

# FULL DE RUTA EN TURISME DE CANET DE MAR

---

2026 – 2030

*Presentació pública – 16 de juny de 2026*

---

Document elaborat per

**CETT – Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy**

Ajuntament de Canet de Mar · Amb el suport de la Diputació de Barcelona



# Índex

0.

## Introducció

Context i objectiu del Full de Ruta

1.

## Metodologia

Procés d'elaboració i participació

2.

## Diagnosi turística

Diagnòstic DAFO · Oportunitats estratègiques

3.

## Visió estratègica

Relat territorial · Elements diferencials

4.

## Línies estratègiques i objectius

9 objectius en 3 àmbits temàtics

5.

## Accions destacades 2026-2030

Mostra d'estructura de fitxa d'acció

*«Canet de Mar ja té la identitat. El Full de Ruta és la decisió de protegir-la i projectar-la»*

---

Full de Ruta en Turisme  
Canet de Mar 2026–2030

# 0

## Introducció

Context i objectiu del document



# Per què ara?

*Tres tendències que fan del 2026 el moment oportú per a Canet de Mar*

## 01

---

### **Turisme de proximitat i turisme slow**

La demanda de viatges curts, autèntics i de qualitat creix de forma sostinguda. El visitant de la Regió Metropolitana de Barcelona busca escapades culturals i de natura sense grans desplaçaments. Canet, a 40 minuts en tren, és candidata natural — si té producte estructurat i comunicació adequada.

## 02

---

### **L'autenticitat i la regeneració com a avantatge competitiu**

El mercat avança del turisme sostenible al regeneratiu. Les destinacions amb identitat pròpia, vida local autèntica i vocació regenerativa parteixen amb avantatge. El modernisme de Domènech i Montaner, la platja i el caràcter de Canet no es poden replicar, però sí perdre si no s'inverteix en posar-los en valor.

## 03

---

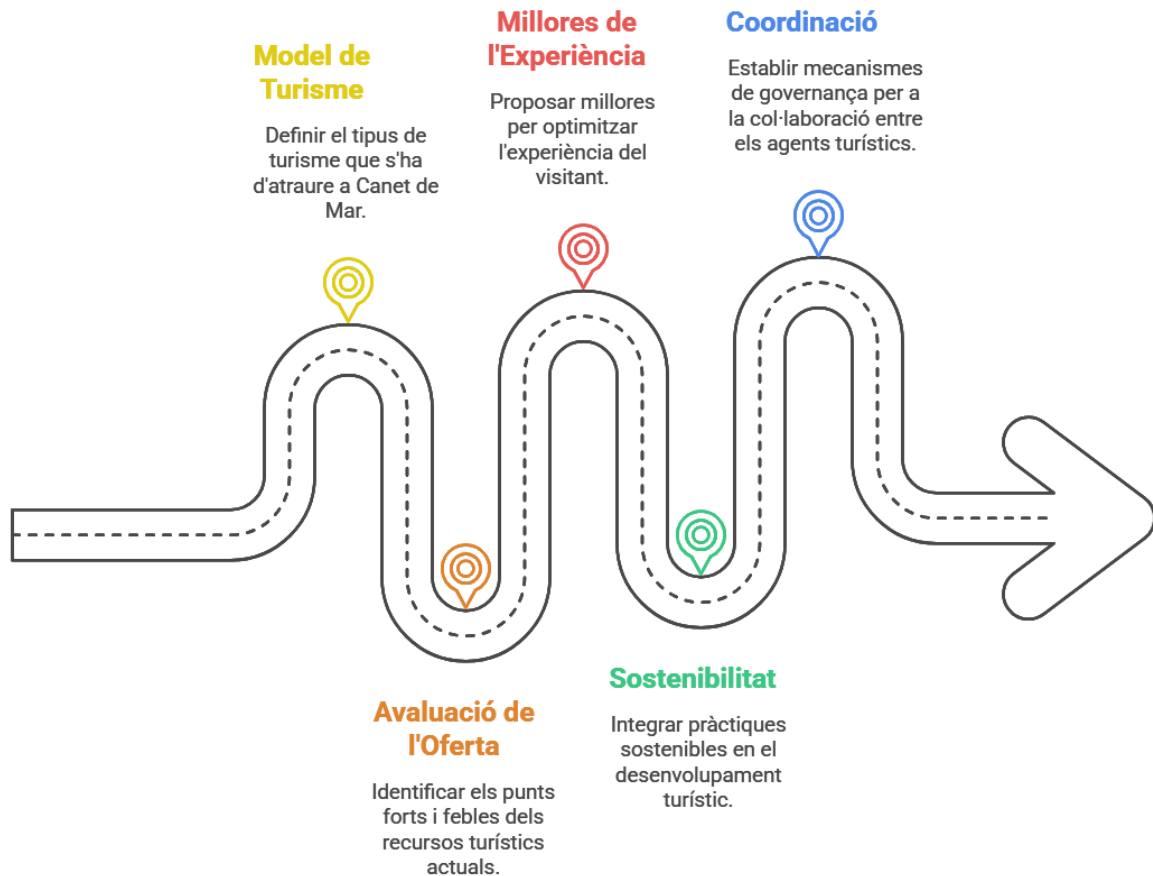
### **Digitalització i visibilitat online**

El visitant decideix i planifica en digital. Una destinació invisible en cercadors i xarxes socials no existeix per al seu públic potencial. Municipis comparables han multiplicat la seva demanda amb una web renovada i continguts de qualitat. Canet té la matèria primera; li falta la projecció.

# 0. Introducció

## Per què un full de ruta en turisme a Canet de Mar?

El Full de Ruta en Turisme de Canet de Mar 2026–2030, impulsat per l'Ajuntament de Canet de Mar i finançat per la Diputació de Barcelona, té com a objectiu principal establir les bases d'un model turístic sostenible, coherent i de qualitat per al municipi que posi en valor els seus recursos i patrimoni i sigui capaç de respondre als reptes i oportunitats presents i futurs.



# 1

## Metodologia

Fases del procés d'elaboració



# 1. Metodologia · Procés d'elaboració

## Anàlisi secundària

Revisió de documents de referència aportats per l'Ajuntament, l'Oficina de Turisme i la Diputació de Barcelona.

## Visites d'inspecció

4 visites al municipi per avaluar recursos, senyalètica i accessibilitat sobre el terreny.

## Potencialitat turística

Avaluació de 18 recursos turístics del municipi: autenticitat, conservació, posada en valor, accessibilitat i capacitat d'atracció.

## Entrevistes en profunditat

17 entrevistes a agents de l'ecosistema turístic: àrees de l'Ajuntament vinculades i/o implicades, oficina de turisme, cultura, patrimoni, allotjament i restauració.

## Taula de cocreació

Jornada participativa a la Sala Odèon del Teatre Municipal (2 de març 2026) per validar la diagnosi i prioritzar objectius i accions.

**Taula 2. Evolució d'estadísticament visitants i places a Canet de Mar (últim Març)**

	2014	2016	2018	2020	2022	2024
Visitants	4.1972	4.1963	4.0568	4.1018	4.9088	4.5402
Places	393	95	147	147	232.640	355
	(32.632)	(32.838)	(32.864)		(33.548)	(33.548)

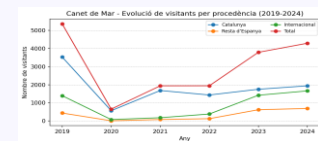
Font: Institut d'Estadística de Catalunya (dades no oficials)



**ITINERARI PER L'ANÀLISI DELS RECURSOS DE CANET DE MAR**

ITINERARI DE VISITA: 1. Plaça de l'Església, 2. Canet de Santa Pau, 3. Canet de Santa Pau, 4. Canet de Santa Pau, 5. Canet de Santa Pau, 6. Canet de Santa Pau, 7. Canet de Santa Pau, 8. Canet de Santa Pau, 9. Canet de Santa Pau, 10. Canet de Santa Pau, 11. Canet de Santa Pau, 12. Canet de Santa Pau, 13. Canet de Santa Pau, 14. Canet de Santa Pau, 15. Canet de Santa Pau, 16. Canet de Santa Pau, 17. Canet de Santa Pau, 18. Canet de Santa Pau.

**ITINERARI DE VISITA: 1. Plaça de l'Església, 2. Canet de Santa Pau, 3. Canet de Santa Pau, 4. Canet de Santa Pau, 5. Canet de Santa Pau, 6. Canet de Santa Pau, 7. Canet de Santa Pau, 8. Canet de Santa Pau, 9. Canet de Santa Pau, 10. Canet de Santa Pau, 11. Canet de Santa Pau, 12. Canet de Santa Pau, 13. Canet de Santa Pau, 14. Canet de Santa Pau, 15. Canet de Santa Pau, 16. Canet de Santa Pau, 17. Canet de Santa Pau, 18. Canet de Santa Pau.**



**ITINERARI DE VISITA: 1. Plaça de l'Església, 2. Canet de Santa Pau, 3. Canet de Santa Pau, 4. Canet de Santa Pau, 5. Canet de Santa Pau, 6. Canet de Santa Pau, 7. Canet de Santa Pau, 8. Canet de Santa Pau, 9. Canet de Santa Pau, 10. Canet de Santa Pau, 11. Canet de Santa Pau, 12. Canet de Santa Pau, 13. Canet de Santa Pau, 14. Canet de Santa Pau, 15. Canet de Santa Pau, 16. Canet de Santa Pau, 17. Canet de Santa Pau, 18. Canet de Santa Pau.**

**ITINERARI DE VISITA: 1. Plaça de l'Església, 2. Canet de Santa Pau, 3. Canet de Santa Pau, 4. Canet de Santa Pau, 5. Canet de Santa Pau, 6. Canet de Santa Pau, 7. Canet de Santa Pau, 8. Canet de Santa Pau, 9. Canet de Santa Pau, 10. Canet de Santa Pau, 11. Canet de Santa Pau, 12. Canet de Santa Pau, 13. Canet de Santa Pau, 14. Canet de Santa Pau, 15. Canet de Santa Pau, 16. Canet de Santa Pau, 17. Canet de Santa Pau, 18. Canet de Santa Pau.**



# 1. Metodologia · Procés d'elaboració

## Anàlisi secundària

Revisió de documents de referència aportats per l'Ajuntament, l'Oficina de Turisme i la Diputació de Barcelona.

## Visites d'inspecció

4 visites al municipi per avaluar recursos, senyalètica i accessibilitat sobre el terreny.

## Potencialitat turística

Avaluació de 18 recursos turístics del municipi: autenticitat, conservació, posada en valor, accessibilitat i capacitat d'atracció.

## Entrevistes en profunditat

17 entrevistes a agents de l'ecosistema turístic: àrees de l'Ajuntament vinculades i/o implicades, oficina de turisme, cultura, patrimoni, allotjament i restauració.

## Taula de cocreació

Jornada participativa a la Sala Odèon del Teatre Municipal (2 de març 2026) per validar la diagnosi i prioritzar objectius i accions.



# 2

## Diagnosi turística

Elements clau del territori · DAFO



## 2. Diagnosi turística · Àmbits analitzats

### Marc General

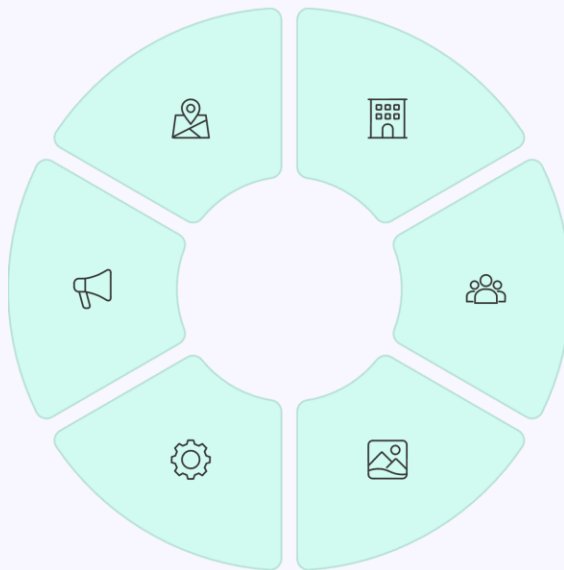
Anàlisi de la situació geogràfica, l'entramat urbà, l'estructura poblacional i econòmica, i les infraestructures clau per a l'accessibilitat municipal i comarcal.

### Promoció Turística

Avaluació de les estratègies i canals de promoció utilitzats, per entendre com es posiciona Canet de Mar en el mercat turístic actual.

### Gestió Turística

Revisió dels mecanismes i models de gestió actuals, identificant els agents implicats i les sinergies existents per a un desenvolupament sostenible.



### Oferta Turística

Estudi d'allotjaments, restauració, sistemes d'informació, empreses turístiques, comerç, equipaments culturals/esportius i l'activitat cultural i d'esdeveniments.

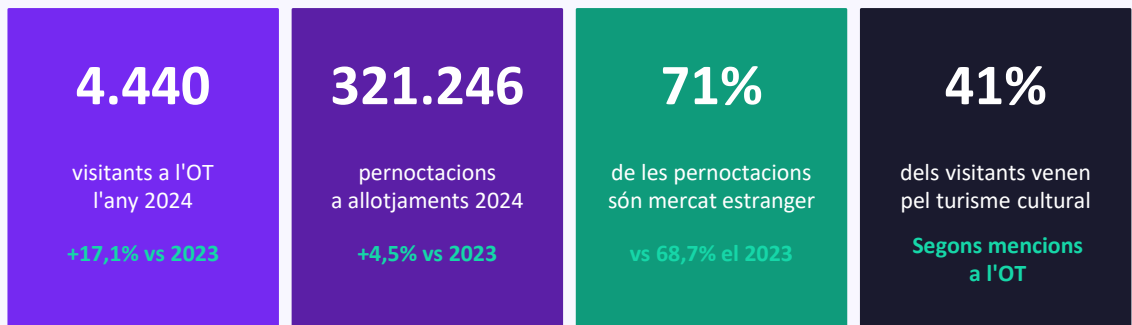
### Demanda Turística

Caracterització i evolució de la demanda a nivell espanyol, català, Maresme i Canet de Mar, amb una comparativa per identificar perfils i tendències prioritàries.

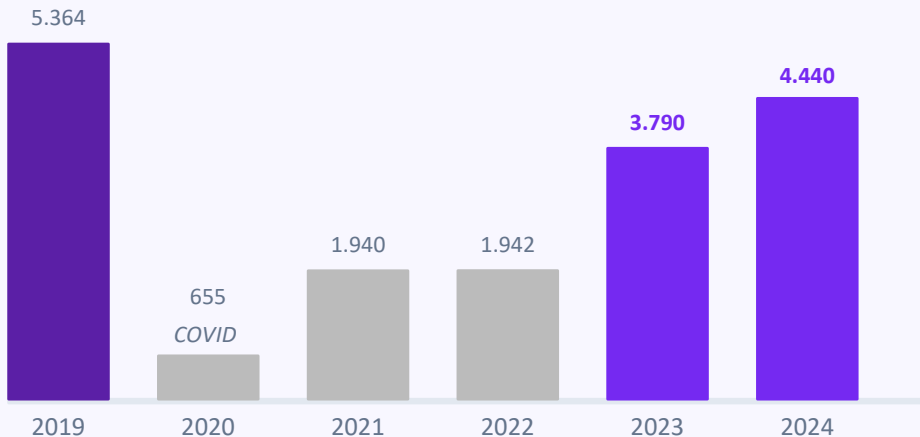
### Recursos del Municipi

Descripció exhaustiva dels recursos naturals, culturals i patrimonials que fan de Canet de Mar un destí turístic atractiu i singular.

## 2. Diagnosi turística · Context turístic en xifres



### Evolució de visitants a l'Oficina de Turisme (2019–2024)



### Perfil del visitant

#### Procedència principal

Catalunya i àrea metropolitana de BCN (72,9% del total)

#### Segment dominant

Patrimoni i modernisme — interès cultural com a eix tractor

#### Tipologia de grup

Parelles, famílies i grups d'amics

#### Estada dominant

Excursionisme d'1 dia + caps de setmana curts

#### Mercat internacional

38,7% del mix el 2024 (vs 26% el 2019): França, Alemanya, P. Baixos

#### Reputació turística 2024

Valoració global 8,58/10 (TripAdvisor, Google, Booking)

## 2. Diagnosi turística · La veu dels agents locals

17 entrevistes en profunditat · desembre 2025 – març 2026

### Patrimoni i identitat

«Canet té un patrimoni modernista excepcional. El repte és construir un relat que el posi al centre de l'experiència de visita i el faci reconeixible més enllà del municipi.»

### Visitants i experiència

«Els visitants que arriben a Canet queden gratament sorpresos. Ara cal treballar perquè més gent la descobreixi i la triï com a destinació.»

### Producte i territori

«Hi ha una oportunitat real de crear experiències que connectin el patrimoni, el paisatge i la vida local. Canet té tots els ingredients; és el moment d'articular-los.»

### Espai públic i experiència turística

«La qualitat de l'espai públic i l'accessibilitat als recursos són elements clau per consolidar una experiència turística a l'alçada del que Canet pot oferir.»

### Governança i col·laboració

«El turisme és cosa de tots. Calen espais de treball compartits entre l'administració, el sector privat i la comunitat local per avançar en la mateixa direcció.»

### Promoció i visibilitat

«Canet té arguments sòlids per guanyar visibilitat. La clau és comunicar-los bé i als públics adequats.»

## 2. Diagnosi turística · Resum transversal

---

Elements territorials i socials

Accessibilitat, urbanisme i mobilitat

Oferta i recursos turístics

Productes turístics

Demanda i tendències de mercat

Sostenibilitat

Gestió turística

Informació, promoció i comercialització



# 3

## Visió estratègica

Relat territorial · Elements  
diferencials



### 3. Visió estratègica

*«Canet de Mar esdevindrà una destinació turística responsable i conscient, posicionada gràcies al seu caràcter de vila autèntica i tranquil·la, marcada per una gestió que integra un model de governança participatiu i compromès amb la sostenibilitat i la innovació turística del territori.»*

#### MUNTANYA

Natura, senderisme, serralada litoral

#### VILA


Patrimoni, identitat, cultura

#### MAR

Litoral, platja, paisatge mediterrani

# Modernisme singular i llegat Domènech i Montaner

*Casa Museu, Ateneu Canetenc, Casa Roura i Castell de Santa Florentina: un relat cultural propi, reconeixible i altament diferencial.*



## Integració de mar, muntanya i patrimoni

*Combinació única de platges urbanes i familiars, entorn natural de muntanya i una oferta cultural i patrimonial molt rellevant.*

An aerial photograph of a coastal town. On the left, a hillside is covered with residential buildings. A railway track runs through a park-like area with trees and grass, leading towards a wide, sandy beach. The ocean is a vibrant blue, meeting the sky at a clear horizon. The overall scene is bright and sunny.

## Tranquil·litat i ritme de descoberta pausat

*Canet com a destinació de turisme tranquil i de qualitat, amb un visitant conscient que connecta amb una experiència serena i identitària.*





## Comunitat local amb sentiment de pertinença

*Població orgullosa de la seva identitat, implicada en la preservació del patrimoni, que projecta una destinació autèntica i cohesionada.*

# 4

## Línies estratègiques i objectius

9 objectius en 3 àmbits temàtics

24 Línies d'actuació amb 84 accions



## 4. Línies estratègiques i objectius

### Triple dimensió estratègica



## 4. Línies estratègiques i objectius

9

objectius estratègics

24

línies d'actuació

84

accions concretes

### Governança i Sostenibilitat

O1 · O2 · O3 · O4

**10 Línies d'actuació**

**39 accions**

### Productes Turístics

O5 · O6

**8 Línies d'actuació**

**22 accions**

### Promoció Turística

O7 · O8 · O9

**6 Línies d'actuació**

**23 accions**

## 4. Línies estratègiques i objectius

### GOVERNANÇA I SOSTENIBILITAT

- 01 Consolidar una estructura de governança turística clara i liderada des de l'Ajuntament
- 02 Desenvolupar un model de governança participatiu basat en la col·laboració públic-privada
- 03 Impulsar una gestió turística basada en dades i coneixement
- 04 Integrar la sostenibilitat com a criteri transversal de gestió turística

### PRODUCTES TURÍSTICS

- 05 Estructurar i consolidar els principals productes turístics del municipi
- 06 Desenvolupar i estructurar nous productes turístics

### PROMOCIÓ TURÍSTICA

- 07 Definir i consolidar un posicionament turístic clar i diferencial de Canet de Mar
- 08 Desenvolupar una promoció turística segmentada i orientada a públics prioritaris
- 09 Reforçar i actualitzar l'estratègia de màrqueting turístic, tant offline com online

## 4. Línies estratègiques · Governança i Sostenibilitat

4 objectius · 10 línies d'actuació · 39 accions

### 01

#### Consolidar una estructura de governança turística clara

*Qui lidera i coordina la gestió turística del municipi?*

- 1.1 Definició del model de governança turística municipal
- 1.2 Reforç de la coordinació institucional i territorial

### 02

#### Desenvolupar un model de governança participatiu

*Com s'organitza la col·laboració entre administració i sector local?*

- 2.1 Creació d'espais estables de participació amb el sector
- 2.2 Impuls de la capacitació i professionalització del sector
- 2.3 Reforç de la implicació de la comunitat local

### 03

#### Impulsar una gestió turística basada en dades i coneixement

*Com s'obté informació per prendre decisions turístiques?*

- 3.1 Creació d'un sistema municipal d'informació turística
- 3.2 Seguiment de l'impacte de l'activitat turística
- 3.3 Avançar cap al model de Destinació Turística Intel·ligent (DTI)

### 04

#### Integrar criteris de sostenibilitat en la gestió turística

*Com garantim que el desenvolupament turístic sigui equilibrat?*

- 4.1 Impuls d'un model turístic sostenible i regeneratiu
- 4.2 Millora del paisatge urbà i de la qualitat de l'experiència

## 4. Línies estratègiques · Productes Turístics

2 objectius · 8 línies d'actuació · 22 accions

### 05

#### Estructurar i consolidar els principals productes turístics

*Com estructurarem i posem en valor els productes existents?*

- 5.1 Estructuració de productes turístics existents
- 5.2 Millora de la interpretació i la informació turística
- 5.3 Digitalització de l'experiència turística

### 06

#### Desenvolupar i estructurar nous productes turístics

*Quines noves experiències volem desenvolupar?*

- 6.1 Desenvolupament de productes vinculats al turisme slow i al paisatge
- 6.2 Impuls d'activitats turístiques familiars i educatives
- 6.3 Desenvolupament del turisme actiu i del cicloturisme
- 6.4 Impuls del turisme audiovisual o turisme de pantalla
- 6.5 Turisme MICE de petit format i esdeveniments corporatius

## 4. Línies estratègiques · Promoció Turística

3 objectius · 6 línies d'actuació · 23 accions

### 07

**Definir i consolidar un posicionament turístic diferencial**

*Quina destinació es vol explicar?*

- 7.1 Definició del posicionament turístic de la destinació
- 7.2 Integració en xarxes i programes turístics de promoció

### 08

**Desenvolupar una promoció turística segmentada**

*A qui es vol atraure?*

- 8.1 Definició de segments prioritaris i estratègia segmentada
- 8.2 Implementació d'accions promocionals orientades a públics específics

### 09

**Reforçar i actualitzar l'estratègia de màrqueting turístic**

*Com es comunica?*

- 9.1 Millora del màrqueting digital i visibilitat online
- 9.2 Desenvolupament d'accions de promoció presencial i col·laborativa

## 5. Accions destacades 2026–2030

*Una selecció d'accions concretes, properes i tangibles*



### Taula de Turisme i cocreació local

Espai estable de col·laboració públic-privada i laboratori de cocreació d'experiències amb agents i entitats locals.



### Canet per als canetencs

Activitats de descoberta del patrimoni dirigides a residents i famílies, per enfortir el coneixement local i l'orgull de pertinença.



### Un producte turístic integrat: patrimoni, paisatge i experiència local

Propostes de visita que combinin modernisme, passeig pel nucli, litoral i entorn natural en experiències completes i memorables.



### Un turisme que retorna al municipi

Model turístic que genera retorn positiu al territori, als comerços i al patrimoni local, basat en experiències autèntiques i sostenibles.



### Canet, destinació visible i ben explicada

Posicionament «Muntanya – Vila – Mar», relat de destinació i web turística renovada amb continguts inspiradors.



### Promoure Canet als públics segmentats

Identificar perfils prioritaris —turista cultural, familiar, slow, de proximitat— i desplegar campanyes segmentades per a cada segment.

## 5. Accions destacades 2026–2030

Model de com s'estructura una acció del Full de Ruta

### 2.1.1 Crear una Taula de Turisme de Canet de Mar amb participació d'empreses turístiques, restauració, comerç, equipaments culturals i entitats locals vinculades al sector

Constituir un òrgan estable de participació amb representació dels principals agents del sector: allotjaments, restauració, comerç, equipaments culturals i entitats locals. Nucli operatiu de 10–15 membres amb reglament de funcionament.

- 3–4 reunions anuals de 1,5–2 hores amb ordre del dia estructurat
- Posada en comú d'informació: accions en marxa, dades turístiques, calendari
- Espai de contrast amb el sector: necessitats, oportunitats i propostes
- Possible creació de grups de treball temàtics (promoció, producte, esdeveniments)
- Elaboració de síntesis de cada sessió i eines pràctiques compartides

#### PERÍODE D'EXECUCIÓ



#### AGENTS IMPLICATS

- Ajuntament de Canet de Mar — Àrea de Turisme (lideratge)
- Sector privat: allotjaments, restauració, comerç local, etc.
- Equipaments i recursos: espais culturals i patrimonials, etc.
- Teixit associatiu: entitats culturals, organitzadors d'esdeveniments, etc.

#### INDICADORS DE SEGUIMENT

##### Activitat

- Nombre de reunions realitzades per any
- Nombre d'agents participants i % d'assistència

##### Resultat

- Nombre d'accions o iniciatives sorgides de la Taula
- Nombre de col·laboracions entre agents generades

#### PRESSUPOST APROXIMAT

Cost base: 0 € — assumit amb recursos tècnics municipals  
Cost opcional baix: suport extern puntual per a la dinamització de sessions si es considera necessari



*Canet de Mar esdevindrà una destinació turística responsable i conscient, posicionada gràcies al seu caràcter de vila autèntica i tranquil·la, marcada per una gestió que integra un model de governança participatiu i compromès amb la sostenibilitat i la innovació turística del territori.*

2026 – 2030

# Moltes gràcies

---

Full de Ruta en Turisme  
de Canet de Mar  
2026 – 2030

Ajuntament de Canet de Mar  
Amb el suport de la Diputació de Barcelona

