

# GUIA PRÀCTICA PER A LA CREACIÓ D'ITINERARIS TURÍSTICS



**Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona**

Oficina Tècnica de Turisme

Autores: Eva Méndez i Noguera i Montserrat Selga i Basomba

Direcció tècnica: Albert Martín i Llavaneras i Vanesa Mas i López

Maig 2026

# ÍNDEX

ÍNDEX.....	2
1. Introducció.....	3
2. Conceptualització de l'itinerari.....	3
2.1 Reflexions inicials.....	4
2.2 Definició del públic objectiu de l'itinerari.....	4
2.3 Pautes per a la definició del recorregut, el relat i l'impacte local.....	6
2.4 Disseny tècnic de l'itinerari: informació, traçat i format.....	8
3. Contractació del servei de creació d'itineraris turístics.....	9
3.1 El proveïdor idoni.....	9
3.2 Què ha d'entregar l'ajuntament al proveïdor perquè pugui fer la feina correctament? .....	9
3.3 Què ha de fer el proveïdor i què ha d'entregar? .....	10
4. La senyalització física dels itineraris .....	12
4.1 La xarxa de mobilitat.....	12
4.2 Premisses bàsiques dels itineraris turístics i la seva senyalització .....	14
4.3 Altres consideracions a tenir en compte .....	15
5. Divulgació de l'itinerari turístic.....	15
6. Reflexions finals.....	18

# 1. Introducció

La creació d'itineraris turístics és una de les accions més habituals en l'àmbit del desenvolupament turístic local. Tanmateix, l'experiència demostra que moltes rutes impulsades no sempre responen a una planificació acurada, a una estratègia clara ni a les capacitats reals del territori, fet que pot generar resultats turístics limitats o una escassa incidència econòmica i social.

Planificar, executar i gestionar itineraris implica prendre decisions: on posar l'esforç, què prioritzar, fins on arribar i què no cal fer. A més, cal tenir present que els ens locals no disposen tots de la mateixa capacitat tècnica, recursos humans especialitzats, ni temps per a abordar la gestió turística, ja que els municipis –especialment els més petits– han d'atendre simultàniament múltiples àmbits prioritaris.

Conscients d'aquesta realitat, la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona posa a disposició la present guia pràctica amb l'objectiu d'oferir pautes i criteris clars per a ordenar, dissenyar i executar itineraris que contribueixin realment a oferir productes turístics de qualitat, posar en valor el patrimoni i generar llegat i beneficis al territori i la població local.

En aquest sentit, aquesta guia pràctica s'ha concebut com a eina de suport tècnic per ajudar els ens locals a reflexionar i actuar amb més seguretat a fi d'evitar actuacions improvisades o poc sostenibles en el temps.

El document se centra en els aspectes clau que cal tenir en compte a l'hora de crear itineraris amb impacte i qualitat turística: des de la definició dels objectius, el públic destinatari i el recorregut, la xarxa de camins existents i la senyalització, fins a la contractació dels serveis, la divulgació i la promoció de l'itinerari.

## 2. Conceptualització de l'itinerari

Abans de definir un itinerari cal prendre decisions clau que vindran determinades pel coneixement profund del territori, el públic al qual ens dirigim, els objectius que volem aconseguir a través de la creació de la ruta i com encaixa amb la realitat territorial, social, econòmica i turística existent. Aquest apartat ofereix els criteris tècnics que cal considerar per tal de dissenyar itineraris turístics atractius i que garanteixin certa qualitat i siguin capaços de generar tracció i impacte turístic.

Els passos a seguir són:










1. **Definir els objectius** que perseguim a través de la creació de l'itinerari turístic.

2. Definir el públic que ens agradaria que vingués a fer la ruta.
3. Conèixer les característiques i necessitats d'aquest públic: qui és i quina edat té, d'on ve, amb qui ve, en quin moment fa rutes, què l'interessa i el motiva, què fa quan fa turisme, què busca per satisfer les seves necessitats i com s'informa.
4. Ajustar tècnicament l'itinerari perquè encaixi amb les seves necessitats i motivacions.
5. Divulgar l'itinerari en el format i canals més idonis per al públic al qual ens adrecem.

## 2.1 Reflexions inicials

Els itineraris funcionen millor, tenen sentit i deixen llegat quan responen a una necessitat real del municipi, s'alineen amb objectius públics clars, aprofiten els recursos existents i es gestionen com una acció viva, revisable i compartida amb els agents.

És important que l'ens local es planteji **algunes preguntes clau a l'hora de definir objectius i itineraris**:

-  Per què volem crear un itinerari turístic? Què solucionarem?
-  On van actualment els visitants quan arriben al municipi i per què hi van?
-  Quins espais concentren més pressió i quins estan més infrautilitzats?
-  L'ajuntament on té interès que vagin els visitants i per quin motiu?
-  Aquests espais tenen capacitat, atractius i condicions adequades?
-  Com els podem fer més atractius, accessibles i bonics?
-  Com podem posar en valor els elements patrimonials que tenim i com els podem dinamitzar?
-  Les empreses locals es beneficiaran de l'augment de visitants?
-  Com podem propiciar un impacte econòmic per a les empreses?

## 2.2 Definició del públic objectiu de l'itinerari

No tots els itineraris són adequats per a tothom. Per aquest motiu, és de vital importància identificar i prioritzar els públics als quals es vol adreçar la ruta i adequar-la segons les seves necessitats, comportament i expectatives.

Definir correctament el públic objectiu ens permet ajustar aspectes com la distància, la dificultat, els continguts, els serveis complementaris o els canals de divulgació de la ruta.

A continuació exposem les **tipologies de públic senderista més freqüents a nivell turístic** i les seves característiques:

- **Públic general:**
  - Persones d'edat diversa.
  - Busca fer una passejada abans d'un àpat o abans de fer una activitat.
  - Necessita itineraris curts de màxim 5km, sense dificultat tècnica i propers als serveis de restauració i comerç del municipi.
  - Li interessa veure els punts paisatgístics o de patrimoni més interessants i estètics, però sense entrar en detalls.
  - S'informa a través de la recomanació de familiars, companys de feina, coneguts i amics, així com les xss i internet.
  
- **Públic familiar:**
  - Persones que viatgen amb infants.
  - Busca passejades en un entorn segur, còmode i a la natura.
  - Necessita itineraris molt curts, fàcils i planers de menys de 6 quilòmetres o una hora i mitja aproximadament de durada.
  - Busca zones d'avituallament, parcs verds o espais naturals on jugar amb la natura sense perill (ex. boscos, rierols, fonts, cales...), granges d'animals, etc.
  - S'informa a través de la recomanació de familiars, coneguts i amics, així com blogs i xss que promouen plans familiars.
  - Recomanació: hem d'intentar evitar rutes *gamificades* a través de pantalles. Necessitem fomentar rutes que permetin connectar amb la natura, el món rural i el patrimoni sense interferències digitals. Recomanem incloure suports en paper, que indiquin l'itinerari i ofereixin activitats senzilles, però dinàmiques i significatives durant la ruta (ex. enigmes, rodolins, trobar elements del bosc, activitats experiencials d'observació i escolta de la natura, etc.).
  
- **Públic sènior:**
  - Persones jubilades que solen viatjar amb grups d'amics.
  - Valora la cultura, la història, el patrimoni popular, la pagesia i la cuina tradicional.
  - Necessita itineraris de màxim 15-20 km o 4 hores sense dificultat tècnica.
  - S'informa a través de centres excursionistes, amics, Oficines de Turisme, revistes de turisme en paper i Internet.
  - Li agrada trobar mapes en paper, fullets, panells i informació patrimonial en els punts d'interès de la ruta. Valora la senyalització física.
  - Recomanació: cal evitar l'ús d'elements digitals on calgui interactuar amb dispositius, més enllà de descarregar-se el *track* de la ruta des d'una App.

- **Públic actiu:**

- Adults i joves actius. Solen viatjar amb la parella o grups molt reduïts.
- Busca excursions a la natura, paisatges bonics i una fita (ex. veure un llac, pujar un cim, arribar a un mirador, etc.)
- Necessita itineraris sense complexitat tècnica d'uns 15-20km o una durada de màxim 4 hores amb parades incloses. Hi pot haver cert desnivell.
- Importància d'incloure miradors, corriols, etc.
- S'informa a través de xxss específiques de recorreguts com Wikiloc, Strava, Google Maps, etc. i Internet.

En cas de voler atraure **públics d'altres modalitats o més especialitzats i concrets** (ex. públic esportiu, cicloturisme, aventurer, públic amb capacitats diverses, públic estranger, etc.), cal informar-se de les seves necessitats específiques abans de dissenyar l'itinerari, ja sigui a través de la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona, l'ens turístic comarcal en cas que hagi creat producte per a aquest segment o bé directament a través d'associacions, entitats, agències de viatges o clubs.

Per aprofundir en aquest apartat, recomanem revisar el document *Catalunya visitor persona. Perfils de viatgers*, que va elaborar l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya al 2023, el qual identifica i determina els segments de demanda a través d'un estudi detallat segons les prioritats de l'estratègia turística de Catalunya. El document es pot consultar a: [https://act.gencat.cat/content/dam/aem-actgencat/uploads/2024/01/Visitor-persona\\_2023\\_DEF.pdf](https://act.gencat.cat/content/dam/aem-actgencat/uploads/2024/01/Visitor-persona_2023_DEF.pdf).

## 2.3 Pautes per a la definició del recorregut, el relat i l'impacte local

Els itineraris turístics han de reunir un seguit de requisits per tal de poder ser atractius i adaptats al territori que els acull i als usuaris que l'utilitzen. Són els següents:



**Accés a la ruta:** com arribo i m'apropo a la ruta?

- Punt d'aparcament ampli proper.
- Parades de tren i/o bus properes.



**Punt d'inici de la ruta pensat i definit:** on inicio la ruta?

- Aquest punt és **teòric o recomanat**, ja que els usuaris poden accedir a l'itinerari des de qualsevol punt de la ruta.
- Incloure un **punt principal d'accés** a la ruta.
- Espai ampli i sense perills (ex. plaça del poble, parc, equipament públic...).
- Incorporar un **punt d'informació** de la ruta si és possible: panell, tòtem, etc.



### **Característiques del recorregut:**

- Sempre és preferible crear **rutes circulars** o la possibilitat de retorn per camins de la xarxa diferents a l'anada.
- Definir usos de la ruta no motoritzada: a peu, amb bicicleta, a cavall...



### **Donar sentit i identitat a la ruta:**

- **Relat:** emmarcar la ruta dins d'una temàtica o relat basat en la història, les llegendes o els elements diferenciadors que connecten els diversos punts de l'itinerari. No es tracta d'inventar res, sinó de recuperar la narrativa identitària i singular del territori i utilitzar-lo com a fil conductor per a explicar la ruta turísticament.

Per exemple, els motius que van desencadenar la construcció d'un canal medieval que ha esdevingut itinerari, miradors naturals amb vistes panoràmiques privilegiades, elements d'agricultura viva, paisatge curiós modelat per la geologia, camí de traginers, ramaders o trementinaires, ruta gastronòmica que posa en valor un producte agroalimentari en concret, fonts i salts d'aigua, etc.

- **Paisatge o entorn bonic:** vistes panoràmiques, miradors, patrimoni ben conservat i/o amb l'entorn arreglat.
- **Singularització:** Incorporar curiositats, elements diferents, únics, especials i/o temporals. Per exemple: ruta dels ametllers florits, fenòmens naturals, etc.



### **Fomentar l'impacte econòmic local:**

- Incloure **productors i elaboradors de productes agroalimentaris artesans propers** com a punt d'interès que ofereixin tastos o visites per incentivar la parada. Aquests establiments (cellers, formatgeries, granges, etc.) no sempre estan oberts al públic, sinó que ofereixen les visites sota demanda. Per tant, és important incloure aquesta informació a la descripció del punt d'interès en qüestió i facilitar el web.
- Tenir en compte la **restauració propera a la ruta**. Hi ha un segment de públic (general, sènior, ciclistes, etc.) que valoren poder fer un àpat abans o després de la ruta (ex. esmorzars de forquilla, restaurants amb producte km0, bars d'entrepanes, vermuteries, etc.)
- Tenir en compte el **comerç gastronòmic** si la ruta passa per nuclis de població (ex. forns de pa, pastisseries, xarcuteries, botigues de queviures, vinoteques, etc.). Cal tenir present si estan oberts en cap de setmana. Es pot intentar que la ruta comenci o acabi en algun punt comercial per afavorir la despesa econòmica.

- Promoure les empreses de guiatge locals a través de sortides o activitats guiades organitzades per l'ens local.
- Recomanació: **Pensar en clau idea de viatge** per validar si la ruta pot convertir-se en una proposta turística prou completa i atractiva per a persones que hagin de desplaçar-se 60km mínim fins al municipi en qüestió.

## 2.4 Disseny tècnic de l'itinerari: informació, traçat i format

Aquest apartat concreta els elements tècnics mínims que ha de tenir qualsevol itinerari perquè sigui viable, segur, d'ús públic i es pugui publicar a plataformes diverses.

- El traçat de l'itinerari ha de passar per sobre la **xarxa de mobilitat** del municipi (informació sobre la xarxa de mobilitat a l'apartat 4.1 *La xarxa de mobilitat* d'aquest document).
- **Continguts tècnics de l'itinerari:**
  - Informació tècnica: modalitat (senderisme, BTT, etc.) quilòmetres, desnivell positiu i negatiu, dificultat i característiques tècniques.
  - Traçat de l'itinerari i punts d'interès a través d'un arxiu georeferenciat en format shp que permet treballar amb un major nivell de detall i anàlisi en entorns professionals i en format gpx que és compatible amb plataformes i eines destinades al públic general. L'empresa adjudicatària ha de treballar el *track* al despatx: una única línia dibuixada seguint el sentit de la marxa, recolzada sobre la xarxa viària del Referencial Topogràfic Territorial vigent de l'ICGC, sense errors, etc.
- **Senyalització física de l'itinerari:** no és imprescindible però és recomanable si se segueixen les indicacions tècniques de l'apartat 4. *Senyalització física dels itineraris*. Els beneficis que aporta senyalitzar són:
  - Millora la seguretat del visitant, redueix el risc de pèrdua i la sensació de control.
  - Facilita el desenvolupament de productes turístics.
  - Aporta professionalitat a la destinació.
  - Contribueix a la preservació del territori.
  - Augmenta la recomanació i satisfacció.

## 3. Contractació del servei de creació d'itineraris turístics.

L'externalització del treball tècnic és una pràctica habitual i en molts casos necessària. Aquest apartat orienta els ens locals sobre els requisits i condicions de contractació del servei, les tasques clau que cal executar, els productes resultants que cal obtenir de la contractació, que cal validar internament i quins aspectes no es poden delegar.

### 3.1 El proveïdor idoni

Es recomana que l'empresa adjudicatària sigui una consultoria turística amb experiència en l'elaboració de rutes i itineraris i que inclogui un tècnic especialitzat en creació de *tracks* i activitats turístiques a l'aire lliure.

No obstant això, hi ha empreses de guiatge coneixedores del territori que creen itineraris, tracen *tracks* i organitzen activitats a l'aire lliure que també poden ser vàlides per aquest encàrrec. En aquest cas, a l'hora de generar continguts redaccionals i materials complementaris a l'itinerari, poden necessitar la col·laboració de suport d'experts en aquest camp.

Les empreses que es dediquen a la promoció turística o que ofereixen plataformes de rutes turístiques poden ser vàlides sempre que puguin aportar un tècnic especialitzat en *tracks* i activitats a l'aire lliure i puguin entregar tots els materials resultants seguint les característiques, condicions i actuacions que es descriuen al punt 3.3 *Què ha de fer el proveïdor i què ha d'entregar* d'aquest document.

En el procés de treball amb l'empresa adjudicatària, és un valor afegit que s'incorporin entitats locals d'àmbit patrimonial, cultural o històric, atès que poden aportar continguts rigorosos sobre elements de patrimoni i curiositats en funció de l'itinerari. També és interessant col·laborar amb entitats excursionistes locals perquè aportin l'opinió o coneixement de la zona.

### 3.2 Què ha d'entregar l'ajuntament al proveïdor perquè pugui fer la feina correctament?

A l'hora de demanar propostes de creació de rutes a empreses externes, aconsellem redactar i entregar un document escrit –el **brifing**– que reculli les característiques, la informació base i les necessitats del servei que es requereix abans de la contractació per

tal d'elaborar un pressupost i pactar les condicions d'acord als paràmetres descrits que l'ajuntament ha d'exigir. Ha de ser un resum molt sintètic i clar amb l'objectiu de:

- Que el treball realitzat es tradueixi en una ruta turística de qualitat.
- No malgastar el temps i centrar-nos en el que l'ajuntament realment necessita en comptes d'acceptar simplement l'oferta genèrica que el proveïdor vol vendre.
- Invertir el temps a idear i desenvolupar un projecte que s'adeqüi a la realitat turística i potencial del municipi.
- Evitar un gran volum incontrolat de sol·licituds d'informació a posteriori que puguin provocar errors i malentesos.

**Aquest brifing ha d'incloure els apartats següents:**

- Les característiques principals del municipi (molt resumit).
- Les característiques de l'itinerari turístic que es vol crear.
- Els objectius que persegueix la creació de la ruta.
- Les actuacions que haurà de dur a terme l'empresa adjudicatària.
- La llista dels documents, informacions i logotips que l'ajuntament facilitarà a l'empresa per tal de crear els continguts de la ruta.
- La llista dels materials que l'empresa haurà de lliurar a l'ajuntament.
- Com serà el seguiment del projecte, els terminis i la facturació.
- Especificar la propietat dels treballs (drets de propietat intel·lectual i drets d'imatge de fotografies). Cal remarcar que l'ajuntament és el propietari de tota la informació associada a les rutes i de tots els materials i continguts creats. Per tant, els pot utilitzar a totes les plataformes i canals que cregui convenient.

Gran part d'aquesta informació es pot emprar als documents tècnics del contracte de serveis.

La Unitat de Gestió Territorial de l'Oficina Tècnica de Turisme de la Diputació de Barcelona posa a la disposició dels tècnics municipals una plantilla brifing específica per a la creació de rutes turístiques, que es pot sol·licitar a través del correu: [ot.turisme@diba.cat](mailto:ot.turisme@diba.cat) o a través del referent de turisme comarcal de la Diputació de Barcelona.

### 3.3 Què ha de fer el proveïdor i què ha d'entregar?

**Les actuacions imprescindibles que ha de realitzar el proveïdor són:**

- Disseny d'una proposta d'itinerari segons les necessitats i indicacions de l'ajuntament i alhora adaptar la proposta a les necessitats dels turistes i visitants objectiu.

- Prospecció de la ruta sobre el terreny per identificar elements d'interès, perills, punts conflictius, miradors i paisatge atractiu, i poder presentar a l'ajuntament els pros i contres per escollir la millor opció d'itinerari.
- Verificació amb l'equip tècnic i/o polític de l'ajuntament sobre la idoneïtat dels camins de pas i l'absència d'impediments o possibles problemàtiques amb els propietaris per on passa la ruta.
- Elaboració del *track net* i sense errors sobre la xarxa de mobilitat del municipi.
- Elaboració de continguts descriptius breus sobre l'itinerari i els atractius: entorn, paisatge i tipus de relleu, punts d'interès, curiositats, serveis, informació pràctica, etc. Si hi ha punts d'interès patrimonials, es recomana la col·laboració o supervisió dels continguts per part de l'àrea de cultura i patrimoni o entitats d'aquest àmbit del territori.
- Elaboració de la informació tècnica: modalitat, dificultat, quilòmetres, desnivell, dificultat, comentaris tècnics, etc.
- Creació de fotografies atractives dels punts més destacats de l'itinerari i cruïlles on hi pugui haver confusions a l'hora de seguir l'itinerari correcte.

### **Els materials imprescindibles que l'empresa ha de lliurar a l'ajuntament són:**

- Arxiu en format shp que integra el traçat juntament amb la informació georeferenciada estructurada com punts d'interès, inicis i altres atributs associats. Imprescindible per a l'anàlisi, gestió i tractament dins la xarxa de camins.
- Arxiu en format gpx que inclou el recorregut en un format simple i compatible amb dispositius i aplicacions d'ús general. Imprescindible per a la promoció.
- Document Word/Excel en català amb la informació acurada, ben estructurada i de fàcil lectura amb tota la informació sobre l'itinerari i revisat a nivell lingüístic. Ha d'incloure com a mínim els següents camps:
  - Títol de l'itinerari.
  - Informació tècnica: modalitat (senderisme, BTT, etc.), quilòmetres, desnivell positiu i negatiu, dificultat i altres aspectes tècnics rellevants.
  - Informació pràctica: públic objectiu, punt de sortida i arribada recomanats, aparcament o transport públic proper, restauració i serveis.
  - Relat i breu descripció introductòria de l'itinerari (màxim 255 caràcters comptant espais).
  - Relat i descripció llarga de l'itinerari (màxim 1.000 caràcters comptant espais)
  - Punts d'interès: nom i breu descripció de cadascun d'ells (incloure font de referència. Màxim 500 caràcters per punt comptant espais).

- Imatges dels punts més rellevants de l'itinerari visualment atractives, en alta resolució i resolució òptima per a plataformes digitals.
- Tots els materials gràfics i audiovisuals creats.

Abans de divulgar la ruta i finalitzar el contracte, s'aconsella que els responsables tècnics i/o polítics facin la ruta turística seguint el *track* i els materials elaborats del proveïdor per tal de verificar que tot és correcte.

D'altra banda, el brifing també pot incloure serveis complementaris als descrits anteriorment, per exemple:

- Publicació de la ruta creada a webs i aplicacions del proveïdor o tercers amb informe de resultats
- Accions de promoció (elaboració d'un fullet, publicacions a xxss, articles, etc.)
- Reportatge fotogràfic professional i inspirador amb figurants
- Vídeo promocional de la ruta
- *Gamificació*

## 4. La senyalització física dels itineraris

La senyalització és un element clau per la seguretat, l'experiència del visitant i la imatge del territori. Aquest apartat explica com integrar els itineraris dins la xarxa de mobilitat existent, la importància de l'ús del model de senyalització de la Diputació de Barcelona i el procés correcte per a planificar i executar un projecte de senyalització coherent.

### 4.1 La xarxa de mobilitat

La xarxa de camins són tots els camins que hi ha en un territori. D'aquesta xarxa de camins s'escullen aquells que es volen utilitzar, i per tant, s'inclouen dins de la xarxa de mobilitat. La xarxa de mobilitat defineix aquells camins que tenen el potencial per esdevenir itineraris turístics o itineraris amb altres usos de mobilitat no motoritzada.

#### **Preguntes freqüents sobre la xarxa de mobilitat del municipi**



##### **Hi ha xarxa de mobilitat en el meu municipi o comarca?**

Sí, existeix una xarxa definida en tots els municipis provinent d'actuacions que s'han anat realitzant al llarg dels anys.



##### **Com puc consultar la meva xarxa de mobilitat?**

Els ens locals poden demanar aquesta informació a la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona.

**FAQ Puc modificar la xarxa del meu municipi?**

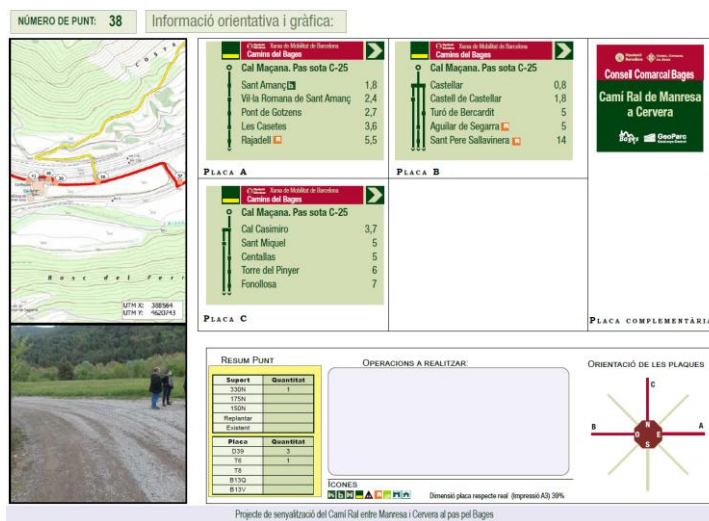
Sí, aquesta xarxa no és inamovible i es pot actualitzar, modificar i revisar periòdicament.

**FAQ Puc senyalitzar la xarxa del meu municipi?**

Sí. Els ajuntaments i ens comarcals (coordinadament amb els ajuntaments) poden senyalitzar la xarxa corresponent.

**FAQ Com puc senyalitzar la xarxa del meu municipi?**

La senyalització de la xarxa requereix coneixements del model a utilitzar i de les connexions que existeixen amb la resta del territori, així com el manteniment de la coherència d'espai i gràfica. A partir d'aquest punt de partida, cal redactar un projecte tècnic de senyalització, que es pot demanar mitjançant el Catàleg de serveis de la Diputació de Barcelona.



Imatge 1: Exemple de projecte de senyalització de la xarxa de mobilitat turística

**FAQ Per què és recomanable demanar la redacció del projecte de senyalització turística a través del Catàleg de serveis de la Diputació de Barcelona?**

El personal tècnic de la Diputació té una dilatada experiència en la redacció i execució de projectes de senyalització turística. Actuen a tota la demarcació i per tant, compten amb la visió de conjunt i continuïtat dels projectes que es realitzen a la xarxa a tot el territori.

Més informació a <https://www.diba.cat/ca/web/turisme/senyalitzacio>

### FAQ Quins passos he de seguir per a senyalitzar la xarxa?

En primer lloc, cal tenir un projecte redactat que defineixi les actuacions que cal dur a terme al territori i després executar-lo.

### FAQ Com puc senyalitzar l'itinerari creat?

És recomanable senyalitzar l'itinerari si es tenen els recursos o bé en el moment en què es presenti l'oportunitat de sol·licitar-ho a través dels recursos del Catàleg de serveis de la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona. En el cas que se senyalitzi, cal tenir en compte el següent:

- Es recomana la utilització de plaques petites de seguiment instal·lades sobre la senyalització de la xarxa.
- No és recomanable pintar els itineraris més enllà dels models homologats.
- Si es vol seguir el model de la FEEC (GR®, PR® o SL®), cal l'homologació de l'itinerari creat per part de la Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya.

## 4.2 Premisses bàsiques dels itineraris turístics i la seva senyalització

- Les rutes han de passar per camins de la xarxa de mobilitat.
- La senyalització dels camins és a partir de banderoles que ubiquen i indiquen poblacions, punts d'interès i cruïlles. La senyalització amb banderoles no s'ha d'utilitzar pel seguiment dels itineraris creats, sinó per la senyalització de la xarxa de mobilitat.



Imatges 2 i 3: Exemple de senyalització de la xarxa de mobilitat a partir de banderoles

- La senyalització dels itineraris turístics creats és amb plaques petites sobre el suport de la banderola per al seu seguiment.



Imatges 4 i 5: Exemples de senyalització d'itineraris turístics amb plaques petites sobre el suport de la banderola

### 4.3 Altres consideracions a tenir en compte

- **De qui és la propietat de la senyalització?**

Tots els senyals són propietat de l'ajuntament. Aquesta propietat inclou també els materials que s'instal·len en el territori quan es demana l'execució d'un projecte de senyalització via Catàleg de serveis de Turisme.

- **Qui és responsable del manteniment de la senyalització?**


L'ajuntament és el responsable del coneixement de l'estat de la senyalització i del seu manteniment. Aquest es pot fer amb recursos propis o demanar-lo via Catàleg de serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona.

- **Coneixement del camí:**

El més important en la definició d'un traçat és conèixer i garantir que per aquell camí s'hi pot passar tant a nivell d'infraestructura (el camí és transitable) com de propietats (si el camí és públic, amb dret de pas o es disposa de l'autorització del propietari).

## 5. Divulgació de l'itinerari turístic

Un itinerari no pot generar tracció de visitants si no es coneix o no s'entén. Aquest apartat proposa un *check list* de consells pràctics, bàsics i de baix cost per a divulgar i promocionar la ruta de manera eficient i efectiva sense sobrecarregar els equips tècnics.

 **Fitxa descriptiva de la ruta turística:** Elabora (o sol·licita a l'empresa adjudicatària) un document que inclogui tota la informació relativa a l'itinerari de manera concisa i entenedora:

- Títol de l'itinerari.
- Informació tècnica: modalitat (senderisme, BTT, etc.), quilòmetres, desnivell positiu i negatiu, dificultat i característiques tècniques.
- Informació pràctica: públic objectiu, punt de sortida i arribada recomanats, aparcament o transport públic proper, restauració i serveis.
- Relat i breu descripció introductòria de l'itinerari
- Punts d'interès: nom i breu descripció de cadascun d'ells
- Enllaç al *track* descarregable
- Enllaç de la ruta publicat al web o plataforma externa

Aquesta fitxa és la base per a facilitar la feina tècnica a l'hora de publicar l'itinerari a plataformes externes, contractar la redacció d'articles promocionals, proposar famtrips o caminades organitzades, etc.

☑ **Track de l'itinerari:** Com hem dit anteriorment, l'empresa adjudicatària ha d'entregar el *track* net i georeferenciat en shp i gpx. A part de publicar-lo al web de l'ens municipal, servirà per a entregar a tercers juntament amb la fitxa descriptiva de la ruta i fotografies, perquè el publiquin a altres plataformes de difusió i promoció com Wikiloc, Google Maps, Strava, plataformes de rutes de la Diputació de Barcelona o de l'ens turístic comarcal, mitjans de comunicació, aplicacions, etc.

☑ **Fotografies atractives i professionals:** Assegura't de disposar de fotografies turístiques i atractives dels punts més estètics i emblemàtics en vertical i horitzontal, així com d'alguns detalls que aportin valor. Valora la possibilitat d'incloure un parell de figurants que simulin el públic objectiu de l'itinerari turístic creat. Escull la imatge més espectacular com a principal per a totes les publicacions.


☑ **Decàleg de bones pràctiques sostenibles:** Si és possible, elabora un petit decàleg que faci referència a la gestió de residus, el respecte a la natura i patrimoni, la conservació de la flora i fauna, el respecte a les propietats agrícoles, sembrats i ramats, el consum de producte local, etc.. Es pot incorporar als mapes, fulletons, webs, aplicacions, etc.

☑ **Ruta disponible al web:** Publica tota la informació sobre l'itinerari al web municipal i/o web de destinació turística comarcal en un apartat que sigui visualment fàcil de trobar i intuïtiu. A la pàgina web de la ruta hi ha d'haver com a mínim:


- Títol de l'itinerari
- Informació tècnica
- Informació pràctica amb enllaços per ampliar informació (ex. on menjar)
- Relat i breu descripció introductòria de l'itinerari
- Breu descripció de cada punt d'interès
- Fotografies atractives que incitin a fer l'itinerari turístic
- *Track* descarregable
- Enllaç a la plataforma externa principal si n'hi ha (ex. Wikiloc).
- Fulletó de la ruta en format PDF (si n'hi ha). No es recomana posar fulletons en format imatge, perquè dificulta la descàrrega i impressió de l'usuari

☑ **Fulletó promocional:** Si és l'única ruta treballada que tenim al municipi, es pot crear un fulletó específic d'aquesta ruta. Si en tenim diverses, podem fer un fulletó amb la informació de totes les rutes que inclogui un mapa i la informació principal de cada ruta, amb un codi QR o enllaç web on hi hagi publicada la ruta amb tota la informació específica. Algunes recomanacions a tenir en compte són:


- El fulletó ha de tenir un disseny atractiu, pràctic, modern, net i clar
- Cal tenir una versió digital optimitzada per a webs i plataformes, i una en alta qualitat preparada per a la impressió
- Incorporar enllaços dels serveis on menjar i dormir
- Incorporar decàleg de sostenibilitat
- Si es decideix imprimir el fulletó, assegura't que està disponible als allotjaments, restaurants, punts d'informació turística i comerços freqüentats per turistes.

 **Butlletí turístic:** Promociona l'itinerari al butlletí turístic del municipi si n'hi ha i al butlletí turístic de l'ens comarcal. És important:


- Incorporar aquests continguts a la programació anual de comunicació.
- Informar de detalls que generen confort o interès: itineraris a l'ombra per l'estiu, itineraris al sol per l'hivern, itineraris florits ideals a la primavera, itineraris amb arbres de fulla caduca de gran interès a la tardor, etc.
- Incorporar a les comunicacions un enllaç a espais amb informació “on menjar” i “on dormir” del municipi.

 **Instagram:** Promociona l'itinerari a través del perfil turístic del municipi (o de l'ajuntament si no n'hi ha) en col·laboració amb l'ens turístic comarcal i Turisme de la Diputació de Barcelona a través del perfil @bcnmoltmes. Aspectes a considerar:


- La publicació pot ser en formats diversos: carrusels, fotografies al mur, *reels*, *stories* amb enllaç al web on hi ha la informació, etc.
- Si voleu fer una publicació col·laborada amb Turisme de la Diputació de Barcelona, és important avisar amb antelació la Gerència de Serveis de Turisme per validar el contingut i encaixar la programació de publicacions.

 **Butlletí turístic Barcelona és molt més:** Promociona l'itinerari a través del butlletí turístic de la Diputació de Barcelona durant les temporades que és més atractiu o quan volem atraure visitants al municipi. El butlletí arriba a un gran volum de subscriptors, principalment de l'àrea metropolitana de Barcelona.

- Enllaç per a introduir la informació:  
<https://www.barcelonaesmoltmes.cat/ca/publicar-agenda>
- Inclou fotografies professionals i atractives
- Inclou l'enllaç a la pàgina web on hi ha tota la informació de la ruta

 **Rutes guiades:** La ruta creada és un producte idoni quan l'ajuntament ha d'organitzar activitats guiades amb enfocament turístic, de salut, educatiu,

complementar fires o simplement per a fomentar l'orgull i pertinença dels habitants. L'organització de rutes guiades gratuïtes o a preu popular que acaben amb un petit tast de producte local poden convertir-se en una activitat amb un gran èxit de participació i permeten donar a conèixer el patrimoni natural, cultural i gastronòmic del municipi a un nombre considerable de públic final.

 **Publicació a aplicacions i plataformes:** Existeixen diverses plataformes i aplicacions de rutes, algunes especialitzades en públics concrets. Escull publicar la ruta turística creada en aquelles aplicacions o plataformes amb més volum de visualització i tracció d'usuaris similars al públic objectiu a qui va adreçada la ruta amb l'objectiu de garantir que la inversió econòmica comporta un retorn real. Fes seguiment dels resultats obtinguts (visualitzacions de la ruta, descàrregues i valoració dels usuaris).

## 6. Reflexions finals

Els itineraris turístics són una eina que pot ajudar els municipis a orientar els fluxos de manera més estratègica amb l'objectiu de posar en valor el patrimoni natural i cultural; fomentar l'activitat econòmica; desconcentrar camins congestionats; desestacionalitzar; projectar la identitat singular del municipi de cara al visitant i incentivar l'orgull de pertinença del resident.

Els fluxos de visitants sovint no responen a decisions locals, sinó que venen condicionats per factors externs com la proximitat a grans pols turístics, recomanacions digitals, rutes de pas, imatges icòniques molt difoses o hàbits consolidats dels visitants. Aquests patrons, en molts casos, no es poden modificar fàcilment ni a curt termini, però sí que es poden analitzar, entendre i gestionar millor. La clau no és tant intentar "canviar" on van els visitants, sinó reflexionar sobre què està passant, per què passa i què pot fer l'ens local per orientar els fluxos de manera més coherent amb els objectius del municipi, la capacitat del territori i l'experiència que es vol oferir.

Cada municipi parteix d'una realitat diferent, amb recursos, capacitats i objectius propis. El valor dels itineraris rau precisament en la seva capacitat d'adaptació, sempre que s'integrin dins d'una visió coherent del territori, la mobilitat, la identitat local i l'experiència del visitant.