

Laura Domingo Busquets

EL TURISME DE CREUERS AL PORT DE TARRAGONA

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigit pel Sr. Jaume Salvat Salvat

Grau de Turisme



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-seca

2018

ÍNDEX

PART I. PRESENTACIÓ	5
1. Introducció	6
2. Objectius	7
3. Metodologia	8
PART II. ESTAT DE LA QUESTIÓ: EL TURISME DE CREUERS	10
4. Definició i evolució històrica	11
5. Elements d'un itinerari de creuers	12
5.1. El vaixell del creuer i la seva segmentació	12
5.2. Les navilieres del creuer	14
5.3. Ports	15
5.4. Hinterland turístic o regió a visitar	16
6. Situació actual del turisme de creuers	17
6.1. Els creuers al Mediterrani	18
6.2. Creuers a nivell espanyol i català	19
7. Impacte econòmic del turisme de creuers	23
8. Perfil dels creueristes	26
9. Tendències del turisme de creuers	30
PART III. EL CAS DE TARRAGONA	33
10. El turisme de creuers a Tarragona	34
10.1. L'activitat de creuers al port de Tarragona	34
10.2. Evolució del turisme de creuers al port de Tarragona	40
10.3. Tipus d'operacions	43
10.4. Distribució mensual dels creuers	44
10.5. Navilieres i embarcacions	45
11. Oportunitats i impactes del turisme de creuers a Tarragona	52
11.1. Perfil dels creueristes	52
11.2. Hinterland del port de Tarragona i oferta turística	55
11.3. Activitats realitzades pels turistes i satisfacció	60
11.4. Anàlisi econòmic	64
PART IV. CONCLUSIONS	66
12. Conclusions	67

PART V. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES	74
13. Bibliografia	75
14. Webgrafia.....	77
15. Índex de figures.....	79
PART VI. ANNEXOS	81



PART I. PRESENTACIÓ

1. Introducció

El turisme de creuers representa un dels segments del mercat turístic que a nivell mundial ha experimentat un creixement més elevat en els últims anys, convertint-se així amb un sector molt dinàmic i amb una gran rellevància. El mediterrani és la segona destinació més important de turisme de creuers a nivell mundial i la que durant els darrers anys ha desenvolupat un creixement més gran. L'activitat dels creuers en els ports mediterranis doncs és molt rellevant però tot i així els estudis que s'han realitzat són encara escassos. La rellevància d'aquest segment de turisme i l'escassetat dels estudis ha sigut un dels motius que han justificat l'elaboració d'aquest treball.

El creixement del turisme de creuers ha estat especialment destacat en el cas de Tarragona, on en els últims anys ha experimentat un desenvolupament molt superior a la mitjana. Anteriorment la ciutat de Tarragona ja havia tingut activitat creuerística però aquesta havia sigut minoritària. En menys d'una dècada gràcies a l'interès sorgit des del port per apostar per aquest tipus de tràfic, la xifra de creuers i de creueristes s'ha multiplicat i ha crescut la importància d'aquest tipus de turisme a la zona. L'any 2017 el creixement del nombre de creuers de Tarragona va ser encara més exponencial, aconseguint tancar la temporada creuerística amb xifres rècord.

Així doncs, el desenvolupament del turisme de creuers a Tarragona es tracta d'un fenomen proper i totalment recent. La realització d'aquest treball sorgeix arrel de l'interès en estudiar la creixent importància del turisme de creuers a Tarragona ja que es considera que aquest tipus de turisme és rellevant i pot tenir impactes tant per la ciutat com pel territori. Es tracta d'un tema recent relatiu a la nostra zona i que en els últims anys ha estat ben present a la premsa. Malgrat tot, la investigació que s'ha fet sobre el tema és molt limitada i s'han trobat pocs estudis que detallin la situació actual del turisme de creuers de Tarragona.

L'escassetat d'estudis sobre el fenomen justifica la voluntat de realitzar una recopilació de les dades existents, ja que es considera important analitzar en quina situació es troba actualment el turisme de creuers de Tarragona, per així poder entreveure cap a on camina i quin és la seva contextualització. A més, també es pretén que aquest treball pugui servir com a punt de partida de cara a futurs estudis que analitzin qualsevol aspecte relacionat amb el fenomen del creuerisme a Tarragona.

2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball és aconseguir un anàlisi detallat de la situació actual del turisme de creuers al port de Tarragona.

Per aconseguir aquest objectiu principal s'han establert diferents objectius específics:

En primer lloc per estudiar el turisme de creuers de Tarragona és imprescindible contextualitzar-lo determinant quines són les característiques principals i l'estat actual del turisme de creuers a nivell global. Per tant, un objectiu ha sigut desenvolupar un estat de la qüestió del turisme de creuers que delimités els conceptes relacionats amb aquest tipus de turisme, analitzés els elements que formen part de l'itinerari de creuers, així com les seves tendències i la seva situació actual a diferents nivells.

Un cop s'ha elaborat l'estat de la qüestió per a contextualitzar el turisme de creuers s'han definit una sèrie d'objectius específics per a analitzar la situació dels creuers a Tarragona. Els objectius específics són els següents:

- Analitzar com ha evolucionat el turisme de creuers en els últims anys i quines han sigut les causes d'aquesta evolució.
- Determinar quin tipus de navilieres opera a Tarragona, quin és el tipus de creuerista que arriba a la ciutat i si hi ha algun tipus d'estratègia de segmentació.
- Conèixer què fan els creueristes durant la seva estada a Tarragona i el seu grau de satisfacció.
- Examinar quin és l'impacte del turisme de creuers per la ciutat de Tarragona i pel territori.
- Determinar si la ciutat i el territori representen una destinació capacitada i competitiva per seguir acollint creueristes i què es fa per millorar-ne la competitivitat.
- Pronosticar com evolucionarà el turisme de creuers de Tarragona i quines són les seves perspectives de futur en relació a les tendències d'aquest segment de turisme.

3. Metodologia

Per aconseguir els objectius proposats s'han utilitzat diferents fonts d'informació. Tot i així cal destacar que el turisme de creuers en general i particularment en el cas de Tarragona és un camp d'investigació poc analitzat, possiblement per la seva relativa joventut, i per tant la recopilació d'informació no ha estat fàcil.

En primer lloc, per a elaborar l'estat de la qüestió del turisme de creuers s'ha realitzat una revisió bibliogràfica i s'han utilitzat diferents tipus de fonts secundàries. Un punt de referència important per l'elaboració d'aquest apartat del treball ha sigut l'últim informe redactat per la Organització Mundial del Turisme (OMT). També s'ha extret gran part de les xifres a través dels informes emesos per una de les associacions més importants del sector, la Cruise Lines International Association (CLIA). En el moment de tractar la situació dels creuers a nivell nacional s'han revisat els informes de Puertos del Estado. Tal com es veurà referenciat al llarg del treball i a la bibliografia també s'han tingut en compte articles de revistes, tesis, treballs de final de màster i altres publicacions acadèmiques de diversos autors. Cal tenir en compte però que la major part dels estudis sobre creuers existents s'han dut a terme dins del marc geogràfic dels Estats Units i en alguns punts del treball com per exemple en l'apartat del perfil del creuerista ha sigut difícil trobar dades més enllà del mercat nord-americà.

En segon lloc, per a analitzar el cas de Tarragona l'obtenció de dades ha estat complicada ja que aquestes són molt escasses i de difícil accés. Un dels recursos més utilitzats han sigut els articles de premsa; s'han revisat diferents articles de diaris tant locals com regionals o especialitzats en turisme, així com de la revista Indicador d'Economia, que és un diari econòmic de les comarques de Tarragona.

Les pàgines web de la marca Tarragona Cruise Port Costa Daurada i de l'Autoritat Portuària de Tarragona també han estat utilitzades per a l'elaboració del treball. En aquesta última s'hi recullen les memòries tècniques del port dels darrers anys així com un històric de dades estadístiques, que inclouen els moviments de mercaderies i dades de tràfics, incloent els pertanyents al turisme de creuers. No obstant, la informació que es dona referent als creuers és bastant limitada i només s'han pogut obtenir dades quantitatives sobre el tràfic. Per analitzar l'evolució del nombre de creueristes i poder-lo comparar amb el de Barcelona s'han extret dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya, però aquesta base de dades també es limita a mostrar el nombre de creuers i creueristes que fan escala al port sense aportar més grau de detall.

Per a l'elaboració de l'anàlisi de les navilieres i dels tipus de creuers que fan escala al port de Tarragona s'han consultat les pàgines web de totes les companyies que tenen previst fer alguna escala al port durant el 2018, i s'ha buscat informació de quines són les

seves característiques principals, quin és el segment en el qual es situen, quin tipus de rutes fan i com són els creuers que fan escala al port.

A més, per la realització d'aquest treball es va demanar col·laboració al port de Tarragona i va ser possible realitzar una entrevista personal a Jordi Sendra, Cruise Operations Manager del port de Tarragona. L'entrevista a Jordi Sendra ha sigut clau per la realització del treball ja que ha complementat totes aquelles informacions que no han sigut possibles de trobar fent recerca bibliogràfica. Des del port també se'ns han proporcionat les dades del tancament de temporada de creuers l'any 2017. Es tracta de dades esquemàtiques sobre el tipus de creueristes que fa escala al port, les activitats que realitzen i la satisfacció.

Des del port s'han encomanat estudis al Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci (PCT), però gran part de les dades són confidencials i per tant no s'hi ha pogut accedir. Accedir a estudis més concrets sobre el turisme de creuers de Tarragona ha estat una tasca difícil. Es va visitar l'arxiu del port però la bibliografia recent es limitava en les memòries publicades a la pàgina web de l'Autoritat Portuària de Tarragona citades anteriorment.

Finalment com a font complementaria cal mencionar l'assistència el 24 de gener de 2018 a la taula rodona "El futur del turisme de creuers a Tarragona", organitzada per la Facultat de Turisme i Geografia de la URV. La taula rodona va ser portada a terme per Alba Colet, Marketing Consultant Cruises Tourism de l'Autoritat Portuària de Tarragona i Àngel Arenas, gerent del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona. La conferència no ha servit com a font directa pel treball ja que la seva assistència va ser prèvia a la realització d'aquest, però ha sigut útil per contextualitzar la situació del turisme de creuers a Tarragona i per assentar les bases de la realització del treball.



PART II. ESTAT DE LA QUESTIÓ: EL TURISME DE CREUERS

4. Definició i evolució històrica

Un creuer es pot definir com un viatge de vacances en una embarcació, excloent doncs els viatges en vaixell amb propòsit merament de negocis, la navegació en un vaixell d'oci propi o el viatge en una embarcació per motius de desplaçament (Mancini, 2001). Segons l'Organització Mundial del Turisme (OMT) en el creuer turístic modern s'hi combinen dues activitats bàsiques que són la d'allotjament i la de transport, i el defineix com a ressort marí i no com un simple hotel flotant. Es tracta d'un ressort turístic ja que incorpora tot tipus d'instal·lacions pròpies d'un ressort com ara centres de bellesa, videoteca, biblioteca, planetaris, botigues, camps de golf, galeria d'art, centre de negocis, cinema, casino, spa, etc (OMT, 2008).

El desenvolupament dels creuers turístics tal com els entenem és una activitat relativament recent. Tot i així però, els viatges d'oci en vaixell han existit des de l'antiguitat. Segurament els primers viatges pel mar amb finalitats turístiques van ser realitzats pels faraons egipcis, així com també van realitzar-ne els romans i posteriorment els mercaders holandesos del segle XVI.

Un dels elements que més va influir en el desenvolupament dels creuers va ser la invenció del vaixell de vapor. El primer creuer modern va néixer al 1844 quan la English Shipping Company P. & O. (Penninsular and Oriental Shipping Company) de Londres va organitzar un viatge turístic pel mediterrani a bord Lady Mary Wood, un vaixell de fusta impulsat per vapor i rodes. Les grans migracions de mitjans de segle XIX i principis de segle XX van impulsar el desenvolupament de noves tècniques de construcció naval que van permetre la construcció d'embarcacions molt més grans. Tot i així els pocs creuers vacacionals existents només eren accessibles per una elit molt petita, essent doncs un fenomen minoritari.

Tot i els antecedents històrics, segons la OMT l'activitat dels creuers turístics tal com els entenem avui és relativament moderna i sorgeix a principis dels anys 70 des de Miami (EEUU) al Carib. El començament d'aquesta activitat coincideix amb l'evolució experimentada en el negoci dels transatlàntics o vaixells de passatge de línia, per la competència en temps que els avions a reacció van suposar. La inversió aeronàutica sempre ha anat per davant de la marítima però a partir de finals dels 80 es va produir un gran desenvolupament en la construcció de creuers. Des de llavors primer la demanda americana i després la mundial ha anat creixent a un ritme molt fort fins al punt d'haver arribat a un creixement acumulat d'un 300% en els últims 20 anys i a 15 milions de passatgers mundials l'any 2008. Aquest creixement es reflexa en el fet que les primeres companyies de creuers ocupen els primers llocs en el rànquing del sector del turisme i l'oci, i és degut en gran part a l'aposta dels operadors de creuers per la innovació, les noves instal·lacions i els nous destins.

5. Elements d'un itinerari de creuers

La indústria del turisme de creuers engloba el conjunt d'unitats econòmiques que subministren béns i serveis als creueristes. Els elements associats a aquest producte són el vaixell i l'itinerari. En l'elaboració d'un itinerari hi ha tres elements involucrats que són la naviliera de creuers, el port i la destinació o regió a visitar pels turistes durant cada escala, també anomenada hinterland turístic (Esteve, Garcia i Gutiérrez, 2014).

5.1. El vaixell del creuer i la seva segmentació

El vaixell està directament relacionat amb el component de transport però també amb l'atractiu turístic relacionat amb la pròpia embarcació degut a que se'l pot arribar a considerar com un destí en sí mateix si tenim en compte la definició de la OMT com a ressort turístic.

Podem classificar els creuers segons la seva mida. Aquests es divideixen en quatre categories: els vaixells boutique –en que hi caben de 50 a 250 passatgers–, els vaixells petits –amb una capacitat de 251 a 750 passatgers–, els mitjans –de 751 a 2000– i els grans –de més de 2001 passatgers, podent arribar a transportar més de 6000 persones–. (Ward, 2016).

Com a norma general els vaixells més grans són els que tenen un gran nombre d'espais públics i més opcions i programes d'entreteniment. En canvi, els vaixells més petits proporcionen més exclusivitat i intimitat per als creueristes.

En quant a la seva segmentació, el mercat mundial de creuers està dividit en quatre segments, que ordenats de major a menor prestacions de serveis són: Luxe, Prèmium, Contemporary i Budget. Cada naviliera se centra en un o dos segments i cada vaixell en només un. D'aquesta manera es diferencien els consumidors segons el que estan disposats a pagar. A continuació es mostren les característiques de cada segment segons la OMT.

Segment *Budget*.

El aquest tipus de creuers el preu és la base. En aquest cas els vaixells són petits i tenen les mínimes instal·lacions. Està destinat a població jove i amb menys poder adquisitiu. La duració de les travessies sol ser de 3 a 7 dies i la zona més habitual és el Mediterrani, no sent operatives en el mercat nord-americà.

Les navilieres principals orientades a un segment budget són: Louis Cruise, Travelscope, Thomson, Island Cruises, Pullmantur, Fred Olsen i easyCruise. Aquesta última està reinventant el segment *budget* traslladant el concepte low cost al món dels creuers i oferint només els mínims serveis a bord.

Segment *Contemporary*.

És el tipus de creuers més popular i on els tres grans grups de navilieres obtenen amb l'aplicació de les economies d'escala els majors beneficis. La duració mitja és de 3-4 a 7 dies i operen a destinacions de turisme de creuers més habituals, com om el Carib, Alaska, el Mediterrani i Europa Atlàntica. El seu públic és molt ampli i especialment atractiu per parelles, gent jove i famílies. Concretament, s'adapten molt bé a les necessitats de les famílies amb fills ja que ofereixen diferents programes d'entreteniment i serveis adaptats per nens.

Els vaixells solen ser grans i les instal·lacions són tipus ressort. Es posa molt d'èmfasi en les activitats a bord i s'hi inclou un gran nombre d'instal·lacions com salons de bellesa, golf, pista de gel, spa, etc. Les ventes de béns i serveis a bord tenen un gran pes en els ingressos d'aquest tipus de creuer.

Les principals companyies navilieres que ofereixen aquest tipus de servei són Royal Caribbean International, Carnival Cruises, Norwegian Cruise Line, P&O, Disney, MSC, Celebrity i Costa Cruceros.

Segment *Premium*.

En aquest segment el producte i la decoració són més sofisticats. La clientela sol tractar-se de creueristes repetidors, majors de 40 anys i sovint professionals. Els creuers de més de set nits hi tenen un pes molt gran. L'interior del vaixell es diferencia del segment *contemporary* per utilitzar una decoració més refinada. Una característica important és el fet que els itineraris solen ser els habituals però s'hi inclouen ports poc coneguts. A més, a diferència del segment *contemporary*, en aquest tipus de creuers les excursions a terra són les principals generadores de benefici, i s'hi solen oferir tant excursions per a primerencs com excursions més sofisticades per a repetidors.

Hi destaquen les següents navilieres: Celebrity Cruises, Holland America Line, Oceania Cruises, Pullmantur, Fred Olsen i Saga.

Segment de luxe

Els creuers d'aquest segment ofereixen un alt estil de luxe i posen èmfasi tant en el destí com en les instal·lacions a bord. La seva característica principal és l'exclusivitat, de

manera que el nombre de passatgers és més baix i l'ambient és molt més formal. Els dissenys són molt sofisticats, solen comptar amb col·leccions d'art de valor i les habitacions són espaioses, moltes d'elles amb vistes al mar i també un gran nombre de suites. Estan destinats a un tipus de clientela acostumada als ressorts de superluxe de terra, i solen ser parelles i solters amb més poder adquisitiu. En aquests creuers no hi solen haver instal·lacions per nens.

En aquest segment els vaixells són d'una mida menor i la duració de l'itinerari sol ser superior a deu dies. Els itineraris s'enfoquen en ports i indrets fora dels habituals i les excursions a terra també són importants generadores de beneficis.

Pertanyen a aquest segment Radison Seven Seas, Silversea Cruises, Seabourn Cruise Line, Crystal Cruises, Hapag-Lloyd Kreuzfahrten, Peter Deilmann Kreuzfahrten i Hebridean Island Cruises.

Cal mencionar que la distinció entre els creuers *premium* i de luxe s'està tornant molt difosa ja que les instal·lacions a bord dels creuers *premium* han millorat considerablement en els últims anys. Les principals diferències són el fet que els creuers de luxe disposen de més espai per passatger, una major proporció entre tripulació i nombre de passatgers que es tradueix en serveis més personalitzats i de més qualitat, i una exclusivitat de l'ambient major.

A més de segments, els creuers també es diferencien segons la seva especialitat. Per exemple, existeixen els creuers familiars, per empreses, creuers temàtics – la seva oferta actualment va a l'alça- i creuers especials.

5.2. Les navilieres del creuer

Les navilieres de creuer són les encarregades d'invertir en la construcció de nous vaixells als quals se'ls associen itineraris per cobrir. Segons la OMT al 2013 el 78.26 % de la oferta mundial de creuers estava controlada per tres grans companyies navilieres, caracteritzades per ser grups multimarca i conegudes per "les tres grans". A nivell mundial el quart grup de navilieres independents té una quota de només el 21.74 % restant. Tot i així Europa és la única regió en la que els tres grups principals de navilieres no controlen la oferta per damunt del 50%.

Les tres navilieres principals són les següents:

- Carnival Corporation & Plc. Es tracta de la primera naviliera de creuers, tant a nivell del mercat americà com a nivell mundial. Al 2014 concentrava el 48.39 % de la capacitat de passatgers a nivell mundial. La seva principal zona d'activitat és el

continent americà i el Carib. Opera sota les marques següents: Carnival Cruise Lines, Holland America Line, Windstar Cruises, Seabourn Cruise Lines, Cunard Line, Costa Cruisers, Princess Cruises, P&O Cruises, Ocean Village, P&O Cruises Australia, Swan Hellenic i AIDA Cruises.

- Grup Royal Caribbean Cruises Ltd (RCCL). És el segon grup mundial, amb un 20.99% de la capacitat mundial de passatgers a bord de creuers. Està sobretot concentrada en els mercats d'Estats Units i Canadà tot i que fa esforços per globalitzar-se. Opera tres marques: Royal Caribbean International (RCI), Celebrity Cruises i Pullmantur Cruises.
- Grup Star Cruise. És el tercer grup mundial amb una quota del 9.09%. Opera sota les següents marques: Star Cruises a la zona d'Àsia-Pacífic, Norwegian Cruise Line (que inclou NCL America) i Orient Lines. Norwegian Cruise Line està orientada fonamentalment al mercat americà i en menor mesura a l'uropeu i tant Star Cruises com Orient Lines estan orientats al mercat de l'Àsia-Pacífic.

Les navilieres independents són 29 i representen un 21,53% de la quota mundial. Les característiques d'aquestes navilieres són més variades i tant s'hi poden trobar itineraris tradicionals com de luxe o també especials. Hi predominen però navilieres de mida petita amb vaixells per pocs passatgers. La primera naviera independent és MSC Cruises, seguit de Disney Cruise Line.

5.3. Ports

El port és la terminal de passatgers dels creuers. Aquests sobrepassen la simple funció de donar serveis als vaixells i passatgers i adquireixen un paper fonamental en turisme de creuers ja que constitueixen l'enllaç amb el component turístic que es desenvolupa a terra, a més d'actuar com a connexió entre el hinterland turístic i el vaixell. (Gui i Russo, 2011).

De ports n'hi ha dos tipus: el port base i el port d'escala. El port base o *homeport* és aquell des del qual un creuer inicia o finalitza el seu recorregut. Aquests ports estan preparats per oferir una àmplia gama de serveis d'acollida als turistes, com ara allotjament, hostaleria, botigues, serveis de suport, etc. A més aquests ports han de tenir una bona accessibilitat per aire, ferrocarril i carretera (Kizielewicz, 2013). El fet que en aquest port hi iniciï o finalitzi el recorregut comporta uns beneficis molt majors ja que implica despesa en altres tipus de transport per començar el recorregut, nits de pernoctació a la ciutat de sortida, despeses en hostaleria, visites turístiques, etc.

Els ports d'escala són aquells en els quals el creuer efectua una parada en el seu itinerari. Aquests són la principal raó per l'elecció de la destinació d'un creuer (Andriotis i Agiomirgianakis, 2010) i és per això que les companyies creuerístiques trien ports que proporcionin experiències positives als passatgers.

Habitualment, la duració de l'escala oscil·la entre vuit i deu hores. Generalment les navegacions interportuàries es fan de nit i els creuers no pernocten al port, excepte en casos particulars en el segment de navilieres de luxe on de vegades es pernocta de nit al port dilatant així la duració de l'escala (Esteve, García i Gutiérrez, 2016).

5.4. Hinterland turístic o regió a visitar

El *hinterland* turístic associat a un port d'escala es tracta de l'àrea geogràfica disponible per ser visitada pels passatgers dels creuers durant l'escala en un port, i per tant l'àrea que engloba les excursions ofertes als passatgers. Les excursions a terra constitueixen una part molt important en l'atractiu global de l'itinerari del creuer i proporcionen una de les parts més importants dels ingressos (Esteve et al., 2014). Aquesta definició està relacionada amb els atractius turístics associats a cada port.

Delimitar el hinterland d'un port és una tasca molt difícil. En primer lloc no totes les destinacions són iguals; no és el mateix parlar d'una illa petita que d'una ciutat amb un extens hinterland. En segon lloc, el hinterland no té un caràcter estàtic i inelàstic sinó que es pot veure alterat per la dinàmica del mercat i de la pròpia zona. El caràcter dinàmic del hinterland està associat per exemple al nivell de desenvolupament de les infraestructures de transport terrestre de la zona, al desenvolupament de nous atractius turístics pròxims al port i també a la operativa seguida al port i a la duració de les escales dels creuers. Així doncs, si per exemple, milloren les infraestructures de transport es podran visitar atractius que anteriorment no era possible de visitar, ampliant-se així el hinterland. (Esteve i García, 2016).

A nivell del mediterrani espanyol, la majoria de ports tenen un hinterland turístic que engloba una àmplia zona geogràfica; generalment està compost per diverses localitats de la província en la qual es troba però també hi ha casos en els que el hinterland s'estén per altres províncies, així com diversos ports comparteixen el mateix hinterland turístic o una part d'aquest (Esteve et al., 2014).

6. Situació actual del turisme de creuers

A nivell mundial en els últims anys la demanda global de creuers ha crescut notablement. Segons CLIA (2015) entre 2004 i 2014 tot i la crisi econòmica la demanda mundial de creuers ha crescut un 84 %, passant de 13,1 milions de passatgers al món al 2004 a 22,04 milions l'any 2014.

En l'activitat creuerística s'observa un alt grau de concentració regional amb zones on es produeixen gran part de les escales de creuers. En la il·lustració 1, podem observar-hi les principals àrees del turisme de creuers a nivell mundial; els cercles són representatius del major o menor moviment de creueristes (Rodríguez, i Nottebbon, 2013). Tal com mostra la il·lustració, la regió amb més aflluència de creuers és el Carib, seguit del Mediterrani. Tot i així el Mediterrani és la zona que més creix i a la que totes les navilieres hi concentren els seus interessos. El Carib i el Mediterrani es poden considerar zones complementàries ja que mentre que la primera té una freqüència de creuers més alta durant l'hivern la zona mediterrània la té durant l'estiu (De los Reyes i Ruiz, 2015).

Altres regions amb gran aflluència són el nord-est d'EEUU i Canadà, Alaska, Hawaii i el nord d'Europa particularment amb Noruega. A mesura que el producte de creuers es va fent assequible a àmplies parts de la població, apareixen altres zones emergents com Àsia, Orient Mitjà i Amèrica del Sud (De los Reyes, 2014).

II-lustració 1. Activitat creuerística a nivell mundial



Font: *The geography of cruise shipping: itineraries capacity deployment and ports of call*. Rodríguez, JP. 2012

El Carib és la destinació de turisme de creuers líder a nivell mundial. La seva quota mundial és superior al 50% de la capacitat del mercat, excepte en temporada d'estiu. El seu port principal és Miami que també és el principal port base de creuers a nivell mundial. La seva demanda prové en més d'un 90% dels casos d'Estats Units i Canadà. El fet que el Carib sigui la primera regió receptora de turisme de creuers és principalment degut a l'atractiu del seu clima i paisatges, a l'oferta complementària i a la proximitat al mercat d'Estats Units i a les illes paradisíaques, així com també al fet que el mitjà de pagament estàndard sigui el dòlar, que hi hagi una àmplia població angloparlant i que hagi estabilitat política (OMT, 2008).

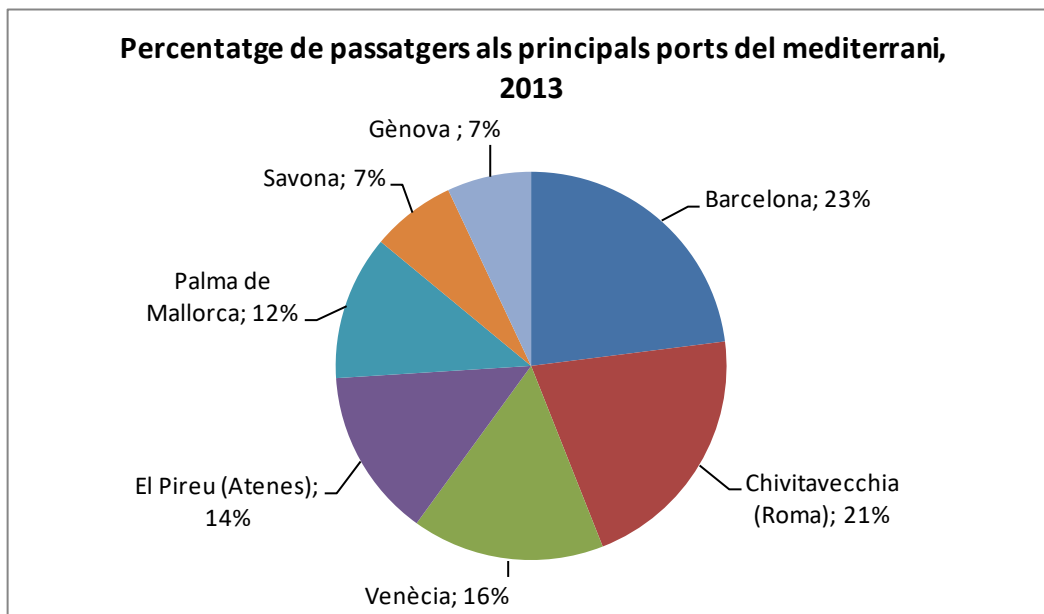
6.1. Els creuers al Mediterrani

El Mediterrani és la segona destinació més important de turisme de creuers a nivell mundial. En termes absoluts l'any 2013 aquesta regió aglutinava el 21.7% de la capacitat mundial. La seva quota de mercat és del 30% a nivell mundial a l'estiu i d'un 5% a l'hivern (OMT, 2008). La temporada de creuers s'estén de finals de març a principis de novembre.

Aquesta destinació ha experimentat un fort creixement en els últims anys. Entre l'any 2000 i l'any 2010 la capacitat en aquesta zona va créixer un 195.33% i l'any 2012 es van registrar més de 24 milions de creueristes. Aquest creixement és sobretot degut a les seves excel·lents instal·lacions portuàries, el seu clima benigne i als seus atractius turístics – no s'ha d'oblidar el factor històric, cultural i paisatgístic d'aquesta regió-. També es deu a la seva situació geogràfica, relativament propera a les principals capitals europees, és a dir, al principal mercat turístic (Luna, 2012).

Al Mediterrani hi ha 150 ports que poden albergar creuers pertanyents a 19 països. Els països del Mediterrani occidental són els que tenen més activitat turística, seguit de l'Adriàtic i el Mediterrani oriental. La majoria dels ports del mediterrani són ports d'escala i els ports base més importants estan situats a la part occidental del Mediterrani, concretament a Espanya i Itàlia.

Com podem observar en el gràfic 1, els ports base més importants del Mediterrani s'hi poden mencionar els següents: a Espanya el de Barcelona, a Itàlia el de Chivitavecchia (Roma) i el de Venècia, a Grècia el del Pireu (Atenes), a Portugal el de Lisboa i a Malta el Grand Harbor (Kizielewicz, 2013).

Gràfic 1. Percentatge de passatgers als principals ports base del mediterrani, 2013

Font: *The Mediterranean Sea Region – the leader in the cruise ship tourism in Europe*. Kizielewicz J, 2013

Concretament, el port de Barcelona és el port de creuers més important del Mediterrani. També està al primer lloc com a port base europeu; al 2011 va rebre més de 2.5 milions de passatgers anuals, cosa que fa que representi el 23% dels ports base del Mediterrani. El port de Barcelona ha experimentat un elevat creixement en els últims anys. Al 2011 el nombre de passatgers respecte el 2009 va créixer un 24% (Kizielewicz, 2013).

6.2. Creuers a nivell espanyol i català

A nivell d'Espanya, el Sistema Portuari Espanyol està estructurat en dos tipus de ports: els de titularitat estatal i els de titularitat autonòmica. Els ports de titularitat estatal reben la denominació de Ports d'Interès General i es constitueixen com a organismes públics dependents del Ministeri de Foment i amb autonomia de gestió. Els ports de titularitat autonòmica solen tenir una activitat comercial menor o directament són de tipus esportiu o pesquer.

El Sistema Portuari Espanyol està integrat per 46 ports d'Interès General gestionats per 28 autoritats portuàries. Els creuers es troben presents en la majoria d'ells i per part de les autoritats portuàries hi ha un interès en promocionar aquest tipus de tràfic.

La taula 1 i el gràfic 2 mostren els principals ports de creuers a nivell espanyol. Tot i que a la taula es mostra el total de passatgers a nivell nacional és molt difícil saber el nombre

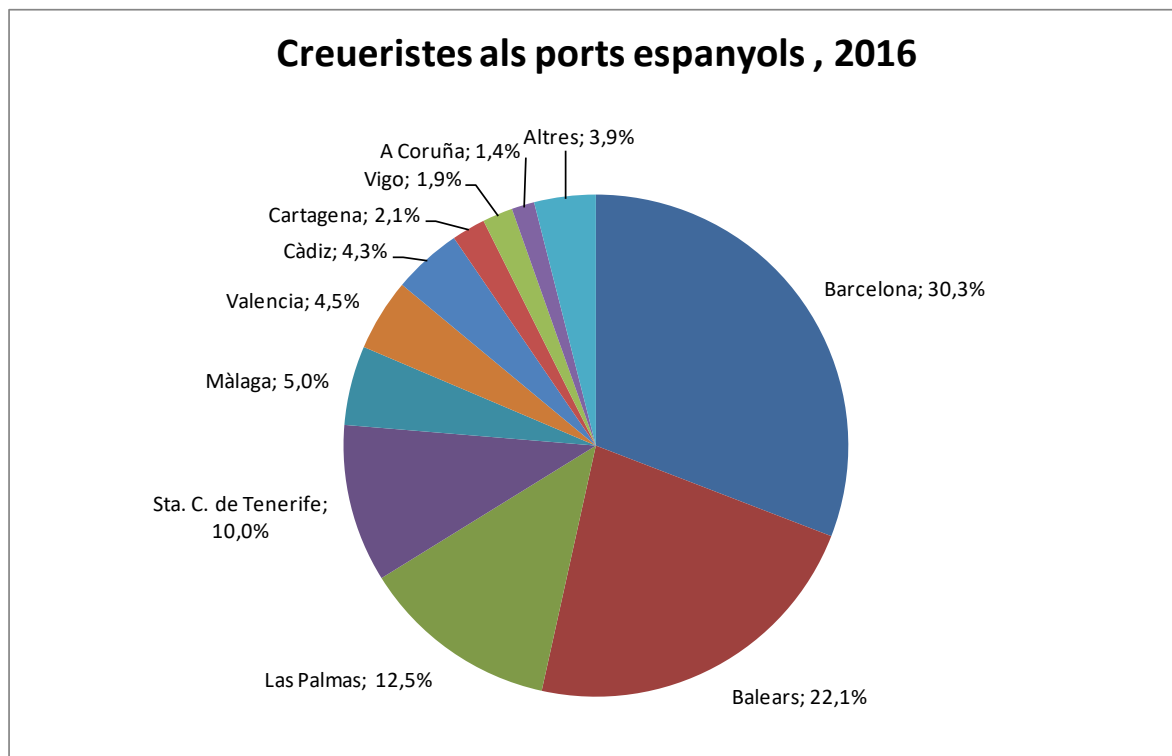
real de passatgers, de manera que és més apropiat analitzar els moviments portuaris per separat. Això és degut al fet que les xifres globals relatives al conjunt de ports a nivell espanyol s'obtenen sumant el tràfic de passatgers dels 46 ports d'interès general. Per això, cada vegada que un vaixell fa escala en un port es computa el corresponent nombre de passatgers, hagin o no transitat en un altre port espanyol. Així, si l'itinerari d'un mateix viatge de creuer comprèn per exemple quatre escales en diferents ports espanyols estadísticament es genera una quadruplicació dels passatgers registrats (Cerchiello, 2013).

Taula 1. Creueristes als ports espanyols, 2016

Creueristes als ports espanyols , 2016				
Ports	Total	Inici de la Línia	Fi de la línia	% inci fi línia
Barcelona	2.683.594	773.623	782.196	58,0%
Balears	1.962.155	301.615	299.498	30,6%
Las Palmas	1.104.585	207.382	204.826	37,3%
Sta. C. de Tenerife	883.339	36.775	36.508	8,3%
Màlaga	444.176	47.227	42.658	20,2%
Valencia	403.264	30.065	29.934	14,9%
Bahía de Cádiz	385.067	1.153	961	0,5%
Cartagena	187.813	348	272	0,3%
Vigo	169.223	1.103	659	1,0%
A Coruña	126.735	179	255	0,3%
Alicante	89.000	4.419	4.742	10,3%
Bilbao	86.598	1.203	2.503	4,3%
Gijón	32.804	10	70	0,2%
Almería	28.692	-	-	-
Sevilla	21.010	6.976	6.929	66,2%
Ferrol-San Cibrao	20.061	10	21	0,2%
Huelva	19.573	-	-	-
Ceuta	19.456	-	-	-
Tarragona	13.445	-	-	-
Motril	4.570	40	4	1,0%
Avilés	2.707	-	-	-
Santander	2.354	19	11	1,3%
Melilla	1.224	-	-	-
Castellón	1.095	-	-	-
TOTAL	8.693.871	1.412.147	1.412.047	-

Font: elaboració pròpia a partir de Puertos del Estado

Gràfic 2. Creueristes als ports espanyols, 2016



Font: elaboració pròpia a partir de Puertos del Estado

El port de Barcelona, com s'ha comentat anteriorment, és el port de creuers més important al Mediterrani i el quart a nivell mundial. Per tant també ho és a nivell espanyol, amb un 30% dels creueristes del país. El segon port a nivell nacional és el que es mostra a la taula com a Balears, que ha arribat als 1.926.155 creueristes al 2016. Tot i que el port de Balears està format pels cinc ports de l'arxipèlag (Palma de Mallorca, Alcúdia, Maó, Ibiza i Savina), més del 88% del tràfic de creuers és del port de Palma de Mallorca, i per tant ens referirem a ell com a Palma de Mallorca.

A la taula 1 també hi podem observar els ports on s'inicien i finalitzen els recorreguts, i per tant actuen com a ports base, així com el percentatge de creueristes que comencen i acaben la línia al port respecte el total. El de Barcelona va actuar el 2016 com a port base per a 1.555.819 creueristes. Si observem el percentatge de creueristes que comencen o acaben el recorregut al port veiem que el port de Sevilla i el de Barcelona són els que actuen amb més passatgers com a port base, seguit del port de Las Palmas de Gran Canaria i del port de Palma de Mallorca. La major part dels ports espanyols actuen sobretot com a port d'escala.

Com podem observar en la taula 2 i al gràfic 3, en general tots els ports de l'estat han tingut un creixement elevat del 2006 al 2016. Dels principals ports a nivell de l'estat el que ha tingut més creixement ha sigut el de Cartagena, seguit del de Bilbao i València. Els

tres principals ports de l'estat també han tingut una variació positiva en nombre de passatgers i concretament el de Las Palmas ha augmentat un 200%.

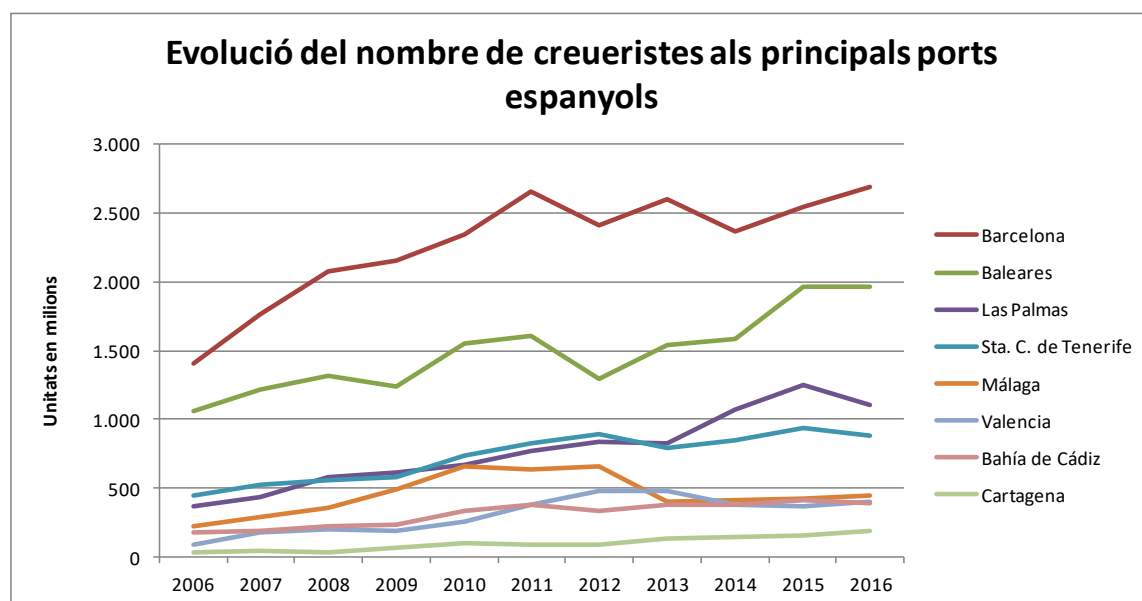
Tot i que Tarragona no es trobi entre els primers ports de la taula s'ha afegit per mostrar que el creixement ha sigut molt superior a la mitja; en deu anys ha crescut un 1200 %.

Taula 2. Evolució del nombre de creueristes als principals ports espanyols

EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE CREUERISTES ALS PRINCIPALS PORTS ESPANYOLS (EN MILERS)												
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variació
Barcelona	1.403	1.766	2.075	2.151	2.348	2.657	2.409	2.599	2.364	2.540	2.684	91%
Balears	1.060	1.220	1.314	1.237	1.547	1.609	1.298	1.535	1.587	1.959	1.962	85%
Las Palmas	362	439	576	611	665	771	833	830	1.065	1.252	1.105	205%
Sta. C. de Tenerife	446	521	557	582	740	828	886	794	848	933	883	98%
Málaga	222	293	353	488	659	639	652	397	408	419	444	100%
València	88	179	199	185	254	378	480	473	373	371	403	358%
Bahía de Cádiz	172	187	225	237	337	377	334	375	381	411	385	124%
Cartagena	29	40	35	68	104	88	84	134	138	151	188	548%
Vigo	129	150	216	223	234	254	240	172	176	205	169	31%
A Coruña	40	50	58	54	71	129	141	157	130	140	127	218%
Alicante	52	72	82	97	76	108	79	42	35	82	89	71%
Bilbao	17	23	37	29	43	77	66	57	80	71	87	412%
Tarragona	1	5	3	2	3	1		1	2	12	13	1200%

Font: elaboració pròpia a partir de Puertos del Estado

Gràfic 3. Evolució del nombre de creueristes als principals ports espanyols



Font: elaboració pròpia a partir de Puertos del Estado

A nivell de Catalunya, els dos ports de titularitat estatal són Barcelona i Tarragona i cadascun d'ells està gestionat per la seva autoritat portuària. A més, també hi ha diversos ports de menors dimensions que són de titularitat autonòmica i que estan regulats per Ports de la Generalitat, una empresa pública adscrita a la Generalitat de Catalunya. Dintre d'aquests ports n'hi ha tres que tenen creuers. Aquests són el port de Roses, de Palamós i de Sant Carles de la Ràpita.

En el cas del port de Roses, l'any 2016 va rebre un miler de creueristes i cinc vaixells. Roses es posiciona en el mercat creuerístic principalment entre les companyies de luxe que busquen destinacions singulars per als seus vaixells i fan itineraris per la Mediterrània occidental (Ports de la Generalitat, 2016).

En el cas de Palamós, l'any 2016 va tancar amb 24.600 passatgers i 32 escales. Un 66% de les companyies creuerístiques que hi van oferir serveis van ser d'alt standing. Així doncs, igual que en el cas de Roses es posiciona en el mercat de luxe.

El turisme de creuers al port de Sant Carles de la Ràpita té una importància més relativa. El 2016 es va quedar sense cap escala de creuers turístics ja que la companyia Star Clipper que és la única que operava en les últimes temporades va modificar la seva ruta i va abandonar aquest port. Durant el 2014 i el 2015 les sis escales efectuades al port pel Star Flyer van portar a mil creueristes.

7. Impacte econòmic del turisme de creuers

El càlcul de l'impacte econòmic de l'activitat creuerística en una destinació és de gran importància ja que permet avaluar objectivament si el turisme de creuers és beneficiós econòmicament o no per una comunitat local. Tot i així, malgrat la importància que el turisme de creuers ha adquirit en els últims anys, encara hi ha pocs estudis que quantifiquin aquest impacte. De fet, aquest càlcul no és una tasca fàcil. Per a quantificar l'impacte econòmic de l'activitat creuerística no n'hi ha prou en quantificar els impactes directes, ja que també se'n deriven impactes indirectes i impactes induïts (Murillo, Romaní i Suriñach, 2008; Murillo, Vayá, Romaní i Suriñach, 2013).

Segons Esther Vayá et al. els impactes econòmics directes es tracten bàsicament dels efectes derivats de la despesa dels creueristes a la destinació. Aquests inclouen les despeses dels turistes en excursions, visites a museus i altres activitats culturals, allotjament, restauració, compres (souvenirs, roba...), transport a la destinació i taxes aeroportuàries. A més dins dels impactes directes també hi hem d'incloure les despeses de les companyies navilieres a cada port i les despeses dels membres de la tripulació quan visiten les ciutats de la destinació (Vayá, Garcia-Sanchís, Murillo, Romaní i Suriñach, 2016).

Les despeses de les navilieres inclouen tots els béns i serveis que els creuers necessitin mentre estan amarrats a un port. S'hi inclouen per exemple serveis prestats per agents de transport marítim, per les terminals de creuers (equipatge, seguretat, facturació...), serveis prestats per les autoritats portuàries (inclosos els impostos i les taxes portuàries), amarratge i desmuntatge de vaixells, recollida i tractament de residus, serveis de subministrament de combustible, aprovisionament d'aliments, begudes i aigua potable, etc.

Aquests impactes directes no només afecten al port sinó que també acaben afectant a la ciutat sencera i al seu entorn en termes de demanda de serveis en general, infraestructura de transport, hoteleria, restauració, oci, cultura, venda al detall, etc.

En referència als impactes econòmics indirectes, són aquells efectes en altres sectors de l'economia generats com a conseqüència dels béns i serveis requerits per les empreses que reben despeses directes per part de la indústria creuerística. Per exemple, perquè un hotel pugui acollir als passatgers d'un creuer necessita comprar un conjunt de productes (aliments, begudes, productes tèxtils...) i serveis (neteja, transport...). De la mateixa manera, les companyies d'amarratge requereixen una gama de productes i serveis per dur a terme les seves activitats al port. Així doncs, gràcies a l'impacte de la despesa de les empreses navilieres i turistes, s'incrementa la producció en tots els sectors, generant un efecte multiplicador en tots els sectors econòmics.

Finalment els impactes induïts són els efectes derivats de la despesa de la renda que s'ha generat com a conseqüència dels impactes directes i indirectes. És a dir, la indústria creuerística directament i indirectament provoca un increment de la renda en les economies domèstiques a través de la creació de llocs de treball (i per tant, els sous), que es tradueixen en una major despesa privada, iniciant-se així un nou cicle d'efectes.

A més, a l'hora de calcular l'impacte econòmic del turisme de creuers s'han de tenir en compte els següents factors (Luna, 2012):

- La despesa per creuerista és més gran en els ports base que en els ports d'escala.
- La despesa dels creueristes i la tripulació està concentrada prop del port, mentre que la despesa de la naviliera està més dispersa geogràficament.
- El concepte de creuer com a ressort implica un major interès de les navilieres a incrementar el temps dels creueristes a bord, en detriment de l'estada a terra i per tant la reducció del consum a la destinació. De vegades, existeix certa competència entre destinacions i navilieres, ja que el vaixell ja és una destinació en sí. A més, en cas dels països en vies de desenvolupament, tot i que el turisme de creuers genera una transferència de rendes a la destinació, de vegades bona part dels beneficis obtinguts acaben tornant cap a les economies dels països desenvolupats, ja que gran part de les

multinacionals (cadena hotelera, tur operadors, navilieres) són empreses de països desenvolupats (Hernández, 2008).

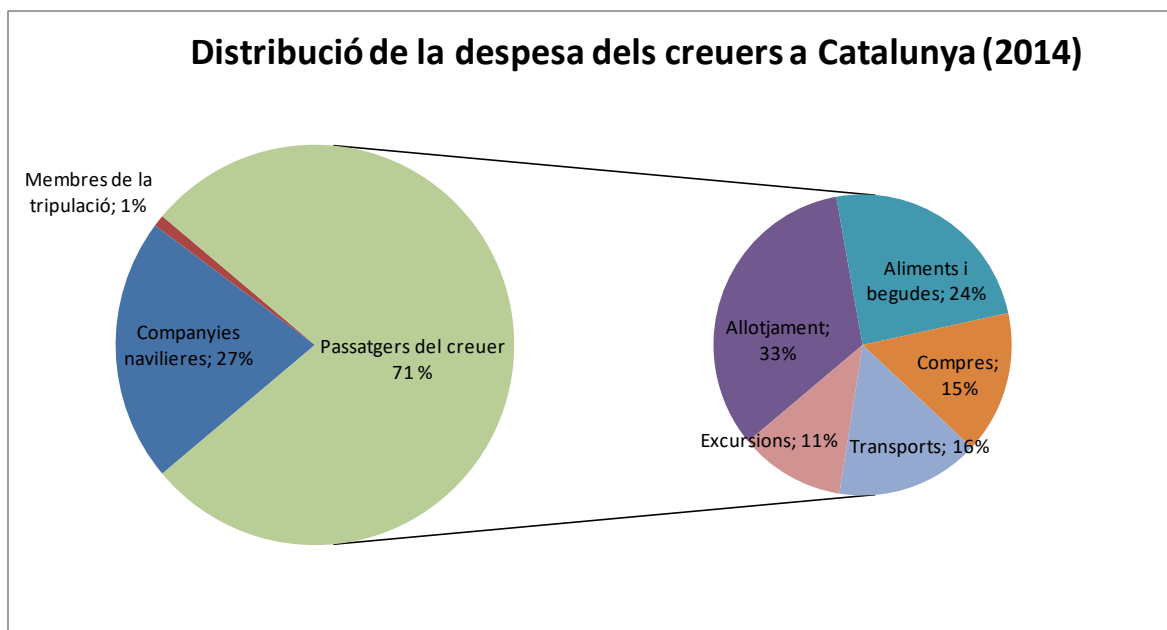
Com s'ha comentat anteriorment hi ha pocs estudis que valorin els impactes econòmics de la indústria creuerística. Tot i així, CLIA va estimar que la contribució econòmica global de la indústria creuerística al 2014 va ser de 112.7 milions d'euros, amb 939.232 llocs de treball a temps complet. A nivell europeu, la indústria creuerística hauria donat 40.2 milions d'euros i 350.000 llocs de treball (CLIA, 2015.) Aquestes xifres poden extrapolar-se a Espanya i permeten observar que el volum de negoci ascendeix a 1.200 milions d'euros, procurant un total de 25.000 llocs de treball, tenint en compte que la facturació dels ports espanyols en concepte de taxes de passatge va ascendir al 2014 a prop de 20 milions d'euros. (De los Reyes, 2014).

A nivell català, un estudi dels impactes econòmics de la indústria creuerística al port de Barcelona realitzat per Esther Vayá et altri, mostra una estimació dels impactes d'aquesta indústria en l'economia catalana. Aquest estudi apunta que l'any 2014 els guanys directes provinents de la indústria creuerística van ser de 442,4 milions d'euros. En quant a ocupació, no es tenen dades a nivell català però s'estima que l'activitat creuerística de Barcelona ha generat 4.026 llocs de treball a temps complet. La distribució sectorial de l'impacte directe es caracteritza per una notable concentració en uns pocs sectors. Per exemple, en termes d'ocupació, el 87% de tots els llocs de treball generats per l'activitat creuerística es concentren en només cinc sectors: el d'allotjament, el de venda minorista, el de serveis de càtering, transport terrestre i activitats d'oci.

Dels ingressos directes citats anteriorment el 71,4% va provenir de la despesa dels turistes, el 27,4% de la despesa de les companyies navilieres i el 1,2% de la despesa dels membres de la tripulació. Pel que fa a la despesa per turista, hi ha una distinció entre els turistes que només passen unes hores a Barcelona i els que hi passen tota una nit. Mentre que els primers fan una despesa mitjana de 200€ per persona els segons gasten de mitjana 53.3 €. Aquesta diferència posa de manifest la importància d'una ciutat com a port base, degut al fet que els passatgers de creuers que embarquen i desembarquen tenen despeses addicionals, en termes d'ús d'enllaços aeris, ferrocarril o transport per carretera per arribar a la seva destinació, així com una major despesa durant el pre i post creuer: allotjament, restauració i consum d'ofertes complementàries. En total, la despesa directa provinent dels passatgers va ser de 315.8 milions d'euros, provinents en primer lloc de la despesa en allotjament i restauració (58%) i seguit per les compres (14,4%), transport (15,5%) i excursions (11,4%).

En quant a les despeses de les companyies navilieres a Catalunya van ser de 121.2 milions d'euros, que provenen en primer lloc de serveis d'aprovisionament i subministrament de combustible.

Gràfic 4. Distribució de la despesa dels a Catalunya, 2014



Font: elaboració pròpia a partir de *Economic Impact of Cruise Activity: The Port of Barcelona*

Respecte els impactes indirectes, segons l'estudi citat anteriorment s'estima que al 2014 la indústria creuerística del port de Barcelona va generar una facturació addicional a Catalunya (directa i induïda) 353,5 milions d'euros i un total de 2.733 llocs de treball a temps complet. Si comparem els resultats dels impactes directes i els indirectes podem concloure que per cada 100 € de despesa indirecta en l'activitat de creuers en el port de Barcelona es van generar 80 € de facturació addicional de forma directa i induïda, mostrant doncs la importància dels efectes multiplicadors en la indústria creuerística del port de Barcelona.

8. Perfil dels creueristes

Segons un estudi de CLIA, el 2008 el 55% dels creueristes en el mercat mundial són d'Estats Units i Canadà. Els passatgers europeus representen el 29% del total, i provenen en primer lloc d'Alemanya i Gran Bretanya, seguit d'Itàlia, França i Espanya. El 16% restant està repartit entre països com Austràlia, Xina, Singapur, Japó i Amèrica del sud. A l'Àsia en els últims anys el turisme de creuers està creixent de manera vertiginosa, tant en capacitat com en mercat emissor de creuers (Vargas, 2018).

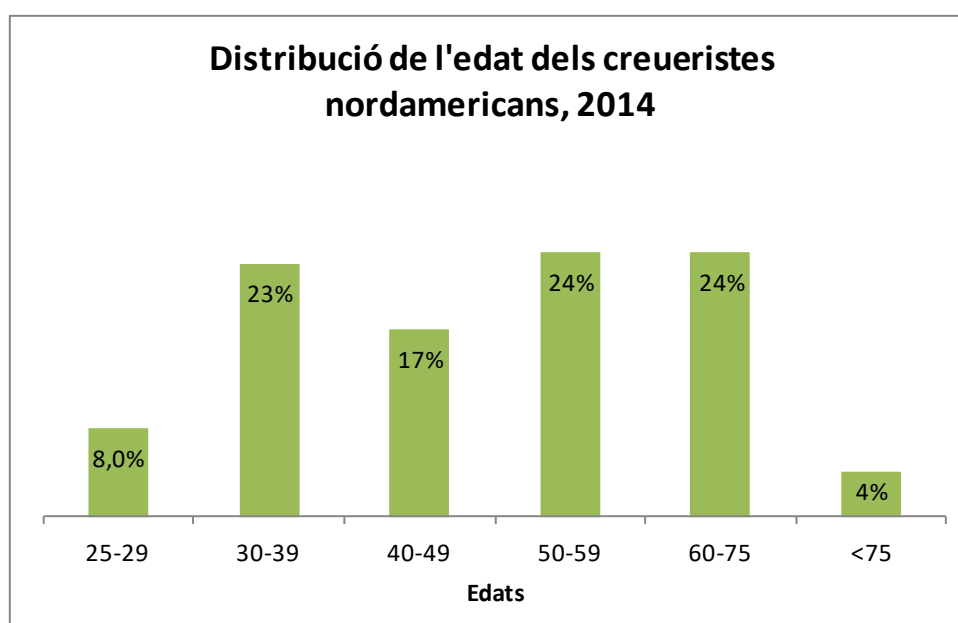
En quant a les característiques globals dels creueristes, és molt difícil determinar-les ja que és complicat marcar les pautes de consum d'un conjunt de persones provinents d'àrees tant diverses. De fet, és molt difícil trobar un estudi global que examini el perfil dels creueristes. Els estudis més detallats sobre el perfil dels creueristes s'han centrat

sobretot en analitzar àrees on el turisme de creuers té una major demanda. L'estudi més recent i exhaustiu que s'ha fet ha sigut un anàlisi del perfil de creueristes nord americà, elaborat per la CLIA l'any 2014, que examina les característiques dels creueristes d'EEUU i Canadà. Degut a la impossibilitat de trobar estudis similars a nivell global ni mediterrani, en el treball es descriu el perfil nord-americà.

Segons l'estudi de CLIA de 2014, els creueristes nord-americans venen de tot l'espectre d'edats. En mitjana tenen 49 anys d'edat. Tot i així, tal com podem observar en el gràfic 5, gairebé una quarta part dels creueristes està entre els rangs d'edat d'entre 30 i 39 anys, 50 i 59 anys i 60 i 75 anys.

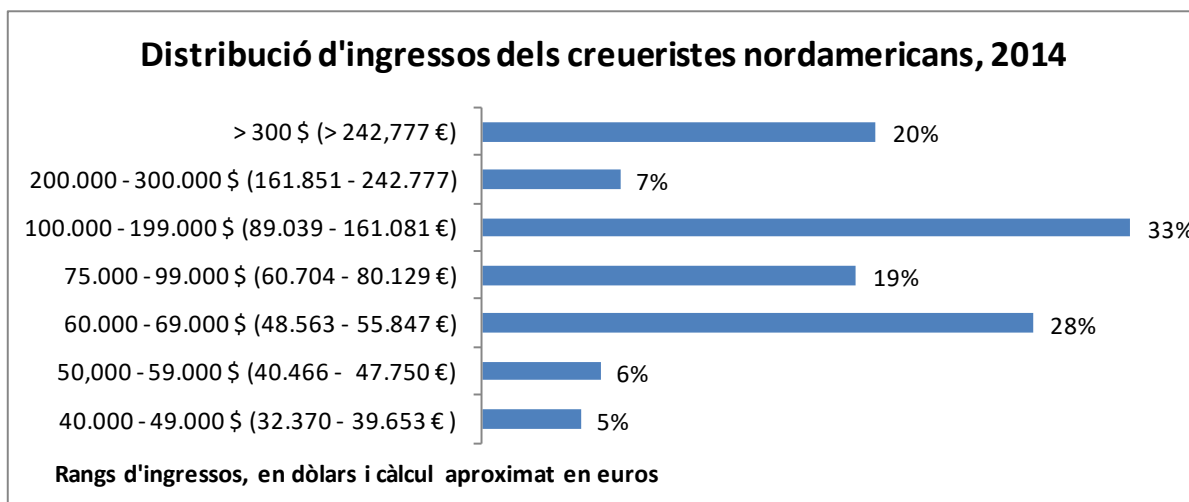
La dinàmica d'edat dels creueristes ha canviat molt en els últims anys; als anys setanta la mitjana d'edat era superior als 65 anys i els creuers estaven destinats principalment a un públic d'edat avançada (Dowling i Weede, 2017). La mitjana d'edat ha baixat considerablement i al 2014 podem trobar creueristes rangs d'edat molt diversos.

Gràfic 5. Distribució de l'edat dels creueristes nordamericans, 2014



Font: elaboració pròpia a partir de dades de CLIA, 2014

Respecte el nivell d'ingressos, segons dades de CLIA al 2014 la mitjana d'ingressos a la llar per creueristes era de 114.000 \$, equivalent a aproximadament 92.262 €. Tal com podem observar en el gràfic 6, un 33% dels creueristes guanya entre 100.000 i 199.000\$ (aproximadament entre 89.039 i 161.081 €), significat doncs que en mitjana els creueristes tenen un nivell econòmic mitjà - alt.

Gràfic 6. Distribució d'ingressos a la llar dels creueristes nordamericans, 2014

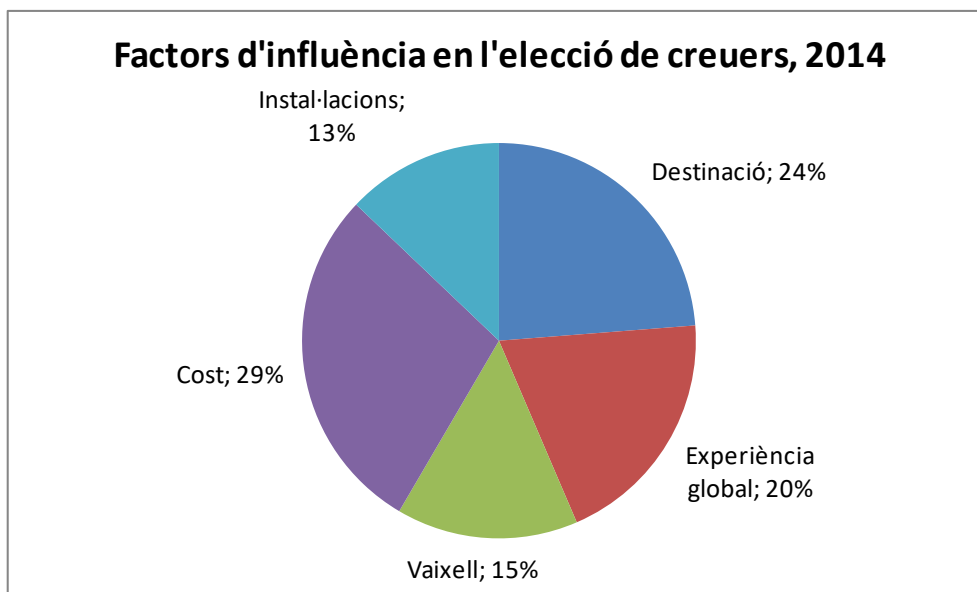
Font: elaboració pròpia a partir de dades de CLIA, 2014

Es calcula que el 72 % dels turistes de creuers són treballadors en actiu mentre que un 21% estan jubilats. Aquestes dades mostren que les tendències han canviat ja que als anys setanta els creuers estaven fonamentalment destinats a jubilats (Dowling, i Weeden, 2017).

Una altra característica demogràfica important dels creueristes americans és el fet que el 69% tinguin estudis universitaris. A més, un 84% estan casats.

En quant als grups de viatge, el 26% dels creueristes viatgen únicament amb la seva parella. Si tenim en compte els turistes que viatgen amb la seva parella indiferentment de si és únicament amb ella o juntament també amb altres persones, trobem que són un 80% dels creueristes. Un 27% dels turistes viatja amb els seus fills menors de 18 anys i un 10% amb fills majors de 18 anys. Els creueristes que viatgen amb amics representen un 17% del total.

En quant a les motivacions per la selecció de creuers, tal com es mostra en el gràfic 7, els creueristes nord-americans es fixen especialment en el cost i en la destinació a l'hora d'elegir el creuer.

Gràfic 7. Factors d'influència en l'elecció de creuers, 2014

Font: elaboració pròpia a partir de CLIA, 2014

A nivell espanyol, es compta en un estudi de satisfacció de creueristes realitzat per Infocruceros el 2014. Tot i no ser tant detallat i exhaustiu, ens permet observar les característiques bàsiques dels creueristes espanyols. (Gonzalez, 2014)

Segons l'estudi d'Infocruceros el perfil socio-demogràfic del creuerista espanyol respon a un ciutadà d'una mitjana d'edat de 46 anys, xifra que ha anat disminuint al llarg dels anys paral·lelament a la tendència global. El 40,62% dels creueristes espanyols viatge en parella sense fills, mentre que un 21,72% viatja amb nens. Un 20,45% viatgen en grup familiar, un 15,37 % en grup d'amics i només un 1,83% viatgen sols.

En quant a la despesa, el 45% dels creueristes espanyols ha pagat per creuer entre 500 i 1000 €, un 41% ha pagat entre 1000 i 2000 €, un 5,5 % més de 2000 € i un 7,7 % menys de 500 € per creuer. La despesa mitjana en excursions és de 341,52 € per persona, mentre que a bord la despesa mitjana per passatger es de 299,07 €. S'observa que els passatgers que més paguen pel creuer també són els que més gasten a bord i en excursions.

La destinació preferida dels creueristes espanyols és el mediterrani occidental (44,99%), seguit del mediterrani oriental (22,99%), i amb molta diferència els fiords noruecs (8,32%), el Bàltic (7,76%) i el Carib (3,24%)

En referència a les seves motivacions, les principals són les destinacions a visitar (33,57), seguit per la relació qualitat/preu (24,82%) i les instal·lacions del creuer (20,31).

La taula 3 és tracta d'un quadre resum amb les característiques bàsiques del perfil del creuerista nord-americà i espanyol. L'anàlisi del perfil del creuerista espanyol no és tant exhaustiu com el nord-americà i per tant no respon a tota la informació.

Taula 3. Quadre resum del perfil del creuerista

	NORD AMERICÀ	ESPANYOL
Edat mitjana	49 anys	46 anys
Promig d'ingressos a la llar	114.000\$ (aprox 92.262 €)	-
Activitat laboral		
Treballador en actiu	72%	-
Jubilat	21%	-
No treballa	7%	-
Educació universitària	69%	-
Composició grup		
Viatge amb parella	26 %	40.62 %
Viatge amb nens	37%	21.72 %
Amics	17%	15.37 %
Altres familiars	19%	20.45%
Factors que influencien la selecció del creuer	Cost i destinació	Destinació i relació qualitat preu

Font: elaboració pròpia a partir de CLIA i Infocruceros

9. Tendències del turisme de creuers

A continuació es presentaran les tendències del turisme a creuers a nivell genèric i global.

El producte creuer s'ha anat adaptant a les tendències de la nova societat de consum, als gustos dels seus potencials clients, a l'accés d'aquest tipus de turisme a àmplies capes de la població mundial i a la posada en marxa de polítiques estratègiques de

comercialització (De los Reyes i Ruiz, 2015). A continuació es presentaran les tendències del turisme de creuers a nivell genèric i global, tant a nivell d'oferta com de demanda.

En relació a les característiques de la oferta les tendències són les següents:

- Adaptació i millora del producte de creuer. Degut al fet que el públic cada vegada és més exigent i diversificat es fa un esforç constant d'innovació i millora, amb l'objectiu final d'oferir un producte competitiu. Aquesta esforç de millora es fa tant dels serveis que presten els vaixells, com dels itineraris que busquen les navilieres, que cada vegada són més variats. A la vegada, les destinacions també s'esforcen en fer que la transició del vaixell a la destinació sigui *seamless* (el més senzilla possible pel creuerista) i en oferir una experiència agradable en poc temps, dins d'un marc que maximitzi la despesa local dels creuersites (OMT, 2008).
- Cada vegada es construeixen i exploten creuers més grans. La mida dels vaixells és cada vegada més gran amb l'objectiu de fer més rentable el negoci, al aconseguir uns costos menors per l'aplicació de les economies d'escala. A la vegada també serveix per poder mantenir els increments de demanda i facilitar l'ampli accés del producte creuer a segments de la societat amb poder adquisitiu mitjà i mitjà alt.

Tot i així, a la vegada també s'ha produït una tendència a oferir productes d'alt *standing*, en naus de mida menor per les classes socials que disposen d'alts ingressos i gustos més selectes. El nombre de creuers de luxe, amb menor capacitat i recorreguts únics ha crescut, alhora que també es manté la demanda de camarots de categories superiors, amb serveis *Premium*, en creuers convencionals (CLIA, 2015).

- Tendència del mercat creuerístic a intentar que els passatgers utilitzin en gran mesura els serveis que presta el creuer per satisfer les seves necessitats d'oci, promovent així la despesa del turista a bord o en els entorns de terra associats a les grans navilieres. Aquest concepte rep el nom de "macdonalització dels creuers" (Weaver, 2005).
- La diversificació de la oferta de creuers. Les navilieres de mercats fan un gran esforç en satisfer els gustos i les preferències del mercat; mitjançant estudis de mercat tracten d'apropar-se al consumidor dels diferents països.

Cada vegada hi ha més creueristes que busquen experiències alternatives a bord, fer turisme a terra i excursions que fomentin els esports d'aventura, etc. És per això que les navilieres dissenyen itineraris més exclusius i exòtics, així com noves embarcacions que satisfacin les necessitats dels turistes.

En relació a la demanda destaquen les següents tendències:

- S'està produint una atomització de la demanda turística, és a dir, a mesura que creix la demanda turística de creuers hi ha més segmentació de la indústria en torn a les modalitats de creuers (luxe, Premium, Contemporary...).
- Fort creixement sostingut de la demanda global i en especial de la demanda europea, que és la que presenta a curt termini les majors taxes potencials de creixement. Segons l'Informe de Contribució Econòmica de 2015 de CLIA, en torn de 6.4 milions de residents europeus van reservar un creuer al 2014, un 0.5 % més que l'any anterior.
- El turisme de creuers també mostra un important creixement en zones emergents, i en concret a l'Àsia. A la regió de l'Àsia del Pacífic es va aconseguir un creixement del 90% durant el període 2001-2004 (OMT, 2008).

En general, es pot dir que aquestes tendències posen de manifest la capacitat d'adaptació de la indústria dels creuers a les necessitats dels consumidors, i el seu esforç constant per oferir un producte adequat per a cada tipus de passatger. (De los Reyes i Ruiz, 2015).



PART III. EL CAS DE TARRAGONA

10. El turisme de creuers a Tarragona

10.1. L'activitat de creuers al port de Tarragona

El port de Tarragona és un port pesquer, comercial, de passatgers i esportiu. És un dels ports marítims més importants de la costa mediterrània, amb un volum de mercaderies que s'aproxima als 35 milions de tones anuals i uns tràfics molt diversificats. Es tracta d'un Port d'Interès General, és a dir, d'un port de titularitat estatal gestionat per l'Autoritat Portuària de Tarragona.

Segons l'Autoritat Portuària de Tarragona gran part de l'activitat del port està relacionada amb el transport industrial de productes químics. De fet és un punt clau per la indústria química del Camp de Tarragona ja que compta amb un pantalà, que és una plataforma per on els vaixells carregats de cru de petroli i altres derivats desembarquen o carreguen els productes. L'any 2017 els tràfics amb més bones xifres van ser els productes energètics –destacant el cru de petroli–, els vehicles i les seves peces, la pasta de paper i el sector siderometal·lúrgic.

El port es troba en una situació estratègica en el Mediterrani. Està situat a uns cinquanta minuts de Barcelona i té bones comunicacions marítimes, ferroviàries i aèries que converteixen el territori en una regió privilegiada al corredor del Mediterrani i en un enclavament estratègic en l'arc del nord-oest europeu.

Concretament el port està situat a deu minuts del centre de Tarragona. Està connectat a una xarxa viària que l'uneix a la resta de ciutats catalanes, espanyoles i europees, incloent autopistes i autovies com la del Mediterrani i la del Nord. En quant a aeroports, el port es troba a deu minuts en cotxe de l'aeroport de Reus, a només quaranta-cinc minuts de l'aeroport del Prat, un dels més importants internacionalment, i a dos hores de l'aeroport de Girona. A nivell ferroviari el port es troba a menys de deu minuts de l'estació de tren de la ciutat, i a quinze minuts de l'estació de tren d'alta velocitat Camp de Tarragona. A més, s'està preparant per l'arribada de l'ample europeu i ha implementat diversos trams ferroviaris que disposen d'aquestes característiques en el conjunt de les seves instal·lacions amb l'objectiu que el port es posicioni com a nus estratègic entre el Corredor del Mediterrani i el Corredor Central.

Al port de Tarragona l'activitat dels creuers tradicionalment havia estat minoritària i tot i que hi havia hagut creuers no existia una estratègia planificada de captació, sinó que el port es limitava a atendre les peticions si algun vaixell s'interessava en la ciutat. En els últims anys però ha sorgit interès en el desenvolupament del turisme de creuers. Tarragona i la Costa Daurada són considerades destinacions turístiques madures de primer nivell, i reben més de cinc milions de turistes anuals. Destaquen per haver

desenvolupat un model turístic exclusiu i familiar basat en la qualitat de les seves costes, la qualitat de la gastronomia i el clima benigne. És per això que s'ha considerat la possibilitat que Tarragona entrés en el món competitiu del turisme de creuers, actuant com a alternativa per als milions de passatgers que anualment participen en creuers del Mediterrani cap a destinacions ja conegudes i en molts casos saturades.

Segons l'entrevista realitzada Jordi Sendra, el Cruise Operations Manager del port de Tarragona, va ser concretament l'any 2011 que amb l'arribada de Josep Andreu com a president del port es va apostar clarament per al turisme de creuers i es va desenvolupar una estratègia comercial. Aquesta aposta va venir deguda al fet que la presidència del port era conscient de la gran oferta turística tant de la ciutat de Tarragona, com de tot el seu entorn.

Segons Sendra, per part de l'equip de presidència hi havia una consciència clara que el territori que envolta Tarragona té uns actius magnífics que s'havien de posar en valor, i per tant Tarragona no podia passar desapercebuda pel món del creuerisme. Així doncs, més que una aposta purament industrial pel port de Tarragona es va tractar d'una aposta política. L'objectiu d'aquesta aposta va ser bàsicament ajudar a la ciutat i al territori. Aquesta estratègia comercial no tenia com a propòsit principal el negoci del port, ja que aquest no és el principal beneficiari, sinó més aviat donar un retorn al territori i a la ciutat, per les problemàtiques que el fet de tenir un port comercial pugui suposar.

Des de la presidència es va assentar a tots els agents del territori per conèixer l'interès que tenien en l'aposta i perquè s'involucressin clarament en un projecte per portar creuers, que pogués crear una economia i que posés en valor el patrimoni del territori. Des d'aquell moment es va crear el que Sendra anomena una *Taula institucional de creuers*, que és un equip de treball liderat pel port de Tarragona en el qual participen diferents institucions implicades amb l'arribada i consolidació del sector turístic dels creuers. Aquestes institucions són:

- El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.
- El Patronat Municipal de Turisme de Tarragona
- L'Ajuntament de Reus
- La Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Tarragona
- La Facultat de Geografia i Turisme de la URV
- La Federació Empresarial de Turisme de Tarragona (FEHT)
- Port Aventura World Parks & Resort

Des de la taula institucional de creuers es marquen les estratègies de compromís de cadascú i s'estableixen vincles de col·laboració entre totes les institucions ja que l'objectiu final és aconseguir un benefici pel territori.

Des del port és considera que és molt important l'involucració de les institucions i les administracions territorials i se'ls intenta fer veure que l'augment dels creuers a Tarragona és una bona oportunitat per la ciutat. Segons Sendra si les administracions del territori no s'involucren no serveix de res tenir creuers a la ciutat.

A més, amb l'objectiu de convertir-se en una destinació regular de turisme de creuers el 2014 es va crear la marca Tarragona Cruise Port Costa Daurada. Concretament el març de 2014 es va presentar aquesta marca a la fira internacional Seatraise Cruise Global de Miami davant dels principals agents turístics internacionals.

II-lustració 2. Logotip de la marca Tarragona Cruise Port Costa Daurada



Font: Tarragona Cruise Port

Tarragona Cruise Port Costa Daurada és doncs fruit d'una estratègia comercial que pretén convertir el port de Tarragona en un port de referència en el sector de creuers. Per aconseguir aquest objectiu la marca ha de promocionar el territori i posicionar el destí creuerístic de Tarragona com una alternativa sòlida al Mediterrani.

Els esforços de Tarragona Cruise Port Costa Daurada es centren en promocionar les instal·lacions portuàries i en sumar el suport de totes les administracions territorials. Les prioritats bàsiques del port en quant a creuers són poder oferir un servei i qualitat òptims en les necessitats que tinguin les companyies de creuers i poder desenvolupar-se com a port base o *homeport*.

A més, com a part de l'estratègia comercial, segons Sendra el port de Tarragona està representat a totes les fires mundials de creuers entre les quals les més importants són el Seatrade Cruise Global que se celebra anualment a Miami, i la reunió de l'assemblea general de Medcruise, que és l'Associació de Ciutats Portuàries de Creuers al Mediterrani.

Amb l'objectiu de sumar esforços l'any 2016 des de la conselleria de comerç es va elaborar un Pla d'Acció per crear la Zona d'Acolliment de Creueristes (ZAC). El ZAC es

tracta d'un seguit d'accions per aconseguir una major satisfacció dels creueristes, com ara el compromís explícit d'obrir els comerços al migdia o en festius quan hi hagi creueristes, d'orientar l'oferta comercial i de comunicació a aquests turistes, d'un etiquetatge en anglès juntament amb personal amb idiomes, etc. Es tracta d'una aposta estratègica en la qual s'hi poden sumar associacions tant de comerciants com de restauradors així com també la Cambra de Comerç de Tarragona. De moment la ZAC s'ha plantejat en tres àrees de Tarragona que són la Part Alta, la zona de les Rambles i els voltants del mercat central. (Ferrando, 2016).

De cara a la temporada de 2017 a més, el Patronat Municipal de Turisme i el port de Tarragona han posat en marxa un nou Programa Integral per a la Recepció de Creuers (PIRC) (Ajuntament de Tarragona, 2017). Aquest programa busca la satisfacció de les navilieres i dels creueristes en la seva acollida i experiència, i s'anirà adaptant en funció dels resultats. De moment el programa inclou el següent:

- Un punt d'atenció amb informadors turístics a l'arribada dels creuers. Segons Sendra, cada vegada que arriba un creuer al port des del Patronat de Turisme de Tarragona es faciliten uns informadors turístics que es posen a peu de vaixell, o fins i tot de vegades es desplacen a dalt del mateix creuer, i proporcionen informació als creueristes abans de pujar al shuttle, tant de la mateixa ciutat com d'altres punts d'interès del territori.
- Material informatiu. Els informadors turístics reparteixen tríptics i material informatiu, com per exemple una guia de la ciutat, un plànol de monuments i un plànol de comerç.
- Agenda d'esdeveniments culturals i festius que coincideixen amb l'arribada, sortida o escala de creuers.
- Dues aplicacions pel mòbil gratuïtes per visitar Tarragona; una de realitat virtual de Tarraco i l'altra amb quatre rutes temàtiques adaptada a turistes amb diversitats funcionals.
- Servei de transport des del creuer fins al centre de la ciutat. Es tracta d'un bus que transporta els passatgers del dic on es troba el creuer fins a la ciutat i viceversa.
- Visites guiades als recintes patrimonials a través de les empreses de guies de la ciutat. Aquest servei el solen fer empreses de guies turístics independents del Patronat de Turisme.

Els creuersites també es podran beneficiar d'activitats culturals organitzades a la ciutat com ara el festival de recreació històrica *Tarragona Història Viva* en que durant els mesos

d'estiu cada dissabte es fan recreacions històriques a l'Amfiteatre, o dels assajos de les colles castelleres.

A més, Sendra informa que moltes vegades com a complement pels creueristes la taula institucional de creuers també contracta a entitats de la ciutat com els Xiquets del Serrallo perquè facin pilars als creueristes com a acomiadament de la ciutat. Si el creuer marxa de nit també poden contractar als Diables Voramar del Serrallo perquè facin una actuació. Segons el Cruise Operation Manager, aquestes actuacions agraden molt als crueristes.

En quant a les infraestructures, el port de Tarragona compta amb dos zones d'atrancament per a creuers, que són el Marina Port Tarraco i el dic de Llevant. En la il·lustració 3 podrem veure la situació d'aquestes zones dins del port de Tarragona.

Il·lustració 3. Ubicació de les terminals per a creuers al port de Tarragona



Font: elaboració pròpia a partir de dades i imatge de Tarragona Cruise Port

El Marina Port Tarraco és una zona d'atrancament de creuers per embarcacions de menor dimensió que es troba just davant del passeig del Moll de la costa, de manera que té una connexió directa amb la ciutat. La longitud d'aquest moll és de 350 metres, té un calat o profunditat de 8 metres i els creuers que hi entrin han de tenir una dimensió màxima de 140 metres, fet que fa que només hi puguin entrar els creuers més petits.

II-lustració 4. Marina Port Tarraco



Font: Tarragona Cruise Port

El dic de Llevant es tracta d'una moll exclusiu pel tràfic de creuers, en el que poden atracar simultàniament dos creuers. La seva longitud és de 707 metres, té un calat de 19 metres i no té límit màxim de mides de creuers ni d'ample ni de llarg. Així doncs, en aquest dic és on hi desembarquen els creuers més grans, però es troba més lluny de la ciutat de Tarragona i és per això que es requereix un shuttle que transporti els passatgers fins la ciutat de Tarragona –una petita part dels passatgers fa el trajecte a peu, però aquest dura més de una hora–.

Al dic de Llevant s'hi troba l'estació marítima de creuers, que té unes instal·lacions compostes per una zona de recepció adaptada per a minusvàlids, accés a Internet i dos sales d'espera. A més, hi ha la possibilitat d'adaptar l'espai amb serveis per de restauració (Tarragona Cruise Port).

II-lustració 5. Dic de Llevant



Font: Tarragona Cruise Port

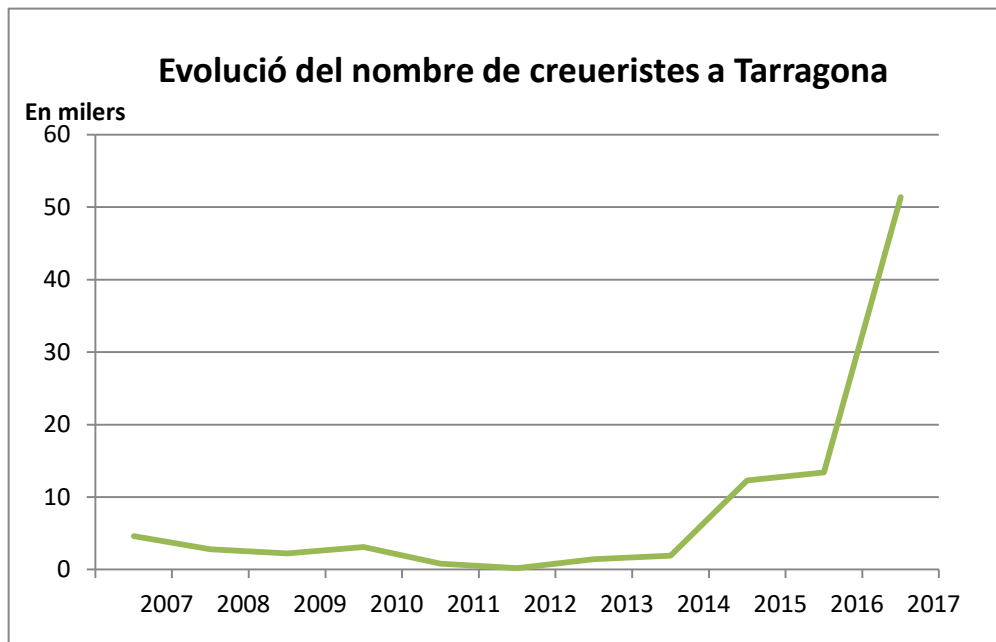
A més, segons Sendra, degut al creixement de la demanda de creuers es té previst fer una inversió a més llarg termini per a poder fer una terminal més gran, amb capacitat de més vaixells i més comoditats. Aquest projecte té previst construir-se al Moll dels Prats,

aprofitant les obres que s'han de fer igualment pel port industrial. Aquest dic es troba davant del pantalà de Repsol i molt a prop de la platja de la Pineda i el Port Aventura.

10.2. Evolució del turisme de creuers al port de Tarragona

A continuació el gràfic 8 mostra l'evolució del nombre de creueristes durant els últims deu anys. Les taules 4 i 5 mostren l'evolució en els últims deu anys del nombre de creueristes i del nombre de creuers respectivament. En les taules es mostra l'evolució tant del cas de Tarragona com del cas de Barcelona per a fer una comparativa. També mostra la variació interanual i la variació total assolida durant els deu anys.

Gràfic 8. Evolució del nombre de creueristes a Tarragona



Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya

Tal com podem observar del 2007 al 2017 l'augment del nombre de creueristes al port de Tarragona ha estat molt important, arribant a un creixement del 1017 % en només deu anys, passant de 4.369 passatgers de creuers al 2007 a 51.394 al 2017. Aquest augment es deu en part a les crescudes experimentades en els últims anys; l'any 2015 el creixement interanual va ser del 547% i l'any 2017 del 284%.

Taula 4. Evolució del nombre de creueristes a Barcelona i Tarragona

EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE CREUERISTES A BARCELONA I TARRAGONA											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Barcelona											
Creueristes (en milers)	1765,8	2074,6	2151,5	2344,9	2642,5	2408,6	2599,2	2364,3	2540,30	2683,60	2717,70
Variació interanual		17,5%	3,7%	9,0%	12,7%	-8,9%	7,9%	-9,0%	7,4%	5,6%	1,3%
Variació total	53,9%										
Tarragona											
Creueristes (en milers)	4,6	2,8	2,2	3,1	0,8	0,2	1,4	1,9	12,3	13,4	51,4
Variació interanual		-39,1%	-21,4%	40,9%	-74,2%	-75,0%	600,0%	35,7%	547,4%	8,9%	283,6%
Variació total	1017%										

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya

Si comparem les xifres amb les del port de Barcelona, tot i que les xifres del port de Tarragona són molt petites, el port tarragoní experimenta un creixement molt més elevat. El port de Barcelona ha experimentat un creixement del nombre de creueristes del 53.9% durant els últims 15 anys, i d'un 1.3% el darrer any.

A nivell espanyol i concretament els ports de titularitat estatal també han crescut a un ritme menys accelerat que en el cas de Tarragona. El nombre de passatgers total del 2007 va ser de 5.033.907 passant a 9.274.200 el 2017, suposant doncs un augment del 84% (Puertos del Estado).

Taula 5. Evolució del nombre de creuers a Barcelona i Tarragona

EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE CREUERS A BARCELONA I TARRAGONA											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Barcelona											
Nº creuers	820	889	796	850	880	773	837	756	750	758	775
Variació interanual		8,4%	-10,5%	6,8%	3,5%	-12,2%	8,3%	-9,7%	-0,8%	1,1%	2,2%
Variació total	-5%										
Tarragona											
Nº creuers	17	14	11	2	1	1	3	2	8	22	37
Variació interanual		-18%	-21%	-82%	-50%	0%	200%	-33%	300%	175%	68%
Variació total	118%										

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya

El nombre de creuers, de la mateixa manera que el nombre de passatgers, també ha crescut de forma vertiginosa en els últims anys a Tarragona. El creixement total ha sigut del 118%, de manera que ha sigut molt superior que en el cas de Barcelona que s'ha produït un descens del 5% o que a nivell espanyol en que ha crescut un 22%. El creixement en nombre de creuers ha estat especialment important en els dos darrers anys, en que es passa de 8 a 37 embarcacions.

Si comparem la ràtio de creueristes per embarcació en els últims anys podem observar que en el cas de Tarragona el nombre de passatgers per creuer és molt més petit que en el cas de Barcelona. Al 2017 a Tarragona hi van haver 51.394 creueristes i 37 creuers, cosa que significa que de mitja cada creuer transporta 1.389 creueristes. En el cas de Barcelona, la mitja és de 3.506 creueristes per embarcació.

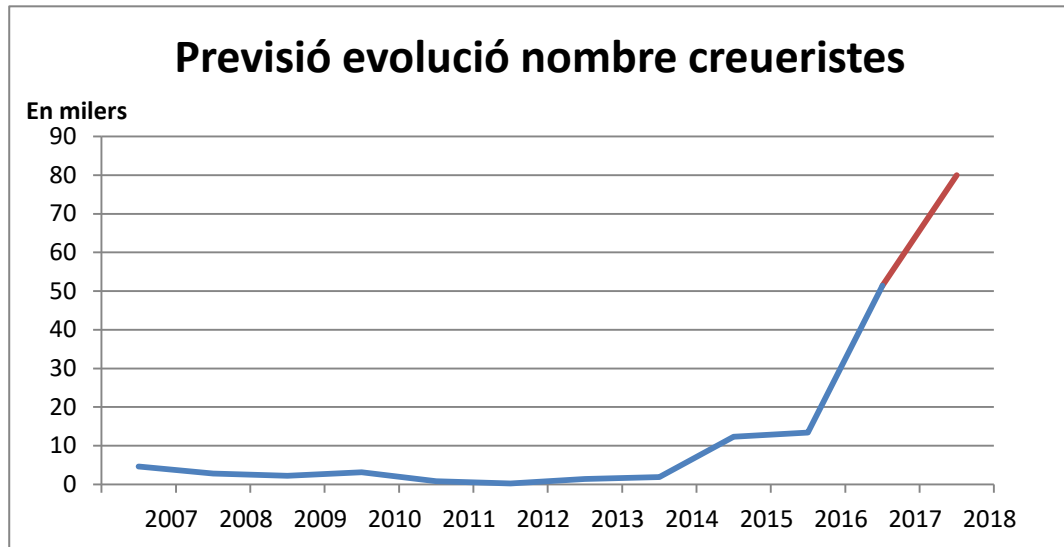
L'any 2017 el port de Tarragona va tancar la temporada creuerística amb xifres rècord. El total de creueristes va ser de 51.394, cosa que ha suposat un increment del 283.6% respecte la temporada anterior. Pel que fa al nombre de creuers, amb un total de 37 embarcacions la temporada 2017 ha suposat un augment del 64% respecte el 2016, en que n'hi van haver 22. Amb aquestes xifres, Tarragona es consolida com a segona destinació de turisme de creuers de Catalunya, per darrere de Barcelona.

Aquest ascens es deu principalment a la nova operativa de la companyia Costa Cruceros, que ha situat Tarragona com a port base d'una de les seves rutes per la Mediterrània. (Agència Catalana de Notícies, 2017).

Cal destacar que els resultats del 2017 han superat les expectatives previstes abans d'iniciar la temporada, que eren d'uns 40.000 passatgers. El nombre de vaixells, tot i així, ha sigut menor al que es preveia. Havien de ser 40 i finalment han estat 37, ja que segons el president de l'Autoritat Portuària, Josep Andreu, alguns creuers es cancel·len al no arribar al mínim de reserves (Indicador de Economia).

En quant a les previsions per a l'any 2018, les xifres se situen en 55 creuers, que suposarien un increment del 49% respecte al 2017, i 80.000 passatgers, que significaria un augment del 56%. El gràfic 9 mostra l'evolució del nombre de creueristes dels últims anys juntament amb la previsió pel 2018.

Aquest increment és degut sobretot al fet que la naviliera Costa Cruceros, que té Tarragona com a port base, ha canviat el seu creuer Costa neoRiviera, que té capacitat per a 1.727 passatgers pel creuer Costa Victoria, amb capacitat de fins a 2.394 passatgers. Més del 60% del passatge previst per aquest 2018 –unes 50.000 places– correspondrà a Costa Cruceros. Aquesta novetat suposarà un increment important del nombre de passatgers que arribaran al port de Tarragona (Van Der Meulen, 2017).

Gràfic 9. Previsió de l'evolució del nombre de creueristes

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya i del diari Ara

En l'entrevista realitzada a Jordi Sendra aquest ens explica que en els pròxims anys des del port es preveu que el turisme de creuers a Tarragona continuï creixent. Segons Sendra si tot va com està previst s'intentarà fregar o fins i tot sobrepassar els 100.000 creueristes l'any 2019. Això suposaria un augment del 25% respecte l'any 2018.

10.3. Tipus d'operacions

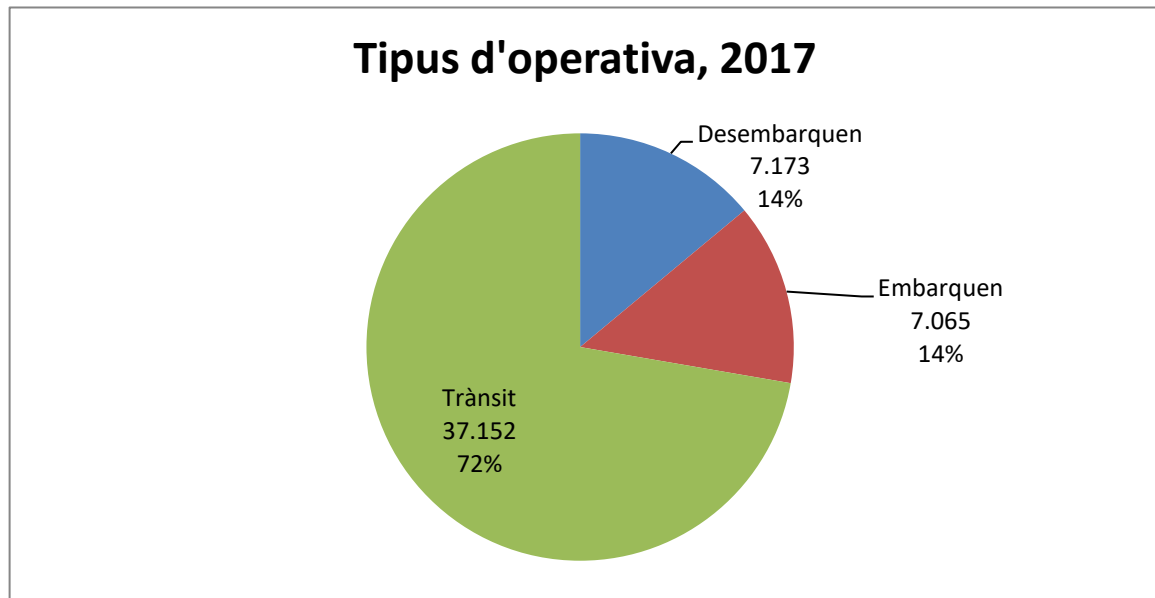
La temporada 2017 el port de Tarragona s'ha estrenat com a port base de creuers. Aquesta oferta ha estat impulsada per la companyia Costa Cruceros, que va escollir la ciutat com a port base d'un dels seus itineraris per la Mediterrània. Segons Josep Andreu, president del port de Tarragona, un dels factors que explica que Costa Cruceros decideixi que Tarragona sigui punt de partida i arribada d'un creuer setmanal és el fet que el parc temàtic Ferrari Land hagués obert portes l'abril de 2017 a Salou (Lahoz, 2016).

Així doncs, entre del 2 de juny i el 22 de setembre de 2017 un vaixell de la companyia, el neoRiviera, va realitzar 17 operacions amb sortida i arribada a Tarragona. El neoRiviera es un vaixell amb 8 cobertes, 624 cabines i capacitat 1.670 passatgers, que són atesos per 568 membres de la tripulació.

Durant el període en que el neoRiviera realitza el recorregut, de les nou del matí de divendres a les dues de la matinada de dissabte els creueristes realitzen 17 hores d'escala a la ciutat.

Durant la temporada 2017, dels 51.390 creueristes aproximadament 37.152 són de trànsit i 14.238 utilitzen el port de Tarragona com a port base. Concretament, 7.065 passatgers han embarcat a Tarragona i 773 han desembarcat. Així doncs, com podem observar en el gràfic 10, aproximadament un de cada quatre passatgers han embarcat i/o desembarcat a la ciutat.

Gràfic 10. Tipus d'operativa



Font : dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona

10.4. Distribució mensual dels creuers

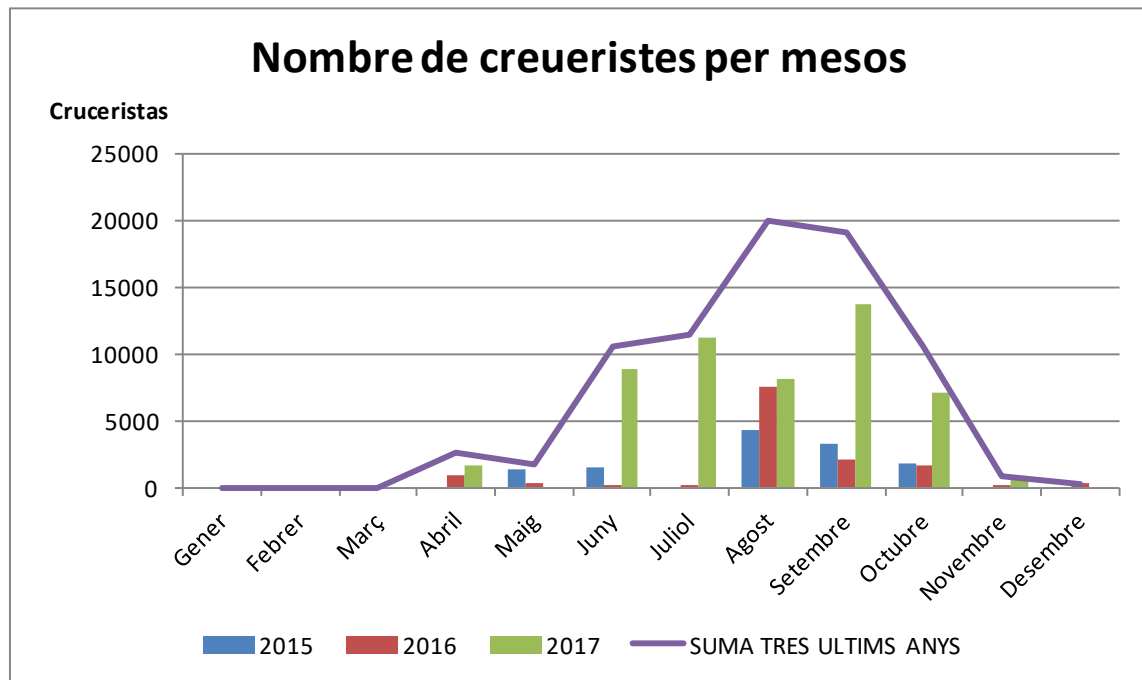
El gràfic 11 mostra el nombre de creueristes per mesos dels últims tres anys, tant de manera global com diferenciant per anys.

Com podem observar l'any 2015 la temporada creuerística es va limitar a durar cinc mesos; la ciutat va rebre creueristes de maig a octubre excepte el mes de juliol, en que no en va arribar cap.

L'any 2016 la temporada creuerística va ser més extensa rebent passatgers d'abril a desembre, amb especial importància dels mesos d'agost i setembre en que s'hi concentra la gran part dels creueristes. L'any 2017 a diferència de l'any anterior no es van rebre passatgers durant el mes de maig ni durant el mes de desembre, tot i que la quantitat de creueristes va ser més uniforme entre tots els mesos.

Així doncs, en general la temporada de creuers és bastant extensa i s'allarga de l'abril fins al novembre. Tot i així no es tracta d'una activitat totalment desestacionalitzada ja que la gran part dels passatgers es concentra entre els mesos de juny i octubre i de manera especialment rellevant els mesos d'agost i setembre. A més, en cap cas hi ha hagut creueristes durant els mesos de gener, febrer i març.

Gràfic 11. Distribució mensual dels creueristes a Tarragona



Font: elaboració pròpia a partir de dades extretes de l'Autoritat Portuària de Tarragona

En quant al 2018 no es disposa de la previsió del nombre de creueristes per mesos però sí de la previsió dels creuers. La temporada creuerística del 2018 comença amb una lleugera antelació respecte els altres anys; el primer creuer arriba a finals de març i té previst acabar a principis de novembre. D'abril a octubre el nombre de creuers serà més o menys uniforme.

10.5. Navilieres i embarcacions

Per elaborar el següent apartat s'ha fet un anàlisi a partir de les previsions d'escales de creuers pel 2018, publicades pel port de Tarragona. Si s'ha treballat sobre les previsions del 2018 i no sobre les dades dels últims anys ha sigut pel fet que l'històric d'escales de creuers publicat pel port de Tarragona no està actualitzat, i no s'han pogut trobar dades de les escales dels últims tres anys.

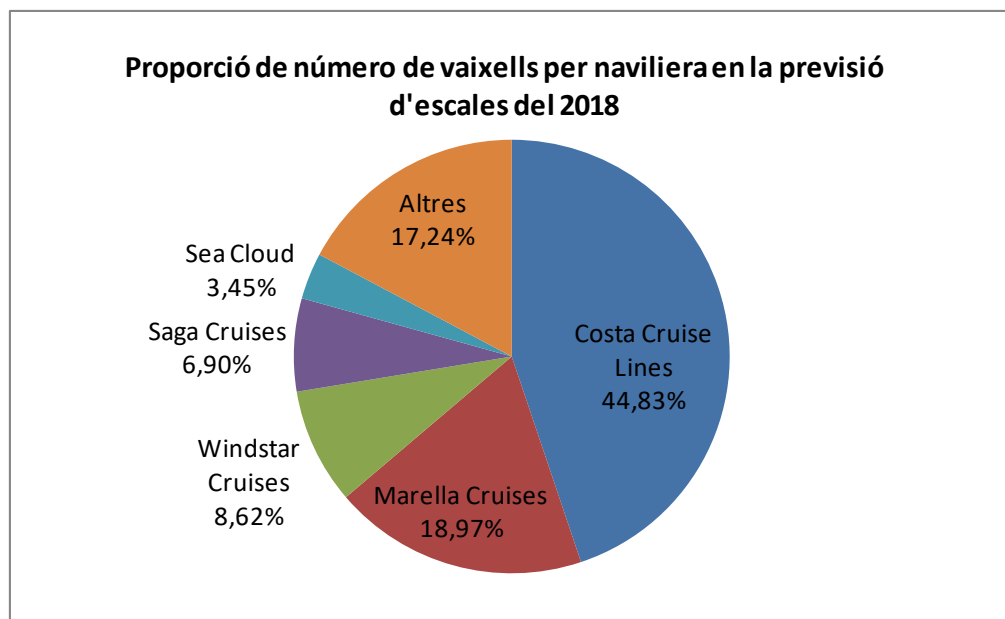
Per a poder fer un anàlisi exhaustiu s'han examinat el tipus de navilieres que tenen previst fer escala a Tarragona durant l'any 2018, i alhora de cada naviera s'ha analitzat el tipus de vaixell, pel que fa a les seves característiques, a la seva mida i a la seva segmentació, segons les classificacions establertes a l'apartat 5.1 del treball.

Taula 6. Nombre de creuers amb escala per naviera en la previsió d'escales del 2018

NAVILIERA	Nº CREUERS
Costa Cruise Lines	26
Marella Cruises	11
Windstar Cruises	5
Saga Cruises	4
Sea Cloud	2
AIDA Cruises	1
FTI	1
Compagnie du Ponant	1
Crystal Cruises	1
Hansa Touristik	1
Noble Caledonia	1
Pullmantur	1
Seabourn	1
Star Clippers	1
The World	1

Font: elaboració pròpia a partir de la previsió de creuers pel 2018 publicada a Tarragona Cruise Port

Gràfic 12. Proporció de vaixells per naviera en la previsió d'escales del 2018



Font: elaboració pròpia a partir de la previsió de creuers pel 2018 publicada a Tarragona Cruise Port

La taula 6 mostra el nombre de vaixells per naviliera que tenen previst fer escala a Tarragona el 2018, ja sigui com a port base o com a port d'escala. De la mateixa manera, el gràfic 12 mostra el percentatge del nombre vaixells per cada naviliera respecte el total.

Tal com podem observar, la naviliera Costa Cruise Lines també anomenada Costa Cruceros és la que es preveu que tingui més protagonisme, amb 26 creuers previstos per fer escala al port, que representen un 44.83% del total. A continuació, la segueix la companyia Marella Cruises, amb 11 vaixells que representen un 18.97 % del total. Seguidament, Windstar Cruises representa un 8.62 %. A partir d'aquí les navilieres representen una proporció minoritària; està previst que arribin 4 vaixells de Saga Cruises, 2 vaixells i Sea Cloud i 1 vaixell de deu companyies diferents. Podem observar doncs, que el nombre de companyies que actuaran al port de Tarragona és bastant elevat però que el protagonisme rau només en unes poques, mentre que la gran part representen un nombre molt minoritari de vaixells.

A continuació es fa un anàlisi de les companyies creuerístiques i dels vaixells d'aquestes:

Amb seu a Gènova (Itàlia) Costa Cruceros forma part de Carnival Corporation & Plc, un dels tres principals grups de navilieres multimarca a nivell mundial. Costa Cruceros es tracta del principal grup italià i també és la companyia de creuers líder a nivell europeu. A més d'una gran selecció de creuers per tot el Mediterrani, Costa també actua al nord d'Europa, al Carib, a Amèrica del Sud, a Canadà, etc.

La seva flota està composta per 15 embarcacions de mida gran. Aquestes embarcacions són elegants i contemporànies i estan dirigides a grups, parelles i famílies. Són ideals per a creueristes joves i de mitjana edat. El segment dels seus vaixells podríem classificar-lo com a *contemporary*.

Costa Cruceros ha donat un gran impuls al port de Tarragona des del 2017, any en què la companyia va crear una línia permanent des de Tarragona i va elegir el port de Tarragona com a port base d'un dels seus itineraris pel mar Mediterrani, posicionant-lo així com a port d'entrada i sortida de creuers. Aquest itinerari va ser operat pel vaixell neoRiviera, que amb capacitat per a 1.727 passatgers feia escales a Savona, Porto Torres (Cerdanya), Menorca, Ibiza, Formentera i Palma de Mallorca. En total, entre els creueristes que van embarcar a la ciutat i els que van fer escala el total d'operacions de Costa Cruceros l'any 2017 va sumar 32.000 passatgers a Tarragona l'any 2017, del total de 51.000 creueristes que van fer escala al port durant l'exercici.

L'any 2018 la companyia ha canviat el Costa neoRiviera pel Costa Victoria, que té una capacitat superior, podent arribar a allotjar 2.394 passatgers, tractant-se doncs d'un

vaixell gran segons la classificació de Ward citada anteriorment. El Costa Victoria fa dos itineraris durant el 2018: del sis d'abril a maig a part de Tarragona visita Marsella, Savona, La Spezia, Roma i Palma de Mallorca, i de finals de maig al setembre visita Savona, Olbia, Maó, Eivissa i Palma de Mallorca.

A més del Costa Victòria, Costa Cruisers té previst que tres de les seves embarcacions també classificades com a grans facin una escala a Tarragona al llarg de la temporada. Aquestes són el Costa Fascinosa (amb capacitat per a 3.700 passatgers), el Costa Màgica (3.470 passatgers) i el Costa Mediterrània (2.680).

Il·lustració 6. Creuer Costa Victoria embarcant al dic de Llevant



Font: elaboració pròpia

La segona companyia en previsions de vaixells pel 2018 és Marella Cruises, que és l'anterior Thomson Cruises. És una naviliera britànica independent, operada per TUI UK, que ofereix viatges de creuers per Europa, el Carib i Àsia. Disposa d'una flota de cinc embarcacions de mida mitjana i es classifica dintre del segment *contemporary*. L'embarcació de la companyia que farà tres escales a Tarragona és el *Spirit*. Es tracta d'un vaixell mitjà segons la classificació de Ward, amb capacitat per a 1.350 passatgers. Aquest creuer a part de Tarragona fa escala a Porto Torres (Cerdanya), La Spezia (Itàlia), Calvi (Còrsega), Sete (França) i Palma de Mallorca.

La tercera naviliera amb més protagonisme és Windstar Cruises. Es tracta d'una naviliera independent que opera quatre embarcacions de vela, conegudes per el seu servei excel·lent i la seva capacitat de visitar els ports i cales amagades. Es classifica dins del segment de luxe i té com a característica una elegància informal, cuina de cinc estrelles i la possibilitat de realitzar-hi esports aquàtics com windsurf, vela i kayak des de la coberta de cada embarcació.

El seu creuer Wind Surf té previst visitar Tarragona cinc vegades durant la temporada. Es tracta d'un vaixell capacitat de 310 passatgers que podríem classificar com a petit, i que fa escala a part de Tarragona a Barcelona, Eivissa, Cartagena, Almeria, Màlaga, Tànger i Lisboa. El creuer Wind Star, que fa dos escales a Tarragona, és encara més petit i amb capacitat per 148 passatgers es classifica com a vaixell boutique.

II-lustració 7. Creuer Wind Surf



Font: Windstar Cruises

Ja amb més diferència, la quarta naviliera en el rànquing és Saga Cruises. Es tracta de l'única naviliera que ofereix vaixells exclusius per a persones de més de cinquanta anys. Està composta de dos vaixells petits i classificada dins del segment *premium*. Tant el Saga Pearl II (449 passatgers) com el Shapphire (600 passatgers) operaran a Tarragona.

La companyia Sea Cloud Cruises és una naviliera de alemanya de luxe. Els vaixells Sea Cloud i Sea Cloud II són dos creuers de vela, que amb capacitat de 64 i 96 passatgers són considerats vaixells boutique.

La resta de companyies només efectuaran una escala al port de Tarragona. De manera general, Pullmantur es tracta d'una companyia espanyola líder a Espanya que té una flota de vaixells de mida mitjana i actua dins del segment *contemporany i budget*. De la mateixa manera, AIDA cruises es tracta d'un segment *contemporany* orientat a un mercat de parla alemanya, juvenil i informal. Crystal Cruises opera creuers mitjans i de luxe. Compagnie du Ponan, Star Clippers i Seabourn operen embarcacions petites també dins del segment de luxe. Per últim, The World és el tracta d'un iot de luxe considerat el major vaixell residencial del planeta. En aquest vaixell els passatgers passen molt de temps a bord i el viatge forma part d'un estil de vida; alguns passatgers viuen a bord a temps complet mentre que la majoria viatja periòdicament durant tot l'any.

La taula 7 és un quadre resum amb el nom dels creuers que tenen previst fer escala a Tarragona. A la primera columna es mostra el nom de la companyia juntament amb el segment dels seus vaixells. A la segona columna es mostren els vaixells de la companyia que fan escala al port de Tarragona i entre parèntesis el nombre d'escales. A la tercera columna es mostra la capacitat màxima de creueristes per cada embarcació.

Tal com podem observar el tipus de creuers que fan escala a Tarragona és molt divers; s'hi troben tant navilieres *contemporany*, com *premium* com de luxe. A la vegada, els vaixells que hi fan escala són també de mides molt variables; se'n troben de grans, de mitjans, de petits i també vaixells boutique. En quant a l'itinerari, els vaixells que fan escala a Tarragona solen fer circuits per diferents zones de la Mediterrània i segons la companyia les escales es fan en ports més coneguts o més particulars.

La mitjana de creueristes per embarcació segons la previsió de l'any 2018 és de 1.530 creueristes per vaixell. Així doncs, una mitjana de creuer de 1.530 viatgers significa que en promig les embarcacions es classificarien dintre de la mida mitjana. Tot i que hi hagi tot tipus d'embarcacions, si comparem la ràtio mitjana de creueristes per embarcacions del port de Tarragona amb les del port de Barcelona, veurem que aquest darrer té més passatgers per embarcació. Al 2017, mitjana de Tarragona va ser de 1.389 creueristes per vaixell mentre que a Barcelona va ser de 3.506.

Aquest fet ens mostra que la proporció de vaixells grans a Barcelona és més gran i que hi ha un ràtio major de mega vaixells. Pel contrari, a Tarragona hi ha un ràtio major de vaixells petits i de luxe. Tot i així però, segons l'entrevista realitzada a Jordi Sendra, des del port de Tarragona s'espera que algun dia els mega vaixells més grans puguin arribar també al port de Tarragona.

Taula 7. Quadre resum dels creuers amb escala al port de Tarragona segons les previsions del 2018.

NAVILIERA	CREUERS	Nº PASSATGERS
Costa Cruise Lines	Costa Fascinosa (1)	3.700
<i>Contemporary</i>	Costa Magica (1)	3.470
	Costa Mediterrània (1)	2.680
	Costa Victòria (23)	2.394
Marella Cruises	Spirit (5)	1.350
<i>Contemporary</i>	Marella Dream (3)	1.132
	Marella Explorer (3)	1.924
Windstar Cruises	Wind Surf (5)	310
<i>Luxe</i>	Wind Star (2)	148
Saga Cruises	Pearl II (3)	449
<i>Premium</i>	Shappire (1)	600
Sea Cloud	Sea Cloud (1)	64
<i>Luxe</i>	Sea Cloud II (1)	96
AIDA Cruises	AIDAVita (1)	1.266
<i>Contemporary</i>		
FTI	Berlin (1)	412
<i>Premium</i>		
Compagnie du Ponant	Le Champlain (1)	184
<i>Luxe</i>		
Crystal Cruises	Crystal Serenity (1)	1.070
<i>Luxe</i>		
Hansa Touristik	Ocean Majesty (1)	321
Noble Caledonia	Serenissima (1)	100
<i>Luxe</i>		
Pullmantur	Sovereign (1)	2.733
<i>Contemporary/Budget</i>		
Seabourn	Seabourn Ovation(1)	600
<i>Luxe</i>		
Star Clippers	Star Flyer (1)	170
<i>Luxe</i>		
The World	The World (1)	150 - 200
<i>Luxe (vaixell residencial)</i>		

Font: elaboració pròpia a partir de la previsió de creuers pel 2018 publicada a Tarragona Cruise Port

En referència al gran protagonisme que Costa Cruceros té al port de Tarragona, segons una entrevista realitzada a la revista *Indicador d'Economia* el president del port Josep Andreu defensa que no hi ha dependència d'aquesta companyia. Contràriament a això des del port de Tarragona el protagonisme de la naviliera italiana es veu com un fet molt positiu ja que es defensa que Costa Cruceros obre les portes a que arribin més creuers (Revenga, 2017). Segons Sendra, l'aposa que Costa Cruceros ha fet per Tarragona ha ocasionat que altres navilieres que no demostraven gaire interès en el projecte creuerístic de Tarragona ara manifestin interès per a poder visitar la ciutat en un futur. A més, segons Josep Andreu el port està treballant per aconseguir que una altra companyia de gran envergadura obri una altra línia amb port base a Tarragona

11. Oportunitats i impactes del turisme de creuers a Tarragona

11.1. Perfil dels creueristes

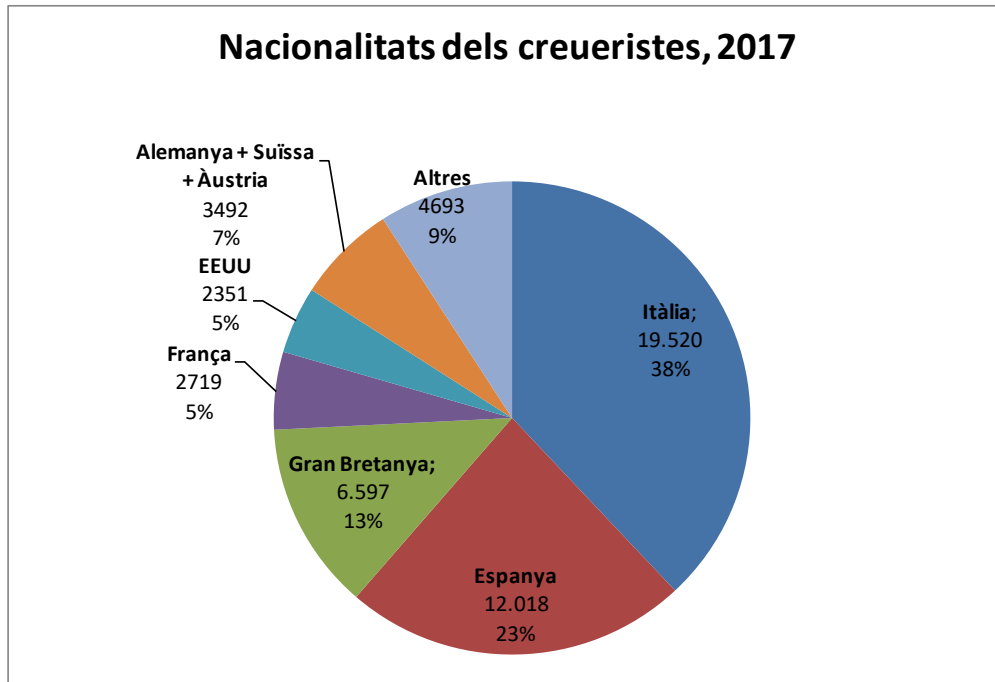
De la mateixa manera que és molt difícil trobar estudis a nivell global o mediterrani que examinin el perfil dels creueristes, també ho ha sigut a nivell de la ciutat de Tarragona. Els estudis als que s'ha pogut accedir sobre el perfil dels creueristes que arriben a Tarragona no són gaire complexos i es limiten a estudiar la nacionalitat i el rang d'edats dels turistes.

En referència a les nacionalitats dels creueristes, el gràfic 13 es mostra el percentatge de creueristes països de procedència.

Com podem observar, segons dades del port de Tarragona durant la temporada 2017 un dels principals mercats emissors de creueristes a Tarragona va ser l'italià. Un total de 19.520 creueristes que van visitar Tarragona són italians, cosa que suposa el 38% del total de creueristes. El fet que el mercat emissor italià lideri la clientela creuerística de Tarragona és degut sobretot al fet que la companyia italiana Costa Cruceros sigui la naviliera amb més protagonisme al port. A més, probablement també hi influeix el fet que Ferrari Land s'inaugurés el mateix any 2017.

Seguit del turista d'origen italià, el de nacionalitat espanyola representa el 23% del total, l'anglès el 13% i el francès un 5%. El conjunt dels turistes alemanys, suïssos i austríacs representen un 7% del total i la resta de nacionalitats només un 9%. Així doncs, veiem que la gran part dels turistes són europeus.

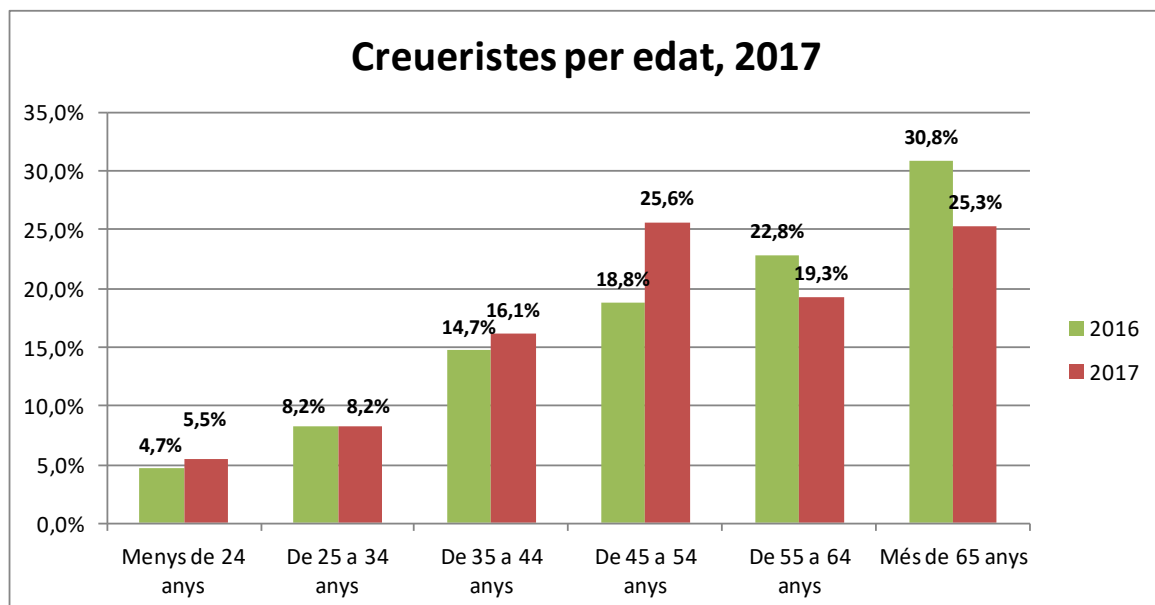
Gràfic 13. Nacionalitats per creueristes, 2017



Font : dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona

El perfil majoritari dels creueristes de Tarragona és el familiar, amb edats compreses entre els 45 i els 54 anys. En el gràfic 14 s'hi pot observar el percentatge de creueristes per grups d'edat tant de l'any 2016 com del 2017. El gràfic mostra que l'any 2017 s'ha experimentat un descens de l'edat dels creueristes respecte el 2016.

Gràfic 14. Creueristes per edat, 2017



Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona

L'any 2017 el rang d'edat entre 45 i 54 anys és que acumula més percentatge de creueristes, concretament un 25.6 %. Tot i que no s'han pogut trobar dades de la mitjana d'edat, el fet que aquest rang d'edat sigui el més nombrós ens fa pensar que l'edat dels creueristes a Tarragona no es diferencia molt de la mitjana d'edat dels creueristes d'Estats Units, que és de 49 anys.

Seguidament, el rang d'edat amb més nombrositat de creueristes és el de més de 65 anys, amb un 25.3 % del total. Un 19.3 % tenen entre 55 i 65 anys, i un 16.1% entre 35 i 44 anys. Els passatgers de menys de 34 anys són bastant minoritaris; només un 8.2% tenen entre 25 i 34 anys i un 5.5% són nens o joves menors de 25 anys.

L'any 2016, en canvi, els creueristes de més de 65 anys van ser el rang d'edat amb un percentatge més elevat de creueristes, un 30.8% del total. Seguidament els creueristes de 55 a 64 anys representaven un 22.8% del total i els de 45 a 54 anys un 18.8 del total. Així doncs, al 2017 ha augmentat la proporció de creueristes entre 35 i 54 anys i ha disminuït la proporció de creueristes de més de 55 anys respecte l'any anterior. L'any 2017 doncs s'ha experimentat un descens de l'edat dels creueristes respecte el 2016.

En quant al nivell socioeconòmic dels creueristes, Jordi Sendra afirma que són variats però no s'han fet estudis detallats. Com a orientació ens pot servir el fet que com hem vist al punt anterior, al port de Tarragona hi fan escala vaixells molt diversos provinents de tot tipus de navilieres. Les mides dels vaixells que hi fan escala són molt variables; hi arriben creuers grans, mitjans, petits i vaixells boutique. Alhora, els creuers es poden classificar segons els segments *contemporary*, *premium* i de luxe. Algunes navilieres, a més van destinades a un tipus específic de creueristes, com ara la companyia Saga Cruises que està orientada a un públic de més de cinquanta anys, AIDA Cruises que va orientat a un mercat alemany i juvenil o The World que va orientat a perfils de luxe que es passen llargues temporades viatjant.

Els passatgers d'una embarcació de luxe no són els mateixos que els d'una embarcació *contemporary*. Aquests darrers són un públic més general i més orientat a les famílies, mentre que els creuers de luxe van orientats a perfils amb un nivell socioeconòmic més alt i més poder adquisitiu.

Segons l'entrevista realitzada a Jordi Sendra, el perfil dels creueristes és múltiple i divers. Degut al fet que les companyies i el tipus de vaixells són diversos no trobem un perfil concret de creuerista. Sendra tampoc defensa que el perfil de creuerista de Tarragona sigui diferent del d'altres ciutats com ara Barcelona. Tot i així, com s'ha vist en el punt anterior la mitjana de creueristes per embarcació a Tarragona és més petita que en el cas de Barcelona, mostrant així que a Tarragona hi ha una proporció més gran de vaixells petits, que tendeixen a ser de luxe. Aquest fet podria fer pensar que a Tarragona també hi ha una proporció més gran de turistes amb alt poder adquisitiu.

De fet, segons Sendra des del port no es té com a objectiu arribar a un perfil específic de turista i per tant no existeix una segmentació. El que sí que destaca és que perfil que interessa al port és el que interessa al territori i per tant si com el territori té actius culturals interessa que el turisme tingui un interès per la cultura, alhora que interessa que el creuerista faci despesa.

11.2. Hinterland del port de Tarragona i oferta turística

El hinterland d'un port és l'àrea geogràfica disponible per ser visitada pels passatgers durant l'escala i comprèn l'àrea que engloba les excursions ofertes als passatgers. Tot i que els creueristes de Tarragona poden fer excursions a Barcelona i fins i tot més lluny, en aquest treball s'analitzarà l'oferta de Tarragona i els seus voltants ja que és l'àrea més immediata al port, en la que es basa la promoció per part dels agents implicats en els creuers de Tarragona, i que a més té una oferta molt variada.

Tal com s'ha comentat en apartats anteriors, la presidència del port de Tarragona va apostar pel turisme de creuers ja que era conscient de la gran oferta turística tant de la ciutat de Tarragona com del seu entorn. Amb la creació de la marca Tarragona Cruise Port Costa Daurada, el port de Tarragona va deixar d'explotar la seva proximitat amb Barcelona per passar a posar en el centre de la seva promoció els atractius específics del territori (Revenga, 2017). De fet, en l'entrevista realitzada a Jordi Sendra, aquest defensa que el territori de Tarragona és alternatiu i complementari a Barcelona, i considera que la gent que ja ha visitat Barcelona té interès a descobrir altres coses interessants fora de la ciutat.

Com veurem a continuació, el hinterland turístic del port de Tarragona destaca per la seva gran varietat de recursos i atractius. Segons l'entrevista realitzada a Jordi Sendra, tant la ciutat de Tarragona com el seu entorn té patrimoni de tot tipus: cultural, natural, gastronòmic, etc. Josep Andreu, el president del port, defensa que la multiplicitat d'atractius turístics és la principal estratègia per la captació de creueristes. Aquesta opinió coincideix amb la de la gerent del Patronat de Turisme de la Costa Daurada, Marta Farrero, que subratlla que és l'escala del port de Tarragona té una gran diversitat d'opcions en un radi molt petit de quilòmetres (Revenga, 2017).

L'anàlisi de la oferta turística de Tarragona i el seu entorn es farà seguint l'esquema publicat a la pàgina web de Tarragona Cruise Port Costa Daurada, en què la oferta turística es divideix en quatre grans apartats: rutes culturals, enoturisme, golf i oci. De manera molt superficial també s'analitzaran els elements més importants de l'agenda d'esdeveniments que tenen lloc durant la temporada creuerística. A banda, degut a que el port de Tarragona és un port base també analitzarem l'oferta d'allotjaments turístics.

El Tarragona Cruise Port Costa Daurada divideix els atractius de la zona en els següents:

- Rutes culturals.

El patrimoni cultural de l'entorn de Tarragona és molt important i variat. La ciutat de Tarragona està declarada Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO, però el patrimoni cultural de la zona no acaba aquí. Des de Tarragona Cruise Port Costa Daurada es proposen les cinc rutes següents:

- Ruta romana. L'any 2000 la ciutat va ser declarada Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO gràcies al complex arqueològic romà. A Tarragona s'hi poden visitar diversos monuments de l'època romana, com el circ, el fòrum, l'amfiteatre o les muralles, a més del Museu Nacional Arqueològic i el Museu i la Necròpolis Paleocristians.
- Ruta medieval. A més del patrimoni romà la ciutat de Tarragona també conserva patrimoni medieval amb monuments com la Catedral.
- Ruta modernista de Reus. La ciutat de Reus es troba a 15 km de Tarragona i és reconeguda internacionalment pel seu patrimoni modernista i per la seva estreta vinculació amb l'arquitecte Antoni Gaudí tractant-se de la seva ciutat natal. Reus compta amb un dels conjunts d'edificis modernistes més importants d'Europa, i també compta amb el Gaudí Centre, que és un museu interactiu dedicat a la vida i obra d'Antoni Gaudí.
- Ruta del Cister. Enllaça tres monestirs del segle XII que pertanyen a l'ordre del Cister i es troben a l'interior de la província de Tarragona. Entre ells el Monestir de Poblet està declarat Patrimoni Mundial per la UNESCO.
- Ruta del Paisatge dels Genis. Es tracta d'una proposta turística per descobrir l'essència del paisatge que va inspirar a quatre grans genis universals; concretament es tracta d'una ruta a Reus, el Vendrell, Mont-Roig i Horta de Sant Joan, en que Gaudí, Pau Casals van néixer i Miró i Picasso hi van fer llargues estades.

- Enoturisme

La província de Tarragona és coneguda per les seves denominacions d'origen de vinya i cava: concretament té sis denominacions d'origen de vi i una bona part dels seus territoris estan inclosos en la denominació d'origen de cava. La zona compta amb diverses

possibilitats de fer turisme en les zones vinícoles, com per exemple, visita a les bodegues, passejos entre vinyes, tasts de vins o menús amb maridatge de vins.

Actualment s'està treballant perquè quan arribin els creueristes a Tarragona puguin conèixer la tradició vinícola de la zona i puguin fer visites als cellers. El ViTour Tarragona, per exemple, és un paquet turístic creat el 2016 que agrupa dues empreses privades, que són Mas Vicenç i la Vinícola de Nulles. Es tracta d'una proposta turística teatralitzada que acostia als visitants a la història del vi. La ruta comença a l'amfiteatre de Tarragona i a partir d'aquí es fa una ruta amb autocar al Mas Vicenç a Cabra del Camp i al Cellar modernista Adernats – Vinícola de Nulles. Amb la intervenció de personatges de ficció i amb tastos de productes locals la ruta permet descobrir als visitants quin ha estat el paper del vi des de l'època romana fins a l'actualitat.

- Golf

La Costa Daurada compta amb set camps de golf en un radi de només 40 quilòmetres i dos camps de Pitch & Putt –un esport similar al golf que es juga en camps on els forats tenen distàncies més curtes– . Degut al bon clima és possible participar en aquest esport durant tot l'any.

- Oci:

- Port Aventura i Ferrari Land. El parc temàtic Port Aventura es troba a 12 km de Tarragona una de les destinacions de vacances i oci familiar més grans d'Europa. El parc està format per sis àrees temàtiques que compten amb més de quaranta atraccions i espectacles diaris. El 2017 es va inaugurar també el Ferrari Land, el primer parc temàtic de Ferrari a Europa, destinat a apassionats de la marca, que consta amb 13 atraccions que mesclen adrenalina i tecnologia. A més, durant la temporada d'estiu també obre el parc aquàtic Port Aventura Caribe Aquatic Park.
- Platges: el litoral de la Costa Daurada ofereix més de seixanta platges de tot tipus. Aquestes han sigut reconegudes amb diversos galardons que avalen la seva qualitat.
- Compres. La ciutat de Tarragona compta amb dos centres comercials que són el Parc Central i El Corte Inglés. A més, la ciutat ofereix l'avantatge de comptar amb botigues al centre, de manera que les compres es poden realitzar a peu en les diferents àrees per a vianants. Tot i així, la ciutat de Reus compta amb més oferta de botigues i és un referent per la seva

llarga tradició comercial. Compta amb més de sis-centes botigues concentrades als carrers del centre en la que s'hi troben marques prestigioses. A més, a Reus s'hi troba també el centre comercial La Fira.

- Esports. A Tarragona hi destaca la possibilitat de fer esports nàutics com ara vela, windsurf, rem, esquí aquàtic, submarinisme, etc, des de la marina o el port. També s'hi pot practicar una gran varietat d'esports d'aventura com rutes en bicicleta, en quad, segway, escalada, etc.
- Gastronomia: tant Tarragona com el seu entorn compta amb una gran oferta gastronòmica, amb la cuina mediterrània com a base. Això és degut a la riquesa de les matèries primeres de la zona i al fet que s'hi trobi peix i marisc de primera qualitat. Tant la ciutat com tota la zona que l'envolta compten amb una gran quantitat i diversitat de restaurants, a més d'un gran nombre de jornades gastronòmiques. Tot i que a la ciutat de Tarragona s'hi troben restaurants de prestigi no se n'hi troba cap que compti amb estrelles Michelin. La ciutat de Cambrils, a 20 km de Tarragona, en canvi coneguda com "la capital gastronòmica de la Costa Daurada" compta amb 150 restaurants, dos dels quals compten amb una estrella Michelin.

A més dels atractius citats anteriorment també a la zona també hi tenen lloc un gran nombre d'esdeveniments que es descriuen a l'agenda del Tarragona Cruise Port Costa Daurada. Els que tenen una durada més extensa són la Tarragona Ciutat de Castells i Tarragona història Viva, que es descriuen a continuació.

- Tarragona Ciutat de Castells. Es tracta d'una iniciativa en la que hi treballen les quatre colles castelleres de la ciutat i el Patronat de Turisme, que vol aconseguir un posicionament turístic i un apropament de la gent al món dels castells, declarats Patrimoni Immaterial de la Humanitat. A través d'aquesta iniciativa s'informa del calendari d'actuacions de les colles, s'ofereixen portes obertes als assajos, i fins i tot s'organitzen sopars opcionals amb les colles. La durada aproximada d'aquest esdeveniment és de juny a octubre, durant la temporada castellera.
- Tarragona Història Viva: es tracta de recreacions històriques de combats de gladiadors que es fan cada dissabte al vespre l'Amfiteatre, de juliol a novembre.

II-lustració 8. Oferta turística de Tarragona i el seu entorn



Font: Tarragona Cruise Port Costa Daurada

En quant a la oferta d'allotjaments turístics, segons dades d'Idescat, l'any 2016 la ciutat de Tarragona comptava amb 18 hotels amb un total de 2.219 places, 8 hostals i pensions amb 2.380 places, 7 càmpings amb 8.343 places i 1 allotjament de turisme rural amb 9 places. No es disposen dades dels habitatges d'ús turístic.

A continuació la taula 8 mostra la classificació dels allotjaments hotelers segons la seva categoria. Com es pot observar els allotjaments amb més places hoteleres són els hotels de quatre estrelles, seguits dels de tres estrelles i amb és diferència dels hostals i les pensions. A la ciutat de Tarragona no hi ha hotels categoria superior a quatre estrelles.

Taula 8. Classificació dels allotjaments hotelers de Tarragona ciutat

	*	**	***	****	**** Superior	*****	***** Gran Luxe	Total Hotels	Hostals i pensions
Nº establiments	3	2	9	4	0	0	0	18	8
Nº places	84	84	954	1.097	0	0	0	2.219	161

Font: elaboració pròpia a través de dades d'Idescat

A nivell de província sí que es compta amb hotels de quatre estrelles superior i de cinc estrelles. Tot i així el nombre d'hotels de cinc estrelles és bastant limitat i no s'hi troben hotels de cinc estrelles gran luxe. Els hotels de cinc estrelles de la província són el Gran Palas de la Pineda, el l'hotel Mas Passamaner de la Selva del Camp, l'hotel Villa Retiro

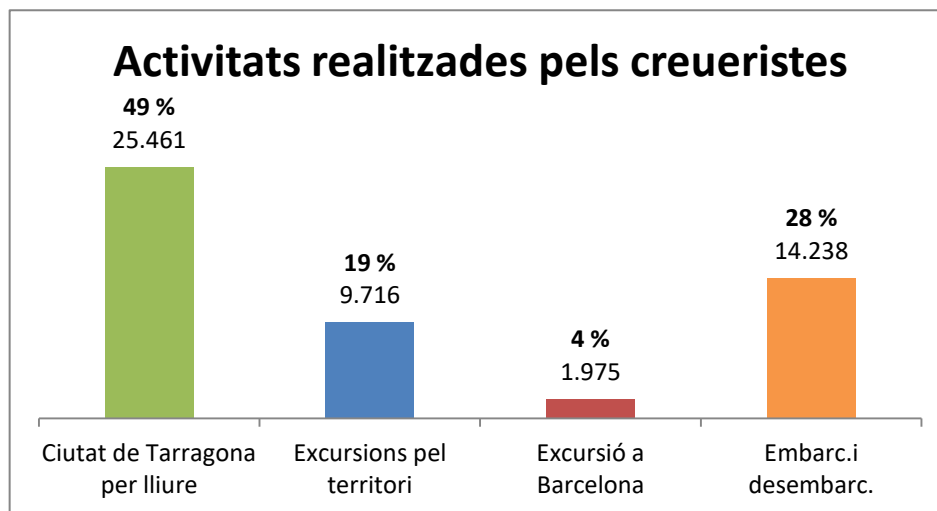
de Xerta, l'hotel Le Meridien Ra Beach Hotel & Spa del Vendrell, l'Hotel Terra Dominicata de la Morera de Montsant i el Port Aventura Hotel Lucy's Mansion situat al Port Aventura. Així doncs, el nombre d'hotels de cinc estrelles situats prop del radi de la ciutat de Tarragona és molt limitat.

11.3. Activitats realitzades pels turistes i satisfacció

Amb motiu del balanç de temporada 2017, el port de Tarragona ha presentat un estudi detallat de les activitats i de les valoracions realitzades dels passatgers d'escala, elaborat a partir d'enquestes als creueristes (Agència Catalana de Notícies, 2017).

A continuació, el gràfic 15 mostra les activitats efectuades pels creueristes que fan escala a Tarragona. El gràfic però que no mostra què és el que fan els creueristes que embarquen o desembarquen en aquest port.

Gràfic 15. Activitats realitzades pels creueristes, 2017



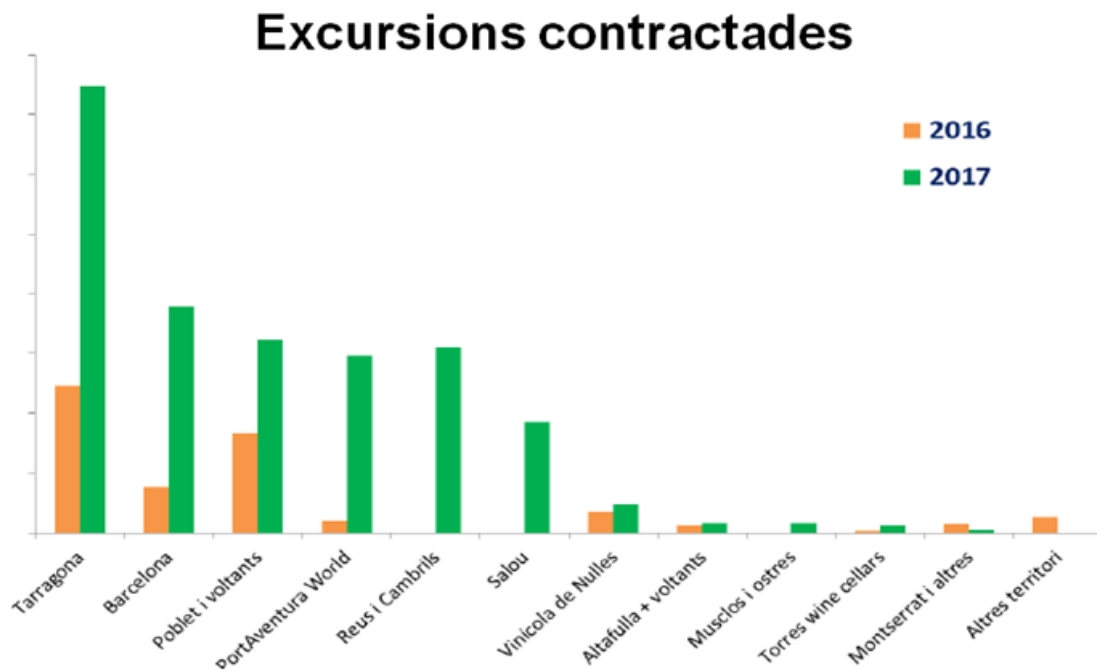
Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona

Com podem observar un 28% dels creueristes utilitzen el port de Tarragona com a port base, i per tant no es mostra la seva activitat. Els turistes que es queden al territori representen un 68%. Concretament, el 49% dels turistes han visitat la ciutat de Tarragona pel seu compte i el 19% han participat en excursions organitzades dins del territori (la mateixa ciutat de Tarragona, el Monestir de Poblet, Port Aventura, Reus, Cambrils, Salou, les muscleres del Delta de l'Ebre, diversos cellers del territori, etc). Només un 4% dels creueristes han optat per dedicar l'escala a fer una visita a Barcelona. Així doncs, aquest informe conclou que la majoria dels creueristes es queden al territori. Per tant, l'estratègia

descrita anteriorment que pretén que Tarragona promocióni els atractius del seu territori enlloc d'explotar-se per la seva proximitat amb Barcelona podem dir que està funcionant.

El gràfic 16 mostra les excursions contractades pels creueristes durant l'any 2016 i 2017. S'hi pot observar que el nombre d'excursions contractades al 2017 ha sigut molt més elevat que l'any anterior. En primer lloc s'han contractat excursions a Tarragona, seguit de Barcelona i de la resta del territori. En quant a les excursions de la resta del territori, en primer lloc es contracten excursions per Poblet i els voltants, en segon lloc es va a Port Aventura World, en tercer lloc es visita Reus i Cambrils, seguit de Salou. Ja en menys mesura es visita la cooperativa Vinícola de Nulles, Altafulla i els seus voltants, els musclos del Delta de l'Ebre, les Bodegues Torres i Montserrat.

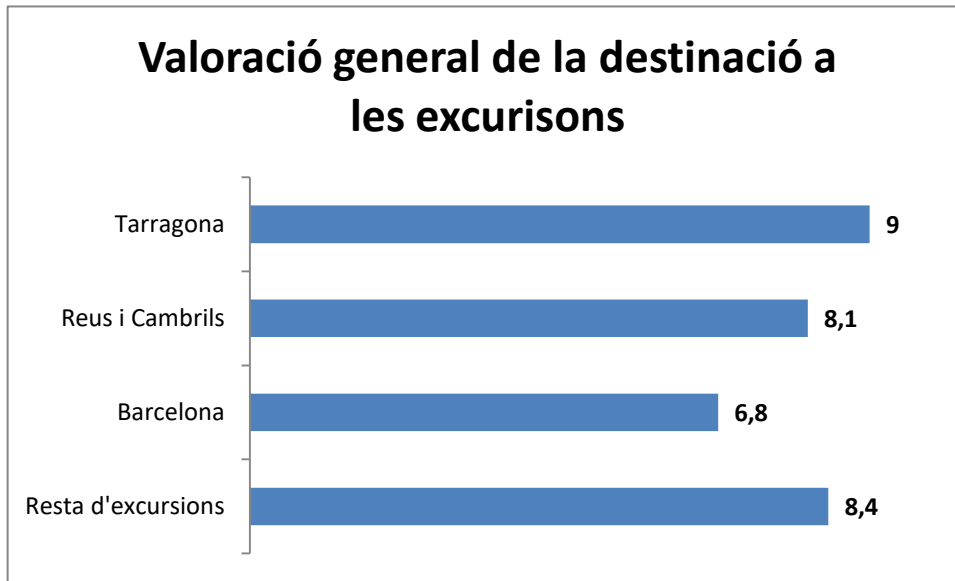
Gràfic 16. Excursions contractades pels creueristes



Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona

El port de Tarragona també ha encarregat un informe sobre la satisfacció dels creueristes al Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci (PCT). A partir d'aquest estudi el gràfic 17 mostra la valoració general de les destinació dels indrets on els creueristes han realitzat excursions, puntuada amb escala de 0 a 10.

Gràfic 17. Valoració general de la destinació a les excursions, 2017

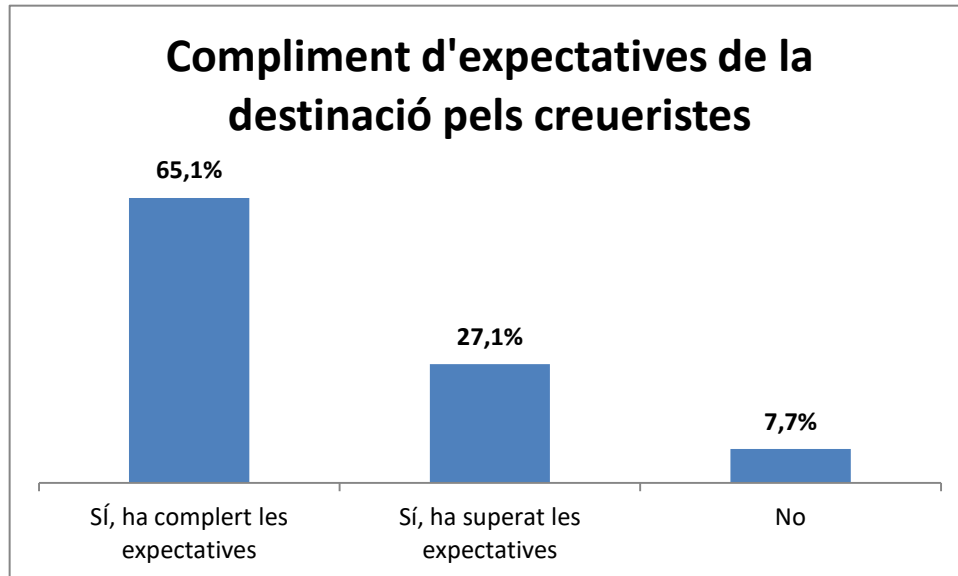


Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona a partir d'un estudi de satisfacció dels creueristes elaborat pel PCT

Tal com podem observar, l'excursió en la que la destinació s'ha valorat millor és la que es realitza a la ciutat de Tarragona, amb una puntuació d'un 9 sobre 10. Seguidament, l'excursió de Reus i Cambrils es puntuen amb un 8.1. Els creueristes que han realitzat una excursió a Barcelona són els que posen una nota més baixa a la destinació, puntuant un 6.8. En la resta d'excursions la destinació està valorada en un 8.4. Així doncs, els creueristes valoren més positivament el propi territori que les excursions realitzades a Barcelona.

En quant a la valoració general de l'escala a Tarragona, l'estudi de satisfacció ha intentat determinar si la destinació compleix les expectatives segons els creueristes. Com es mostra en el gràfic 18, el 65 % d'aquests considera que la destinació ha complert les seves expectatives, el 27 % opina que les ha superat i menys d'un 8 % consideren que la destinació ha quedat per sota del que s'esperaven .

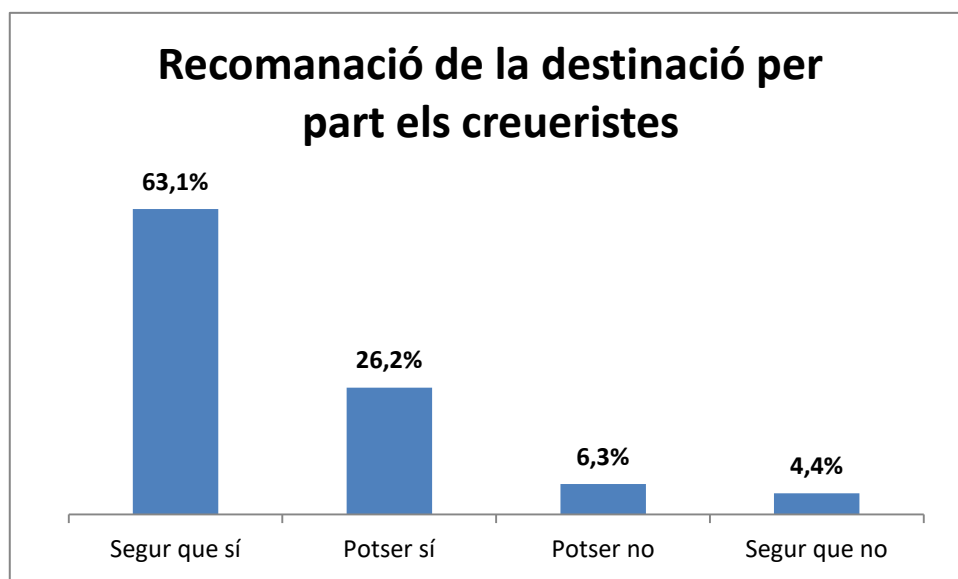
Gràfic 18. Compliment d'expectatives de la destinació, 2017



Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona a partir d'un estudi de satisfacció dels creueristes elaborat pel PCT

El gràfic 19 mostra les respostes dels creueristes quan se'ls pregunta si recomanarien la destinació. Un 63,1% d'aquests garanteix que efectivament recomanaria l'experiència, un 26,2% potser ho farà, un 6,3% potser no ho farà i un 4,4% està convençut que no.

Gràfic 19. Recomanació de la destinació per part dels creuersites, 2017



Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona a partir d'un estudi de satisfacció dels creueristes elaborat pel PCT

A partir d'aquestes dades podem determinar que la destinació de manera general ha satisfet els creueristes. El president del port, Josep Andreu, valora positivament aquestes dades però alhora alerta que s'ha d'esbrinar què és el que ha fallat en el percentatge de creueristes que no estan del tot satisfets, per a continuar millorant.

11.4. Anàlisi econòmic

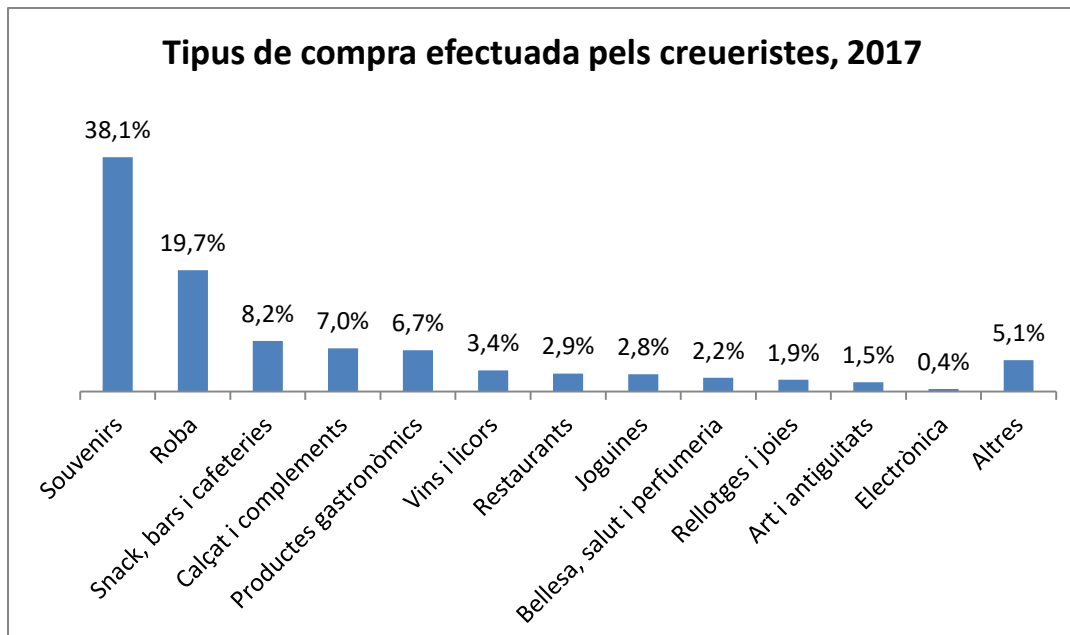
Les dades que s'han pogut obtenir referents a l'impacte econòmic que el turisme de creuers de Tarragona ha tingut al territori han estat molt limitades. Tal i com s'indica en l'apartat 7 el càlcul de l'impacte econòmic no és fàcil i encara hi ha pocs estudis que el quantifiquin. Tal com ja s'ha vist els impactes econòmics directes del turisme de creuers inclouen les despeses dels turistes, i també les despeses de les companyies navilieres a cada port i dels membres de la tripulació al visitar les ciutats.

Segons un estudi del port de Tarragona, es calcula que temporada creuerística del 2017 ha generat un impacte econòmic al territori de 3.9 milions d'euros. Segons Sendra, el port de Tarragona no és el principal beneficiari del turisme de creuers, sinó que contràriament és el que menys hi surt guanyant. Tal com es pretenia els beneficis s'han disseminat pel territori i no s'han quedat només a la ciutat de Tarragona. L'impacte s'ha repartit entre diversos sectors, i principalment entre els següents: el comerç, la restauració, l'hostaleria, la cultura, el transport i els guies turístics (Revenga, 2017).

En quant a la despesa dels creueristes, aquesta varia en funció del tipus d'operació que fan els creueristes. Aquells que utilitzen Tarragona com a port base realitzen una despesa mitjana de 120 euros. Aquests solen arribar dos dies abans i per tant, dins la despesa es té en compte també el cost de l'allotjament. En canvi, els passatgers que utilitzen el port de Tarragona com a port únicament d'escala fan una despesa de 60 euros de mitjana (Riu, 2017).

El gràfic 20 mostra el percentatge per tipus de compra que fan els creueristes durant la temporada 2017. Com podem observar, la compra de souvenirs és el tipus de compra principal, amb un 38.1 % del total de les compres. Seguidament s'hi situa la compra de roba. Ja amb més diferència s'hi troba la despesa efectuada als bars i cafeteries, seguida per la compra de productes gastronòmics, vins i licors. Els restaurants només ocupen el 2.9 % del total de les compres. Això pot ser degut al fet que en gran part dels creuers els àpats estan inclosos i per tant els creueristes no efectuen aquesta despesa fora.

Gràfic 20. Tipus de compra efectuada pels creueristes, 2017



Font: dades del tancament de la temporada creuerística 2017 proporcionades pel port de Tarragona

Per a Sendra, al marge dels beneficis tangibles i de les despeses que els creueristes puguin efectuar el turisme de creuers també aporta beneficis intangibles al territori. Considera que les recomanacions i el boca-orella són un benefici molt important i opina que si un creuerista torna a casa satisfet es possible que acabi venent la destinació des del seu propi país. Per a Sendra és molt important donar a conèixer la ciutat i el territori i el turisme de creuers és una bona manera d'aconseguir-ho.

A més de les recomanacions per part dels creueristes que poden fer que altres turistes tinguin interès en la zona, Marta Farrero destaca que el creuerista té poc temps per conèixer la destinació però si coneix la ciutat i queda satisfet pot ser que algun dia decideixi tornar (Lahoz, 2017). En la mateixa línia, el director general de Port Aventura, Fernando Aldecoa, afegeix que l'activitat creuerística contribueix a posicionar el territori com una destinació turística de "primer ordre a nivell internacional" (Agència Catalana de Notícies, 2017).



PART IV. CONCLUSIONS

12. Conclusions

L'objectiu d'aquest apartat és formular un balanç final del treball. A continuació s'exposaran les conclusions que s'han extret donant resposta als objectius plantejats a l'inici del treball.

En primer lloc i responent al primer objectiu l'evolució del turisme de creuers a Tarragona ha estat molt important en els últims anys; en deu anys el nombre de creueristes ha crescut de manera vertiginosa. Del 2007 al 2017 aquests han augmentat un 1017%, un creixement que ha estat molt superior al que ha experimentat el port de Barcelona o la mitjana de ports de titularitat estatal.

Cal destacar la importància dels resultats de la temporada 2017, en que amb 51.394 i 37 creuers les xifres van ser rècord i Tarragona es va consolidar com a segona destinació de turisme de creuers de Catalunya. A més, per primera vegada Tarragona ha actuat com a port base d'una ruta de creuers de Costa Crueros, i durant aquesta temporada aproximadament el 28 % dels passatgers han utilitzat el port de Tarragona com a port base, embarcant o desembarcant.

El fet que Tarragona s'hagi convertit en un port base és de gran importància; en un port base els creueristes hi inicien o finalitzen el recorregut i això comporta beneficis majors pel port ja que els turistes s'hi queden durant més hores. Aquests solen fer-hi despeses addicionals en allotjament, transport, restauració, visites turístiques, etc. Els ports base han d'estar preparats per oferir aquests serveis d'acollida i han de tenir una bona accessibilitat. La majoria de ports mediterranis i espanyols actuen com a port d'escala però no com a port base.

Una de les causes de l'evolució del turisme de creuers al port de Tarragona ha estat l'estratègia planificada de captació de creuers que es va portar a terme des del port a partir del moment en que es va apostar per aquest tipus de tràfic. També ha sigut de vital importància el fet que una important companyia de creuers líder a nivell europeu, Costa Crueros, apostés per Tarragona posant en funcionament una línia regular amb sortida i entrada a la ciutat.

En referència al segon objectiu plantejat, aquest treball ha intentat donar resposta al tipus de creuers que operen a la ciutat de Tarragona i al perfil dels creueristes que hi fan escala. No obstant, no ha sigut una tasca fàcil ja que ha estat difícil trobar aquestes dades de manera directa.

Si es tenen en compte les previsions pel 2018 es pot observar que al port de Tarragona hi fan escala creuers de mides i segments molt diversos. S'hi troben tant creuers de mida

gran, que solen ser de navilieres del segment *contemporary*, com creuers mitjans i petits, que solen anar associats a més exclusivitat i per tant a companyies *premium* o de luxe. Cal destacar la predominança de la companyia del segment *contemporary* Costa Cruceros per ser la naviliera de Tarragona que té els vaixells amb més capacitat i alhora que té un protagonisme més gran; el 44.83% dels vaixells que faran escala al port són d'aquesta companyia.

És important destacar que en els últims anys el nombre de creuristes ha tingut un creixement més elevat que el nombre de creuers i per tant la mitjana de creuristes per embarcació és cada vegada més alta. Així doncs arribem a la conclusió que els creuers que fan escala a Tarragona són cada vegada de més capacitat, i per tant cada cop hi ha una proporció més gran de vaixells *contemporary*. Tot i així, en mitjana els creuers que arriben a Tarragona són de menys capacitat que els de Barcelona i per tant hi ha un rati més gran de vaixells petits, que solen ser de luxe.

En quant al perfil dels creuristes de Tarragona, ha sigut molt difícil accedir a dades que en facin un estudi, ja que aquestes es limiten a descriure la nacionalitat i el rang d'edats. Cal destacar el protagonisme del turista de nacionalitat italiana, seguit de l'espanyola i l'anglesa, i el perfil majoritari d'un tipus de turisme familiar, amb un grup d'edat predominant entre els 45 i els 54 anys; edats similars a la mitjana nord americana i espanyola de creuristes.

Conèixer el perfil socioeconòmic dels creuristes és important per saber quines són les seves necessitats i quin impacte poden generar. Tot i així, però no s'han trobat estudis detallats sobre aquest aspecte. És per això que a partir de l'anàlisi dels segments de creuer s'ha extrapolat el tipus de creurista que visita al port i s'ha arribat a la conclusió que hi ha perfils socioeconòmics diversos degut a que els segments de creuers també són diversos.

Al llarg del treball s'ha intentat esbrinar quina és l'estratègia del port de Tarragona en quant al tipus de creuristes i de creuers que els interessin. Tot i que el port de Tarragona té més percentatge de creuers petits que en el cas de Barcelona, interessa que cada vegada arribi un nombre més gran de creuers i per tant estan oberts a tots els tipus, mostrant molt d'interès pels creuers grans. A més, Jordi Sendra manifesta que s'espera que algun dia els mega creuers més grans algun dia puguin arribar a Tarragona.

Així doncs sembla que no hi ha una estratègia per atraure un tipus de creuers de luxe sinó que el que s'espera és incrementar el trànsit de creuers i això s'aconsegueix sobretot gràcies als vaixells de més capacitat de Costa Cruceros. Tampoc es té una estratègia clara del tipus de creurista que interessa que visiti el port tot i que sí que els interessa que aquests consumeixin i tinguin un interès per la cultura. En definitiva, degut a la

manca d'informació no se'n poden extreure conclusions clares però sembla que no es té una estratègia clara sobre el perfil de creueristes que interessa atraure.

En relació al tercer objectiu, que és conèixer el que fan els creueristes durant la seva estada i la seva satisfacció, s'ha trobat que majoritàriament els creueristes que fan escala al port de Tarragona es queden a visitar el territori; una part d'aquests visita Tarragona per lliure però també hi ha una proporció que fa diverses excursions per la zona. En canvi, el percentatge de turistes que enlloc de quedar-se van a visitar Barcelona és minoritari.

Si observem la satisfacció dels creueristes sobre la destinació en general observem que és bastant alta, i que per gran part dels creueristes la destinació ha complert les expectatives i fins i tot per alguns les ha superat, sent només una petita proporció la dels creueristes que pensen que la destinació ha sigut menys del que esperaven. Els creueristes també han valorat les excursions realitzades al territori. És important destacar que mentre que les excursions per la ciutat de Tarragona i el territori han estat valorades amb notes altes, els creueristes que han visitat Barcelona li han donat una nota més baixa.

El fet que la majoria de creueristes es quedin dintre de la zona i que valorin la valorin positivament és molt important ja que significa que els turistes veuen el territori de Tarragona com una destinació en sí, i alhora demostra que el potencial d'aquest territori és elevat. Aquestes dades demostren que l'estratègia de promocionar els atractius de la zona per part dels integrants de la Taula Institucional de Creuers està funcionant, i que per tant la destinació no s'explota per la seva proximitat amb Barcelona sinó pels atractius propis.

Tot i així cal destacar que les dades sobre l'activitat dels creueristes no són del tot completes; mentre que mostren l'activitat dels turistes que fan escala al port no mostren l'activitat d'aquells que han utilitzat el port com a base embarcant o desembarcant. Aquesta manca de dades és important ja que els creueristes que embarquen i desembarquen a la ciutat són els que hi passen més hores i fan una despesa més gran, i per tant seria interessant saber què és el que hi fan i quin grau de satisfacció tenen.

En referència al quart objectiu del treball, que és esbrinar l'impacte del turisme de creuers a la ciutat i al territori, ha sigut difícil poder-ne treure conclusions clares ja que l'obtenció de dades sobre els resultats econòmics d'aquesta activitat ha sigut molt escassa i a més hi juguen molts factors.

Les dades obtingudes es limiten a expressar que la temporada creuerística del 2017 ha generat un impacte econòmic al territori de 3.9 milions d'euros però no especifiquen com

s'han repartit. Des del port apunten que aquest no obté grans beneficis de l'activitat sinó que aquests es reparteixen pel territori.

Si tenim en compte que la majoria dels turistes visiten la pròpia ciutat de Tarragona o es queden dins del territori té sentit pensar que hi ha hagut un impacte econòmic en aquest territori. Tot i així caldria fer un estudi en els comerços de la zona per veure quin ha sigut el benefici real en aquests. Des del port s'ha fet un estudi sobre el tipus de compra que han fet els creueristes però s'ha calculat el percentatge de cada tipus i no la despesa real.

Els resultats mostren que la principal compra efectuada pels creueristes és la de souvenirs, seguit de productes de moda com roba i calçats. La despesa en restauració es troba en tercer lloc, i cal destacar que la despesa en restaurants va per darrere de la despesa en bars i cafeteries. Així doncs es pot observar que un alt percentatge de la despesa es fa en productes de baix cost com són els souvenirs, mentre que els productes més costosos com ara les joies i els productes de bellesa només representen una petita part de la despesa. Cal remarcar també el fet que la despesa en restauració sigui molt petita i que només el 2.9% del total de les compres sigui en restaurants. Això pot ser degut al fet que els creuers ofereixen règim alimentari de tot inclòs i per tant els creueristes prefereixen fer els àpats al vaixell per així no haver de fer despesa.

Una altra dada que s'ha obtingut és la despesa mitjana dels creueristes. En el cas dels creueristes que fan escala la despesa mitjana és de 60 € i en el cas dels creueristes que fan l'embarcament o el desembarcament al port la despesa mitjana es multiplica per dos, arribant a 120€. Els creueristes que utilitzen el port com a base tindran altres despeses en transport, allotjament, restauració i altres ofertes complementaries que no tenen els creueristes que fan escala. Aquestes dades tornen a confirmar la importància que l'any 2017 Tarragona hagi sigut escollida com a port base per Costa Crueros.

Comparant aquestes dades amb les de Barcelona veiem que a la capital catalana la mitjana de despesa pels creueristes que fan escala és de 53.3€, una xifra lleugerament inferior a Tarragona. En canvi la mitjana de despesa pels creueristes que embarquen o desembarquen és de 200€ i per tant superior a la de Tarragona.

A partir de les dades que s'han obtingut sembla ser que el turisme de creuers és una oportunitat pel sector comercial i turístic de la ciutat. Des del port es defensa que el turisme de creuers és una oportunitat pels negocis però que la campanya ha de ser unificada i s'han de saber valorar els esforços que es fan per portar creueristes. L'any 2016 es va crear un Pla d'Acció per crear la Zona d'Acolliment de Creueristes (ZAC) però el 2017 només 52 establiments hi estaven inscrits; és per això que caldria veure si els comerços han notat una millora significativa i quina és la seva percepció sobre aquest tipus de turisme.

Cal destacar també que la temporada de creuers a Tarragona és bastant extensa allargant-se de l'abril al novembre i per tant pot ajudar a desestacionalitzar la temporada turística. Tot i així és difícil pensar que la duració d'aquest període pugui augmentar ja que la temporada de creuers al mediterrani no s'estén més que de març a novembre.

A banda dels beneficis econòmics des del port de Tarragona es destaca que el turisme de creuers també serveix per donar a conèixer la ciutat. Tenint en compte que la majoria dels creueristes queden satisfets, és possible que algun dia decideixin tornar a la ciutat o al menys que en parlin i la recomanin. Per tant, es pot concloure que probablement el turisme de creuers servirà per posicionar la ciutat de Tarragona com a destinació turística més enllà del turisme de creuers. D'aquesta manera, indirectament el turisme en general en sortiria beneficiat, més enllà de les despeses que puguin efectuar els creueristes i la indústria del creuer.

El cinquè objectiu proposava determinar si la destinació està capacitada i és competitiva per acollir creuers. Tal com ha remarcat Jordi Sendra durant l'entrevista i com s'ha demostrat al llarg del treball, tant Tarragona com el territori que l'envolta destaquen per tenir una multiplicitat d'atractius turístics. L'oferta turística de la zona és molt àmplia i variada; el hinterland turístic del port compta amb un ric patrimoni cultural, però també natural i gastronòmic, a més d'una gran oferta d'oci.

El fet que la gran part dels creueristes que fan escala es quedin dins del territori sumant-hi el fet que en general la destinació satisfaci els visitants –cal destacar que la satisfacció dels creueristes de Tarragona és més alta quan es queden al territori que quan visiten Barcelona– fa pensar que la zona està capacitada i té potencial per seguir acollint creueristes.

Tot i així és important destacar que pel fet que el port de Tarragona hagi passat a actuar com a port base en una ruta, aquest ha de tenir una bona accessibilitat i poder oferir una àmplia gama de serveis d'acollida. Com s'ha vist en el treball l'accessibilitat de la zona és bastant bona però en quant a la oferta turística, podem observar que hi ha una manca d'allotjaments de luxe. A la ciutat de Tarragona la màxima categoria d'hotels que hi ha són els de quatre estrelles, no havent-hi doncs cap allotjament de quatre estrelles superior ni de cinc estrelles. A la proximitat de la ciutat hi ha un nombre molt limitat d'hotels de cinc estrelles, però cap de cinc estrelles gran luxe. Per contra, a Barcelona sí que hi ha un gran nombre d'hotels de cinc estrelles, i també de cinc estrelles gran luxe.

Amb l'oferta de restaurants la situació és similar; la ciutat de Tarragona compta amb un gran nombre de restaurants i amb una gran oferta gastronòmica. Tot i així, no compta amb restaurants amb estrella Michelin. Els creueristes es poden desplaçar 20 km ja que Cambrils consta amb dos restaurants que tenen una estrella Michelin. Barcelona però té una oferta molt més àmplia de restaurants d'alt standing: compta amb un gran nombre de

restaurants amb estrella Michelin entre els quals dos d'ells tenen tres estrelles, que és la categoria màxima.

Amb els comerços la situació és similar: Tarragona no compta un nombre gran de botigues de marques de gran luxe. A més, el nombre de botigues al centre de la ciutat és limitat i no compta amb una gran tradició comercial. En proporció, Barcelona té un nombre molt més gran de botigues de roba, joieries i articles de luxe.

La manca d'allotjaments, restaurants i botigues d'alt standing a Tarragona pot representar una desavantatge competitiva com a port base en comparació amb el port de Barcelona. A més, aquesta manca d'establiments de luxe també pot afectar negativament el possible creixement del nombre de creuers de luxe.

Com s'ha mencionat, al port de Tarragona hi fan escala diversos creuers petits més exclusius que se situen dins del segment *premium* o de luxe. Aquests tipus de creuers és interessant ja que aporta majors beneficis degut a que la despesa dels creueristes és superior. Aquests segments de creuers solen visitar ports poc coneguts, podent-se ajustar per tant al cas de Tarragona. Tot i així, el fet que no hi hagi suficient oferta turística d'alt standing representa una debilitat a l'hora d'acollir aquest tipus de turisme.

Finalment l'últim objectiu del treball és deduir quina serà l'evolució del turisme de creuers a Tarragona. Les previsions pronostiquen un continu creixement tant del nombre de creuers com del nombre de creueristes que arribaran al port de la ciutat els pròxims anys. De fet, degut a aquesta previsió de creixement des del port s'està plantejant una inversió per habilitar una terminal amb més capacitat de vaixells i comoditats, que n'evitarà una hipotètica saturació.

És important destacar que Costa Crueros continua apostant pel port i que a més hi ha una altra companyia de gran envergadura interessada. La presència de navilieres de tal importància, a més, fa que altres companyies mostrin interès en el port i en la ciutat. Així doncs, podem determinar que l'estratègia comercial que pretén convertir el port de Tarragona en un port de referència en el sector de creuers va per bon camí.

S'ha de remarcar però, que perquè el projecte tiri endavant és molt important que totes les administracions involucrades s'hi impliquin i vagin de la mà. Des del port es posa molt d'èmfasi en que és imprescindible una campanya unificada per part de tots els agents implicats perquè els esforços puguin donar fruit. És per això que caldria investigar quina és la implicació per part de les administracions i del sector comercial i turístic, així com veure quina és la seva percepció sobre aquest tipus de turisme per saber si realment els aporta beneficis.

Tenint en compte les tendències globals del turisme de creuers es pot observar que a nivell mundial i en especial europeu el turisme de creuers tindrà tendència a créixer de manera considerable i sostinguda. La tendència és que les navilieres busquin cada vegada itineraris més variats, cosa que pot representar un avantatge competitiu pel port de Tarragona. Una altra tendència a nivell global sosté que mentre que les destinacions fan el possible per maximitzar la despesa local dels creueristes, les navilieres cada cop fan més esforços per intentar que els passatgers facin la màxima despesa a bord enlloc de fer-la a la destinació. Aquest fet és perjudicial per la destinació i d'aquí neix la importància d'estudiar amb profunditat quins són els impactes d'aquest tipus de turisme pel territori i què es podria fer perquè el benefici per la zona fos més gran.

Per acabar, cal remarcar que aquest treball ha permès fer un anàlisi general de la situació del turisme de creuers a Tarragona i ha possibilitat extreure'n diverses conclusions. Tot i així, el treball ha tingut certes limitacions en quant a les dades obtingudes. A més, es tracta d'un tema molt ampli, i és per això que seria interessant que es desenvolupessin noves línies d'investigació que estudiessin de manera més detallada diversos aspectes, com per exemple quina és la percepció per part del sector comercial i turístic d'aquest tipus de creuers, quins són els beneficis reals del creuerisme pel territori, quina és la relació territori – creuer, quin és el perfil de creuerista que es pot ajustar més al les característiques del territori o què caldria treballar per augmentar el benefici d'aquest tipus de turisme cap a la zona.



PART V. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

13. Bibliografia

- Andriotis, K. i Agiomirgianakis, G. (2010). Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call. *International Journal of Tourism Research*, 12(4): 390-404.
- Cerchiello, G. (2013). *La evolución del crucerismo en España. Desde sus orígenes hasta la actualidad (1848-2013)* (Tesis doctoral). Universitat d'Alacant, Alacant.
- Cruise Lines International Association (CLIA) (2014). *2014 North American Cruise Market profile*. Washington, D.C.
- Cruise Lines International Association Europe (CLIA Europe) (2015). *The cruise industry. Contribution of Cruises Tourism to the Economies of Europe, 2015 Edition*. Brusel·les.
- De los Reyes, E (2014) *El turismo de cruceros en el mundo: análisis de las tipologías de cruceristas en el puerto de Málaga según la percepción de la imagen, satisfacción y lealtad al destino turístico de la capital* (Tesis doctoral). Universitat de Màlaga, Màlaga.
- De los Reyes, E. i Ruiz E. (2015): *Tendencias y estrategias en la industria del crucero: principales áreas del turismo de cruceros en el mundo*. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 19.
- Dowling, R. i Weeden, C. (2017). The world of cruising. A Dowling, R (Cabi Publishing) *Cruise Ship Tourism*. Brighton: University of Brighton
- Esteve, J.A. , Garcia, A. i Gutierrez, J.E. (2014) Agentes asociados a la configuración de un itinerario de cruceros, hinterland turístico y puertos de crucero en España. A *Anuario Jóvenes Investigadores*, juny 2014, nº 1, 42-44 p
- Esteve, J.A., García, A. i Gutiérrez, J.E. (2016) *Estacionalidad del turismo de cruceros: el Mediterráneo español*. Treball presentat al 7th International Conference on Maritime Transport, 27-29 juny 2016, Barcelona.
- Esteve, J.A. i García, A. (2016) Key Stakeholders in Cruise Traffic: An Application to Spanish Cruise Ports, in Metin Kozak , Nazmi Kozak (ed.) *Tourism and Hospitality Management* (Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research, Volume 12) Emerald Group Publishing Limited, pp.81 – 93.
- Gui, L., Russo, A.P. (2011) Cruise ports: A strategic nexus between regions and global lines-Evidence from the Mediterranean. *Maritime Policy and Management*, vol. 38 (2) pp. 129-150.

Hernández, J. (2008). *El turismo de masas. Evolución y perspectivas. Madrid, Espanya: Editorial Síntesis, 2008.*

Joanna Kizielewicz. (2013). The Mediterranean Sea Region – the leader in the cruise ship tourism in Europe. *Scientific Journals. Maritime University of Szczecin*, 36(108), 80–88.

Luna, M (2012) *El turismo de cruceros en el Mediterráneo. Una aproximación a las Illes Balears* (Trabajo de fin de master). Universitat de les Illes Balears, Palma.

Mancini, M., (2001). *Cruceros: guía sobre la industria de los cruceros* . Barcelona, Espanya: Paraninfo

Murillo, J., Romani, J., i Suriñach, J. (2008). The Impact of Heritage Tourism on an Urban Economy: The Case of Granada and the Alhambra. *Tourism Economics* 14(2), 361-376.

Murillo, J., Vayá, E., Romani, J., i Suriñach, J (2013). How important to a city are tourists and daytrippers? The economic impact of tourism on the city of Barcelona. *Tourism Economics*, 19(4), 897-917.

Organització Mundial del Turisme. (2008). *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias*. Madrid, Espanya

Revenga, D. (2017) Tarragona triplica el nombre de creueristes i es consolida com a segona destinació catalana. *Indicador d'economia (vol 214)*

Rodríguez, J.P. i Notteboom, T. (2012). The geography of cruise shipping: itineraries capacity deployment and ports of call. A IAME 2012 Conference, International Association of Maritime Economists (IAME), Taipei (Taiwan), 6-8 September 2012.

Vayá, E. i Garcia-Sanchís, J.R, Murillo J.M. , Romani, J. i Suriñach, J. (2016) *Economic Impact of Cruise Activity: The Port of Barcelona* (Document de treball). Universitat de Barcelona, Barcelona.

Ward, D. (2016) *Cruising and Cruise Ships*, Londres, Regne Unit. Berlitz Publishing.

Weaver, A. (2005): La tesis de la macdonalització y el turismo de cruceros. *Annals of Tourism Research en Español*, v. 2, nº 32.

14. Webgrafia

Agència Catalana de Notícies (2017). Tarragona tanca la millor temporada de creuers amb més de 50.000 passatgers i preveu assolir els 80.000 el 2018. Tarragona: *Vilaweb*. Recuperat de: <https://www.vilaweb.cat/noticies/ampliaciotarragona-tanca-la-millor-temporada-de-creuers-amb-mes-de-50-000-passatgers-i-preveu-assolir-els-80-000-el-2018/>

Ajuntament de Tarragona (2017). El patronat municipal de turisme i el port posen en marxa un programa integral per a la recepció de creuers. Tarragona. Recuperat de: <https://www.tarragona.cat/empreses/noticies/noticies-2017/el-patronat-municipal-de-turisme-i-el-port-poseden-en-marxa-un-programa-integral-per-a-la-recepcio-de-creuers>

Autoritat Portuària de Tarragona (Sense data). Recuperat de: www.porttarragona.cat

Ferrando, E. (2016). Tarragona ZAC: Tarragona Acolidora de Creuers. *El món*. Recuperat de: <http://elmon.cat/opinio/4354/tarragona-zac-tarragona-acollidora-de-creueristes>

González, F. (2014). InfoCruceros presenta el Estudio de Satisfacción de Cruceristas 2014. *InfoCruceros*. Recuperat de: www.infocruceros.com/noticias/1037-infocruceros-presenta-el-estudio-de-satisfaccion-de-cruceeristas-2014

Institut d'Estadística de Catalunya (2017). Transport marítim. Moviment de vaixells i passatgers a Catalunya, 2017. Recuperat de: www.idescat.cat/indicadors/?id=anuals&n=10513

Lahoz, R. (2016). 2017: Una oportunitat per a la Tarragona dels creuers. *Fet a Tarragona*. Recuperat de: <http://www.fetatarragona.cat/2016/11/04/2017-una-oportunitat-per-a-la-tarragona-dels-creuers>

Patronat de la diputació de Tarragona (Sense data). *Costa Daurada*. Recuperat de: <https://costadaurada.info/>

Ports de la Generalitat (Sense data). Recuperat de: <http://ports.gencat.cat>

Puertos del Estado (Sense data). Recuperat de: www.puertos.es

Riu, N. (2017). El Port triplica la cifra de cruceristas el último año. *Diari de Tarragona*. Recuperat de: <https://www.diaridetarragona.com/tarragona/El-Port-triplica-la-cifra-de-cruceeristas-en-el-ultimo-ano-20171122-0008.html>

Tarragona Cruise Port Costa Daurada (Sense data). Recuperat de: www.tarragonacruiseport.com

Vargas, A. (2015). Norteamérica se mantiene como mayor mercado de cruceros con el 55% de los pasajeros mundiales. *Hosteltur*. Recuperat de: www.hosteltur.com/113332_norteamerica-se-mantiene-como-mayor-mercado-cruceros-55-pasajeros-mundiales.html

Van Der Meulen, T. (20/12/2017). El port de Tarragona supera els 50.000 creueristes durant el 2017. Tarragona: *Diari Ara*. Recuperat de: www.ara.cat/campdetarragona/port-Tarragona-supera-creueristes-durant_0_1927607233.html

15. Índex de figures

Índex d'il·lustracions

Il·lustració 1. Activitat creuerística a nivell mundial	17
Il·lustració 2. Logotip de la marca Tarragona Cruise Port Costa Daurada.....	36
Il·lustració 3. Ubicació de les terminals per a creuers al port de Tarragona	38
Il·lustració 5. Dic de Llevant.....	39
Il·lustració 4. Marina Port Tarraco.....	39
Il·lustració 6. Creuer Costa Victoria embarcant al dic de Llevant	48
Il·lustració 7. Creuer Wind Surf	49
Il·lustració 8. Oferta turística de Tarragona i el seu entorn	59

Índex de taules

Taula 1. Creueristes als ports espanyols, 2016.....	20
Taula 2. Evolució del nombre de creueristes als principals ports espanyols	22
Taula 3. Quadre resum del perfil del creuerista.....	30
Taula 4. Evolució del nombre de creueristes a Barcelona i Tarragona.....	41
Taula 5. Evolució del nombre de creuers a Barcelona i Tarragona	41
Taula 6. Nombre de creuers amb escala per naviliera en la previsió d'escales del 2018	46
Taula 7. Quadre resum dels creuers amb escala al port de Tarragona segons les previsions del 2018.....	51
Taula 8. Classificació dels allotjaments hotelers de Tarragona ciutat	59

Índex de gràfics

Gràfic 1. Percentatge de passatgers als principals ports base del mediterrani, 2013	19
Gràfic 2. Creueristes als ports espanyols, 2016.....	21
Gràfic 3. Evolució del nombre de creueristes als principals ports espanyols	22
Gràfic 4. Distribució de la despesa dels a Catalunya, 2014	26
Gràfic 5. Distribució de l'edat dels creueristes nordamericans, 2014	27
Gràfic 6. Distribució d'ingressos a la llar dels creueristes nordamericans, 2014.....	28
Gràfic 7. Factors d'influència en l'elecció de creuers, 2014	29
Gràfic 8. Evolució del nombre de creueristes a Tarragona.....	40
Gràfic 9. Previsió del nombre de creuersites de creueristes.....	43
Gràfic 10. Tipus d'operativa, 2017	44
Gràfic 11. Distribució mensual dels creueristes a Tarragona	45
Gràfic 12. Proporció de vaixells per naviliera en la previsió d'escales del 2018	46
Gràfic 13. Nacionalitats per creueristes, 2017.....	53

Gràfic 14. Creueristes per edat, 2017	53
Gràfic 15. Activitats realitzades pels creuristes, 2017	60
Gràfic 16. Excursions contractades pels creueristes	61
Gràfic 17. Valoració general de la destinació a les excursions, 2017	62
Gràfic 18. Compliment d'expectatives de la destinació, 2017	63
Gràfic 19. Recomanació de la destinació per part dels creuersites, 2017	63
Gràfic 20. Tipus de compra efectuada pels creueristes, 2017	65



PART VI. ANNEXOS

Transcripció de l'entrevista a Jordi Sendra, Cruise Operations Manager del port de Tarragona

Quan i per què des del port de Tarragona es va decidir apostar pel turisme de creuers?

Anteriorment a Tarragona hi havia hagut algun creuer però no és fins al 2011 que el nou equip de presidència del port va apostar clarament pel tema dels creuers. Va ser una aposta clara de portar creuers a Tarragona i es va fer perquè a l'equip de presidència hi havia una consciència molt clara que teníem uns actius magnífics al territori que s'havien de posar en valor, i creiem que no podia ser que Tarragona passés desapercibuda pel món dels creuers. Més que una aposta purament pel port industrial va ser una aposta política, ja que al final aquí el beneficiari no és el port sinó el territori. També es va plantejar com un retorn al territori per la problemàtica que pot suposar la presència d'un port industrial.

Lavors es va començar una estratègia que ara està donant els seus fruits. Aquest creixement esglaonat també ha fet que gent que abans no confiava en Tarragona hi acabés confiant. Per exemple, Costa Crueros l'any passat va decidir convertir el port de Tarragona en un port de desembarcament, cosa que va ser una aposta estratègica per Tarragona. Aquesta aposta ha fet que altres companyies navilieres que no demostraven gaire interès pel projecte de creuers de Tarragona ara manifestin interès per poder venir en un futur a Tarragona.

Quin perfil té el creuerista de Tarragona?

Doncs té un perfil divers i múltiple, perquè venen companyies diferents. Per tant, són nacionalitats diferents. Aquí venen canadencs, americans, alemanys, molts italians, francesos, i també espanyols. I amb perfils d'edat diferents. Per exemple, hi ha una companyia de creuers, Saga Cruises, que té un perfil de creuerista de més alta edat.

El nivell socioeconòmic també és divers?

Hi ha perfils amb més capacitat econòmica, probablement vaixells més petits. La companyia Windstar per exemple té un perfil més de luxe. N'hi ha de totes les mides podríem dir.

Quin és el tipus de creuerista que interessa? Hi ha algun interès especial en algun tipus?

No, és evident que tot el que fa el port de Tarragona per portar creuers és en benefici de tota l'economia del territori. Tots aquells actius que oferim com a patrimoni territorial ens interessa vendre'ls a tota aquesta gent. Per tant, sí que ens interessa vendre'ls a gent

que vulgui degustar la gastronomia tarragonina, o que vulgui comprar a les botigues de Tarragona, però també ens interessa gent que vulgui anar a la catedral a fer cultura, que vulgui fer una ruta vitivinícola, anar al Delta de l'Ebre, a Montblanc a veure les muralles medievals, al Monestir de Poblet, etc. Són perfils diversos. El que interessa és el que digui el territori. Si el territori té actius culturals interessa que vingui gent amb ganes de fer cultura. Sí que pot venir gent també que vol passar el dia al Port Aventura, que vol passar el dia a Barcelona, o fins i tot algun voldrà anar a la platja. En aquest sentit es va crear la *Taula Institucional de Creuers*; se'ls va dir que el que s'està fent és portar-los clients perquè valorin el patrimoni que tenim, de tot tipus: cultural, gastronòmic, etc.

Creus que és el mateix tipus de creuerisme que el de Barcelona i altres ports reconeguts a nivell mediterrani? En què es diferencia?

La gent que va a Barcelona hi va perquè és la capital europea dels creuers i és molt destacable. La oferta de Barcelona és brutal i immesurable. Però nosaltres som alternatius i complementaris, perquè quan la gent ja ha anat a Barcelona li interessa descobrir coses interessants fora de la ciutat. Aleshores els hi pots oferir Tarragona, una ciutat Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO i important pel seu patrimoni romà,. Per tant, jo crec que probablement el perfil del creuerista sigui el mateix, perquè al final Costa Cruceros aposta per Barcelona i també per Tarragona, però oferim coses diferents.

Hi ha coses que sí que es poden fer des de Barcelona, però des de Tarragona ho tenen més a prop. Per exemple, hi ha molt d'interès en el Delta de l'Ebre, en les cooperatives vitivinícoles del Priorat, en anar a veure cellers modernistes, en conèixer Montblanc, Poblet, el Reus modernista, etc. Tenim un territori magnífic. Si no tinguéssim res per oferir el port no portaria creuers a Tarragona, però tenim moltes coses per oferir tant a la mateixa ciutat com a l'entorn del territori. Precisament per això l'aposta política que es va fer l'any 2011 amb l'arribada del president Josep Andreu va ser clara. Tenim un territori magnífic, assentem a tot el territori aquí i a veure si els interessa que el port de Tarragona s'involucri clarament en un projecte per portar creuers que creï una economia i que posi en valor el patrimoni que tenim.

I en quant a la mida i tipus dels vaixells, quina és la diferència respecte altres ciutats ?

Diumenge passat vam tenir un costa Màgica de 3.500 persones. De moment el vaixell més gran del món no vindrà però esperem que algun dia pugui venir. Però tenir un Costa Victòria que porta 2.400 passatgers o un Costa Màgica que en van ser 3.500 jo crec que és un èxit. També venen vaixells petits de forma més de luxe i atracaran a la Marina, no al moll de Llevant, llavors estan més a prop de la ciutat. Són gent amb més capacitat adquisitiva i afany cultural que ens interessa molt. Complementàriament nosaltres, pagat per la taula institucional convidem als Xiquets del Serrallo perquè els hi facin pilars.

També els hi fem actuar diables davant dels vaixells quan marxen de nit. Els diables Voramar del Serrallo els hi fan una actuació.

Això es fa només als creuers de luxe?

No necessàriament, va en funció de l'horari. Aquest dissabte tenim castells amb un Sea Cloud II abans que marxi. I dilluns igual, amb un Ocean Magesty. I als creueristes els agrada molt.

Què caldria fer per millorar la competitivitat del port de Tarragona pensant en l'oferta turística i comercial de l'entorn? És a dir, què es demana a l'administració i al sector privat?

Per això es va crear la *Taula Institucional de Creuers*, perquè el port de Tarragona, visionari, va veure que tenia un territori a oferir. El port de Tarragona no és el principal beneficiari del turisme de creuers sinó que és el que menys hi surt guanyant. Però si el territori no s'hi involucra no serveix de res. Si no tinguéssim territori, si no hi hagués res per vendre no en portaríem. Ens interessa involucrar a les administracions territorials per fer-los entendre que tenim una oportunitat magnífica. A la taula institucional és on es marquen les estratègies de compromís de cadascú. És evident que si els creueristes van a un municipi i es troben les botigues tancades això no és bo. Hi ha un esforç per banda de cada administració per a poder fer més fàcil la vida del creuerista. Per exemple, a Tarragona es va crear una cosa que es diu Tarraco Cruise Amicum, on s'hi van apuntar botiguers del comerç de Tarragona si ve un creuer diumenge, o si hi ha un creuer a l'hora de dinar que es pugui tenir obert. O que les administracions obrin els museus, l'Amfiteatre, el Fòrum Provincial, etc.

I ho solen complir?

Hi estem batallant, sí, sí. Jo crec que al final aquest és el secret. Que tothom ho compri, que es tingui clar que és en benefici seu i que ens posin les facilitats. Que al final de temporada quan es facin les enquestes de satisfacció dels creueristes sapiguem que efectivament han estat contents i que no s'han trobat botigues i museus tancats.

Què és fa des de dels Patronats de turisme per promoure aquest tipus de turisme?

Cada vegada que hi ha un creuer el Patronat de Turisme de Tarragona facilita uns informadors turístics que estan a peu de vaixell, alguna vegada pugen inclús dalt del creuer i donen informació als creueristes abans de baixar per agafar el *shuttle* que els porta a la ciutat. Donen informació sobre la ciutat, tríptics, informació sobre el trenet turístic, i també informació per anar al Port Aventura, al Ferrari Land o a qualsevol altre població. Al marge que també se'ls aprovisionen les empreses de guies turístics, és a dir,

personal per anar a les excursions. Per exemple Tarragona Walking és una ruta en que hi ha un guia que els explica tot.

A part dels beneficis econòmics directes quins impactes té per la ciutat?

Al marge de que els creueristes comprin o no comprin, que algú pugui vendre a EEUU que va estar en un lloc molt bonic que és Tarragona pot fer que altra gent decideixi després venir. Les recomanacions i el boca orella són un benefici intangible molt important. Hi ha gent que es queda molt sorpresa perquè el fet d'estar al costat de Barcelona és important i oferim coses diferents. La satisfacció del creuerista és important i ens agrada que hagin conegut la nostra ciutat.

Quines creus que són les tendències de cara al futur? Com es projecta el pròxim any?

Tot són previsions, i és evident que les previsions s'han de confirmar. Però no ens demanaran de venir l'u de gener de 2019, ens ho diuen l'any abans. Ja tenim una previsió de creixement en relació a aquest any. Aquest any estem sobre els 80.000 creueristes. Jo crec que si tot es confirma i va bé mirarem de fregar si no els sobrepassem els 100.000 de cara al 2019.

Quines accions de futur es plantegen des del port?

Com a estratègia comercial el port està representat a totes les fires mundials de creuers com el Seatrade que es fa cada any a Florida i el Medcruise que es farà l'any vinent a Malta. Al marge de l'estratègia comercial el port també es planteja si aquest creixement es consolida poder fer una inversió a més llarg termini per fer una terminal més gran, amb capacitat de més vaixells, que proporcioni més comoditat, etc. S'està en el tema.