



Consell Comarcal
del **Baix Llobregat**



**BAIX
LLOBREGAT**
CONSORCI DE TURISME



OCBL
Turisme

INFORME ANUAL DEL SECTOR TURÍSTIC. Ocupació hotelera

Baix Llobregat, Maig 2023.

Amb la col·laboració de :



Diputació
Barcelona
xarxa de municipis



Xarxa d'Observatoris del
Desenvolupament Econòmic Local

La versió digital de l'informe es troba a

<https://www.elbaixllobregat.cat/observatori>



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.ca>

Índex de continguts

PRESENTACIÓ	3
Dades bàsiques. Informe Sector Turístic 2022.	4
III. OCUPACIÓ HOTELERA. Dades generals i perfil del turista	5
3.1 Dades generals d'ocupació hotelera.	5
3.2 Procedències.....	8
3.3 Tarifes.....	10
3.4 Motivacions.....	12
3.5 Canals i segments d'ocupació.	13
3.6 Valoracions de previsions de l'ocupació.	15
3.7 Seguiment de les places hoteleres en oferta.	16
4.1 Campanyes de promoció turística	18
APASSIONA'T al Baix Llobregat	18
Som el teu estiu	18
La Ruta del TRAM.....	18
Al BAIX Llobregat, ofertes FLAIX	19
És Nadal al Baix Llobregat	19
A un salt de Barcelona!	19
4.2 Punts d'Informació Turística	20
4.3 Promoció del turisme MICE	20
4.4 Turisme de natura	20
4.5 Turisme familiar	21
4.6 Promoció de la gastronomia	22
4.7 Impulsar la comarca com a destinació sostenible	22

PRESENTACIÓ

A continuació us presentem les dades d'ocupació del sector turístic al Baix Llobregat 2022. Aquest informe completa la informació que es publica en els informes trimestrals d'ocupació hotelera, que teniu a la vostra disposició a la pàgina web de l'Observatori Comarcal, mitjançant l'estudi de les grans dades del sector turístic a nivell global, les darreres tendències i perspectives, les magnituds econòmiques o les dades d'estructura productiva i mercat de treball del sector turístic del Baix Llobregat.

Incloem **les dades anuals generals d'ocupació hotelera i perfil del turista**. Mitjançant les dades facilitades per la plataforma Tourism Data System de LABTurisme de Diputació de Barcelona s'han analitzat les dades anuals d'ocupació hotelera de la comarca.

Finalment, s'inclou un apartat de conclusions generals de l'estudi assenyalant les dades més rellevants que poden servir per a la reflexió i el treball en la millora del sector turístic que es realitza des del Consorci de Turisme del Baix Llobregat. Com annex s'inclou un apartat de bibliografia amb alguns estudis internacionals, estatals i catalans que poden servir com a referència per a l'anàlisi del sector.

Dades bàsiques. Informe Sector Turístic 2022.

61% d'ocupació de les places hoteleres. 1.089.929 turistes i 2.256.173 pernотacions en els hotels del Baix Llobregat al 2022. Les dades generals de perfil i ocupació hotelera de 2022 recuperen les dades d'ocupació anteriors a la pandèmia. **La xifra d'ocupació de les places hoteleres en oferta creix en 23 punts respecte 2021** i pròxima a la de 2019 (65%).



Els turistes que s'allotgen als hotels de la comarca són majoritàriament espanyols (54% del total). **Catalunya, França, Madrid, Regne Unit i Alemanya principals procedències** dels clients als hotels del Baix Llobregat en el 2022.

El preu mig d'una habitació en un hotel del Baix Llobregat en el 2022 va ser de 84,3€. **La mitjana tarifària creix en un 17%** respecte 2021.

Les principals **motivacions en les estades** als hotels de la comarca són els negocis (51% de les pernотacions) i les vacances (35%).

El principal **canal de reserva** és el directe (48%).

El clima empresarial supera l'aprovat en tots els mesos de l'any. Els mesos d'abril a agost registren les millors valoracions d'ocupació i de marxa del negoci per part de l'empresariat hotelier del Baix Llobregat. Maig registra la millor valoració de l'ocupació (amb un 8 sobre 10) i juliol de marxa del negoci (7,3).

L'ocupació declarada supera la prevista en la majoria dels mesos de l'any. Els darrers mesos de l'any però, la prevista supera la declarada.

El 2022 registra una **mitjana diària de 9.926 places hoteleres en oferta** al Baix Llobregat. Setembre (10.477) i juny (10.473) són els mesos amb major nombre de places hoteleres en oferta.

III. OCUPACIÓ HOTELERA. Dades generals i perfil del turista.

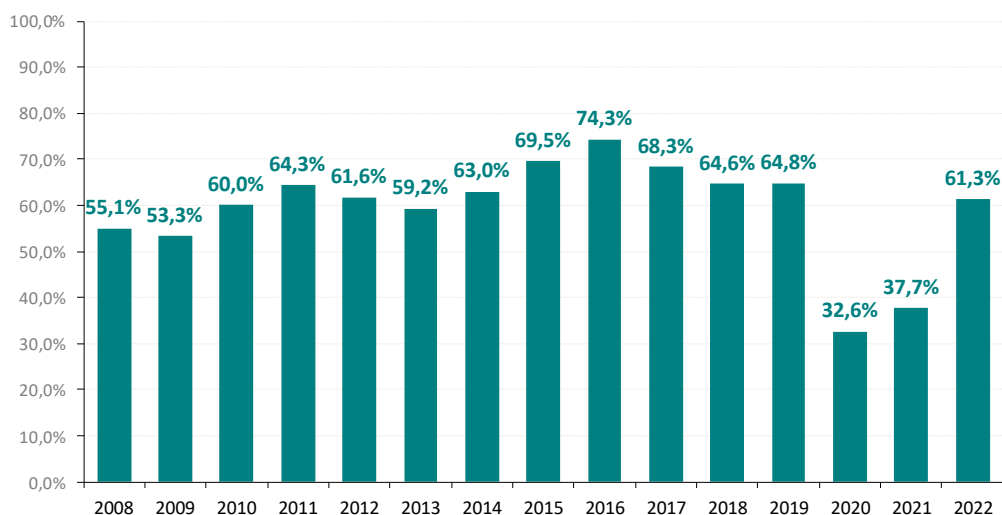
3.1 Dades generals d'ocupació hotelera.

61% d'ocupació de les places hoteleres. 1.089.929 turistes i 2.256.173 pernотacions en els hotels del Baix Llobregat al 2022.

Les dades generals de perfil i ocupació hotelera de 2022 recuperen les dades d'ocupació anteriors a la pandèmia. La xifra d'ocupació de les places hoteleres en oferta creix en 23 punts respecte 2021 però encara es situa 4 punts per sota de la xifra de 2019 (65%).

Només 3 mesos de 2022 (abril, maig i juliol) superen l'ocupació mensual registrada abans de la pandèmia. Agost és el mes amb major ocupació registrada (82%). Si comparem l'evolució de l'ocupació amb les comarques de l'entorn metropolità, el Baix Llobregat registra 2 mesos (maig i setembre), la major ocupació hotelera de l'entorn.

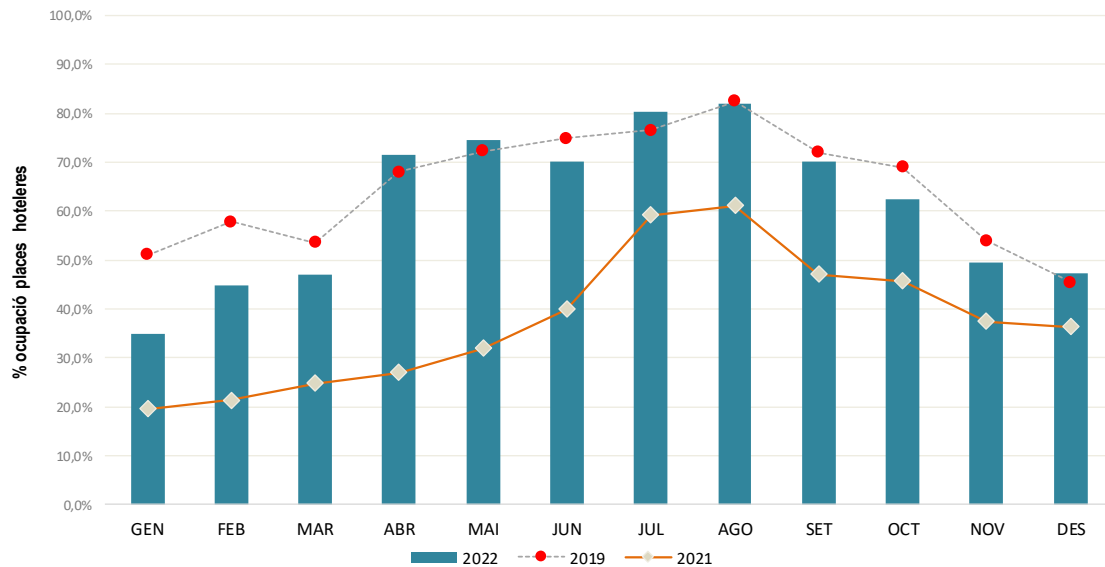
Evolució del percentatge d'ocupació dels darrers anys. Hotels. Baix Llobregat. (%)



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme i de l'enquesta EOH de l'OC-BL.

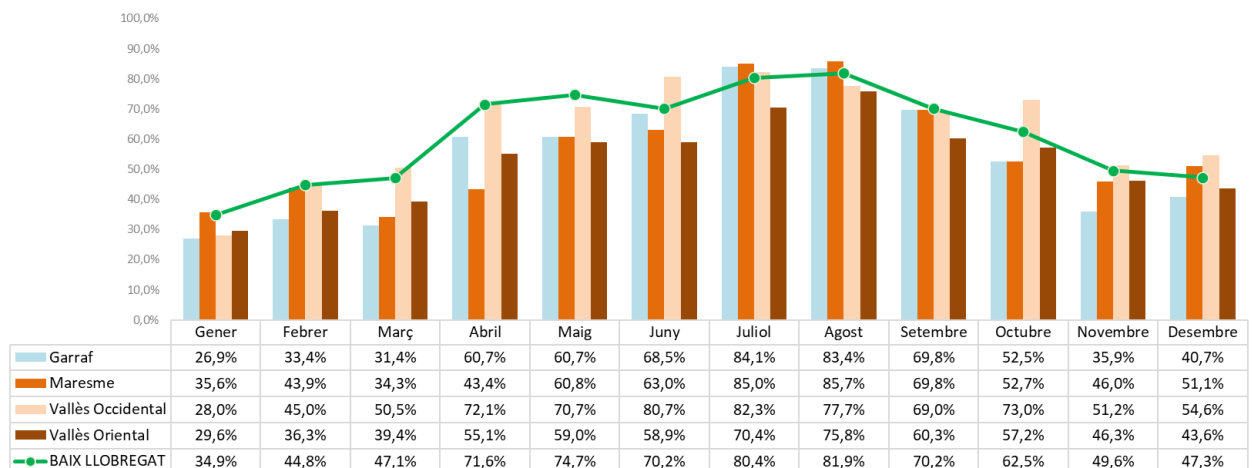
Les dades de 2017 es comencen a recollir al febrer. Al 2020 no es poden registrar dades d'abril i maig (restriccions COVID).

Evolució del percentatge d'ocupació mensual. Hotels. Baix Llobregat. (%)



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme i de l'enquesta EOH de l'OCBL.

Evolució del percentatge d'ocupació hotelera segons comarques de l'entorn metropolità.

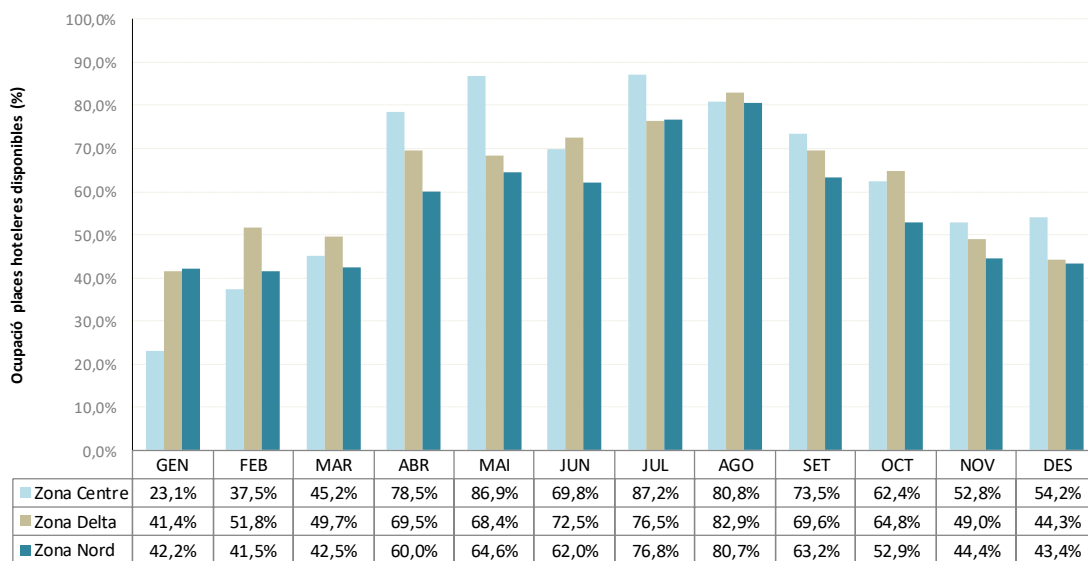


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LABturisme de Diputació de Barcelona.

Per zones territorials, les zones **Centre i Delta** són les que registren una major ocupació hotelera mitjana anual (64% i 62% respectivament). La zona Centre presenta una major ocupació hotelera en 5 mesos (abril, maig, juliol i desembre de manera destacada). Els mesos d'agost a setembre, la major ocupació hotelera es concentra a la zona Delta.

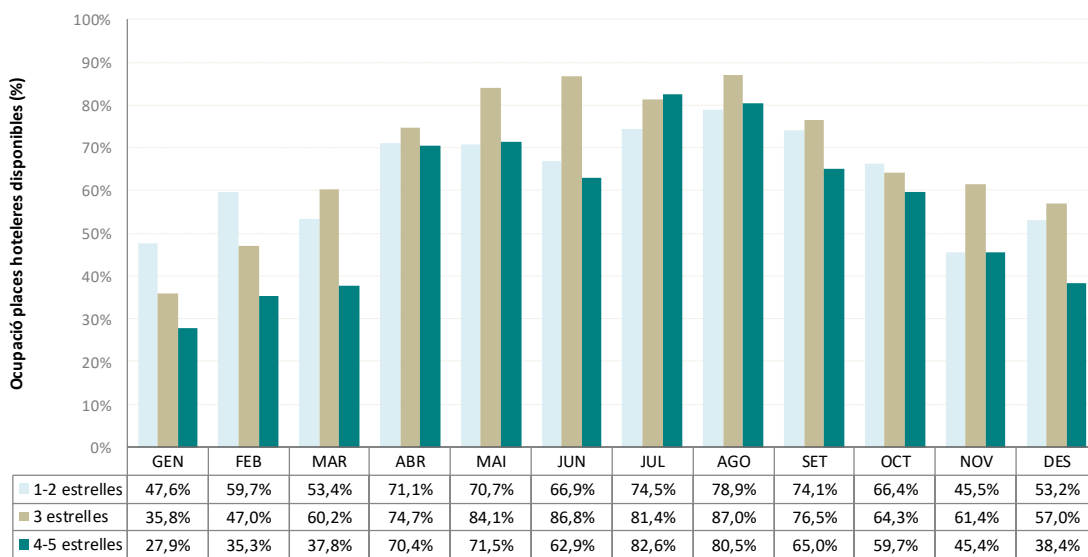
Segons categories, són les de **3 estrelles** les que registren una major ocupació hotelera anual (69%). En els mesos d'estiu, els establiments de 3 estrelles registren la major ocupació hotelera.

Evolució del percentatge d'ocupació per zona territorial. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Evolució del percentatge d'ocupació per categoria. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

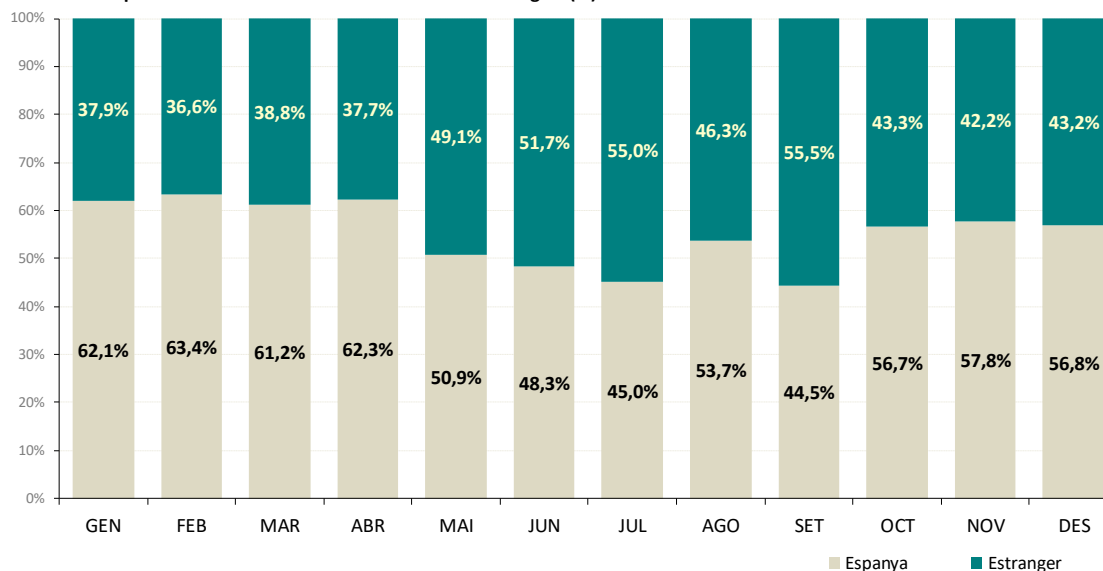
3.2 Procedències.

El 54% del total de turistes que pernocten al Baix Llobregat són espanyols.

2022 continua concentrant la majoria de turistes de la comarca de procedència estatal. Juny, juliol i setembre són els únics mesos de l'any on els turistes internacionals superen els domèstics.

Aquest any **el 29% dels turistes de la comarca provenien de Catalunya**. Els turistes **francès (10%), madrilenys (6%), anglesos (6%) i alemanys (5%)** són les altres principals procedències dels turistes del Baix Llobregat aquest any. Tot i que el turista domèstic continua sent el majoritari en el 2022, la variació anual mostra el descens del pes d'aquests turistes respecte els turistes internacionals. Així, el pes del turista català disminueix en 11 punts respecte 2021, seguit del madrileny (-2pp) i valencià (-2pp). **Les procedències que augmenten la seva presència en l'ocupació hotelera de la comarca aquest any són les britàniques (+3 punts), alemanyes (+2,5), franceses (+2) i estatunidenques (+2pp).**

Evolució de la procedència de la clientela. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Distribució de les procedències respecte el total de pernотacions

	% pernотacions 2021	% pernотacions 2022	variació anual
Catalunya	40,5%	29,9%	-10,7
França	7,9%	9,9%	2,1
Altres procedències	7,3%	8,7%	1,3
Madrid	7,8%	5,7%	-2,2
Regne Unit	2,5%	5,6%	3,1
Alemanya	2,5%	5,0%	2,5
Andalusia	3,8%	3,9%	0,0
Estats Units	2,1%	3,7%	1,7
Itàlia	3,2%	3,7%	0,5
València	4,8%	3,4%	-1,5
Països Baixos	1,4%	2,1%	0,7
País Basc	1,8%	1,6%	-0,2
Galícia	1,4%	1,4%	0,0
Escandinàvia	0,5%	1,4%	0,9
Aragó	2,0%	1,4%	-0,7
Bèlgica	0,9%	1,4%	0,5
Balears	1,2%	1,2%	0,0
Portugal	1,3%	1,2%	-0,1
Castella Lleó	1,0%	1,0%	0,0
Irlanda	0,2%	0,9%	0,7
Castella la Manxa	0,9%	0,9%	0,0
Canàries	1,2%	0,7%	-0,4
Rússia	0,3%	0,7%	0,4
Suïssa	0,4%	0,7%	0,3
Múrcia	0,4%	0,6%	0,2
Navarra	0,6%	0,6%	0,0
Astúries	0,6%	0,5%	0,0
Canadà	0,0%	0,5%	0,5
Xina	0,1%	0,5%	0,4
Cantàbria	0,5%	0,3%	-0,1
La Rioja	0,2%	0,3%	0,1
Extremadura	0,3%	0,3%	0,0
Ceuta i Melilla	0,2%	0,2%	0,0
Japó	0,1%	0,2%	0,1

Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LABTurisme

La zona Nord és la que concentra un major percentatge de turistes catalans (37%) i la Delta de turistes francesos (10%).

Principals procedències segons zona territorial

	Centre		Delta		Nord
Catalunya	30,8%	Catalunya	27,6%	Catalunya	37,0%
França	10,8%	França	9,6%	França	8,8%
Altres procedències	8,8%	Altres procedències	8,7%	Altres procedències	8,0%
Madrid	6,4%	Regne Unit	6,0%	Madrid	5,3%
Regne Unit	5,5%	Alemanya	5,6%	Regne Unit	4,6%
Alemanya	4,3%	Estats Units	5,3%	Alemanya	4,4%

Els establiments de categories superiors són els que concentren un major percentatge de turista francès (11%), anglès (7%) i nord americà (6%). Els establiments de 3 estrelles concentren el major percentatge de turista madrilenys (6%) i valencians (5%). En els establiments de categoria inferior, el turista català supera el 39% del total.

Principals procedències segons categoria

	1-2 estrelles		3 estrelles		4-5 estrelles
Catalunya	39,4%	Catalunya	30,4%	Catalunya	24,5%
França	9,0%	Altres procedències	9,6%	França	11,1%
Altres procedències	7,9%	França	8,8%	Altres procedències	8,4%
Madrid	6,0%	Madrid	6,2%	Regne Unit	7,2%
Andalusia	4,6%	Regne Unit	5,2%	Alemanya	6,0%
Alemanya	4,2%	València	4,8%	Estats Units	5,9%

Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LABTurisme

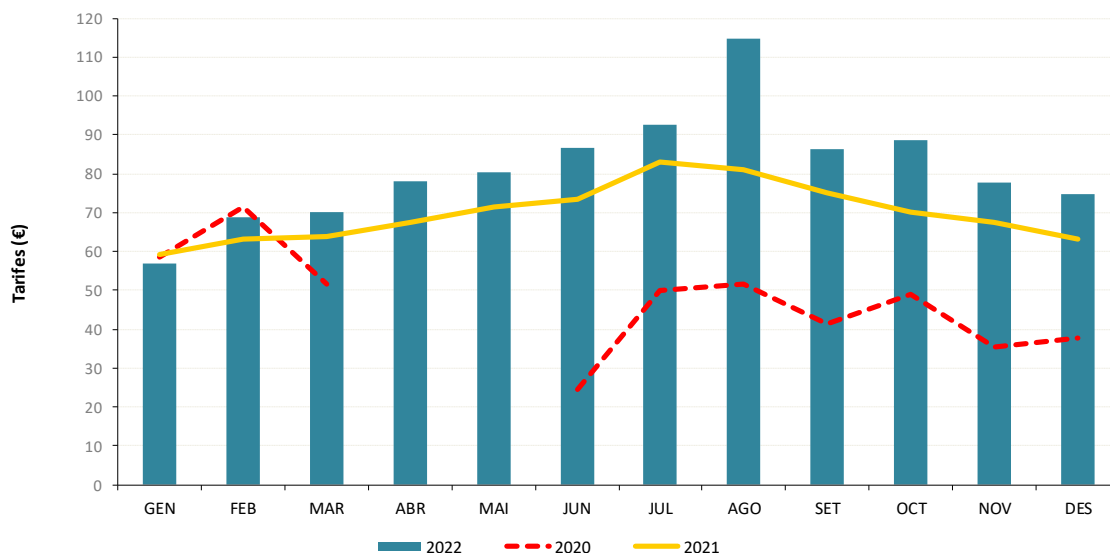
3.3 Tarifes.

El **preu mig** d'una habitació sense esmorzar en un hotel del Baix Llobregat en el 2022 va ser de **84,3€**. La **mitjana tarifària creix** en un 17% respecte 2021.

Per zones, és la Delta la que registra les mitjanes tarifàries (arribant als 123€ a l'agost) més elevades.

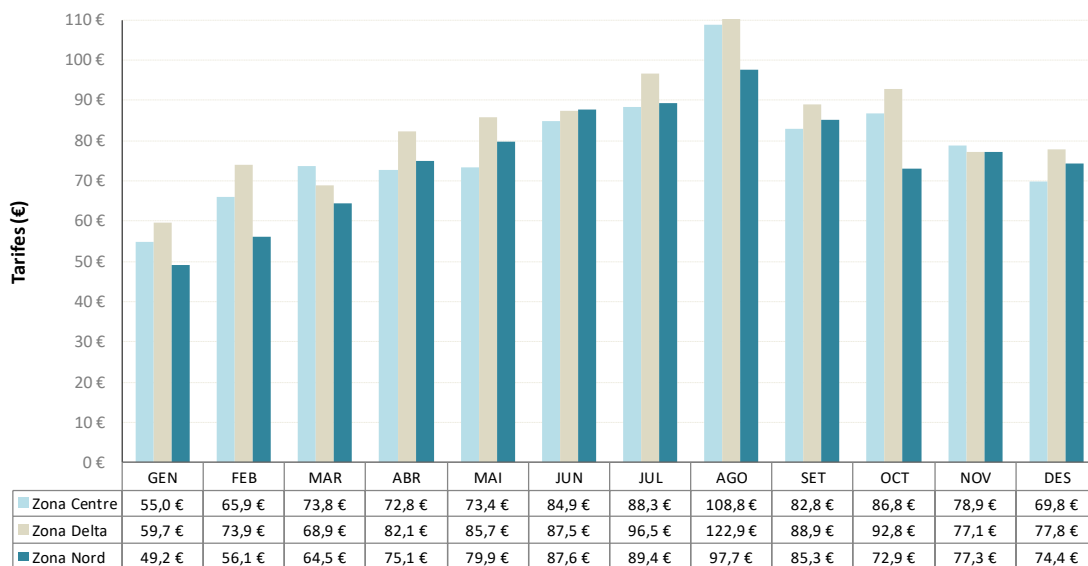
Els establiments de categoria superior registren el màxim de mitjana tarifària al mes d'agost (139€). Gener registra la menor mitjana tarifària de tots els establiments. Agost és també el mes amb major diferència tarifària dels establiments segons categoria.

Evolució de les tarifes dels darrers anys. Hotels. Baix Llobregat. (%)



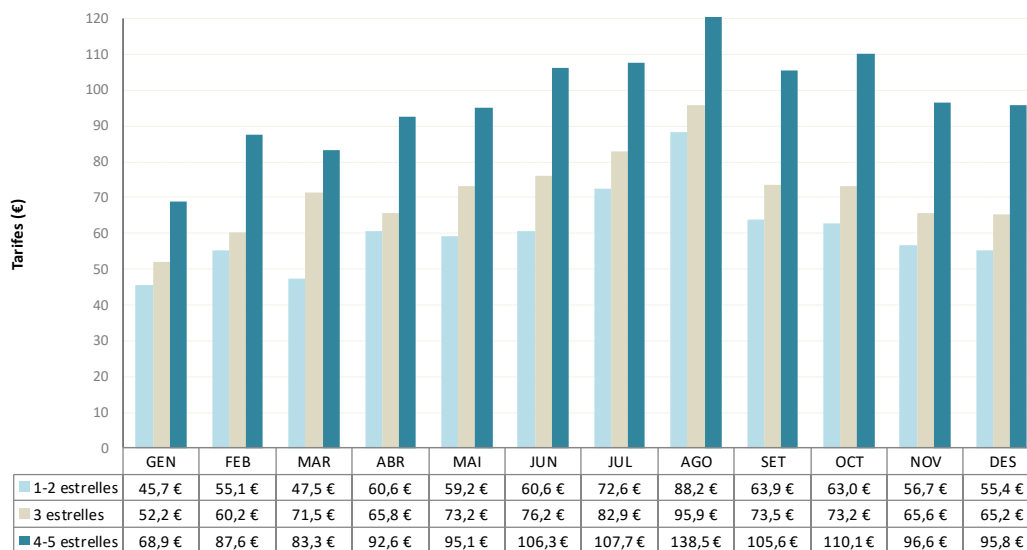
Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Evolució de les tarifes per zona territorial. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Evolució de les tarifes per categoria. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.

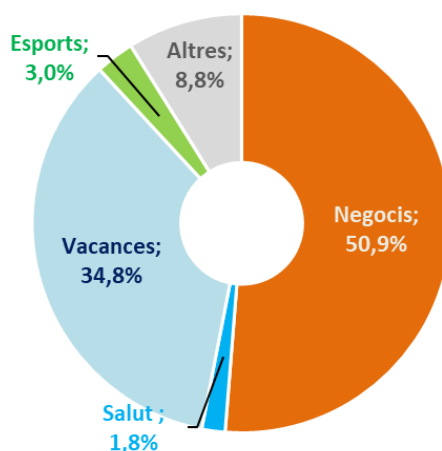


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

3.4 Motivacions.

Els principals motius d'estada en els hotels de la comarca durant el 2022 van ser els negocis (51%) i les vacances (35%). Respecte l'any anterior disminueix el pes de negocis com a principal motiu de l'estada, el pes de les vacances creixen de manera significativa respecte l'any passat (del 25 al 35%).

Principals motivacions de l'estada al Baix Llobregat. 2022.



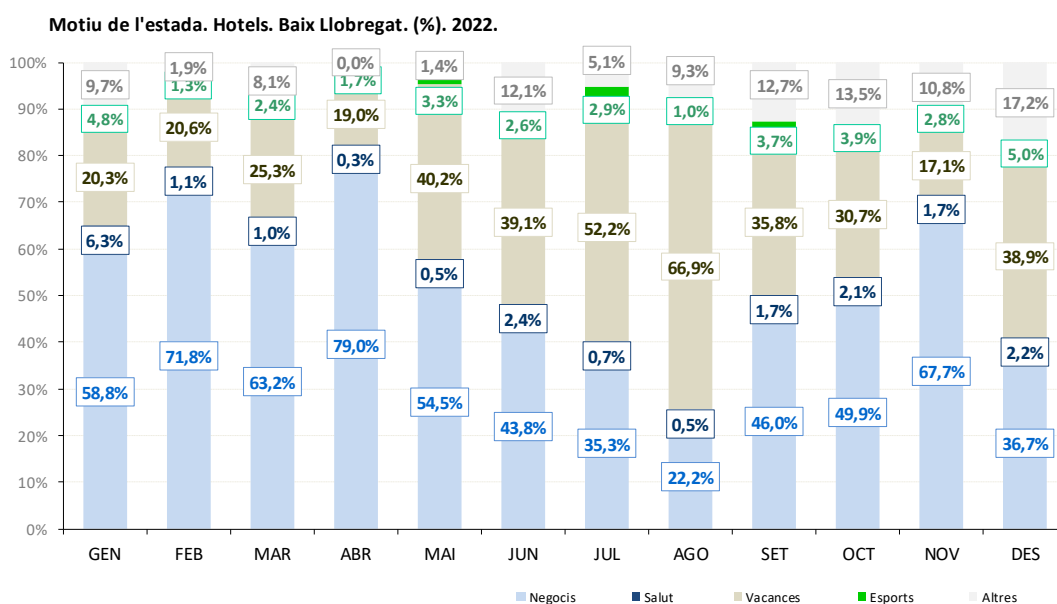
Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

Les dades corresponen a la mitjana anual.

Abril (79%), febrer (72%) i novembre (68%) són els mesos que concentren més **turistes de negocis** en el 2022.

En els mesos de juliol i agost, la majoria dels turistes venien a la comarca per **motius vacacionals**. Desembre amb el 17% del total de turistes concentra el major percentatge de turistes per **trobades familiars, reunions d'amics i altres motivacions**.

Si analitzem el perfil del **turista esportiu** aquest ha tingut més pes els mesos de desembre i gener (5% del total). El turista de salut, concentra el seu major pes en el mes de gener (més del 6% dels turistes del Baix Llobregat manifestaven que la salut era el principal motiu d'estada).

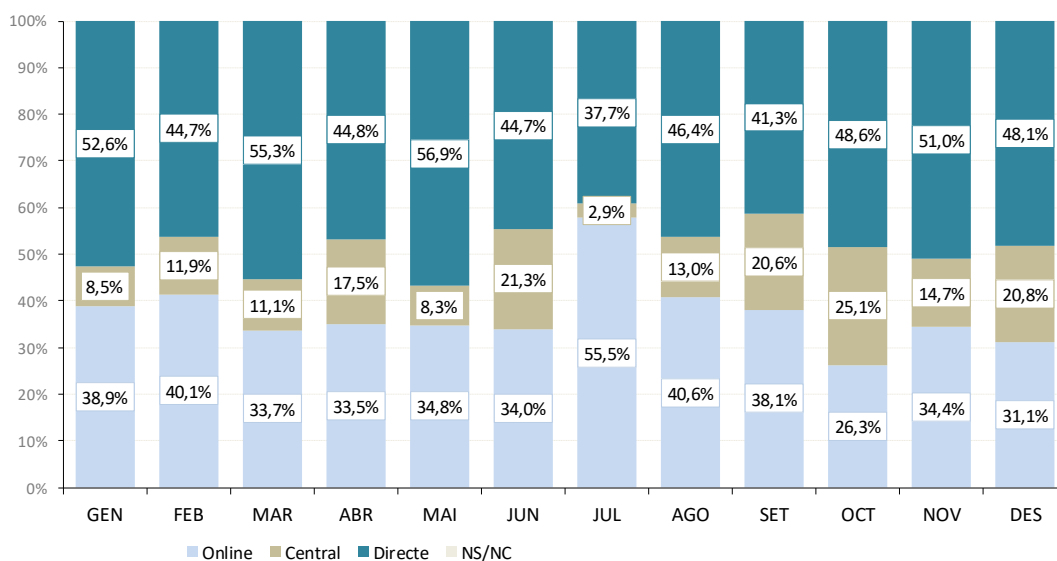


3.5 Canals i segments d'ocupació.

Gairebé la meitat de les reserves es realitzen pel **canal directe** dels establiments hotelers (48% del total). Les reserves online són el segon canal de reserva més rellevant (37%).

El canal directe registra el mes d'abril el major pes (57%). El mes de juliol és el mes amb major volum de reserves online (55% del total). La central de reserves té a l'octubre el seu major pes en el total de reserves (25%).

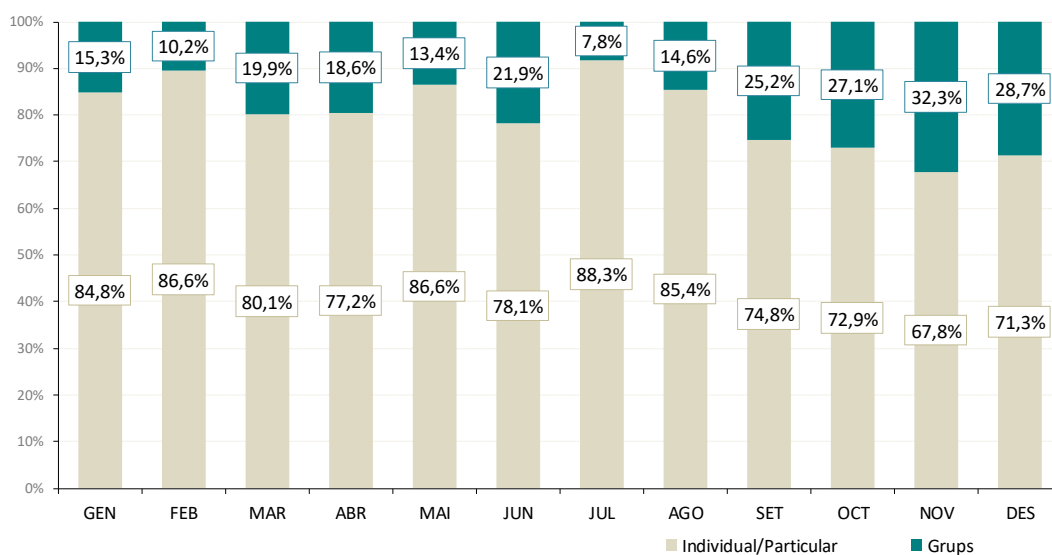
Canal de reserva. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

El 80% de les reserves es van realitzar per **particulars**. Les reserves de grups continuen sent minoritàries a la comarca. Juny és el mes amb major percentatge de reserva de grups (22%). Juliol és el mes amb major percentatge de reserves particulars (88%).

Segment d'ocupació. Hotels. Baix Llobregat. (%). 2022.

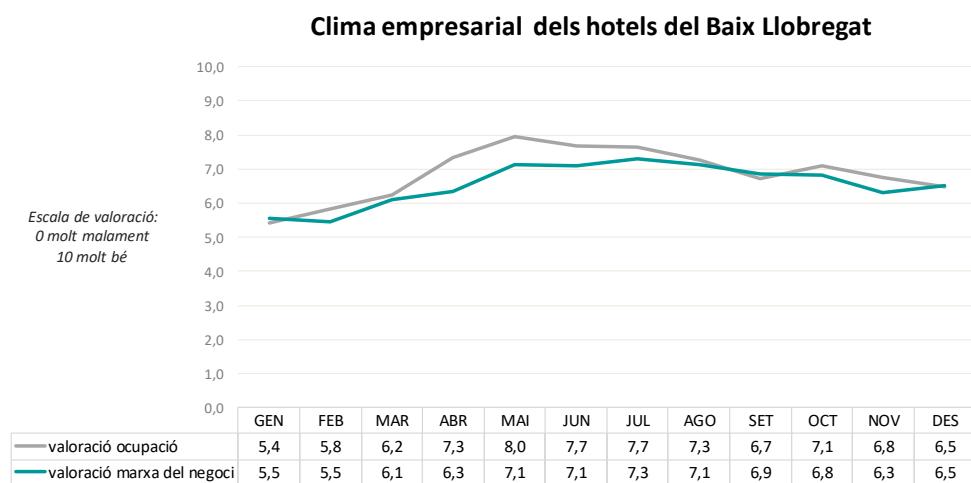


Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

3.6 Valoracions de previsions de l'ocupació.

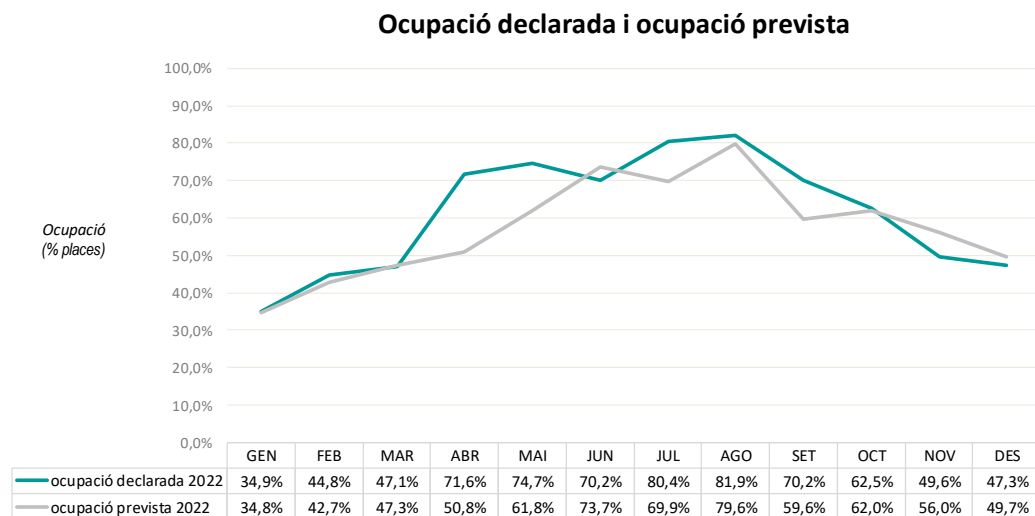
El clima empresarial supera l'aprovat en tots els mesos de l'any. Els mesos d'abril a agost registren les millors valoracions d'ocupació i de marxa del negoci per part de l'empresariat hoteler del Baix Llobregat.

Maig registra la millor valoració de l'ocupació (amb un 8 sobre 10) i juliol de marxa del negoci (7,3).



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

L'ocupació declarada supera la prevista en la majoria dels mesos de l'any. Abril, maig i juliol són els mesos que registren un major diferencial amb major ocupació declarada que prevista. Els darrers mesos de l'any, en canvi, l'ocupació prevista supera la declarada.



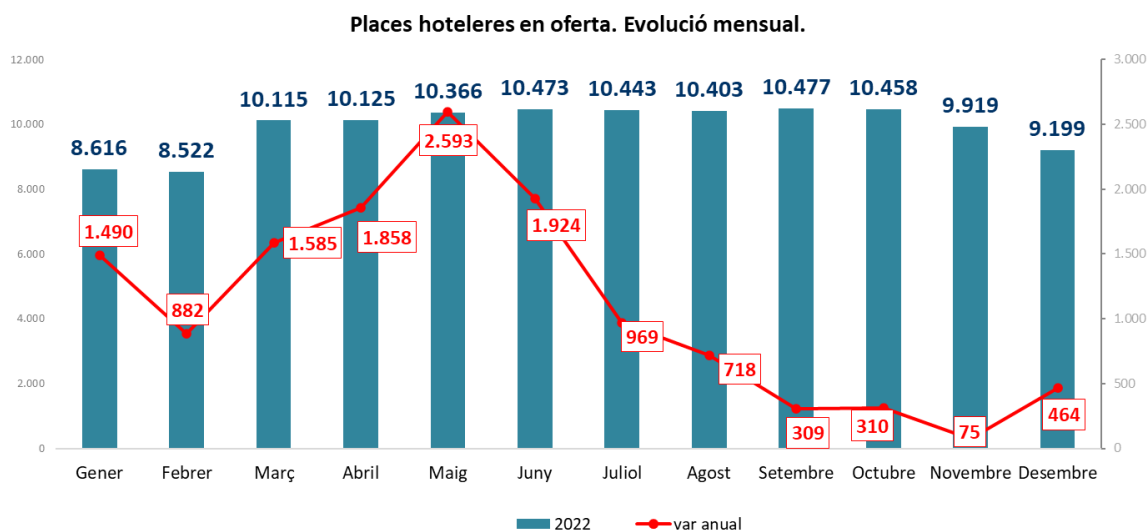
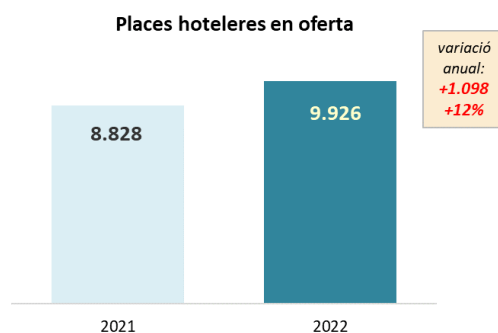
Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LAB Turisme.

3.7 Seguiment de les places hoteleres en oferta.

El 2022 registra una mitjana diària de **9.926 places hoteleres en oferta al Baix Llobregat**.

Setembre (10.477) i **juny** (10.473) són els mesos amb major nombre de places hoteleres en oferta.

Respecte 2021 creixen l'oferta de places en oferta en tots els mesos de l'any, amb **1.098 places més (+12%)**. Maig i juny són els mesos que registren un major creixement anual d'oferta (+2.593 i +1.924 respectivament).



Font: OCBL a partir de l'enquesta TDS-LABTurisme.

Les accions que es desenvolupen des del Consorci de Turisme, són una peça clau en el dinamisme econòmic de l'activitat turística al Baix Llobregat.

La planificació de l'activitat turística comarcal està prioritzada per l'estructuració de diferents eixos de treball definits per conduir-nos als objectius fixats, amb la participació del sector públic i privat. Així, l'objectiu general es centra en impulsar el turisme i l'oferta turística com a pilar econòmic comarcal, facilitant-ne la reactivació i el desenvolupament sostenible, apostant pels principals pols d'atracció com el turisme de natura, el patrimoni i la gastronomia, implementant eficients polítiques de promoció i de desenvolupament turístic sostenible per augmentar la competitivitat de les empreses i serveis del territori, així com l'atractivitat de la comarca.

Per al 2022 la planificació de l'estratègia turística del Baix Llobregat es basa en els següents **objectius estratègics**:

- Aposta pel turisme de proximitat posicionant la comarca com una destinació de qualitat, atractiva i segura.
- Potenciar l'oferta de turisme inclusiu, accessible per a persones amb discapacitats visuals, físiques o cognitives, i conscienciar sobre les bones pràctiques inclusives a les empreses turístiques del territori.
- Fer del turisme sostenible una eina estratègica de desenvolupament turístic i econòmic seguint els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible de Nacions Unides.
- Millorar el posicionament de la nostra destinació en el mercat estatal i internacional.
- Millora de la competitivitat del sector turístic.
- Creació de productes turístics sostenibles
- Desenvolupar nous projectes i campanyes per a la captació de visitants i turistes.

A continuació es destaquen algunes de les campanyes i accions de promoció turística que ha realitzat el Consorci de Turisme del Baix Llobregat aquest 2022.

4.1 Campanyes de promoció turística

APASSIONA'T al Baix Llobregat

El passat mes de març dos dels espectacles més populars i vibrants del calendari escènic: la Passió d'Olesa de Montserrat, i la Passió d'Esparreguera, declarades Festes d'Interès Nacional van tornar aixecar el teló. Ho van fer amb posades en escena més impactants i trencadores que mai.

Aquests dos espectacles teatrals són els protagonistes de la campanya Apassiona't al Baix Llobregat, que impulsa el Consorci de Turisme del Baix Llobregat. Alhora és una veritable oportunitat per descobrir el nord del Baix Llobregat i gaudir d'una escapada completa amb propostes que combinen la cultura, allotjaments singulars, bona gastronomia i atractius turístics únics.

Coincidint amb [la campanya](#) es va aprofitar per organitzar dos blogtrips amb influencers. En concret es van organitzar els següents: - Blogtrip amb "365 sábados viajando" 12 i 13 de març:- Blogtrip amb "Don't worry be camper" 9 i 10 d'abril.

Som el teu estiu

[La campanya](#) donava a conèixer i impulsava més de 100 plans per a gaudir d'un estiu especial al Baix Llobregat. La comarca ha protagonitzat nombroses notícies i amplis reportatges en diferents mitjans de comunicació tant de premsa local, com comarcal, nacional i internacional.

La Ruta del TRAM

La campanya turística, ja consolidada en el territori, impulsa un turisme sostenible fent ús del transport públic, per descobrir indrets rellevants, visitar edificis emblemàtics i gaudir de l'oferta gastronòmica a l'entorn del tramvia a la zona del Baix Llobregat. 'La Ruta del TRAM' ofereix, a més, descomptes per visitar aquests atractius turístics i culturals propers a la xarxa Trambaix (línies T1, T2 i T3).

<http://rutadeltram.cat/>

Al BAIX Llobregat, ofertes FLAIX

El mes de novembre, el Consorci de Turisme va posar en marxa una [nova campanya de promoció turística](#). Amb aquesta acció es va atraure especialment als visitants de proximitat interessats en gaudir de la comarca en les seves escapades de cap de setmana.

La campanya va estar en vigor en exclusiva tres caps de setmana del mes de novembre, del 12 al 28. L'objectiu, donar una nova empenta al sector turístic del Baix Llobregat, just abans de l'arrancada de la campanya de Nadal.

És Nadal al Baix Llobregat

[Campanya de Nadal](#) que va recollir les principals activitats i propostes nadalenques que es celebren durant aquesta època de l'any.

A un salt de Barcelona!

El Baix Llobregat vol posicionar-se com el destí turístic d'escapades, d'activitats, experiències i d'oci de Barcelona, gràcies a la varietat de propostes que ofereix. Amb aquest objectiu des del Consorci s'han posat en marxa diferents accions de promoció per donar un pas endavant i crear una estratègia que ens permeti incrementar el nombre de visitants i turistes en la qual l'oferta turística de la comarca sigui la base per a la captació de nous públics amb una vinculació permanent amb el territori, per tal que repeteixin la visita, els incorporin als seus hàbits i se sentin orgullosos de recomanar-nos.

És per aquest motiu que es va dissenyar una proposta de posicionament i contingut sota el lema A UN SALT DE BARCELONA.

La campanya de posicionament s'adreça a diferents segments i sobretot al públic de l'àrea metropolitana, Catalunya, mercat estatal i francès. Per això la idea d'immediateza (proximitat) dels grans destins és la que es vol destacar. El lema respon també a valors de felicitat, llibertat i descoberta.

4.2 Punts d'Informació Turística

El Consorci de Turisme del Baix Llobregat implanta el programa PIT (Punts d'Informació Turística) en col·laboració amb la Diputació de Barcelona, i té com objectiu ampliar la xarxa d'oficines de turisme amb altres espais, empreses i entitats de la comarca. Aquests punts són establiments (públics o privats) que tenen contacte directe amb el turista, que si bé no poden donar un servei tant complet com les oficines de turisme, però sí que exerceixen una funció informadora en cobrir aquells horaris i territoris que no ho fan les oficines. Actualment 111 empreses i entitats de la comarca ja estan distingides com a punt d'informació.

<https://www.turisme baixllobregat.com/ca/oficines-de-turisme-i-pit>

4.3 Promoció del turisme MICE

[Baix Llobregat Convention Bureau](#) ha reactivat la promoció de la comarca com a destinació MICE. S'ha treballat en un pla de reactivació de l'oferta MICE, que va incloure la creació de material de suport per l'enfortiment del posicionament de la comarca, la incrementació de la presència en els mitjans de comunicació i xarxes socials, així com les accions comercials i el foment de la connexió, col·laboració i cocreació entre les empreses adherides, donant un fort impuls a la formació, el networking i a la sostenibilitat.

4.4 Turisme de natura

Durant el 2022, s'ha pogut finalitzar la senyalització de l'eix de Ponent de la [Xarxa de Senders del Baix Llobregat](#). D'aquesta manera es posa en valor un nou producte senderista i cicloturista que vol esdevenir un dels potencials per atraure més turistes, tot afavorint els municipis del Baix Llobregat. L'Eix de Ponent (EPO) format per un total de 80 km, s'estén des de Collbató (Muntanya de Montserrat) i es bifurca al municipi de Corbera de Llobregat, com a Eix de Ponent Interior (EPI), arribant fins a les platges de Castelldefels, Gavà i Viladecans.

Set Balcons de Montserrat: En el marc del Pla de dinamització turística de la zona nord del Baix Llobregat, s'ha implementat aquest projecte estratègic. Consisteix en l'habilitació de set miradors naturals i panoràmics ubicats als set municipis de la zona nord del Baix Llobregat. Un projecte que vol ressaltar el territori a través de l'espectacular teló de fons de la muntanya de Montserrat.

4.5 Turisme familiar

<https://www.turisme Baix Llobregat.com/ca/en-familia>

Cupons amb descomptes per a famílies

Una de les campanyes de promoció més destacades del Consorci de Turisme que consisteix en descomptes als principals atractius turístics de la comarca adreçats al perfil familiar, i que genera milers de visites anuals a la comarca del Baix Llobregat.

[Supermes, l'abril més familiar](#) al Baix Llobregat

L'última edició del SuperMes del Baix Llobregat, celebrada el passat mes d'abril, ha captivat de nou al públic català, especialment al públic familiar. Més de mil famílies han activat alguna de les promocions i descomptes des del web, que ha rebut més de 100.000 visites durant les cinc setmanes que ha durat la campanya. Aquestes xifres, tornen a demostrar que el SuperMes del Baix Llobregat és una de les accions promocionals que més atrau al turista de proximitat.

El canal de la Puput Punxetes

Arrel del gran potencial de la comarca vers el turisme familiar i les accions de promoció turística desenvolupades, el turista familiar ha esdevingut un dels principals perfils de visitants per la comarca del Baix Llobregat, repercutint molt positivament en l'economia comarcal.

Amb l'objectiu de seguir treballant amb el públic de proximitat i millorar el nostre posicionament vers a aquest públic s'ha creat una nova eina [«El Canal de la Puput Punxetes»](#) perquè esdevingui la base per a la fidelització i captació de nous públics i per a la promoció del turisme familiar.

4.6 Promoció de la gastronomia

Accions de promoció de la gastronomia km0 per a l'impuls a la gastronomia de la comarca i presentar-la com un important reclam per atraure al públic de proximitat.

Durant l'any 2022 s'ha realitzat una important promoció de la gastronomia al canal Youtube a través de micro-càpsules dels restaurants del col·lectiu Els Sabors de l'horta i del programa de Televisió [BENVINGUST al Baix Llobregat](#).

Col·laboració amb els Instituts i Escoles d'Hostaleria i Turisme

El Consorci de Turisme col·labora habitualment amb les escoles i els Instituts d'hostaleria i turisme, amb l'objectiu d'explicar l'experiència, l'estratègia i les accions de promoció desenvolupades.

Així mateix, també es posen posar en valor les oportunitats laborals per al desenvolupament de les seves carreres professionals al Baix Llobregat i es col·labora en la cerca d'establiments i empreses turístiques per poder realitzar les seves pràctiques.

4.7 Impulsar la comarca com a destinació sostenible

Al Baix Llobregat l'oferta turística ha estat des d'un principi lligada al concepte de qualitat. Totes les línies de treball engegades pel Consorci porten implícita la idea d'excel·lir en la qualitat del producte i del servei.

L'any 2018 es va iniciar la implantació d'un sistema que reconeix a les empreses turístiques que desenvolupen el seu negoci amb accions de [SOSTENIBILITAT TURÍSTICA](#).

La implantació del Biosphere està impulsada per la Diputació de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona, amb la gestió directa del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

El període d'implantació és anual, s'inicia el mes de febrer i finalitza el mes de novembre.

En el segell Biosphere Sustainable Lifestyle hi participen més de 500 empreses i serveis turístics de les comarques de Barcelona, i més de 300 empreses de la ciutat de Barcelona. Amb un total de més de 800 empreses certificades.

A la comarca del Baix Llobregat, durant l'any 2022 més de 90 empreses turístiques han participat en la implantació del Compromís de Turisme sostenible Biosphere, entre les quals un total de 72 estan certificades i han treballat per a renovar la distinció, i 25 empreses han estat implantant els compromisos per tal de rebre la certificació Biosphere per primer cop.

El Consorci de Turisme, a més de ser l'òrgan gestor, també està adherit al Compromís per la Sostenibilitat Turística Biosphere i, el mes de juny de 2021 va obtenir per primera vegada aquest segell, corroborant la clara aposta per la sostenibilitat en la destinació. En el context social i econòmic actual, caracteritzat per un canvi en les motivacions i pautes de consum turístic, per al Consorci és una prioritat el desenvolupament de l'activitat turística en el territori a través d'una estratègia de turisme sostenible. El passat mes de maig de 2022 el Consorci de Turisme va renovar la seva distinció.