria d'experiències són per a 2 persones (nits en refugis i albergs, àpats en restaurants, visites a cellers, rutes culturals...) però també hi ha propostes per una persona (sessions de benestar, activitats d'aventura...) i per fer en família o en grup (parcs de cordes, rutes en bicicleta, visites a artesans...)

Ah! I si no vols sortir de casa sempre pots bescanviar el xec per un lot de productes o una subscripció en una revista en català 😊

 Capsa regal (a casa en 24/48h)

 Xec online (entrega immediata)

30

Oller del Mas

www.ollerdelmas.com T. 938 768 315 enoturisme@ollerdelmas.com

El xec regal inclou

- Visita al celler, castell i les vinyes (2h. aprox)
- Tast de dos vins i regal d'una ampolla
- Per a dues persones

Observacions: dissabtes i diumenges a les 11h. Prèvia reserva obligatòria.

Plataforma: Fent país (www.fentpais.cat)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS



Visca el vi!

39,9€ - xec regal online

Tria i remena entre més de 30 propostes repartides per Catalunya. Visita petits cellers històrics, moderns, familiars, ecològics... tots ells amb un denominador comú; l'estima pel territori i el bon fer per poder produir vins amb un caràcter especial. A més, t'oferim una selecció d'experiències que combinen visites a espais culturals i cellers propers.

Totes les propostes són per a 2 persones i inclouen visita, tast de vins i en la majoria de casos una o varies ampolles de regal (consulta cada fitxa per consultar prestacions).

 Xec online (entrega immediata)

31

Bages Terra de Vins

www.bagesterradevins.cat T. 686 108 724
bagesterradevins@bagesterradevins.cat

El xec regal inclou

- La ruta de les tines del Bages
- Tast de vi DO Pla de Bages a peu de tina

Per a dues persones

32

Oller del Mas

www.ollerdelmas.com T. 938 768 315 enoturisme@ollerdelmas.com

El xec regal inclou

- Visita al celler, castell i les vinyes (2h. aprox)
- Tast de dos vins i regal d'una ampolla
- Per a dues persones

Observacions: dissabtes i diumenges a les 11h. Prèvia reserva obligatòria.

Plataforma: Fent país (www.fentpais.cat)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS



Al pot petit hi ha la bona confitura

19,9€ - xec regal online

Tria i remena entre més de 25 propostes arreu de Catalunya. Visita petits productors del territori que són tot cor i ànima; formatgeries, granges, cellers, obradors artesans...

A banda t'oferim una selecció de rutes culturals, entrades a circuits termals, tallers i molt més!

La majoria de propostes són per dues persones però et recomanem que visualitzis cada fitxa per consultar el número de persones exacte.

 Xec online (entrega immediata)

33

Visita a la Manresa Universal

turisme@ajmanresa.cat T. 938 784 090 www.manresaturisme.cat

El xec regal inclou

- Recorregut guiat pels espais de Manresa lligats a Sant Ignasi de Loiola (Santuari de la Cova, camí del Pelegrí)
- Obsequi vinculat a la Cuina del Pelegrí

Per a dues persones

Observacions: Realitzable sota disponibilitat i prèvia reserva obligatòria.

Plataforma: Fent país (www.fentpais.cat)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALIZATS IDENTIFICATS

34

Wonderbox
REALIZAMOS TUS SUEÑOS

Busca un regalo Wonderbox

Tengo un regalo Wonderbox

TODOS NUESTROS COFRES | Top ventas & Novedad | Wonderbox a medida | Estancia | Gastronomía | Bienestar | Deporte y Aventura | Multitemáticos | ACTIVIDADES A LA CARTA

Inicio > Tapas y vinos

Wonderbox
TAPAS Y VINOS

COFRE-REGALO
Tapas y vinos

- 1 actividad gastronómica
- Para 1 o 2 personas
- 615 actividades en España, Francia y Portugal

Wonderbox te propone, en el cofre "Tapas y vinos", una cata y/o degustación a elegir entre 615 actividades gastronómicas para dos personas. Es el cofre regalo perfecto para regalar un instante gourmet para todos los gustos, escoger entre diferentes experiencias gastronómicas será lo más difícil. Encontrarás catas de vino y visita a bodega D.O., degustaciones gastronómicas, tapas, curso de iniciación a la enología... ¡y mucho más!

Validad: 30 junio 2021
19,90€

Envío a domicilio
El martes 3 abril

e-cofre enviado por e-mail
Inmediatamente

Comprar

Cambio gratuito e ilimitado

¿Tienes esta caja regalo?

911.09.06.60
Nuestros consejeros están a tu disposición de lunes a viernes de 9h a 19h.
(Coste de llamada según compañía)

Hojea la guía | Dar una opinión

Heretat Oller del Mas en Manresa (Barcelona)



Para 2 personas
Visita a la Bodega Heretat Oller del Mas
Visita a los viñedos
Visita al castillo Oller del Mas, originario del S.V
Cata de 2 vinos

1

19,90 €

Regala este cofre

Heretat Oller del Mas en Manresa (Barcelona)



Para 2 personas
Visita a la bodega y a los viñedos
Visita al castillo Oller del Mas, originario del S.V
Cata de 2 vinos

1

29,90 €

Comprar esta actividad

Billete electrónico enviado por e-mail
Inmediatamente

Plataforma: Wonderbox (<http://www.wonderbox.es>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALIZATS IDENTIFICATS

35

Wonderbox+ ACTIVIDADES A LA CARTA

COFRE-REGALO

Actividades a la carta

- 1 actividad gastronómica o 1 actividad de bienestar o 1 actividad de aventura
- Para 1 o 2 personas
- 2370 actividades en España y Andorra

Wonderbox te propone, en el cofre "Actividades a la carta", una actividad a la carta a elegir entre 2370 actividades para una o dos personas. Es el cofre regalo perfecto para regalar momentos especiales y para todos los gustos. Encontrarás actividades como tratamientos relajantes, circuitos spa, visitas a viñedos, catas y maridajes, excursiones, snorkel, kayak... ¡y mucho más!

Valides: 30 junio 2021

1 **19,90€**

Envío a domicilio
El martes 3 abril

e-cofre enviado por e-mail
Inmediatamente

Comprar

Cambio gratuito e ilimitado

¿Tienes esta caja regalo?

911.09.06.60

Nuestros consejeros están a tu disposición de lunes a viernes de 9h a 19h.
(Coste de llamada según compañía)

Hojea la guía » Dar una opinión »

Heretat Oller del Mas en Manresa (Barcelona)

Para 2 personas
Visita a la Bodega Heretat Oller del Mas
Visita a los viñedos
Visita al castillo Oller del Mas, originario del SV
Cata de 2 vinos

1 **19,90 €**

Regala este cofre

Heretat Oller del Mas en Manresa (Barcelona)

Para 2 personas
Visita a la bodega y a los viñedos
Visita al castillo Oller del Mas, originario del SV
Cata de 2 vinos

1 **29,90 €**

Comprar esta actividad

Billete electrónico enviado por e-mail
Inmediatamente

Plataforma: Wonderbox (<http://www.wonderbox.es>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALIZATS IDENTIFICATS

36

smartbox



De vino y tapas por Barcelona

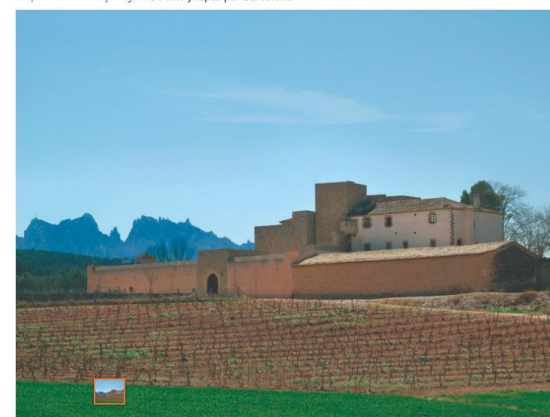
19,90€ **Exclusivo WEB**

- 🗝️ 1 visita a bodega con cata y obsequio o un menú de tapas para 2 personas
- 🗝️ 44 restaurantes de tapas y bodegas con denominación de origen en Barcelona

[Añadir al carrito](#)

[Condiciones de Envío y devolución](#)

De vino y tapas por Barcelona - Heretat Oller del Mas



Tu programa

Tener la oportunidad de visitar un castillo, desde donde veréis una inmensidad de viñedos, impresionante. Su edificio histórico os abrumará, pero cuando visitéis la Heretat Oller del Mas, sus bodegas, sus rincones, y en general toda la propiedad de la que parte se remonta al siglo X, no os apetecerá volver a casa, con esas vistas y su historia. En este caso, la vida sí que son dos tragos.

19,90€

[Añadir al carrito](#)

🔄 CAMBIO GRATUITO E ILIMITADO*

📅 VÁLIDO 2 AÑOS**

Tienes esta caja regalo [Condiciones de Envío y devolución](#)

Incluido en esta actividad

- ★ ★ ★
 - ✓ una visita a la bodega y a los viñedos
 - ✓ una visita al castillo Oller del Mas, originario del s. X
 - ✓ una cata de dos vinos, según temporada
- Para 2 personas

Plataforma: Smartbox (www.smartbox.com)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

37



Catalonia, wines to know a whole country

From: **495€** /per person

Discover Catalonia through its most multifaceted wine region denomination

A circular tour through Catalonia, to discover its long wine tradition and its best-kept secrets. A 4-days experience to see, drink and live wines and lands very different.

The price includes

- 3 accommodation nights in 4 and 5 start hotels with half board included.
- Visit and tasting at wineries from 4 different Catalan regions: Empordà, Montsant, Priorat and Penedès.
- Workshop "Make your own cava".
- 4 cultural visits: Monestir de Sant Pere de Rodès, Monestir de Santa Maria de Poblet, Teatre-Museu Dalí and VINSEUM.
- Hiking tour around the Tales of Vall del Flaquer; meet the wine tradition of the Bages region.
- Basic travel insurance.

Additional Information:

- Travel is borne by the customer.
- Private transportation available on request.
- Extras and personal expenses not included.

For groups, individual rooms, etc., extra nights or any other customization, please contact :
934 877 626 / 673 27 92 35 / info@viemocions.com



Plataforma: Viemocions (www.viemocions.com)

CATALONIA, WINE TO KNOW A WHOLE COUNTRY

Discover Catalonia through its most multifaceted wine region denomination.

A circular tour through Catalonia, to discover its long wine tradition and its best-kept secrets. A 4-days experience to see, drink and live wines and lands very different.

The price includes:

- 3 accommodation nights in 4 and 5 start hotels with half board included.
- Visit and tasting at wineries from 4 different Catalan regions: Empordà, Montsant, Priorat and Penedès.
- Workshop "Make your own cava".
- 4 cultural visits: Monestir de Sant Pere de Rodès, Monestir de Santa Maria de Poblet, Teatre-Museu Dalí and VINSEUM.
- Hiking tour around the Tales of Vall del Flaquer; meet the wine tradition of the Bages region.
- Basic travel insurance.

Additional Information:

- Travel is borne by the customer.
- Private transportation available on request.
- Extras and personal expenses not included.

PRICE:

€495 per person (including taxes)

ACTIVITIES AVAILABLE IN THE FOLLOWING LANGUAGES:

Spanish, English

PLACE:

Falset (Tarragona)
 Peralada (Girona)
 Vilafranca del Penedès (Barcelona)
 Manresa (Barcelona)

DURATION:

4 Day

DATE AVAILABLE FROM:

19/09/2017

DATE AVAILABLE TO:

31/12/2018

CATEGORY OF THE ACTIVITY:

Circuits and visits. The great outdoors. In the city. Gastronomy. Wine tourism. Nature. Hiking

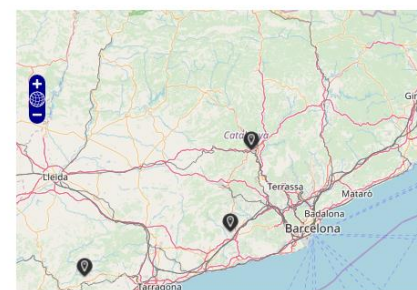
WHO IS IT FOR?:

Young people. Families. Adults without children. Senior. LGBT

ORGANISING COMPANY:

VIEMOCIONS

Book



Plataforma: Spain.info (www.spain.info)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

38




Pla de Bages, journey to the past of central Catalonia

From: **140€** /per person

Travel back in time to self-sufficient colonies of the 20th Century

Art Nouveau in Mòn St. Benet. Wine tasting from the region in a century-old cooperative and in the main winery of the zone

Price includes:

- 1 night accommodation with breakfast at Hotel Mas de la Sala
- (1) Guided tour to the Museum Vidal Colony in Puig-Reig
- Visit 2 wineries with tasting of different wines and Caves (sparkling Catalan wine)
- Dinner at the hotel's restaurant
- Art Nouveau tour at Mòn St. Benet: A day in the life of Ramon Casas
- Travel insurance included

(1) The first Saturday of each month, the visit will be dramatized

Additional information

- Travel is borne by the customer
- Private transportation available on request
- Extras and personal expenses not included



For groups, individual rooms, etc., extra nights or any other customization, please contact:
934 877 626 / 673 27 92 35 / info@viemocions.com

Plataforma: Viemocions (www.viemocions.com)

PLA DE BAGES, JOURNEY TO THE PAST OF CENTRAL CATALONIA

Travel back in time to self-sufficient colonies of the 20th Century
 Art Nouveau in Mòn St. Benet. Wine tasting from the region in a century-old cooperative and in the main winery of the zone


Price includes:

- 1 night accommodation with breakfast at Hotel Mas de la Sala
- (1) Guided tour to the Museum Vidal Colony in Puig-Reig
- Visit 2 wineries with tasting of different wines and Caves (sparkling Catalan wine)
- Dinner at the hotel's restaurant
- Art Nouveau tour at Mòn St. Benet: A day in the life of Ramon Casas
- Travel insurance included

(1) The first Saturday of each month, the visit will be dramatized

Additional information

- Travel is borne by the customer
- Private transportation available on request
- Extras and personal expenses not included



PRICE:
 €140 per person (including taxes)

ACTIVITIES AVAILABLE IN THE FOLLOWING LANGUAGES:
 Spanish English

PLACE:
 Manresa (Barcelona)

DURATION:
 2 Day

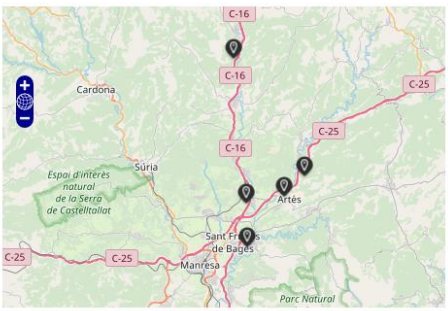
DATE AVAILABLE FROM:
 14/06/2017

DATE AVAILABLE TO:
 31/12/2018

CATEGORY OF THE ACTIVITY:
 Circuits and visits. The great outdoors. Culture and traditions. Gastronomy. Wine tourism

WHO IS IT FOR?:
 Young people. Families. Adults without children. Senior. LGBT

ORGANISING COMPANY:
 VIEMOCIONS



Book

Plataforma: Spain.info (www.spain.info)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

39



ENOTURISMO EN CATALUÑA (8 días/7 noches)

Día 1 - LLEGADA A BARCELONA

Llegada al aeropuerto de Barcelona. Encuentro con nuestro guía-acompañante y traslado al hotel. Tiempo libre. Por la tarde visita panorámica a la ciudad para ver los monumentos iluminados más importantes. Alojamiento.

Día 2 - BARCELONA - Visita Ciudad

Por la mañana visita guiada a Barcelona, una de las ciudades más bonitas del Mediterráneo. Tendrán oportunidad de admirar la "Sagrada Familia" del arquitecto Antonio Gaudí, así como otros edificios modernistas, algunos de ellos declarados Patrimonio de la Humanidad, que encontrarán a lo largo del Paseo de Gracia y sus calles cercanas.

Continuación hacia el **barrio gótico** donde destacamos la Catedral, el Ayuntamiento y la sede del gobierno de Cataluña. A continuación, subirán a la montaña de Montjuïc donde podrán disfrutar de una bonita panorámica de la ciudad y del puerto. Regreso al hotel.

Por la tarde salida hacia el norte por la costa mediterránea para visitar una **bodega** que produce vino blanco y cava. Fue fundada hace más de 80 años y en los últimos 10 años ha desarrollado una alta calidad en vinos y cavas. La producción de cada uno de ellos es muy limitada. Esta empresa ha extendido su negocio en Ribera del Duero donde produce vino tinto. Durante la visita recibirán explicaciones sobre el proceso de elaboración de ambos productos y finalizarán con una degustación.

Regreso a Barcelona. Alojamiento.

Día 3 - BARCELONA - GIRONA - FIGUERES - BARCELONA - 300 Km

Salida hacia **Girona**, importante ciudad monumental, donde destacan las murallas medievales y el importante **barrio judío** situado en medio de callejuelas.

Luego se dirigirán a la zona del **Alt Empordà** donde visitarán la bodega más importante de esta D.O. Esta empresa produce una gran variedad de vinos de distintas cualidades y precios. Un tercio de su producción se exporta a varios países del mundo.

A continuación, se dirigirán a Figueres para visitar el **Museo de Salvador Dalí**, fundado por el mismo pintor y todo un referente en la pintura del siglo XX, donde podrán admirar alguna de sus obras maestras.

Regreso a Barcelona. Tiempo libre. alojamiento.

Día 4 - BARCELONA - PRIORAT - TARRAGONA - 200 Km

Salida temprana en dirección sur hacia una D.O. relativamente pequeña pero conocida en todo el mundo como es el **Priorat**.

Visitarán 3 de las 5 mejores bodegas, todas ellas con premios nacionales e internaciones y sus vinos tienen una alta puntuación por Robert Parker.

Durante la visita a cada bodega serán acompañados por un especialista y recibirán explicaciones sobre las características del suelo, variedades de uva y sistema de elaboración finalizando con una **degustación**.

Alojamiento en Tarragona o alrededores.

Día 5 - TARRAGONA - LLEIDA - 150 Km

Se dirigirán a la D.O. **Costers del Segre**. La primera bodega que visitarán está situada en la cara norte de la Sierra de las Llenas, a una altitud entre 700 y 740 metros, donde elaboran 10 tipos distintos de vino. Los viñedos tienen 29 hectáreas de las variedades Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Cabernet Franc, Garnacha, Cariñena, Marselan, Chardonnay y Sauvignon Blanc.

Luego continuarán visitando una gran bodega que tiene 2.400 hectáreas de viñedos de las cuales unas 400 son para elaborar **vinos ecológicos** y tienen plantadas cepas de muchas variedades de uvas. Ustedes harán un paseo por los viñedos y luego entrarán en la nueva bodega construida hace pocos años, donde un especialista les explicará el proceso de la **elaboración del vino** y también del cava, finalizando con la **degustación** de tres tipos de vinos distintos. Alojamiento en Lleida.

Día 6 - LLEIDA - MANRESA - BARCELONA - 200 Km

Por la autopista saldrán hacia Manresa y sus alrededores para visitar una **bodega familiar** de la D.O. **Pla de Bages** con unos 100 años de historia. Se centrarán en la bodega donde, en cada degustación de vino, les comentarán las características del mismo. Seguidamente visitarán un Monasterio cercano que fue construido en el siglo XII y que visitarán.

Continuación hacia Barcelona. Alojamiento.

Día 7 - BARCELONA - PENEDÈS - BARCELONA - 150 Km

Salida hacia la D.O. **Penedès** para visitar una empresa que tiene varias bodegas en distintas D.O. y que está entre las 5 primeras de España y cuyos vinos se encuentran en los 1.000 restaurantes más importantes del mundo. A algunos de sus vinos Robert Parker les ha dado más de 90 puntos sobre 100.

Después de ver los viñedos se dirigirán a la bodega donde les darán algunos detalles sobre la **selección**, el **proceso de fermentación**, el **envejecimiento**, el **embotellamiento**, etc. terminando con una degustación de varios vinos. Esta empresa familiar exporta sus productos a más de 145 países.

Por la tarde visitarán una bodega que produce **cava**. La bodega está situada en una antigua masía construida hace un par de siglos que aún está en uso, pero al extender su negocio la familia construyó una nueva bodega, que es la que visitarán. Les explicarán el proceso de vinificación terminando con una degustación.

Ellos producen 5 tipos de cava y a alguno de ellos Robert Parker lo ha puntuado con 90 sobre 100.

Regreso a Barcelona, **cena de despedida** y alojamiento.


Día 8 - BARCELONA Y SALIDA

Tiempo libre hasta la hora del traslado al aeropuerto y salida hacia su próximo destino.

Plataforma: Viajes Gamma Tours(www.gammatours.com)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

40



TO BOOK THIS TOUR, PLEASE FILL OUT THE FOLLOWING FORM:
For multiple bookings, please submit one form for every tour, or use our contact form

Tour Name

First Name *

Last Name *

Number of people *

Country of origin *

Email Address *

Tour Date *

Leave a message

How did you find Pepito Tours?

Montserrat and Manresa



Saint Ignatius of Loyola, founder of the Jesuits, visited both **Montserrat** and **Manresa** in 1522. This day we'll follow his footsteps. In Manresa, we'll visit the Cave of Ignatius, where the Spanish Saint spent a few months and received the inspiration to write his Spiritual Exercises before heading to the mountain and monastery of Montserrat.

! **Tour Details:**

Price: 650 Euros for up to 4 people. 695 Euros for 5 or 6 people

Tour type: Chauffeured tour, with both driver and guide

Duration: 6 hours

Amount of walking: Moderate

*The choir doesn't sing on Saturdays and during school holidays
 *Entrance tickets and meals are not included
 *For parties of 7 or more, request a new quote

Plataforma: Pepito Tours (www.pepitotours.com)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

41

The Ignatian Way: an insight view

- WALKING WITH IÑIGO -



IGNATIAN FULL WAY

from Loliola to Manresa and Barcelona, 29 days (28 nights)

-Self-guided: from 1.690€/person (single accommodation supplement 645€)

SELECTED STAGES OF THE IGNATIAN WAY

from Loliola to Manresa, 16 days (15 nights)

-Guided: 1.850€/person, for a group size minimum of 6 people (single accommodation suppl. 345€)

CATALONIAN WAY

from Lleida to Manresa, 8 days (7 nights)

-Self-guided: from 510€/person (single accommodation supplement 155€)

-Guided: 835€/person, for a group size minimum of 6 people (single accommodation suppl. 155€)



WHERE

From Loliola to Manresa (the Basque Country, La Rioja, Navarra, Aragón, Catalonia)



DURATION

From 8 days



PRICES

From €510pp

If you like adventure, you are already familiar with the popular St. James's Way, or Camino de Santiago, and are willing to try something different, we can offer you this fabulous route. It begins in Loliola (Gipuzkoa) and ends in Manresa following the steps of Saint Ignatius, who covered it 500 years ago. This Way meant an important landmark for the Gipuzkoan Saint and nobody can remain untouched by it. Now, before it becomes really crowded, it is the right moment to walk this route. Nowadays the Ignatian Way represents quietness and calm. We won't find a crowd along the way so our travellers can really feel pilgrims.

- CHECK THIS ROUTE

WHEN CAN I WALK THE WAY?

If you choose the tailor-made or self-guided option, you can walk at any time. We recommend avoiding the months from December to April in the Basque Country since the snow could make things rather difficult in some stages.

If you choose the guided option, we have already arranged different dates for June, September and October 2018 and 2019. You only have to join this group. The specific dates are:

Selected Stages 2018 (16 days): from 16th June to 1st July • from 22nd September to 7th October

Basque Ignatian Way 2018 (9 days): from 16th to 24th June • from 22nd to 30th September

Catalonian Way 2018 (8 days): from 24th June to 1st July • from 30nd September to 7th October

Selected Stages 2019 (16 days): from 15th to 30th June • from 21nd September to 6th October

Basque Ignatian Way 2019 (9 days): from 15th to 23th June • from 21nd to 29th September

Catalonian Way 2019 (8 days): from 23th to 30th June • from 29nd September to 6th October

ABOUT OUR SERVICES

The Ignatian Way is unique regarding the services we can find on the Way. There are stages in which the offer of accommodation is scarce. Whenever possible, we will stay in two to four star hotels, but we will also stay in quality pensions or pilgrim hostels. Simple, clean and comfortable accommodation run by qualified staff.

Gastronomy and food are always important. We offer delicious meals in the right amount to be able to go on walking. We eat local food, produced and cooked locally and the guide will explain what everything is.

Guides are a very important element of the pilgrimage. They give advice on the route, check the weather forecast, carry the suitcases, and arrange the accommodation, meals and timetables. Moreover, the guide knows the Way and the area perfectly and will solve any possible problem but, above all, the guide will take care of tired pilgrims.

We are really proud to say that 100% of our customers will recommend Slow Walking to their friends.

Plataforma: Slow-walking (<http://slow-walking.es/en/nuestras-rutas/el-camino-ignaciano-una-mirada-al-interior/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

42

Montserrat y la cueva de San Ignacio de Loyola

Home / Alrededores de Barcelona con Chófer / Montserrat y la cueva de San Ignacio de Loyola

Montserrat y San Ignacio de Loyola

La visita a **Montserrat** y la **Cueva de San Ignacio de Loyola** en Manresa es una de nuestras favoritas.

La ciudad de **Manresa** se encuentra en un enclave de gran belleza a orillas del río Cardener y a sólo 20 kilómetros de Montserrat. En ella durante 11 meses vivió San Ignacio de Loyola, tras haber visitado el Monasterio de Montserrat. San Ignacio quedó fascinado por su imponente Catedral, la amabilidad de sus habitantes y su espiritualidad, por todo ello en el 1522 decidió pasar allí un período de su vida.

Visitaremos la iglesia de **San Ignacio** en la que se conserva la **cueva** en donde el Santo rezaba y vivió una fuerte experiencia espiritual que le llevó a redactar sus Ejercicios Espirituales base de la Compañía de Jesús por él fundada. La cueva se ha convertido en un lugar de peregrinación de jesuitas de todo el mundo interesados en conocer los lugares que fueron fundamentales en la vida de San Ignacio.

Tras la visita de este lugar tan íntimo e importante para los Jesuitas nos dirigiremos al **Monasterio de Montserrat** y disfrutaremos de las vistas excepcionales de la montaña y escucharemos (si es posible) **La Escolania**, uno de los coros de niños mas antiguos de Europa, que con sus voces blancas interpretarán el Salve Regina y el himno de Montserrat llamado **El Virolai**.

Pueden combinar Montserrat con otros interesantes lugares de la geografía catalana, aquí les sugerimos algunas opciones como:

Montserrat y Barcelona

Montserrat y Cava

Montserrat y Sitges

RESERVAR AHORA

Tour con Chófer

€ **610⁰⁰**

Visitamos

- Cueva de San Ignacio en Manresa
- Montserrat

Más información

Duración del tour: 6 horas

Qué está incluido: Guía oficial solo para ustedes, transporte

Qué NO está incluido: Entradas a los monumentos, se pagan el día del tour. Almuerzo.



Plataforma: Skip the Line Barcelona (www.skipthelinebarcelona.com/es/tour/montserrat-cueva-san-ignacio-loyola/)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

43

Tour 56

Shrines of Spain

9 days Back

Barcelona · Montserrat · Manresa · Zaragoza · Toledo · Madrid · Santiago de Compostela

What's Included

Day-by-Day Itinerary

Dates & Prices

Destination Information



DATES & PRICES

Share ✉ p f t m

Any questions

Contact us
 800-206-Tour (8687) or
sales@206tours.com
[Live chat](#)

Your trip includes

- † Round-trip airfare from your desired Airport
 *book without airfare (land only option)
- † All airport taxes & fuel surcharges
- † Centrally located hotels: (or similar)
 - ~ 1 night: Hotel Ayre Caspe, Barcelona
 - ~ 2 nights: Hotel Abat, Montserrat
 - ~ 2 nights: Hotel Catalonia Atocha, Madrid
 - ~ 2 nights: Hotel Compostela, Santiago de Compostela
- † Transfers as per itinerary
- † Breakfast and Dinner daily
- † Wine and mineral water with dinners
- † Transportation by air-conditioned motor coach
- † Assistance of a professional local guide(s)
- † Sightseeing and admissions fees as per itinerary
- † Catholic Priest available for Spiritual Direction
- † Mass daily & Spiritual activities
- † Luggage handling (1 piece per person)
- † Flight bag & portfolio of all travel documents

Not included

- † Lunches, Tips to your guide & driver

Plataforma: 206 tours (www.206tours.com/tour56/)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS



Day
2

Arrive Barcelona

Upon arrival in Barcelona, collect your luggage in the baggage claim area, and continue to the arrival's hall where you will be greeted by your tour guide and/or driver. Make your way to the vehicle for your transfer to your hotel. Upon arrival, you will check-in and have free time to rest and refresh or explore. This evening, you will enjoy a welcoming dinner, followed by an overnight in Barcelona.

Day
3

Barcelona - Manresa - Montserrat

This morning, your day will begin with breakfast and a sightseeing tour of Barcelona! Enjoy the stunning panoramic views of the Port of Barcelona, Montjuic, Plaza de España, and Plaza de Catalunya. The Port was created 2,000 years ago on the coastal area in order to protect and provide access for ships and goods. Currently, it is home to numerous walking areas, businesses, cultural and sporting events. Plaza de España is right outside the center of town and, was formerly known for its old bull-fighting ring. Presently, the Plaza is renowned for containing the Museum of Catalan art, situated on the side of Montjuic. Plaza de Catalunya is located in central Barcelona, and is known for its fountains and statues. Your day of touring will continue with a guided walk through the Gothic Quarter that contains remains from an ancient Roman village, including the Cathedral of Barcelona. We will continue to the Eixample quarter to visit Antoni Gaudi's stunning, unfinished Roman Catholic Basilica, La Sagrada Familia. In the afternoon, we will travel to Manresa with a visit to the Sanctuary of Saint Ignatius of Loyola and the Holy Cave where St. Ignatius lived. Continue to Montserrat, home to the miraculous Black Madonna. Arrive in time for dinner and overnight.

Dates	Select airport	Booking
May 7 <small>Monday</small> — May 15, 2018 <small>Tuesday</small>	<input type="radio"/> With Airfare New York(JFK), NY €3,223 (EUR) v <input type="radio"/> Without Airfare - €2,337 (EUR)	BOOK NOW
Jul 1 <small>Sunday</small> — Jul 9, 2018 <small>Monday</small>	<input type="radio"/> With Airfare New York(JFK), NY €3,223 (EUR) v <input type="radio"/> Without Airfare - €2,337 (EUR)	BOOK NOW
Sep 1 <small>Saturday</small> — Sep 9, 2018 <small>Sunday</small>	<input type="radio"/> With Airfare New York(JFK), NY €3,223 (EUR) v <input type="radio"/> Without Airfare - €2,337 (EUR)	BOOK NOW
Sep 24 <small>Monday</small> — Oct 2, 2018 <small>Tuesday</small>	<input type="radio"/> With Airfare New York(JFK), NY €3,062 (EUR) v <input type="radio"/> Without Airfare - €2,337 (EUR)	BOOK NOW
Feb 20 <small>Wednesday</small> — Feb 28, 2019 <small>Thursday</small>	<input type="radio"/> With Airfare Choose a Departure City v <input type="radio"/> Without Airfare - €2,219 (EUR)	BOOK NOW
Mar 31 <small>Sunday</small> — Apr 8, 2019 <small>Monday</small>	<input type="radio"/> With Airfare Choose a Departure City v <input type="radio"/> Without Airfare - €2,301 (EUR)	BOOK NOW

Plataforma: 206 tours (www.206tours.com/tour56/)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

44



- 🕒 **Duration:** 6 Days y 5 nights
- 📍 **Location:** Spain
- 🏛️ **Type:** Cultural, Religious
- 👥 **Minimun Group:** From 20 people.

FEATURED PILGRIMAGES



TRAVEL GUIDE

Preliminary Itinerary

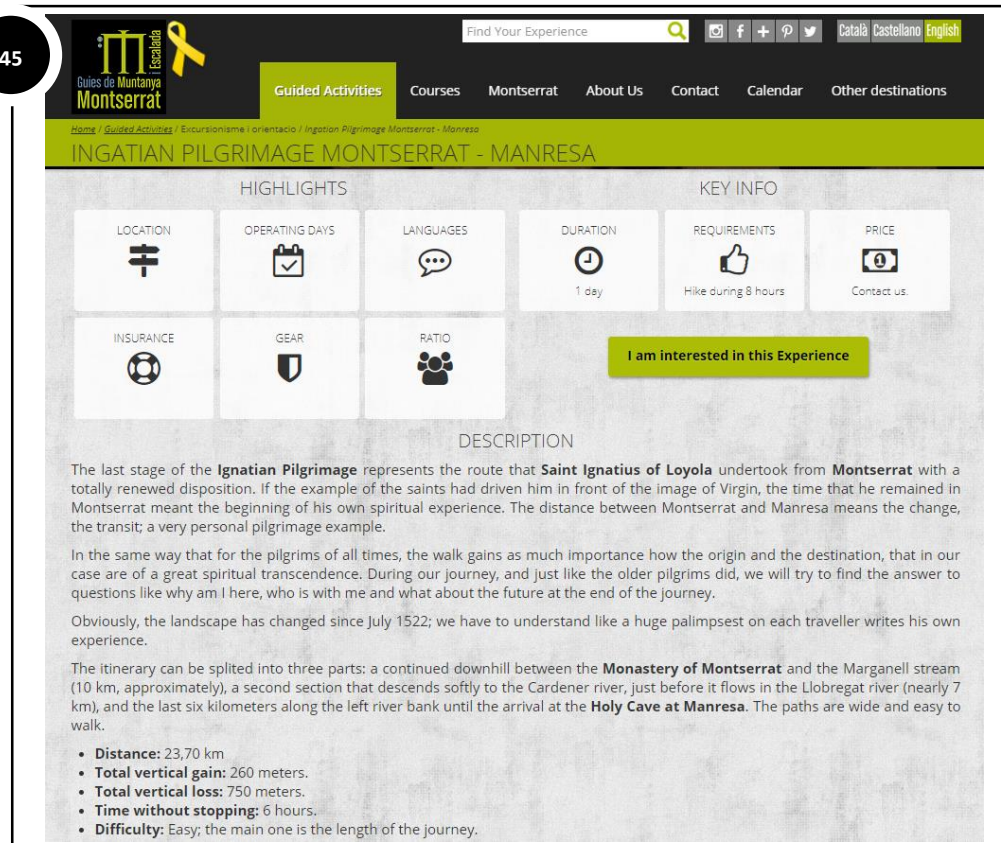
- + DAY 1: BARCELONA
 - + DAY 2: BARCELONA - MANRESA - FRAGA - CALAHORRA - LOGROÑO - ESTELLA - PAMPLONA
 - + DAY 3: PAMPLONA - SANTUARIO DE LEYRE - CASTILLO DE JAVIER - PAMPLONA
 - + DAY 4: PAMPLONA - ARANZAZU - OÑATE - SANTUARIO DE LOYOLA - AZPEITIA - PAMPLONA
 - DAY 5: PAMPLONA - TUDELA - ZARAGOZA - MANRESA
- Breakfast at the hotel and exit by motorway towards Olite and Tudela where we will make a pedestrian visit through the center of the city. Then we will continue to **Zaragoza** where we can see the expo area and visit the Basilica del Pilar. Finished the visit, we will go to Alfajarin where we will make the farewell meal of the pilgrimage in Spain. In the afternoon, through **Lleida and Cervera, we will reach Manresa.**
- + DAY 6: MANRESA - BARCELONA.

- #### Servicios incluidos
- LUXURY BUS
 - HOTEL 3*/ 4*
 - FULL BOARD
 - LUNCH IN TIPYCAL SPANISH RESTAURANTS
 - TOUR GUIDE/ITINERA TOURS
 - INSURANCE POLICY
- TOURS INCLUDED:**
- CASA NATAL DE SAN IGNACIO DE LOYOLA WITH TICKET
 - BASILICA OF LOYOLA
 - SANCTUARY OF ARANZAZU
 - PEDESTRIAN VISIT IN OÑATE
 - PEDESTRIAN VISIT IN PAMPLONA, LOGROÑO Y TUDELA.
 - VISIT OF MONASTERY OF LEYRE TICKET & LOCAL GUIDE

Plataforma: Itinera, Viajes y peregrinaciones (<http://itineratours.com/en/tour/ruta-ignaciana-espana/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

45



Find Your Experience

Guided Activities Courses Montserrat About Us Contact Calendar Other destinations

Home / Guided Activities / Excursionisme i orientació / Ignatian Pilgrimage Montserrat - Manresa

INGATIAN PILGRIMAGE MONTSERRAT - MANRESA

HIGHLIGHTS

LOCATION	OPERATING DAYS	LANGUAGES	DURATION	REQUIREMENTS	PRICE
			1 day	Hike during 8 hours	Contact us.

INSURANCE	GEAR	RATIO	I am interested in this Experience		

KEY INFO

DESCRIPTION

The last stage of the **Ignatian Pilgrimage** represents the route that **Saint Ignatius of Loyola** undertook from **Montserrat** with a totally renewed disposition. If the example of the saints had driven him in front of the image of Virgin, the time that he remained in Montserrat meant the beginning of his own spiritual experience. The distance between Montserrat and Manresa means the change, the transit; a very personal pilgrimage example.

In the same way that for the pilgrims of all times, the walk gains as much importance how the origin and the destination, that in our case are of a great spiritual transcendence. During our journey, and just like the older pilgrims did, we will try to find the answer to questions like why am I here, who is with me and what about the future at the end of the journey.

Obviously, the landscape has changed since July 1522; we have to understand like a huge palimpsest on each traveller writes his own experience.

The itinerary can be splitted into three parts: a continued downhill between the **Monastery of Montserrat** and the Marganell stream (10 km, approximately), a second section that descends softly to the Cardener river, just before it flows in the Llobregat river (nearly 7 km), and the last six kilometers along the left river bank until the arrival at the **Holy Cave at Manresa**. The paths are wide and easy to walk.

- **Distance:** 23,70 km
- **Total vertical gain:** 260 meters.
- **Total vertical loss:** 750 meters.
- **Time without stopping:** 6 hours.
- **Difficulty:** Easy; the main one is the length of the journey.

Plataforma: Guies de Muntanya Montserrat <http://www.guiesdemuntanyademontserrat.cat/en/guided-activities/excursionisme-i-orientacio/ingatian-pilgrimage-montserrat-manresa>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

45

Enotren – Els cellers del Bages



Des de 83,50 € < >
(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On
Manresa

Quan
Qualsevol dia amb reserva prèvia

On es compra
Al Centre d'Atenció al Client de
Pl.Espanya: cacpespanya@fgc.cat o
bé reserves@fgc.cat

Preus-combinat-Els-cellers-del-Bages (pdf)



TURISTREN DEL BAGES - VISITA DOS CELLERS DE LA D.O. PLA DE BAGES

Visita dos cellers de la DO Pla de Bages, catorze projectes que tenen en comú una història, un clima i una manera de fer, però que es presenten en diferents formes: petits cellers familiars, grans nissagues de viticultors o destacats projectes vinícoles, cadascun dels quals té moltes coses ben interessants per explicar-nos. Els cellers que es visitaran es determinaran en funció de la disponibilitat de cada celler.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a l'estació de Manresa, els trajectes entre cellers, les visites guiades amb tast de vi a cada celler, el dinar i la tornada a Manresa.

Programa:

- 10:00 h: Recollida a l'estació de Manresa-Alta i desplaçaments als cellers
- 11:00 h: Visita al celler
- 14:00 h: Dinar
- 16:00 h: Visita al celler i tornada a Manresa



PREUS COMBINAT ELS CELLERS DEL BAGES

El combinat es vendrà exclusivament amb reserva prèvia a cacpespanya@fgc.cat

VISITA 2 CELLERS	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	83,45 €	84,80 €	86,40 €	88,15 €	90,40 €	92,15 €

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia, transport d'anada i tornada fins als cellers, visites guiades i tast a dos cellers i un àpat al celler Oller del Mas.

Grup mínim de 4 persones.

Els preus són per persona.

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat



Plataforma: Turistren.cat (<http://turistren.cat/index.php/fitxa/els-cellers-del-bages/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

47

Enotren – Manresa, viatge a l'època medieval



TURISTREN DEL BAGES - CENTRE D'INTERPRETACIÓ DEL CARRER DEL BALÇ

La ciutat de Manresa us ofereix una proposta perquè gaudiu d'una jornada submergint-vos en l'època medieval. Al carrer del Balç us endinsareu en un carrer medieval cobert únic a Catalunya. Emplaçat a les dependències d'un antic casal, el Centre d'interpretació ofereix un muntatge amb recursos multimèdia que reivindica un conjunt patrimonial únic. Un viatge al passat per descobrir com era la Manresa del segle XIV.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a l'estació de Manresa – Alta i l'entrada al Centre d'interpretació del carrer del Balç.

VEURE TARIFES

Des de 8,50 € < >
(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On

Baixada del Pòpul, s/n. 08241 - Manresa

Quan

Tot l'any

Horaris

De dimarts a divendres: 10:00 h a 14:00 h.



Dissabtes: 10:00 h a 14:00 h i de 17:00 h a 20:00 h

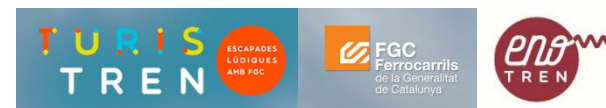
Diumenges i festius: 10:00 h a 14:00 h.

(Dilluns tancat)

On es compra

Venda exclusiva a les màquines expenedores de bitllets de les estacions d'FGC

-  C-I-Carrer-del-Balç Oscar-Rodbag-1 (jpg)
-  Preus-combinat-Manresa-viatge-a-l'època-medieval-1 (pdf)



TARIFES X

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Tarifa general	8,50 €	9,95 €	11,55 €	13,40 €	15,70 €	17,50 €
Tarifa reduïda	7,50 €	8,95 €	10,55 €	12,40 €	14,70 €	16,50 €

Plataforma: Turistren.cat (http://turistren.cat/index.php/fitxa/enotren-manresa-viatge-a-lepoca-medieval_trashed/)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

48

Enotren – El Pla de Bages a cavall



Des de 73,50 € < >
(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On
Manresa - Sant Fruitós de Bages.

Quan
Tot l'any

Horaris
Qualsevol dia de la setmana prèvia reserva.

On es compra
Al Centre d'Atenció al Client de Pl.Espanya: cacpespanya@fgc.cat o bé reserves@fgc.cat

Preus-combinat-El-Pla-de-Bages-a-cavall-1 (pdf)

TURISTREN DEL BAGES - DESCOBREIX EL PLA DE BAGES A CAVALL

Descobreix el Pla de Bages a cavall. Els carrerons estrets del nucli antic de Sant Fruitós de Bages i els seus horts deixen pas als grans camps de conreu que actualment predominen al Bages. Les vinyes del Mas de Sant Iscle són el testimoni d'una comarca que manté les seves arrels vitivinícoles. Visiteu el celler i tastareu alguns dels seus vins.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada a Manresa, el trasllat al centre hípic a Sant Fruitós de Bages, la ruta guiada, la visita al celler i el tast de vins. El dinar a Manresa és opcional.

Programa:

De setembre a juny.

10:00 h Recollida a l'estació Manresa-Alta i desplaçament al centre hípic.

13:30 h Tornada a Manresa.

Del 15/06 al 31/08.

17:00 h Recollida a l'estació Manresa-Alta i desplaçament al centre hípic.

20:00 h Tornada a Manresa

TARIFES

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Tarifa general	73,50 €	74,95 €	76,55 €	78,40 €	80,70 €	82,50 €

PREUS COMBINAT EL PLA DE BAGES A CAVALL

El combinat es vendrà exclusivament amb reserva prèvia a cacpespanya@fgc.cat

EL PLA DE BAGES A CAVALL	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	73,50 €	74,95 €	76,55 €	78,40 €	80,70 €	82,50 €

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia, transport d'anada i tornada fins al centre hípic a Sant Fruitós de Bages, la ruta guiada, una visita al celler i el tast de vins. El dinar a Manresa o Sant Fruitós de Bages és opcional.

Grup mínim de 2 persones.

Els preus són per persona. Edat mínima 8 anys.

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat



Plataforma: Turistren.cat (<http://turistren.cat/index.php/fitxa/enotren-pla-bages-cavall/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

49

Museu de la Tècnica de Manresa



BITLLET COMBINAT MUSEU DE LA TÈCNICA

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a Manresa Alta amb FGC i l'entrada al Museu.

Emplaçat al monumental edifici dels Dipòsits Vells, que recollien i emmagatzemaven l'aigua de la Sèquia, el Museu de la Tècnica de Manresa acull dues exposicions permanents que expliquen la història econòmica de Manresa:

La Sèquia, com a gran obra de l'enginyeria medieval per proveïment d'aigua de tot el Pla de Bages.

La Cinteria, com a fenomen de la industrialització manresana situada, encara avui dia, en el centre especialitzat del mercat estatal i internacional.

Des de 6,50 € >
(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On

Manresa (Bages)

Carretera de Santpedor 55
08242 Manresa

Quan

Tot l'any

Horaris

De dimarts a diumenge:
de 10h a 14h

Visites concertades per a grups.

Dilluns:

tancat, excepte si és festiu.

Dies de tancament anual:

1 i 6 de gener, 1 25 i 26 de
desembre

On es compra

Podem adquirir el bitllet combinat a les màquines expenedores de bitllets de qualsevol estació d'FGC de la línia Llobregat-Anoia.

Museu de la Tècnica de Manresa

Tarifes generals

Tarifes escolars



PREUS COMBINAT "MUSEU DE LA TÈCNICA DE MANRESA"

El combinat es vendrà a les màquines expenedores de bitllets de les estacions de la línia Llobregat – Anoia.

Entrada Adult	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	6.50 €	7.95 €	9.55 €	11.40 €	13.70 €	15.50 €

Entrada Infants 4-12 anys	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	3.50 €	4.95 €	6.55 €	8.40 €	10.70 €	12.50 €

Entrada gratuïta menors de 4 anys.

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia fins a Manresa-Alta i entrada al Museu de la Tècnica de Manresa.

Els preus són per persona.

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat

PREUS COMBINAT ESCOLAR "MUSEU DE LA TÈCNICA DE MANRESA"

El combinat escolar es vendrà amb reserva prèvia al Centre d'Atenció al Client d'FGC a Plaça Espanya: cacpespanya@fgc.cat

Entrada	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	3.05 €	5.15 €	5.70 €	6.95 €	7.75 €	8.15 €

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia fins a Manresa-Alta i entrada al Museu de la Tècnica de Manresa.

Grups de 25 alumnes mínim.

Els preus són per alumne. Preus vàlids fins a 31/08/2018

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat

TARIFES		X				
	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Preu adults	6,50 €	7,95 €	9,55 €	11,40 €	13,70 €	15,50 €
Preu infants 4 - 12 anys	3,50 €	4,95 €	6,55 €	8,40 €	10,70 €	12,50 €

Plataforma: Turistren.cat (<http://turistren.cat/index.php/fitxa/museu-de-la-tecnica-de-manresa/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

50

Enotren – Manresa universal, la ciutat de Sant Ignasi



TURISTREN DEL BAGES - SANT IGNASI DE LOIOLA

Sant Ignasi de Loiola és la personalitat que ha donat més projecció internacional a la ciutat de Manresa. Aquí va descobrir la seva vocació religiosa i es va inspirar per escriure els Exercicis Espirituals durant la seva estada d'un any (1552). La ruta ignasiana recorre alguns dels indrets marcats per anècdotes, llegendes i simbolisme en record al fundador de la Companyia de Jesús, com la cova de Sant Ignasi, la basílica de la Seu (no inclou la visita a l'interior de la basílica), l'Antiga Escola de Sant Ignasi, el pou de la Gallina o la capella del Rapte.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a Manresa Alta i la ruta guiada.

Punt de trobada:

A les 11:00 h al Museu Comarcal de Manresa

Des de 11,50 € < >
(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On
Museu Comarcal de Manresa.

Quan
Dijous en castellà. Divendres en anglès. Últim diumenge de mes en català

Horaris
11:00 h

On es compra
turistren@fgc.cat

Preus-combinat-Manresa-universal-la-ciutat-de-Sant-Ignasi (pdf)



PREUS COMBINAT "MANRESA UNIVERSAL, LA CIUTAT DE SANT IGNASI"

El combinat es vendrà exclusivament amb reserva prèvia a cacpespanya@fgc.cat

Entrada General (visita guiada 2 hores)	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	11,50 €	12,95 €	14,55 €	16,40 €	18,70 €	20,50 €

Entrada Reduïda (visita guiada 2 hores)	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	10,70 €	12,15 €	13,75 €	15,60 €	17,90 €	19,70 €

Entrada gratuïta menors de 8 anys.

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia fins a Manresa-Alta i visita guiada als espais vinculats a la Manresa Ignasiana i La Cova.

Horaris visita: Dijous, a les 11:00 h visita castellà.

Divendres, a les 11:00 h visita anglès.

Últim diumenge de mes, a les 11:00 h visita català.

Els preus són per persona.

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat

TARIFES

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Tarifa general	11,50 €	12,95 €	14,55 €	16,40 €	18,70 €	20,50 €
Tarifa reduïda	10,70 €	12,15 €	13,75 €	15,60 €	17,90 €	19,70 €

Plataforma: Turistren.cat (<http://turistren.cat/index.php/fitxa/enotren-manresa-universal-ciutat-sant-ignasi/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

51

Enotren – Manresa, cor de Catalunya



TURISTREN DEL BAGES - UN RECORREGUT GUIAT PER MANRESA I UN TAST DE PRODUCTES

LOCALS

Saps que fa uns 40 milions d'anys Manresa estava coberta per un mar? O que el carrer del Balç és pràcticament únic a Catalunya? I que a Manresa hi ha comerços amb més de 100 anys d'història? O que reguem els productes d'horta amb un canal construït al segle XIV? Fes la vista "Manresa, cor de Catalunya", un recorregut que ens porta a la basílica de la Seu, al nucli històric, el carrer del Balç i la part modernista i comercial de la ciutat. Inclou un tast de productes locals i vins de la DO Pla de Bages.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a Manresa i la ruta guiada.

Punt de trobada:

11:00 h a l'Oficina de Turisme de Manresa

Plaça Major, nº10. Manresa

Des de 17,50 € < >
(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On
Oficina de Turisme de Manresa.
Pl.Major, nº10. Manresa.

Quan
Dissabtes

Horaris
A les 11:00 h

On es compra
Turistren@fgc.cat

Preus-combinat-Manresa-cor-de-Catalunya-1 (pdf)



PREUS COMBINAT "MANRESA: COR DE CATALUNYA"

El combinat es vendrà exclusivament amb reserva prèvia a cacpespanya@fgc.cat

Entrada General (visita guiada dues hores)	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	17,50 €	18,95 €	20,55 €	22,40 €	24,70 €	26,50 €

Entrada Reduïda (visita guiada dues hores)	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	16,50 €	17,95 €	19,55 €	21,40 €	23,70 €	25,50 €

Entrada gratuïta menors de 8 anys.

Punt de trobada: Dissabtes a les 11:00 h a l'Oficina de Turisme de Manresa (Pl.Ajuntament).

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia fins a Manresa-Alta, una ruta guiada als principals espais turístics de la ciutat i un tast de productes locals i vins de la D.O.Pla de Bages.

Els preus són per persona.

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat

TARIFES

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Tarifa general	17,50 €	18,95 €	20,55 €	22,40 €	24,70 €	26,50 €
Tarifa reduïda	16,50 €	17,95 €	19,55 €	21,40 €	23,70 €	25,50 €



Plataforma: Turistren.cat (<http://turistren.cat/index.php/fitxa/enotren-manresa-cor-catalunya/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

52

Enotren – Les tines del Bages



Des de 37,50 €

(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On

Manresa

Quan

Qualsevol dia de la setmana prèvia reserva

On es compra

CAC Centre d'Atenció al Client de Plaça Espanya:
cacpepanya@fgc.cat o
turistren@fgc.cat

Preus-combinat-Les-tines-del-Bages-1 (pdf)



PREUS COMBINAT LES TINES DEL BAGES

El combinat es vendrà exclusivament amb reserva prèvia a cacpepanya@fgc.cat

	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	37,50 €	38,95 €	40,55 €	42,40 €	44,70 €	46,50 €

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia, transport d'anada i tornada fins a les Tines, una ruta guiada i un tast de vins amb degustació.

Grup mínim de 4 persones

Els preus són per persona.

PREUS COMBINAT LES TINES DEL BAGES AMB DINAR

El combinat es vendrà exclusivament amb reserva prèvia a cacpepanya@fgc.cat

Amb dinar	1 zona	2 zones	3 zones	4 zones	5 zones	6 zones
PVP	62,50 €	63,95 €	65,55 €	67,40 €	69,70 €	71,50 €

El bitllet combinat inclou l'anada i tornada en FGC des de qualsevol estació de la línia Llobregat – Anoia, transport d'anada i tornada fins a les Tines, una ruta guiada i un tast de vins amb degustació i un àpat.

Grup mínim de 4 persones

Els preus són per persona.

Consulteu la zona tarifària que correspon a la vostra estació a www.fgc.cat

TURISTREN DEL BAGES - LES TINES A PEU DE VINYA

Descobreix un dels llegats vitivinícoles més importants de Catalunya, les tines a peu de vinya, en una ruta per conèixer l'excel·lència d'aquestes construccions que expliquen una part molt rellevant de la història del vi al Bages, tot fent parada per degustar dos vis de la DO Pla de Bages amb un aperitiu al peu mateix de la vinya.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a Manresa, el transport d'anada i tornada en vehicle a les tines de la vall del Flequer, la ruta guiada i el tast de vins amb degustació. El dinar a Manresa és opcional.

Programa:

9:30 h: Recollida a l'estació Manresa-Alta i desplaçament a l'inici de la ruta

14:00 h: Tornada a Manresa. Dinar opcional.

Disponibilitat:

Qualsevol dia de la setmana prèvia reserva

Reserves:

Turistren@fgc.cat



Plataforma: Turistren.cat (<http://turistren.cat/index.php/fitxa/enotren-tines-bages/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

53

Enotren – Descobreix la D.O. Pla de Bages



Des de 149,95 €

(Preu 1 zona)

INFORMACIÓ

On

Manresa

Quan

Tot l'any

Horaris

Qualsevol dia de la setmana prèvia reserva.

On es compra

Al Centre d'Atenció al Client de Pl.Espanya: cacpespanya@fgc.cat o bé turistren@fgc.cat

TURISTREN DEL BAGES - VISITA DOS CELLERS DE LA D.O. PLA DE BAGES I LA VALL DEL FLAQUER

Visita dos cellers de la DO Pla de Bages i descobreix les tines a peu de vinya en una ruta guiada per conèixer unes construccions úniques, tot degustant dos vins amb un aperitiu al peu mateix de la vinya. Allotjament a Manresa. Els cellers que es visitaran es determinaran en funció de la disponibilitat de cada celler.

El bitllet combinat inclou el trajecte d'anada i tornada fins a Manresa, el transport en vehicle als cellers i a les tines de la vall del Flequer, la visita als cellers amb tast de vi, la ruta guiada amb tast de vins, degustació i l'allotjament.

Programa:

DIA 1:

11:00 h Recollida a l'estació de Manresa Alta

11:30 h Visita al celler de la DO Pla de Bages

14:00 h Dinar

16:00 h Visita al segon celler de la DO Pla de Bages

18:30 h Arribada a Manresa. Allotjament

DIA 2:

09:30 h Recollida a l'hotel i inici de la ruta de les tines amb tast

13:30 h Tornada a Manresa. Dinar opcional.

TARIFES

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4
Tarifa general	149,95 €	150,80 €	152,40 €	154,15 €



Plataforma: Turistren.cat(<http://turistren.cat/index.php/fitxa/enotren-descobreix-pla-bages/>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

54

Curs de dansa contemplativa a l'escola i la catequesi

TALLERS DE CAP DE SETMANA



Dates:

des de 6 abril 2018 fins 8 abril 2018

L'hora d'entrada és a les 19 h i la de sortida a les 16 h

Idioma: Castellà

Preu:
Matricula: 90€ Al·lotjament: 100€
Total 190€

Lloc: Cova de Sant Ignasi

Fes-te amic > de la cova

Aplicarem les distintes danses als diferents nivells educatius, mostrant algunes adaptacions i experiències del professorat. Comentarem moments especialment apropiats per a la seva realització dins del curs escolar.

Aquest curs va dirigit al professorat, catequistes i agents de pastoral. Es una formació per a que s'apliqui la dansa contemplativa a l'escola i a la catequesi.

Directors/Acompanyants:

> Victoria Hernández

Dates disponibles: 06/04/2018 - 08/04/2018 ▼

Apuntar-me al curs

55

Tríduum Pasqual

PROPOSTES DE SILENCI I PREGÀRIA



Dates:

des de 29 març 2018 fins 1 abril 2018

L'hora d'entrada és a les 17 h i la de sortida a les 10 h.

Idioma: Castellà

Preu: Al·lotjament 150€

Lloc: La Cova de Sant Ignasi

Fes-te amic > de la cova

Durant el Tríduum Pasqual –de Dijous sant a Diumenge de Pasqua- es dona l'oportunitat de viure la densitat de la Setmana Santa amb la integració de la pregària, el silenci i la celebració litúrgica, en el marc privilegiat de la Cova.

Metodologia i procés

A través d'unes introduccions a la pregària personal, d'una litúrgia que ajudi a viure el misteri de la Passió de Crist i l'oportunitat de personalització, es podrà viure d'una manera nova el record i actualitat del fonament de la fe cristiana.

Les celebracions litúrgiques es realitzaran al Santuari de la Cova.

Directors/Acompanyants:

> David Guindulain, sj

> Carles Marcet, sj

Dates disponibles: 29/03/2018 - 01/04/2018 ▼

Apuntar-me al curs

Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

56

Estimar i perdonar. Camí d'alliberament

TALLERS DE CAP DE SETMANA



Dates:

des de 13 abril 2018 fins 15 abril 2018

L'hora d'entrada és a les 19 h i la de sortida a les 16 h.

Idioma: Català/Castellà

Preu:
Matrícula: 90 €. Allotjament: 100 €
Total: 190 €

Lloc: La Cova de Sant Ignasi

No és fàcil estimar-se i menys perdonar-se. Però els dos van junts. No ens estimem quan no ens hem perdonat errades i equivocacions, esperances frustrades, injustícies i pèrdues... Com viure més alliberats, més confiats, sense culpa ni vergonya? Com tornar a donar sentit a la vida i a l'amor vers els altres? Ajudarem a fer camí i a viure diferent. Possibilitat d'entrevista personal.

Directors/Acompanyants:

> Eduard Fonts
Psicòleg i teòleg

Dates disponibles: 13/04/2018 - 15/04/2018 ▼

Apuntar-me al curs

57

Recés de Pentecosta

L'alenada de l'Esperit

PROPOSTES DE SILENCI I PREGÀRIA



Dates:

des de 18 maig 2018 fins 21 maig 2018

L'hora d'entrada és a les 19 h i la de sortida a les 16 h.

Idioma: Català/Castellà

Preu:
Matrícula: 30 €. Allotjament: 150 €
Total: 180 €

Lloc: La Cova de Sant Ignasi

Amb el desig de viure el do creador de l'Esperit que és foc, vent, que fa néixer de nou i de dalt, que empeny a la novetat de la missió, oferim aquest recés viscut des de la pregària, el silenci i la litúrgia.

Directors/Acompanyants:

> David Guindulain, sj

Dates disponibles: 18/05/2018 - 21/05/2018 ▼

Apuntar-me al curs

Fes-te
amic >
de la cova

Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

58

Curs d'Immersió Ignasiana en anglès (8a edició)

Un curs internacional de immersió en l'espiritualitat ignasiana



Programa

Comencem amb una mirada a l'experiència personal d'ignasi, el pelegrí, una experiència que aporta llum sobre com es dona el creixement en la vida cristiana. A continuació, després d'un reces de vuit dies amb acompanyament personal, farem una aproximació als Exercicis Espirituals des d'una perspectiva mistagògica i pedagògica. El recorregut sobre l'obra ignasiana culminarà amb l'estudi de la "Fórmula de l'Institut", de les Constitucions de la Companyia de Jesús. El curs finalitzarà amb unes sessions sobre la teologia i l'espiritualitat que brota dels ensenyaments d'ignasi, i amb l'anàlisi de diversos projectes de vida cristiana que continuen emergint des de l'espiritualitat ignasiana.

0. Sessió d'apertura i introduccions

- Diumenge 22 d'abril a les 18'00 h

1. Ignasi de Loiola i nosaltres: l'Autobiografia i el Diari Espiritual

- Dimarts 24 a diumenge 29 d'abril.
Una lectura sapiencial de l'autobiografia com a matriu del procés espiritual, comparant l'experiència d'ignasi amb la nostra pròpia experiència i autobiografia espiritual. L'estudi del Diari Espiritual, no només ens introduirà al cim de l'espiritualitat d'ignasi sinó que també ens ajudarà a entendre millor

Dates:

des de 22 abril 2018 fins 3 juny 2018
L'hora d'entrada és a les 16 h i la de sortida a les 10 h.

Idioma: Anglès

Preu:
Matrícula, visites i documentació:
500 € Allotjament i manutenció:
2.190 € Total: 2.690 €

Lloc: Cova de Sant Ignasi



Descarrega el programa

Com es pot sol·licitar plaça?

Enviant un correu electrònic a ignasiacourse@covamanresa.cat

Quines són les institucions organitzadores?

- Centre Internacional d'Espiritualitat Ignasiana (Cova de Sant Ignasi)
- GEI (Equip d'Espiritualitat Ignasiana - jesuites del Sud d'Europa) / GEIS (Escola d'Espiritualitat Ignasiana), Cristianisme i Justícia

[Apuntar-me al curs >](#)

Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

59

Exercicis de contemplació



Iniciació

La proposta d'aquesta manera de pregar o meditar va dirigida a les persones que senten necessitat d'una meditació silenciosa, sense el suport de paraules ni textos, perquè aquest ja han estat interioritzats en altres moments de la vida. Però això oferim una introducció intensiva a la pregària contemplativa (que conté elements cristians i alhora orientals), mitjançant l'aprenentatge de la postura corporal (per assolir la quietud de la postura), l'atenció a la respiració i la repetició d'un mantra o invocació.

Proposem també exercicis de Chi Kung al començament del dia i la participació en l'Eucaristia al final del dia. El ritme de la jornada està marcat per l'alternància d'una hora de meditació (tots junts a la sala de meditació) i mitja hora de descans (tres unitats al matí i tres a la tarda).

Tota la jornada és en silenci per tal d'afavorir l'atenció plena a cada moment, en el caminar, en el menjar, etc. Proposem, un règim de dieta semivegetària.

Les pautes bàsiques d'aquesta proposta provenen del mestre de Franz Jalics, sj el qual explica detingudament el seu camí en:

- Ejercicios de Contemplación (Ed. Sígueme)

Aprofundiment

Per fer la setmana d'aprofundiment es requereix haver fet els caps de setmana d'iniciació durant el curs o els vuit dies d'iniciació l'any anterior.

Directors/Acompanyants:

- > Esteve Forneguera
- > Lidia Roig
- > Xavier Melloni, sj

Dates:

des de 21 juliol 2018 fins 30 juliol 2018
Esteve Forneguera i Lidia Roig
Iniciació

des de 12 juliol 2018 fins 21 juliol 2018
Xavier Melloni, sj
Aprofundiment

des de 1 agost 2018 fins 10 agost 2018
Xavier Melloni, sj
Aprofundiment

L'hora d'entrada és a les 18 h i la de sortida a les 10 h.

Idioma: Castellà

Preu:
Iniciació i Aprofundiment:
Matrícula: 100€ Allotjament:
350€ Total: 450€

Per apuntar-se cal omplir el següent full d'inscripció i enviar-ho a: info@covamanresa.cat



[fitxa_inscripcio_individual.doc](#)

Fes-te amic > de la cova

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

60

Exercicis a la vida ordinària

Pregàries, orientacions, lectures...



Són set mesos d'Exercicis espirituals a la "vida ordinària", amb acompanyament personal i el suport setmanal de guies de pregària.

Al principi, a la meitat i al final hi haurà una trobada de cap de setmana.

Exercicis espirituals

Els Exercicis espirituals van adreçats a qualsevol jove o adult que es pregunti honestament què vol Déu de la seva vida i quina necessitat té d'aturar-se a la vida i quin és el seu camí de felicitat.

Hi ha moments en què un sent la necessitat d'aturar-se per rellegir la pròpia vida, redreçar opcions poc encertades i descobrir cap on enfocar el seu futur. Els Exercicis són una pedagogia per fer aquest aprenentatge amb el mestratge de l'Esperit de Jesús enmig de la vida quotidiana.

Metodologia i procés

○ **Acompanyament personal**

A cada persona que faci els Exercicis, se li proposa un acompanyant amb qui s'entrevistarà cada setmana. L'acompanyant adapta les orientacions generals i comenta amb la persona com van els Exercicis i quin profit n'està treient.

Dates:

Els Exercicis a la vida quotidiana comencen el 6 octubre 2017 i acaben el 29 d'abril 2018.

Caps de setmana:

des de 6 octubre 2017 fins 8 octubre 2017

Al Centre d'Espiritualitat de la Cova de Sant Ignasi a Manresa

des de 13 octubre 2017 fins 15 octubre 2017

Al Centre d'Espiritualitat de la Cova de Sant Ignasi a Manresa

des de 19 gener 2018 fins 21 gener 2018

A la Casa d'EE de Sarrià (Barcelona)

des de 27 abril 2018 fins 29 abril 2018

Al Centre d'Espiritualitat de la Cova de Sant Ignasi a Manresa

L'horari d'entrada és a les 19 h i la de sortida a les 13 h.

Idioma: Personalitzat

Preu: Matrícula: 35 €. Alojament: 95 € cada cap de setmana.

Lloc: Manresa | Barcelona

Metodologia i procés

○ **Acompanyament personal**

A cada persona que faci els Exercicis, se li proposa un acompanyant amb qui s'entrevistarà cada setmana. L'acompanyant adapta les orientacions generals i comenta amb la persona com van els Exercicis i quin profit n'està treient.

○ **Pregària diària**

Es donaran una sèrie d'exercicis per fer a casa cada setmana (pregàries, orientacions, lectures breus o altres). A aquests exercicis cal dedicar-los una hora al dia.

○ **Tres recessos durant l'any**

Durant tres moments del procés, es participa en un cap de setmana de recés amb les altres persones que també fan els exercicis en la vida quotidiana. Aquests dies són una escola de pregària per poder fer millor els exercicis.

Directors/Acompanyants:

> David Guindulain, sj

Idioma: Personalitzat

Preu: Matrícula: 35 €. Alojament: 95 € cada cap de setmana.
Lloc: Manresa | Barcelona

Quins són els objectius del curs?

○ Trobar el camí de la felicitat a través de la pràctica dels Exercicis espirituals.

Com es pot sol·licitar plaça o demanar més informació?

○ Enviant un correu electrònic a dguindulain@gmail.com

Fes-te amic > de la cova

Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

61

Pregària profunda

PROPOSTES DE SILENCI I PREGÀRIA



La proposta d'aquesta manera de pregar o meditar va dirigida a les persones que senten necessitat d'una meditació silenciosa, sense el suport de paraules ni textos, perquè aquests ja han estat interioritzats en altres moments de la vida. Per això oferim una introducció intensiva a la pregària contemplativa (que conté elements cristians i alhora orientals), mitjançant l'aprenentatge de la postura corporal (per assolir la quietud de la postura), l'atenció a la respiració i la repetició d'un mantra o invocació.

Metodologia i procés

Proposem també exercicis de loga al començament i al final del dia i un règim de dieta semivegetària. El ritme de la jornada està marcat per l'alternància d'una hora de meditació (tots junts a la sala de meditació) i mitja hora de descans (tres unitats al matí i tres a la tarda).

Tota la jornada és en silenci per tal d'afavorir l'atenció plena a cada moment, en el caminar, en el menjar, etc. Els tres caps de setmana al llarg del curs permeten la iniciació progressiva del mètode, la qual cosa comporta el compromís personal de fer, al menys, mitja hora de meditació diària.

Les pautes bàsiques d'aquesta proposta provenen del mestratge de Franz Jalicis, sj en el qual explica detingudament el seu camí a:

- Ejercicios de Contemplación (Ed. Sígueme).

Dates:

des de 27 octubre 2017 fins
29 octubre 2017

Iniciació

des de 19 gener 2018 fins
21 gener 2018

Iniciació

des de 4 maig 2018 fins 6
maig 2018

Iniciació

des de 6 octubre 2017 fins
8 octubre 2017

Grup A: Aprofundiment (català)

des de 2 febrer 2018 fins 4
febrer 2018

Grup A: Aprofundiment (català)

des de 10 novembre 2017
fins 12 novembre 2017

Grup B: Aprofundiment (castellà)

des de 20 abril 2018 fins 22
abril 2018

Grup B: Aprofundiment (castellà)

des de 26 gener 2018 fins
28 gener 2018

Grup C: Aprofundiment (català)

Aprofundiment

Tot i que hom pot practicar la pregària contemplativa amb altres mètodes, per poder participar en els caps de setmana d'aprofundiment es requereix haver fet els caps de setmana d'iniciació, o els vuit dies d'estiu i practicar habitualment les pautes indicades per Franz Jalicis, sj en el llibre anteriorment indicat:

- Ejercicios de Contemplación (Ed. Sígueme)

Directors/Acompanyants:

- > Xavier Melloni, sj - Iniciació i Aprofundiment
- > Montse Pons - Iniciació i Aprofundiment
- > Esteve Forneguera - Aprofundiment
- > Lidia Roig - Aprofundiment

des de 11 maig 2018 fins
13 maig 2018

Grup C: Aprofundiment (català)

L'entrada es a les 19'00h i la
sortida a les 16'00 h

Idioma: Català / Castellà

Preu:
Matrícula 100 € allotjament 100 €
cada cap de setmana. Total
Iniciació 400 € Total
Aprofundiment : 300 €

Lloc: Cova de Sant Ignasi

Com es pot sol·licitar
plaça?

Omplir el full d'inscripció

Enviar a:
info@covamanresa.cat

↓ Full d'inscripció

Altres Pagaments >

Fes-te
amic >
de la cova

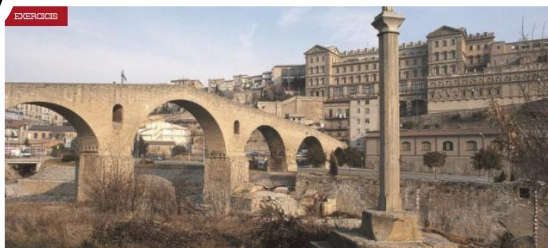
Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

62

7uit dies d'Exercicis

EXERCICIS



El format més habitual dels Exercicis Espirituals que ofereix La Cova és el de vuit dies sencers. De fet, són deu dies si comptem el vespre d'arribada i el matí de sortida.

Aquest format és pensat per persones amb experiència en la pregària ignasiana i per a iniciats en l'art de considerar la pròpia vida a la llum de la Paraula de Déu.

Es fan els Exercicis per ordenar la pròpia vida i encaminar-se cap una existència en plenitud seguint el Crist.

Amb l'ajut d'introduccions a la pregària personal i la possibilitat d'acompanyament personal, la Cova ofereix un ambient i unes condicions tal com Sant Ignasi proposa per realitzar els Exercicis de manera reeixida

Directors/Acompanyants:

- > Oriol Tuñí, sj
- > Pablo Ruiz Lozano, sj
- > José M. Rodríguez Olaizola, sj
- > Josep M^a Rambla, sj
- > Jordi Font, sj

Dates:

des de 1 juliol 2018 fins 10 juliol 2018

Oriol Tuñí, sj

amb l'Evangelí de Lluc

des de 11 juliol 2018 fins 20 juliol 2018

Pablo Ruiz Lozano, sj

des de 21 juliol 2018 fins 30 juliol 2018

David Guindulain, sj

Curs Tancat

des de 1 agost 2018 fins 10 agost 2018

Josep M^a Rambla sj

des de 11 agost 2018 fins 20 agost 2018

Jordi Font sj, Maite Valls rjm, Miquel Matute y Josep Miralles sj (personalitzats)

Per inscripcions enviar email a : mvalles12@hotmail.com

Preu EE 8 dies personalitzats : 450 eur

des de 11 agost 2018 fins 20 agost 2018

Jose Ignacio Gonzalez Faus, sj

- > José Ignacio Gonzalez Faus, sj
- > Llorenç Puig, sj
- > Josep M^a Bullich, sj
- > Adolfo Chércoles sj
- > Ramón Fabregat, sj
- > Maite Valls rjm
- > Miquel Matute
- > Josep Miralles, sj

Dates disponibles: 01/07/2018 - 10/07/2018

Apuntar-me al curs

des de 21 agost 2018 fins 30 agost 2018

Llorenç Puig, sj

des de 1 setembre 2018 fins 10 setembre 2018

Josep M^a Bullich, sj

des de 11 setembre 2018 fins 20 setembre 2018

Adolfo Chércoles, sj (amb Benaurançes)

des de 21 setembre 2018 fins 30 setembre 2018

Ramón Fabregat sj

L'hora d'entrada és a les 18h i la de sortida a les 10h.

Idioma: Castellà

Preu: Matriculació: 50€ Allotjament: 350€ Total 8 dies: 400€
Lloc: La Cova de Sant Ignasi

Fes-te amic de la cova

Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

ANNEX 2. PRODUCTES COMERCIALITZATS IDENTIFICATS

63

Cinc dies d'Exercicis



Amb la metodologia dels Exercicis Espirituals de Sant Ignasi, durant cinc dies s'oferiran introduccions per a la pregària personal durant el dia, possibilitat d'entrevistes personals i moments de pregària comunitària.

Els cinc dies és una oportunitat per agrair, revisar i disposar-se en el seguiment del Crist tot fent la voluntat de Déu.

Directors/Acompanyants:

- > José Luis Saborido Cursach, sj
- > Josep Lluís Iriberrri, sj

Dates disponibles: 21/08/2018 - 26/08/2018 Apuntar-me al curs

Dates:

des de 21 agost 2018 fins 26 agost 2018

José Luis Saborido Cursach, sj

Personalitzats
Hora entrada: 12:00 h
Hora sortida: 9:00 h

des de 27 agost 2018 fins 31 agost 2018

Josep Lluís Iriberrri, sj

Amb eines d'enneagrama
Hora entrada: 10:30 h
Hora sortida: 18:30 h

Idioma: Català/Castellà
Preu:
Preu: Matrícula: 50€. Allotjament: 300€. Total cinc dies: 350€
Lloc: La Cova de Sant Ignasi

Fes-te amic > de la cova

64

Quan anem arribant als 65,70...anys

Art d'assumir creativament els penúltims i últims trams de la vida



Dates:

des de 23 setembre 2018 fins 20 octubre 2018

L'hora d'entrada és a les 18 h i la de sortida a les 10 h.

Idioma: Castellà
Preu: 1850 €
Lloc: Cova de Sant Ignasi

Descarrega el programa

Com es pot sol·licitar plaça?

- Enviant un correu electrònic a info@covamanresa.cat
- Trucant el telèfon +34 93 872.04 22

Fes-te amic > de la cova

Metodologia

- Els matins i les tardes les dedicarem a la reflexió de les matèries del programa, convinant les sessions de classe amb espais per l'oració i reflexió personal i en grup.
- Utilitzarem la metodologia ignasiana de "el que omple i satisfà l'ànima no és saber molt sinó sentir i assaborir les coses internament
- Els professors oferiran possibilitats de treball (personal o en grup) i de lectures per aprofundir els temes.
- Pel meti s'oferirà una oració comunitària. Al final de la tarda es celebrarà la Eucaristia.

Què oferim?

- Una oportunitat important.
- Inici d'una època creativa i plena de possibilitats.
- Un temps de "densitat" que ens ensenya a esperar i acollir el misteri del Déu de la vida amb plenitud.
- Un període on no s'ha de viure a la defensiva.

Plataforma: Cova de Manresa (<http://www.covamanresa.cat>)

