

Proposta per a desenvolupar turísticament la zona interior de Riudoms

1

1

MÀSTER UNIVERSITARI EN GESTIÓ DE LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES

Any acadèmic 2021/2022

Ramona Aloy Català

PROPOSTA PER A DESENVOLUPAR TURÍSTICAMENT LA ZONA INTERIOR DE RIUDOMS

UNA PROPOSTA DE PRODUCTE TURÍSTIC PER AL



DESENVOLUPAMENT A LA ZONA DE RIUDOMS

A Catalunya la primera i única ruta homologada Espanyola és la de Vidrà-Puigsacalm.

S'identifica aquí un nínxol de mercat per



recorregut. Font: www.turismoecuestre.org

Dirigit pel Dr. Juan Antonio Duro Moreno



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-seca
Octubre de 2022

Vilaseca, setembre de 2022

Índex de continguts

RESUM.....	7
ABSTRACT	7
RESUMEN	7
1 INTRODUCCIÓ.....	8
2 JUSTIFICACIÓ	8
3 Definició del Projecte i Objectius	9
4 METODOLOGIA.....	10
4.1 Desenvolupament inicial de la proposta.....	10
4.1.1 Idees considerades inicialment però descartades	10
4.2 Tècniques emprades	11
5 Anàlisi de la destinació: Riudoms.....	13
5.1 Cambrils com a destinació de turisme familiar.....	13
5.1.1. El turisme de cambrils	14
5.2 Segment turístic interessat en turisme eqüestre	18
5.3 Recursos i potencialitat de Riudoms	20
5.4 Activitats turístiques a Riudoms	20
5.5 Volum empresarial a Riudoms	22
5.6 Anàlisi dels possibles atractius turístics de la zona	24
6 Recerca d'experiències inspiradores en entorns rurals. Projectes en marxa	25
6.1 El Consorci de les Vies Verdes (https://www.viesverdes.cat/).....	27
6.2 CambriBike	27
6.3 Rodabike(Bike & CambriBike – Rodabike Cycling & Coffee Cambrils (cyclingholidays.es)).....	28
6.4 Turismo Ecuestre (www.turismoecuestre.org).....	29
6.5 AMAC (https://amac.cat/).....	31
7 Proposta de producte turístic a desenvolupar a la zona de Riudoms basat en activitat eqüestre combinada.....	31

7.1 Descripció de les Rutes:.....	32
7.2 Promoció i difusió del Producte	39
7.3 Impacte social i mediambiental de la proposta	41
8 Anàlisi crític de la dinamització econòmica que aportaria	41
8.1 Comparativa amb altres zones de la Costa Catalana	41
8.2 Com afecta la guerra d'Ucraïna i la inflació:	43
8.3 Com ho veu Cambrils?.....	43
8.4 Com ho veu Riudoms.....	45
9 Conclusions.....	46
BIBLIOGRAFIA	48
ANNEXOS.....	49
Entrevista a Amalia Rico i Blanca Martínez del Patronat de Turisme de Cambrils.....	49
Entrevista al propietari de l'Hípica Julivert, de Riudoms	49
Entrevista als productors, restaurants i allotjaments de Riudoms.....	49
Entrevista a propietaris de cavalls i socis AMAC.....	49
Webgrafia.....	50

Índex de figures

Figura 1: Marca de Turisme Equestre	10
Figura 2: Situació geogràfica de la marca turística Costa Daurada (Font: [1])	13
Figura 3: Origen de països a Cambrils, 2016.....	15
Figura 4: Pla d'actuació 2020 Cambrils. Font: Pla d'actuació 2020 Cambrils	17
Figura 5: Les rutes de salut de Riudoms. Font: Ajuntament de Riudoms.....	22
Figura 6: Boques de les mines, les diferents partides i els camins. Font: Ajuntament de Riudoms	22
Figura 7: Moonlight Country	25

Figura 8: Punts de Suport al cicloturista. Font: https://www.viesverdes.cat/	27
Figura 9: Rodabike Cambrils	28
Figura 10: Associacions Eqüestres Espanya. Font: www.turismoecuestre.org	29
Figura 11: Segell de qualitat de turisme eqüestre. www.turismoecuestre.org	29
Figura 12: Viatges a mida, catàleg de serveis i establiments. Font: www.turismoecuestre.org	30
Figura 13: Ruta Vidrà-Puigsacalm, recorregut. Font: www.turismoecuestre.org	30
Figura 14: Associació AMAC. Font: https://amac.cat/	31
Figura 15: Ruta de Riudoms a la platja de Cambrils. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps	32
Figura 16: Ruta per Riudoms. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps	33
Figura 17: Àrea de influència de la ruta proposada a Riudom. . Font: El.laboració pròpia amb Instamaps.....	33
Figura 18: Ruta circular Riudoms-Cambrils. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps	34
Figura 19: Àrea de influència de la ruta circular Riudoms-Cambrils. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps.....	35
Figura 20: Ruta circular Riudoms – Parc Samà. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps	36
Figura 21: Àrea de influència de la ruta circular Riudoms – Parc Samà. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps.....	36
Figura 22: Exemple de performance a Melbourne. Font: What's on Digital Experiences In Melbourne The Lume (thelumemelbourne.com)	37
Figura 23: Experiències immersives en la restauració.....	38
Figura 24: Lume Festival de Queenstown.....	39
Figura 25: Voltants de Premià de Mar	41
Figura 26: Voltants de Matarò i Parc Natural del Montnegre-Corredor	42
Figura 27: Voltants de Collsacreu	42
Figura 28: Voltants de Santa Susanna.....	43

Índex de taules

Taula 1: Arribades a Cambrils, 2018	14
---	----

Taula 2: Tipologia d'allotjaments turístics a Cambrils	15
Taula 3: Habitatges principals i secundaris a Cambrils. Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.	15
Taula 4: Recursos de Riudoms: patrimoni i productes	20
Taula 5: Volum empresarial de Riudoms: productors i empreses de restauració	23
Taula 6: Volum empresarial de Riudoms: empreses d'allotjaments i d'activitats.....	24

1

2 RESUM

La Costa Daurada rep molts turistes a la zona de la costa però aquest turisme es veu poc atret per la zona interior. La tendència actual dels turistes que visiten la costa és que estan poc interessats a desplaçar-se cap a l'interior i volen gaudir del sol i platja. Les destinacions turístiques comencen a crear nous productes turístics innovadors orientats als visitants cap a les zones de l'interior. En aquest aspecte és molt important la col·laboració i governança entre els diferents agents turístics d'una destinació per assolir l'èxit en la gestió turística. En conseqüència, l'objectiu d'aquest treball ha estat generar una proposta turística de desenvolupament turístic sostenible per a la zona interior de Riudoms que sigui ben acollida pels diferents agents implicats.

ABSTRACT

The Costa Daurada receives many tourists in the coastal area but this tourism is not attracted to the inland area. The current trend of tourists visiting the coast is that they are not very interested in moving inland and want to enjoy the sun and beach. Tourist destinations are beginning to create new innovative tourist products aimed at visitors towards inland areas. In this aspect, collaboration and governance between the different tourist agents of a destination is very important to achieve success in tourism management. Consequently, the objective of this work has been to generate a tourist proposal for sustainable tourist development for the inland area of Riudoms that is well received by the different agents involved.

RESUMEN

La Costa Dorada recibe a muchos turistas en la zona de la costa pero este turismo se ve poco atraído por la zona interior. La tendencia actual de los turistas que visitan la costa es que están poco interesados en desplazarse hacia el interior y quieren disfrutar del sol y playa. Los destinos turísticos empiezan a crear nuevos productos turísticos innovadores orientados a los visitantes hacia las zonas del interior. En este aspecto es muy importante la colaboración y gobernanza entre los diferentes agentes turísticos de un destino para alcanzar el éxito en la gestión turística. En consecuencia, el

objetivo de este trabajo ha sido generar una propuesta turística de desarrollo turístico sostenible para la zona interior de Riudoms que sea bien acogida por los diferentes agentes implicados.

3 INTRODUCCIÓ

Aquest treball final de màster surt de l'experiència obtinguda durant el desenvolupament del conveni de pràctiques no remunerades de l'assignatura de Pràctiques Externes dirigida pel Dr. Jesús Angla. Aquest conveni de col·laboració entre la URV i l'Ajuntament de Riudoms ha generat la base per a la creació del projecte. El projecte tracta de crear una proposta turística per a desenvolupar les zones interiors de la Costa Daurada, en concret la zona interior de Riudoms que guarda proximitat amb Cambrils i el seu impacte es veu poc afectat pel turisme.

La proposta de desenvolupament turístic per a la zona de Riudoms estarà basada en el consens, la governança i una marcada orientació a la sostenibilitat que fomenti la participació de les petites empreses locals i la col·laboració entre els diferents agents implicats en aquesta zona de la Costa Daurada.

Punts a emfatitzar en el transcurs d'aquest projecte són l'escolta activa de la veu de tots els agents implicats, l'intercanvi d'idees i l'entesa de les diferents motivacions d'aquests agents per tal de proposar un producte turístic que encaixi totes les bandes, que sigui sostenible amb el medi ambient i doni valor als recursos i potencialitat de la zona interior de Riudoms.

4 JUSTIFICACIÓ

La Costa Daurada disposa d'un atractiu en el sol i platja que atrau molts turistes i cada cop més les zones interiors han trobat un atractiu propi que les està fent destacar per elles mateixes i amb capacitat també d'atraure turisme i generar riquesa en aquestes àrees interiors que tradicionalment han estat menys actives a nivell turístic.

Des de l'administració local hi ha hagut, durant molt temps, una manca de projectes d'aprofitament per dinamitzar aquestes zones interiors. però en els últims anys s'han presentat diferents propostes per a l'aprofitament d' aquestes àrees, les quals donen alt valor al patrimoni local.

Algun exemple d'aquests projectes, que ja s'han posat en marxa recentment són el **Cambribike** a Cambrils, **iniciativa s'emmarca en la línia estratègica a favor del turisme esportiu que es treballa des de fa més de quinze anys i fruit de l'entesa per part del Patronat de Turisme, la regidoria d'Esports i altres departaments de l'Ajuntament conjuntament amb el sector privat.**

En aquesta línia, es troba desde l'àmbit privat, Rodabike Cambrils que va néixer com a botiga de lloguer de bicicletes a Cambrils, l'any 2012 i s'ha anat especialitzant poc a poc fins esdevenir agència de viatges especialitzada en ciclisme, ofereint actualment un producte integral tant a clients nacionals com internacionals.

Així com Cambrils disposa d'un Pla d'Actuació 2020, on exposa que la seva visió és millorar l'experiència del turista i promocionar, informar i suportar la comercialització. i l'objectiu principal és

treballar a favor de productes turístics per tal de proposar accions concretes a favor de la promoció , la captació i de la desestacionalització sempre en estreta col·laboració amb els empresaris turístics i tots els departaments i àrees municipals, altres municipis com és el cas de Riudoms està mancat de propostes viables a curt termini i moltes d'elles no arriben a executar-se i es troben encatllades per diverses raons.

Principalment, les dificultats burocràtiques relacionades amb la necessitat de crear i senyalitzar camins al terme de Riudoms i adequar espais que es troben majoritàriament en sòl privat, com és l'aprofitament de les mines d'aigua com a recurs amb potencial turístic. També s'ha de tenir en compte que l'elevat cost econòmic d'algunes d'aquestes propostes com poden ser les remodelacions en espais públics que comportaria a la plaça de l'Ajuntament recrear la mina principal del poble pot haver propiciat que passessin a un segon pla davant d'altres prioritats o inversions a les que hagués de fer front l'Ajuntament.

S'hi suma també, en l'actual context de pandèmia i guerra que estem vivint, les administracions estan sofrint una manca de recursos econòmics degut a les grans pèrdues ocasionades per la Covid-19 i la inflació generada aquest darrer any per la guerra entre Rússia i Ucraïna, cosa que farà endarrerir encara més aquestes propostes.

Tot i així, la tendència actual a generar propostes de producte turístic en les zones d'interior de la Costa Daurada és a l'alça i en aquest projecte es presenta una proposta per a dinamitzar turísticament la zona de Riudoms a través del turisme eqüestre, de bicicleta i a peu oferint un producte que combina l'esport amb la gastronomia autòctona i el món tecnològic digital. Es presenta com a una oportunitat per a la comunitat local de la zona de Riudoms principalment i els seus voltants que pot beneficiar la destinació, que permetran a Riudoms comptar amb un model turístic que s'adapti a les noves demandes i tendències del sector, que es basi en els atractius conformats pel patrimoni local i que cerqui la sostenibilitat a llarg termini.

5 Definició del Projecte i Objectius

Aquest projecte té com a objectiu donar propostes de desenvolupament de l'activitat turística de l'àrea interior d'influència de Cambrils enfocant-se principalment en Riudoms, sense oblidar mencionar altres poblacions com Vinyols i els Arcs, Botarell i Montbrió del Camp.

La principal materialització que busca aquest projecte és un document que integri com a objectiu principal donar propostes de desenvolupament turístic d'aquesta zona prelitoral dels voltants de Cambrils on hi participin diferents agents locals i administració, donant resposta a un turisme sostenible i que diversifiqui l'oferta turística de la destinació.

L'objectiu inclou que la proposta desenvolupada tingui consens entre els diferents agents tenint en compte la viabilitat i responsabilitat en quant a model de gestió i governança, així com dels impactes esperats per als diferents agents de l'àrea territorial que engloba.

6 METODOLOGIA

4.1 Desenvolupament inicial de la proposta

4.1.1 Idees considerades inicialment però descartades

La primera idea que ve al cap un cop vist Riudoms en la seva totalitat tracta de centrar el projecte amb els primers estímuls sensorials de Gaudí al Mas de la Calderera. Parlant amb Jaume Bages, Director de Cowocatrural i d'Espai Factoria de Reus, i la regidora de Turisme de l'Ajuntament de Riudoms Imma Hipòlit, un s'adona que la majoria de producte turístic existent a Riudoms està relacionat amb Gaudí i d'alguna manera vinculat a Reus com una mena d'extensió del producte que Reus gestiona referent a Gaudí, que no és pas poc. És per aquest motiu que consensem apuntar en una altra línia d'actuació i fonamentar aquest projecte en una proposta no vinculada a Gaudí, bàsicament per a diversificar i captar un públic diferent i així ampliar el ventall d'atractivitat de la zona.

La segona idea ens torna a portar a Gaudí de forma potser més indirecte. Com és sabut, Francesc Gaudí Serra nascut a Riudoms i fill de calderers. era el pare d'Antoni Gaudí, que era doncs, era fill, nét i renét de calderers.

En tant que necessitat d'aigua pel reg de la seva finca i sent, Gaudí, home expert en les obres surt una vinculació vers els arquitectes modernistes del Camp de Tarragona i el sistema de reg de Riudoms que està basat en les mines d'aigua que hi ha repartides al llarg del seu terme municipal. Però altra cop la reflexió feta conjuntament amb Jaume Bages, Director de Cowocatrural i d'Espai Factoria de Reus, i la regidora de Turisme de l'Ajuntament de Riudoms Imma Hipòlit, porta a descartar aquesta idea en un afany de buscar un producte que ens obri ventall a nova clientela i un mercat diferent i/o complementari del turisme cultural vinculat a Gaudí.



Figura 1: Marca de Turisme Equestre

Una tercera idea tenint ja al cap un producte capaç de desestacionalitzar i que tingui a veure amb els cavalls, i mirant més cap a Cambrils que cap a Reus, ha estat convertir Riudoms-Vinyols i els Arcs-Montroig-Cambrils en una zona amb Marca de Turisme Equestre.

Fent debat amb el propietari de l'hípica Julivert, Santi ens apropa als nombrosos requisits que fan falta per a aconseguir ser inclòs dins d'aquesta marca, tant a nivell de qualitat com a nivelli desseguida comença el diàleg vers les inversions que fan falta per arribar-hi. Aquest és un tema que fa girar el discurs d'aquest projecte cap a una versió menys ambiciosa sense oblidar però aquest tema que potser en el futur pugui ser reobert si relament el projecte que es presenta té bona i nombrosa acollida.

4.2 Tècniques emprades

Per dur a terme aquest projecte s'han combinat diferents tècniques d'investigació, tant quantitatives com qualitatives:

Tècniques Quantitatives

Anàlisi de fonts primàries i secundàries: Recollir informació de fonts estadístiques i bases de dades relacionades amb l'activitat turística de la Costa Daurada i la comarca del Baix Camp que aportin coneixement sobre la situació actual de la zona prelitoral focalitzant-se en Riudoms i voltants, en matèria de turisme, així com l'afectació que ha produït la pandèmia de la Covid-19 per a fer una contextualització apropiada del projecte en el moment actual que travessa el territori.

Fonts: Informes i Plans Estratègics oficials del Patronat de Turisme de Cambrils, Dades extretes de l'Observatori de Turisme de l'Eurecat, IDESCAT.

Tècniques Qualitatives

- ⑩ Revisió de la literatura prèvia relacionada amb l'activitat turística de la Costa Daurada i la comarca del Baix Camp, també la relacionada amb el Patrimoni de la zona al voltant de Riudoms. L'objectiu ha estat recollir informació que doni més coneixements d'aquesta àrea territorial. També s'ha mirat de saber la situació actual del Turisme i les noves tendències en aquesta destinació, en un marc de sostenibilitat.

Fonts: Articles acadèmics, Articles de premsa, Llibres, documentals de ràdio i televisió i informes oficials d'entitats gestores del turisme.

- ⑩ Etnografia i Observació Participant: Conèixer el testimoni de productors locals i regents d'establiments turístics de la zona que actualment estan en funcionament per a conèixer la seva implicació i compromís que estan disposats a tenir en nous projectes turístics a desenvolupar en aquesta zona.
- ⑩ Observació i Exploració de l'entorn natural al voltant de Riudoms per conèixer i entendre millor l'entorn, veure quins agents hi estan implicats i descobrir el potencial que hi ha, a diferents nivells. Aquesta part del treball de camp implica recórrer les diferents rutes de salut dissenyades per l'Ajuntament de Riudoms i el seu municipi, així com també la riera de Riudoms que connecta Riudoms amb la platja de Cambrils que forma part dels espais naturals dels voltants de la zona d'estudi, amb la idea de conèixer millor l'entorn, veure les possibilitats que ofereix i conèixer l'oferta existent d'experiències turístiques sostenibles ja en curs, rutes existents, activitats esportives que s'hi practiquen, senders i camins naturals, etc. Aquests són, sens dubte, els productes turístics que aporten la valorització del patrimoni natural i que podrien convertir-se en els atractius turístics sostenibles diferenciadors a la zona. En el cas que no existeixin, veure la possibilitat de dissenyar noves experiències turístiques que siguin innovadores i que s'adaptin i s'integrin perfectament al model que es preten establir en la zona.
- ⑩ Taller Participatiu de diverses entitats: Amb la finalitat de trobar un espai de consens i arribar a una proposta que convingui a les diferents parts involucrades es va reunir una representació dels productors de producte gastronòmic i de serveis d'hípica i bicicletes, hotelers, restaurants, propietaris de cavalls i administració de la zona de Riudoms a les instal·lacions de l'hípica Julivert, el passat mes de juliol del corrent i cada part va explicar el seu punt de vista i escoltar el de la resta. Per parts dels productors hi havia el senyor Fabra, propietari d'un camp d'avellaners i oliveres situat en una de les rutes de salut del terme de Riudoms; per part dels serveis d'hípica hi havia la directora del centre hípic Julivert Mo Benítez; com a representació

hotelera, la directora de la casa rural Mas Castells ; per part dels restauradors el propietari del restaurant Atahualpa de Riudoms, per part de l'administració, el senyor Jordi Gomà del Consell Comarcal del Baix Camp. La idea de crear i/o aprofitar els camins rurals per a transitar a cavall, en bicicleta i/o a peu va tenir consens i comunicar la zona interior de Riudoms amb Cambrils, Vinyols i els Arcs, Montbrí del Camp. També el fet d'oferir en els establiments per on transcorre el circuit, un aperitiu fet amb productes de la zona com són per exemple l'oli i les avellanes. La idea de estendre aquesta oferta oferint un àpat com a cloenda va sorgir dels propietaris de cavalls que expresaven la seva necessitat de compartir l'experiència viscuda un cop acabada i el fet de què en quedés un record. Per part de l'administració es va oferir publicar i promocionar aquest producte en el Catàleg de tardor/hivern d'enguany.

- ⑩ Benchmarking de bones pràctiques: S'ha realitzat la recerca en destinacions que hagin presentat projectes de desenvolupament turístic basats en l'ús turístic sostenible en espais naturals interiors, com poden ser la Serra del Montsant, o el Priorat, així com altres destinacions que hagin creat productes turístics basats en el seu patrimoni local amb l'objectiu de donar-lo a conèixer i posar-lo en valor. La motyivació ha estat tenir una visualització més oberta i inspiradora i poder formular una proposta de desenvolupament turístic innovador per a la zona al voltant de Riudoms que tingui en compte els èxits assolits per altres destinacions en projectes de desenvolupament turístic sostenible. També es va visualitzar que el turisme de proximitat i sostenible, que busca ajudar a conservar i posar en valor l'entorn natural i el patrimoni cultural de la destinació, és actualment una fórmula d'èxit en destinacions turístiques similars a la Costa Daurada i la comarca del Baix Camp i que la seva demanda s'ha vist incrementada notablement.

7

8 Anàlisi de la destinació: Riudoms

Riudoms és un municipi situat dins la marca turística Costa Daurada. Vuitanta i un



quilòmetres de costa amb 60 platges de sorra fina i daurada configuren la façana marítima de la Costa Daurada, formada per les comarques del Baix Penedès, el Tarragonès, el Baix Camp, l'Alt Camp, la Conca de Barberà i el Priorat.

Riudoms pertany a la comarca del Baix Camp.

5.1 Cambrils com a destinació de turisme familiar

La web de la Diputació de Tarragona de la Costa Daurada ja situa a Cambrils en l'apartat d'activitats de turisme familiar com un referent i anomena les localitats de Salou, Cambrils, Vila-seca, La Pineda Platja, Calafell, el Vendrell i les Muntanyes de Prades com a un clar exemple de zones destacades en turisme familiar i de fet, estan certificades per la Generalitat de Catalunya com a Destinació de Turisme Familiar.

Segons l'estudi que presenta (Schänzel, Heike, Ian Yeoman, and Elisa Backer. 2012) les principals raons per emprendre unes vacances en família envolten la idea de reunir la família, passar temps junts fóra de la rutina que comporten els dies de feina, i també reunir-se amb altres membres de la família. Es parla de relaxar-se, fer activitats i exercici en família. La necessitat de fer una pausa, buscant una cosa diferent, és entre les raons destacades.

5.1.1. El turisme de cambrils

A **Cambrils** a banda del Sol i Platja i el turisme Familiar, un dels segments turístics més notables és el turisme gastronòmic. El Patronat de Turisme organitza diversos esdeveniments relacionats amb la gastronomia, com per exemple, les jornades de la Galera o bé les jornades del Vi. El turisme esportiu també és força important a la zona, on es poden realitzar diverses activitats nàutiques o bé actives com el ciclisme.

Respecte a l'arribada de turistes a Cambrils, es pot observar a la següent taula que a l'any 2018 es va comptabilitzar un total de 579.038 turistes, superant a Tarragona.

Taula 1: Arribades a Cambrils, 2018

ANY	HOTEL S	CÀMPINGS	APARTAMENTS	TURISME RURAL	TOTAL
2018	299192	187428	92418	0	579.038

Font: [2] Observatori del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci

L'origen de països que viatgen a aquesta destinació són diversos. Destaca el mercat nacional amb un 70,2% del total, seguit del mercat francès i el turista anglès que també escull Cambrils per passar les seves vacances.

El Patronat de Cambrils per l'any 2020, al seu Pla d'Actuació presenta una sèrie d'accions per mercats on volen realitzar fires, promocions i campanyes específiques. Aquests es segmenten en: mercat estatal, mercat català i andorrà, mercat francès, mercat britànic i irlandès, mercat alemany, mercat benelux, mercat rus, ucraïnès i portuguès, i, finalment, el mercat italià i iberoamericà.

Cambrils té un total de 25 hotels i 5 càmpings. Els càmpings a Cambrils tenen força presència ja que tenint menys establiments, el nombre de places hoteleres s'apropa bastant a la dels hotels. S'ha de tenir present que el tipus de turista que escull aquesta destinació és per a descansar, busca tranquil·litat i confort. Els establiments rurals continuen no tenint gaire presència ja que només n'hi ha 1 amb un total de 14 places.

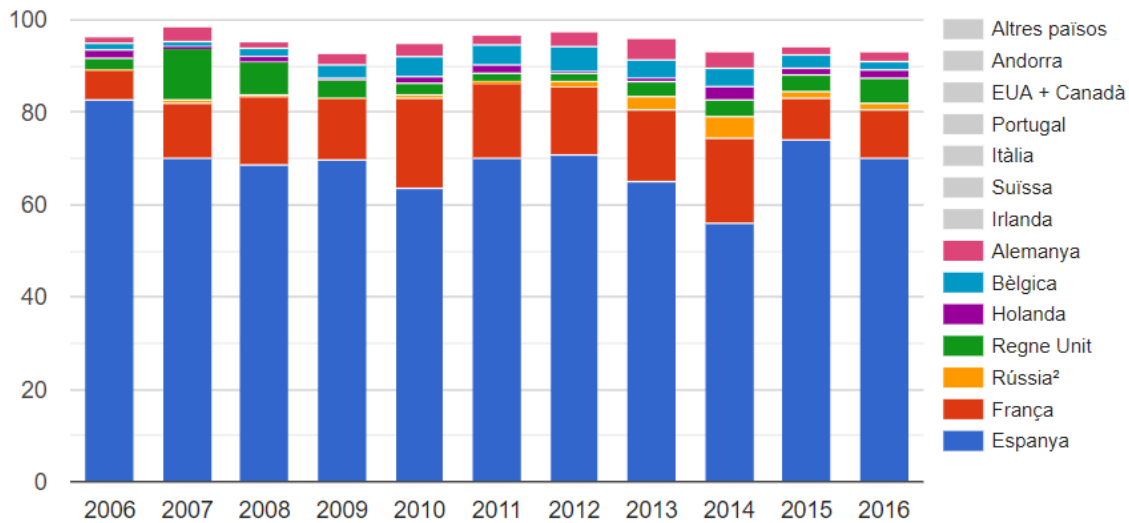


Figura 3:

Origen de països a Cambrils, 2016

Font: Observatori del Parc Científic i Tecnològic de Turisme

Taula 2: Tipologia d'allotjaments turístics a Cambrils

Allotjaments turístics Cambrils 2018

Hotels	25
Places hoteleres	8.207
Càmpings	5
Places de càmpings	7.086
Turisme rural	1
Places de turisme rural	14

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

Segons l'IDESCAT, al 2011 Cambrils presentava un total de 30.750 habitatges repartits entre principals, secundaris i buits. Els habitatges secundaris tenien més rellevància que no pas els principals, però amb poca diferència, ja que a Cambrils hi ha més població resident que no pas a Salou, per exemple. Al no ser un municipi gaire massificat, no hi ha tanta diferència entre aquests dos tipus d'habitatges.

Taula 3: Habitatges principals i secundaris a Cambrils. Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'IDESCAT.

Habitatges principals i secundaris Cambrils

2011

Principals	12.622
Secundaris	13.030
Buits	5.098
Total	30.750

Cambrils, en el Pla d'Actuació 2020, exposa que la seva visió és millorar l'experiència del turista i promocionar, informar i suportar la comercialització.

POTENCIACIÓ DE LA QUALITAT DEL SERVEI I EL TRACTE

4

5

6

ACCIONS ADREÇADES A LA SENSIBILITZACIÓ POSITIVA

DESENVOLUPAR PROJECTES DE RECONeixEMENT A LA FIDELITAT DELS TURISTES DE CAMBRILS

POTENCIACIÓ DELS FAMTRIPS COM A EINA DE PROMOCIÓ DIRECTA EN EL TERRITORI, SUMANT LA COL·LABORACIÓ DEL SECTOR

7

8

CONTINUAR SENT REFERENTS A NIVELL PEDAGÒGIC, COL·LABORANT AMB L'INSTITUT ESCOLA D'HOSTALERIA I TURISME DE CAMBRILS, I AMB LA UNIVERSITAT RÒVIRA I VIRGILI, A MÉS D'ALTRES COM EL CETT DE BARCELONA, FÒRUMS I ALTRES CONGRESSOS PROFESSIONALS

Diferenciar	Innovar
Significar	Consolidar
Sumar	Conèixer
Col·laborar	Ampliar (temporada)
Potenciar	Millorar junts

Figura 4: Pla d'actuació 2020

Cambrils. Font: Pla d'actuació 2020 Cambrils

5.2 Segment turístic interessat en turisme eqüestre

El segment turístic amb motivacions d'esport es troba en: Estudiants, Públic expert en equitació i/o vinculat al món de l'hípica i sobretot, Turisme familiar.

El turisme eqüestre, en l'article presentat per Paula Danby i Dasha Grajfoner, presenta les experiències turístiques humans-equins i reconeix com aquesta interconnectivitat contribueix a millorar mútuament el benestar psicològic. Les entrevistes revelen els beneficis psicològics d'estar immersos en paisatges naturals amb els seus companys equins, on es treballa la confiança mútua, empatia i comunicació eficaç. (Danby, Paula, and Dasha Grajfoner. 2020).

La consultoria estratègica *Postfuturear* (<https://www.postfuturear.com/>), sota la direcció d'Elisabet Roselló ha elaborat un estudi impulsat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona referent al Turisme Familiar en temps de la Covid'19: El concepte canviant de família, Les tendències socials i de consum prèvies a la Covid'19 en famílies amb fills menors de 17 anys, així com, les Xarxes socials i Whatsapp com a noves fonts d'informació.

El turisme familiar es fonamenta en el concepte canviant de família, així doncs hem deixat enrere el concepte familiar on els avis hi formaven part passant a un nucli format pels pares i els fills que ara mateix, la nostra societat ha canviat i, en l'actualitat, hem de parlar de:

- Mares i pares solters
- Famílies amb pares o mares d'un mateix gènere
- Famílies sense fills i el moviment "no-mares", tendència que la darrera dècada s'ha vist creixent, fins el punt que el 2019, les parelles sense fills representaven més del 20% de tots els tipus de famílies a Espanya, respecte al 15,87% de parelles amb un fill, o el 15% de parelles amb dos fills.
- Famílies temporalment sense fills, ja que cada cop és més freqüent tenir fills a partir dels 30, 35 i, fins i tot, 40 anys. Des de la dècada de 1980, la tendència de tenir fills entre els 20 i 29 anys, el més habitual cinquanta anys enrere, va experimentar un clar descens. Avui dia, aquesta franja d'edat per estrenar la maternitat representa el 24,7% de totes les mares a Espanya.
- Gossos i gats també formen part de la família: En els últims anys aquests animals han passat a ser vistos com a iguals o fins i tot, com a membres de la família, deixant enrere la visió anterior de meres mascotes o animals de companyia. Segons el Ministeri d'Agricultura, el 40% de les llars té almenys un animal de companyia, i s'entén que en molts casos solen ser gossos, i en una mica menys de casos, gats. La despesa anual per cada llar destinada a la cura dels animals de companyia és de 1.200 €. D'aquesta quantitat, quasi la meitat es deriva a la despesa en menjar i complementos. Cada cop més, optem per pinsos i aliments de millor qualitat, i per tant més costosos. Rarament, es prefereix buscar altres opcions com ara "hotels per a gossos" o residències canines, que solen ser com protectores per a gossos amb família. No solen generar gaire confiança i sovint es veuen com a "presons" o una última opció. O bé, poden trobar "hotels que admeten gossos". Aquesta darrera proposta veu una tendència a l'alça en els darrers anys. Les famílies cada cop més volen incloure en les seves experiències i records als seus companys de quatre potes. Això explica en part perquè moltes de les propostes solen ser en destinacions rurals o a la natura. Poder passejar amb ells, gaudir de l'experiència de tota la família de vacances i desconnectar totes juntes.

Pel que fa a les noves tendències post-Covid'19, com explica Elisabet Rosselló, en relació amb el perfil de les famílies, és a dir, definir quins nous perfils i hàbits de consum en les famílies existeixen ara mateix, s'observa que hi ha moltíssima disparitat en la poca literatura i en els anteriors estudis que hi ha. Molts d'aquests estudis no van gaire més enllà de diferenciar les famílies entorn de contrastos econòmics, generacionals, o bé patrons exclusivament dels EUA (que malgrat viure en un món globalitzat, no tenim els mateixos patrons culturals ni el mateix context). De moment, podem saber que:

- Les famílies més urbanes, sobretot de grans ciutats, i amb uns ingressos de 45.000 € anuals en endavant, tenen tendència a preferir valors com el benestar personal, l'autenticitat de les marques, la naturalitat dels materials o ingredients, l'esbarjo i oci basat en experiències (com parcs temàtics, però també enfocats a experimentar la vida rural, a connectar amb la natura i generar records familiars...), la sostenibilitat, nous valors educatius, i la lluita per la conciliació familiar, la professional i la personal.
- Les famílies amb ingressos més baixos podrien simpatitzar amb algun d'aquests valors abans citats però tenen altres prioritats bàsiques a cobrir. No es troben estudis actualitzats (de menys de 6 anys) que perfilin en l'àmbit local o nacional com poden ser els nous diferents tipus de famílies d'una manera més precisa.
- Als infants, cada cop més, se'ls hi dona més importància a l'hora de prendre decisions a casa, però de manera escalada, d'acord amb la seva edat. Així doncs, s'observa des de l'última dècada que se'ls permet des de ben joves que puguin decidir sobre quines joguines i quina roba volen fer servir. També se'ls dona progressivament més responsabilitats sobre la llar així com sobre les eleccions d'oci en família.
- Les famílies tenen tendència a buscar un equilibri en les propostes de vacances i escapades on s'ho puguin passar bé els i les més petites, però també busquen que hi hagi opcions al vespre perquè les mares i pares puguin tenir els seus moments íntims sense els fills.
- Els pares més joves busquen un equilibri en mantenir oci propi amb els amics, anant contra el mite que, un cop s'és pare, es perd tota la vida social. En els darrers anys, es parla per exemple, del "tardeo" (no té encara traducció al català), l'hàbit de sortir de cerveses i terrasses amb els amics, un cop es surt de la feina i fins poc abans de sopar, per arribar a casa i fer-se càrrec dels nens i les feines de la llar.

5.3 Recursos i potencialitat de Riudoms

L'oportunitat que suposa per Riudoms el fet de comptar amb un patrimoni ric en recursos naturals és, estratègicament a nivell de turisme, molt interessant, donat que aquest model de turisme incrementa actualment la seva popularitat i nombre d'usuaris. També cal dir que, aquesta nova visió dels recursos posicionarà Riudoms com una destinació de turisme relacionat amb l'esport i la natura, social i familiar i podrà abraçar un turisme obert a col·lectius psicosocialment vulnerables ja que aquest entorn els és medicina.

Taula 4: Recursos de Riudoms: patrimoni i productes

PATRIMONI	PRODUCTES
-----------	-----------

-Visita a la Vila Romana La Mola	-Avellana
-Museu de cotxes d'època Marc Vidal	-Oli i olives arbequines
-Visita a la Cisterna Vella (punt d'inici de les Rutes de Salut)	-Coca amb recapte
-Visita a l'Ermida de Sant Anton	-Embotits i llonganissa
-Visita a l'Església de Sant Jaume	
-Visita a la Casa del Beat Bonaventura Gran	
-Visita a la Casa dels Germans Nebot	

Per tal d'arribar a una planificació sostenible del territori en la zona al voltant de Riudoms, basat en el llibre publicat per Mrdâ & Caric´ (2019), que té com a títol Heritage Tourism Sustainable Planning, emfatitza que el nivell de competitivitat de les destinacions es mostra notablement per l'escenari paisatgístic, la qualitat ambiental i les experiències culturals diferenciadores disponibles. En aquest aspecte veient els recursos i potencialitat de Riudoms s'aposta per incloure en el disseny del producte que es presenta en aquest projecte un Tast de productes autòctons que identifica la història d'aquest territori amb la gent que hi viu. Es tracta d'un Tast d'Oli i avellana: Inclou pa amb oli, embotits, llonganissa, coca amb recapte i postre d'avellanes.

5.4 Activitats turístiques a Riudoms

Els autors del llibre publicat per Mrdâ & Caric´ (2019), que té com a títol Heritage Tourism Sustainable Planning són sostenidors de la teoria que els models de desenvolupament sostenible en destinacions de patrimoni tenen com a principal motivació el garantir el desenvolupament sostenible del turisme, el qual no posi en perill les característiques autòctones de la destinació (socials, econòmiques, espacials, naturals...) i no generi dificultats afegides de cap tipus a la comunitat local. És per això que en la planificació d'aquest disseny de producte s'han tingut en compte les possibles problemàtiques derivades de l'activitat turística, sobretot pel què fa a la imatge de la destinació i la convivència entre comunitat local i visitants. Així doncs les activitats turístiques considerades han estat les següents:

-Jornades gastronòmiques "Tastets de Fira" promocionades per l'Ajuntament de Riudoms.

-Ruta cicloturística de l'oli. Recorre set viles productores d'oli; Reus, Riudoms, Montbrió del Camp, Vilanova d'Escornalbou, Mont-roig del Camp, Cambrils i Vinyols i els Arcs.

-Visita a la Casa Pairal Antoni Gaudí. Una casa humil. Un taller de caldereria. El petit Antoni mirant el seu pare treballant. Un viatge emocional imprescindible per comprendre i viure en primera persona els orígens i imaginar el geni riudomenc i universal Antoni Gaudí.

-El Rancho Wakepark amb instal·lacions, dos nivells i dues piscines, que permeten la pràctica del "wakeboard" (una combinació d'esquí, esquí aquàtic i snowboard), "wakeskate", esquí nàutic i "kneeboard".

-Teatre Auditori Casal Riudomenc. Un teatre auditori amb programació d'obres de teatre, de dansa, de música en viu i espectacles familiars,

-Coca amb Recapte al Forn Cruset, Forn Domingo Pellicé, Forn Domingo, Forn Rovira, Forn Jansà i Pastisseria Ventura-Xocosave.

-Ruta Gaudí Riudoms

-Itineraris de Salut

-Passejos a cavall, bicicleta i a peu

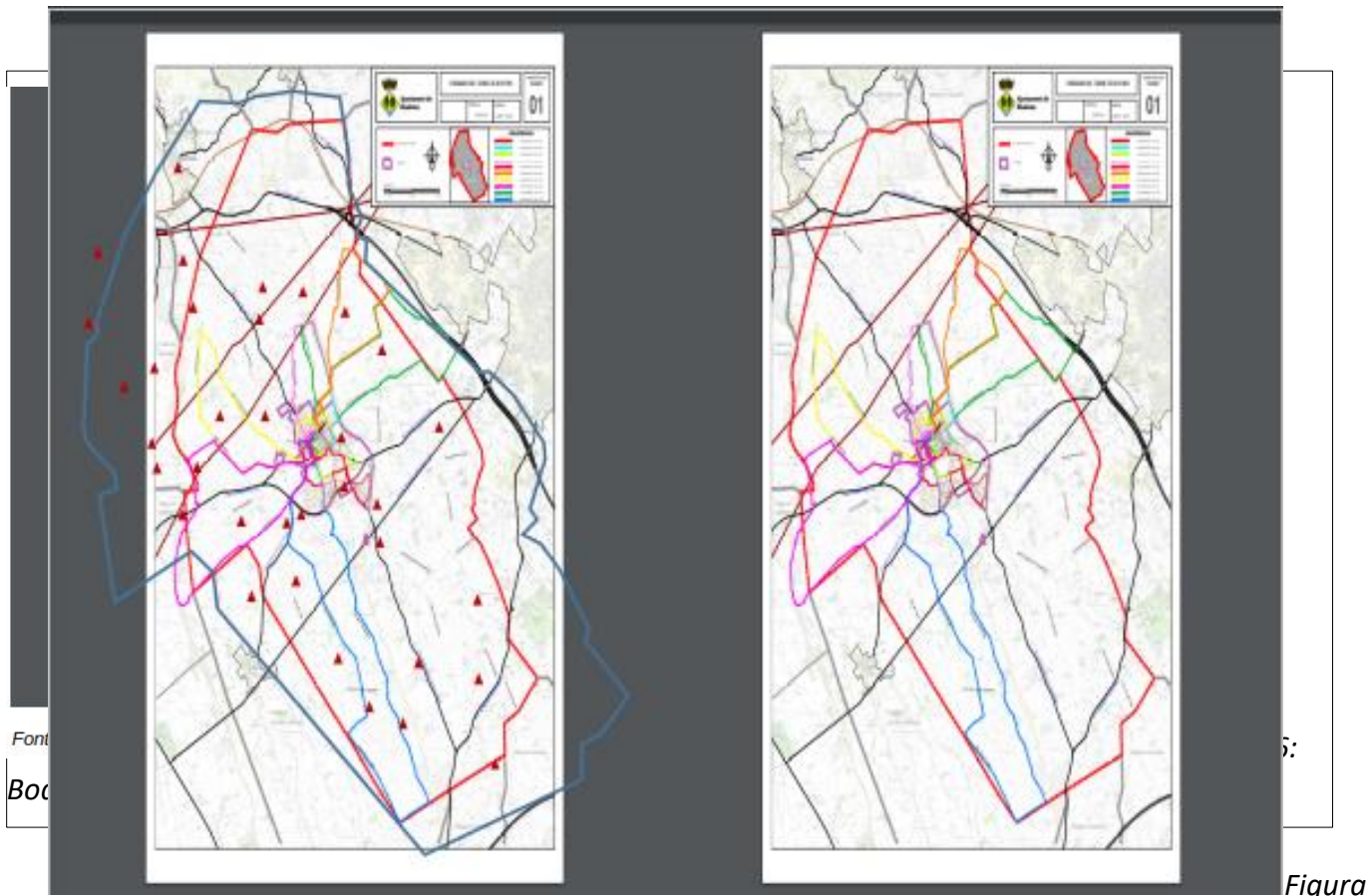
Recursos naturals susceptibles d'atreure turisme

S'han considerat els següents:

- **Les mines d'aigua** (veure llibre p.34) igualment que els camins, tenen una localització espacial derivada dels usos del sòl i el seu aprofitament. Així els camins del Mas del Gual –de Riudoms al Port-, el dels Garrofers –via de l'important tràfec reusenc cap al mar-, el del Mascalvó -camí transversal que comunica Vila-seca amb Riudoms.

Les mines també segueixen aquesta ordenació lògica, i van des dels aquífers, al nord, fins les bones terres agrícoles. És per això que sovint coincideixen camins i galeries (Càceres-Silva et al. 1995).

El següent mapa, realitzat pels serveis tècnics de l'Ajuntament de Riudoms, senyala les boques de les mines, les diferents partides i els camins:



5: Les rutes de salut de Riudoms. Font: Ajuntament de Riudoms

5.5 Volum empresarial a Riudoms

- **Les rutes de salut:** Són rutes dissenyades per l'Ajuntament de Riudoms, pensades per a fomentar hàbits saludables com caminar i el contacte amb la natura:

Per a poder desenvolupar aquest projecte s'ha avaluat el volum empresarial de la zona a desenvolupar no només per a copsar el nombre d'aquest sinó també per a conèixe'l i per a involucrar-lo en primera persona ja que com diuen els autors (Bono Gispert & Anton Clavé, 2020) el grau d'èxit de cada destinació en els diversos projectes turístics que es plantegi dependrà en un alt percentatge del consens, la governança i transparència, dimensions claus en la gestió turística d'èxit, i que s'assoleixen a través de la col·laboració entre els diferents agents, una planificació estratègica rigorosa i un liderat sòlid de l'òrgan responsable de la promoció i gestió de la destinació. (Bono Gispert & Anton Clavé, 2020).

És per això que s'han considerat els següents productors, empreses de restauració, empreses d'allotjament i empreses d'activitats:

Taula 5: Volum empresarial de Riudoms: productors i empreses de restauració

PRODUCTORS	EMPRESSES DE RESTAURACIÓ
<p>-Cooperativa Agrícola de Riudoms (www.cooperativariudoms.cat)</p> <p>-Fabra Oli</p> <p>-La negreta – Jofesi, SCP (Josep Zacarias Ferré) - http://lanegreta.cat</p> <p>-Cal Sec (www.calsec.cat)</p> <p>-Arboreto S.A.T. (www.sat-arboreto.com)</p> <p>-Mas del Vilà, a Vinyols i els Arcs. Elaboradors d'oli d'oliva i avellana. Botiga online (https://www.masdelvila.cat/ca/content/1-comprar-oli-online)</p>	<p>-Restaurant Mas d'en Ros</p> <p>-Braseria Sant Antoni</p> <p>-Restaurant Pizzeria Capricci</p> <p>-Bar Pepe 2</p> <p>-Restaurant El Celler de l'Arbocet</p> <p>-Sake Sushi</p> <p>-Bar Victoria</p> <p>-Creperia Katacrep</p> <p>-Bar Casal Riudomenc</p> <p>-La Confiteria</p> <p>-Can Tendre</p> <p>-Bar Atura't</p> <p>-Bar d'Acord</p> <p>-Bar del Poliesportiu</p> <p>-Restaurant l'Amagatall</p> <p>-Restaurant Atahualpa</p> <p>-Cafeteria – Granja K l'Eva</p> <p>-Pak Doner Kebab Riudoms</p> <p>-Restaurant El Temple</p> <p>-Restaurant Pàdel Pergolas</p> <p>-Ca l'Elvira</p>

Taula 6: Volum empresarial de Riudoms: empreses d'allotjaments i d'activitats

EMPRESSES D'ALLOTJAMENT	EMPRESSES D'ACTIVITATS
-Hostal – Restaurant Perla -Hotel Mas Passamaner -Mas del Sotorras -Mas Castells -Mas Carreter -Mas del Xanxo -Casa Romàntica -El Mas Groc -Mas de Don Felip -Mas de n'Aubi -Casa Rural Mas de n'Aubi -Mas Castells -Mas de Sta. Creu -Mas del Pelegrí	-Hípica Quadres Julivert, Riudoms -Hípica Santiago Cambrils -Hípica Herederos de Santiago, Vinyols i els Arcs -Hípica PikDame, Riudoms -Hípica Castells de Vinyols i els Arcs -El Rancho Wakepark -Aula d'entorn Rural Les Granotes de Riudoms -Museu de cotxes d'època Marc Vidal de Riudoms

5.6 Anàlisi dels possibles atractius turístics de la zona

En una ànsia de cercar on ubicar adequadament, com dissenyar i a qui dirigir aquest producte, tot arribant a copsar la majoria del potencial de la zona de forma rellevant, s'ha fet una recerca dels principals treballs fets en aquest aspecte:

La Federació Empresarial d'Hostaleria i Turisme de la província de Tarragona (FEHT) durant la Jornada 'Què mou als turistes en destinacions costa-interior?', per analitzar la mobilitat turística a la Costa Daurada, mostra bones pràctiques de consolidació de nodes d'atractivitat interior destacant la importància de l'atenció al client i del coneixement dels canals de comercialització per dur a terme una estratègia adequada per atraure turistes. Així, el producte que es presenta vol potenciar l'atractivitat interior a través del producte equinoturístic cultural i esportiu.

A més al llarg d'aquesta Jornada de la FEHT, totes les experiències parlen de la necessitat de crear productes segmentats adaptats a la demanda i que aconseguixin emocionar, per obtenir la recomanació de les persones que han viscut l'experiència i convertir-los en prescriptors. En aquest sentit, la nostra oferta vol emocionar amb elements naturals i culturals del patrimoni, focalitzant-se en la zona de Riudoms.

Per altra banda, la FEHT exposa una manera de fer la seva oferta més atractiva per a les agències receptives, ha estat agrupar-se amb altres recursos del seu entorn per "paquetitzar-se" i presentar una oferta més completa i fàcil de comercialitzar. Per això la idea de relacionar Cambrils i Riudoms neix com a foment d'una oferta complementària al mercat de Cambrils, en un primer terme.

A més, durant la Jornada de la FEHT es va plantejar l'opció d'especialitzar-se per continguts per a nínxols concrets i no pel concepte de territori, i el fet d'aprofitar les noves tecnologies per obrir altres canals directes de comercialització. De manera, que s'obre un nínxol poc treballat a l'àrea de Riudoms

que és treballar la via natural de connexió que representa la Riera de Riudoms per crear atractivitat cap a l'interior i presentar productes pròpies desvinculats del concepte sol i platja.

La Taula inspiradora: "Claus de viabilitat i rendibilitat del patrimoni d'interior", amb Francisco Javier Castillo Acero, Conseller delegat d'Expertus Turismo y Ocio destaca que el repte més gran del turisme de Tarragona és l'evolució del seu model de governança. i parla d'un projecte que ell visualitza a llarg plaç (15 anys) al Parc Samà. Un projecte aquest, molt relacionat amb la natura i la cultura mediterrània on hi visualitza producte per tot arreu, en torn a un jardí botànic i als espais concebuts per Josep Fontseré i un jove Gaudí. Un espai on actualment s'hi fa música de tres compositors de l'època, amb la idea de transportar al visitant en un viatge en el temps. És per això l'oferta que es presenta també està vinculada al Parc Samà i a la localitat de Vinyols i els Arcs.

9 Recerca d'experiències inspiradores en entorns rurals. Projectes en marxa

Moonlight Country es troba a 15 minuts de Queenstown (Nova Zelanda), a la carretera principal, i a 8 minuts de l'aeroport. Les instal·lacions de Moonlight Country comprenen: "The Barn", un lloc especialment dissenyat per a events i funcions para totes les ocasions. "Moonlight Stables", pensat per a rutes a cavall, i "The Farm", un parc privat de 324 ha amb instal·lacions d'activitats i team building completes amb accés en helicòpter i riu.



Figura 7: Moonlight Country

<https://moonlightcountry.co.nz/>

Tots els programes d'aventura que ofereixen estan dissenyats, tenint en compte, tots els nivells de condició física i es personalitzen els programes atenent a les necessitats dels clients, incloent qualsevol nombre o combinació d'activitats (bicicleta, cavall, helicòpter, espectacles).

Es compta amb capacitat fins a 300 persones en els events i Moonlight Makeovers es la companyia de tematització formada por Moonlight Country. Es tematitza gairebe tot lloc que el grup vulgui recrear en el transcurs de la seva conferència. Amb paissatjes elaborats, posada en escena, entrades / sortides innovadores, taules, tots els requisits amb la seva il·luminació, escenari i transport. Aquest projecte pertany a Moonlight Stables i funciona desde 1992.

La web de la **Diputació de Tarragona de la Costa Daurada**, en l'apartat d'activitats de turisme en família en plena natura fa referència a experiències a cavall tant a l'Espluga de Francolí com al Pont

d'Armentera (www.masarago.com). També es pot trobar filtrant per Esports de terra, oferta hípica a Montblanc i Rodonyà i Riudoms.

Itinerànnia (www.itinerannia.net) ofereix una xarxa de senders, mapes cartogràfics, rutes a mida i aplicacions per a mòbil gratuïtes, a les comarques gironines de Ripollès, Garrotxa i Alt Empordà. La xarxa dona suport a les entitats públiques i privades de les tres comarques en la definició de productes, certificacions de qualitat, màrqueting, publicacions, participació en programes de cooperació i finançament, entre d'altres. Això ha permès fer créixer l'activitat de senderisme i de turisme actiu en pocs anys. De 36 operadors de 5 països europeus amb productes identificats a la zona l'any 2008 s'ha passat a 63 l'any 2012.

Els principals productes que ofereixen aquests operadors en els territoris d'itinerànnia estan associats al senderisme, cicloturisme i rutes a cavall. El tipus d'establiment seleccionats són petits hotels i establiments de turisme rural i el període de major activitat turística es concentra a la primavera i a la tardor.

Walkers Welcome & Cyclists Welcome (<https://walkersarewelcome.org.uk/> i <https://www.cyclistswelcome.co.uk/>)

Són iniciatives que venen del Regne Unit i han estat pensades per a que els turistes que fan activitats de senderisme o de cicloturisme puguin identificar quins són els allotjaments que els poden oferir serveis de qualitat i adaptats a les seves necessitats particulars. Es tracta de dues marques que han estat fomentades des de les diferents organitzacions turístiques oficials britàniques, entre les que s'hi troben Visit Scotland, Visit England, Visit Cornwall, Visit East of England, etc. Els establiments han de seguir criteris específics com ara espais pel manteniment de l'equip, informació sobre transport públic i rutes de caràcter local, horaris i menús adaptats a les necessitats de la pràctica esportiva, etc.

Com aquestes, hi ha moltes altres iniciatives de destins i empreses a la major part de països europeus, vinculades en molts casos a activitats recreatives en el medi natural i a les vacances per famílies. A Catalunya comencen a ser un referent i ja hi ha algunes entitats com el Consorci de les Vies Verdes que estan treballant en aquesta línia.

6.1 El Consorci de les Vies Verdes (<https://www.viesverdes.cat/>)

El Consorci de les Vies Verdes de Girona, entitat vinculada a la Diputació de Girona, posa a disposició dels usuaris de les rutes també una aplicació. L'app es pot descarregar de manera gratuïta des del web www.viesverdes.cat/secrets i s'inscriu dins una estratègia de ludificació per fer possible que els visitants i els jugadors s'apropin, a través del joc, als elements patrimonials, culturals i naturals al voltant de les vies verdes de Girona. L'aplicació serveix de guia per recórrer les noves rutes dels Secrets, que es van presentar fruit del treball conjunt amb els ajuntaments dels municipis i altres agents del territori. Els nous Secrets proposats es localitzen actualment en set municipis: Ripoll, Sant Joan de les Abadesses, Amer, Anglès, Bescanó, Sarrià de Ter i Caldes de Malavella. Són rutes accessibles des de la via verda, per recórrer a peu o en bicicleta, que expliquen històries, llegendes i curiositats dels diferents municipis. L'aplicació es vincula a aquests set nous Secrets, i proposa jocs de preguntes, puzzles i cerca d'objectes de realitat augmentada amagats en els diferents punts d'interès.

A les vies verdes de Girona i a Pirinexus s'ha ingeniat un distintiu de qualitat, el **Bed&Bike**, per als serveis turístics associats a les rutes. Això els homologa als estàndards europeus.



Figura 8: Punts de Suport al cicloturista. Font: <https://www.viesverdes.cat/>

També inclouen els **Punts de Suport al cicloturista**. Diversos municipis de la ruta Pirinexus ofereixen als ciclistes

la possibilitat de desar les bicicletes i equipatge gratuïtament, en lloc segur, a més de facilitar informació sobre la ruta i accés a internet per la consulta del web, projecció d'audiovisuals, etc.

Així, els viatgers tenen l'oportunitat de visitar la població, conèixer el patrimoni natural i cultural de la ruta, descansar, etc. És una bona manera d'aproximar els cicloturistes al poble.

6.2 CambriBike

CambriBike neix l'any 2021 amb l'objectiu consolidar-se i convertir-se en un referent en el territori per gaudir de la bicicleta en totes les seves extensions i per a tots els públics. La iniciativa s'emmarca en la línia estratègica a favor del turisme esportiu que es treballa des de fa més de quinze anys per part del Patronat de Turisme, la regidoria d'Esports i altres departaments de l'Ajuntament conjuntament amb el sector privat.

6.3 Rodabike(Bike & CambriBike – Rodabike Cycling & Coffee Cambrils (cyclingholidays.es))

Rodabike Cambrils va néixer com a botiga de lloguer de bicicletes l'any 2012 i s'ha anat especialitzant poc a poc fins esdevenir agència de viatges especialitzada en ciclisme. Així, **Cycling Holidays SL**, ofereix ara un producte integral tant a clients nacionals com internacionals. Ofereix paquets de viatges organitzats que inclouen trasllats, guies i tots els serveis complementaris tant per al ciclista com per a la bicicleta.

Les rutes que ofereix surten de Cambrils, algunes es centren al voltant d'aquest poble mariner com el Cambrilsbike i altres van fins al Priorat i serra del Montsant.

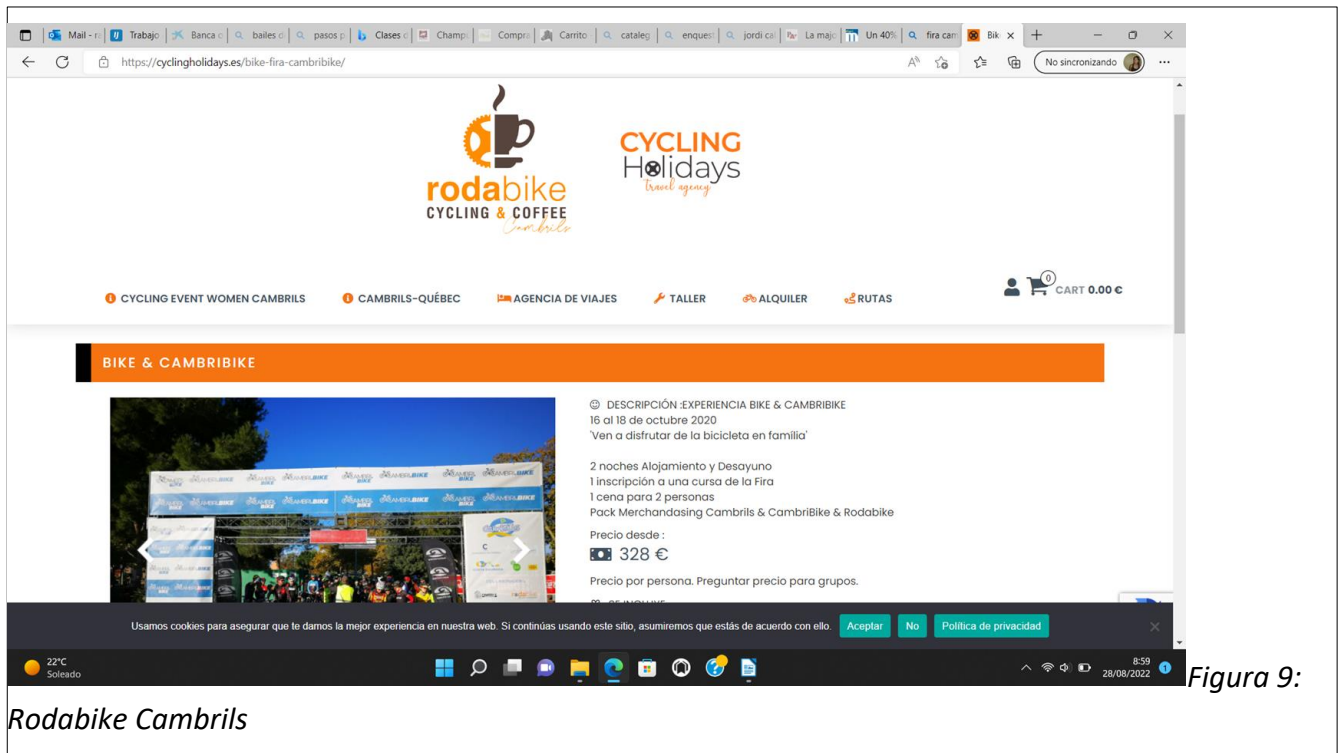


Figura 9:

Rodabike Cambrils

Les rutes comencen i acaben al **Rodabike Cycling Coffe** i un cop acabades les rutes guiades es fa un esmorzar saludable, vermouths ciclistes i alguna sorpresa com petits records per finalitzar l'activitat gaudida.

6.4 Turismo Ecuestre (www.turismoecuestre.org)

La Real Federación Hípica Española com a Entitat associativa privada d'utilitat pública i sense ànim de lucre amb competències delegades de l'Administració deportiva regula l'esport hípic a Espanya tant a nivell promocional com de competició. Està integrada per les Federacions d'àmbit autonòmic, els esportistes, els clubs, jutges, tècnics, dissenyadors de recorreguts i veterinaris.



Figura 10: Associacions Eqüestres

Espanya. Font: www.turismoecuestre.org

També, formen part de l'organització federativa, els dirigents i, en general, quantes persones físiques o jurídiques, o Entitats, promoguin, practiquin o contribueixin al desenvolupament de l'esport hípic.



Figura 11: Segell de qualitat de turisme eqüestre.

www.turismoecuestre.org

El tercer pilar de la Marca Turismo Ecuestre España el formen les institucions, entitats, empreses i professionals del turisme eqüestre, especialment aquelles que han treballat apostant per la qualitat.



Figura 12: Viatges a mida, catàleg de serveis i establiments.

Font: www.turismoecuestre.org

I també hi ha la possibilitat de crear el teu viatge a mida, en territori espanyol, a partir de la informació que mostra de serveis i establiments col.laboradors.

6.5 AMAC (<https://amac.cat/>)

És una associació no lucrativa de cavallistes. Com a soci d'AMAC es forma part d'un grup d'amics repartits per les diferents comarques catalanes i es disposa de les dades recopilades a l' arxiu de rutes i allotjaments on descansar amb el cavall, de serveis de ferrers o veterinaris i de tota la informació necessària per a preparar una marxa.

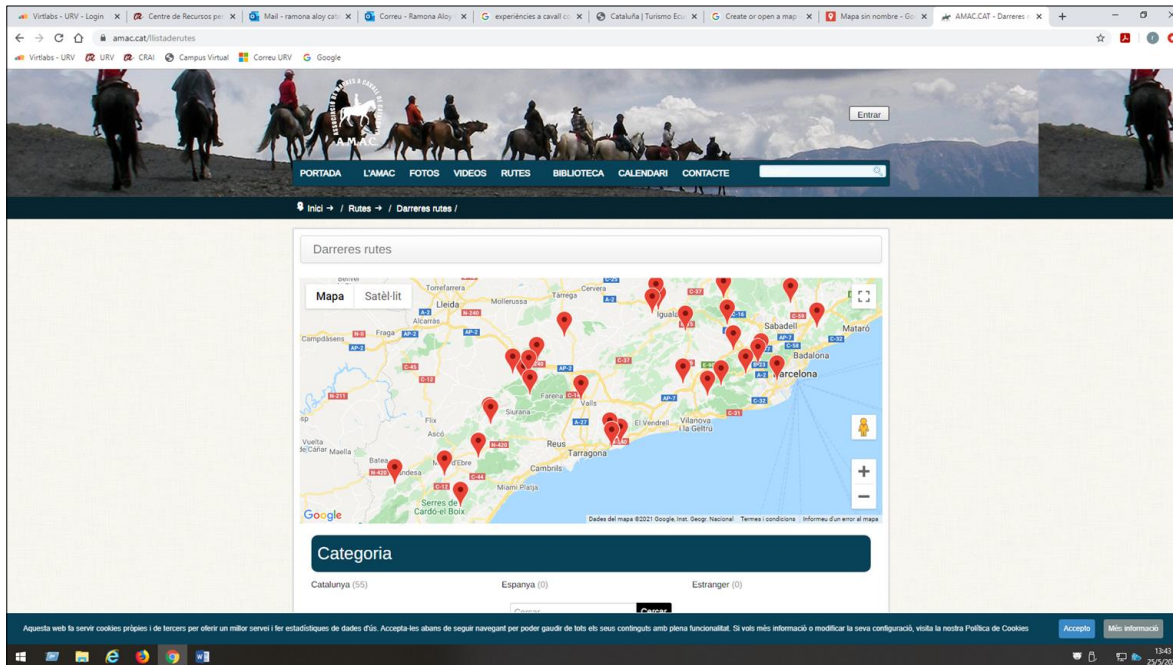


Figura 14:

Associació AMAC. Font: <https://amac.cat/>

10

11

12 Proposta de producte turístic a desenvolupar a la zona de Riudoms basat en activitat eqüestre combinada.

Aquesta activitat que es proposa a cavall es podria també fer en bicicleta i a peu. Al llarg de les **rutes** tindrem disponible un producte gastronòmic local impulsat per l'Ajuntament de Riudoms en col.laboració amb els productors d'oli i avellana, restaurants i allotjaments rurals.

El producte inclou un **Tast d'Oli i Avellanes** que està format per Pa amb oli i embotits, llangonissa, coca amb recapte i postre d'avellanes. Aquest producte estarà disponible per els visitants durant tot el dia en aquests establiments, tant per emportar com per consumir-lo al lloc. Els establiments estan identificats en les diferents rutes.

El producte acaba oferint a més, després de la ruta la **tematització (performance) de les rutes** a l'hora del dinar i/o sopar en una experiència immersiva d'art que combina la projecció digital, llum, so i color.

7.1 Descripció de les Rutes:

1. Ruta de Riudoms a la platja de Cambrils

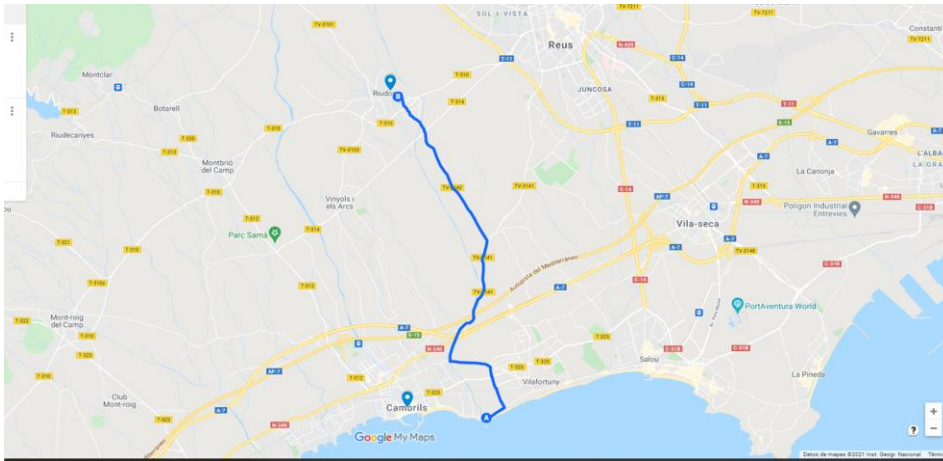


Figura 15: Ruta de Riudoms a

la platja de Cambrils. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

Establiments col.laboradors: Hípica Julivert, Restaurant Julivert, Mas Castells, Mas de Don Felip, Bars i Restaurants de Riudoms i Cambrils.

Visites: Riera de Maspujols, Mas de Don Felip, Platja de Cambrils.

2. Ruta per Riudoms (Club Hípic Julivert - Cooperativa de Riudoms - Vila Romana La Mola – Casa Museu Gaudí – Club Hípic Julivert)

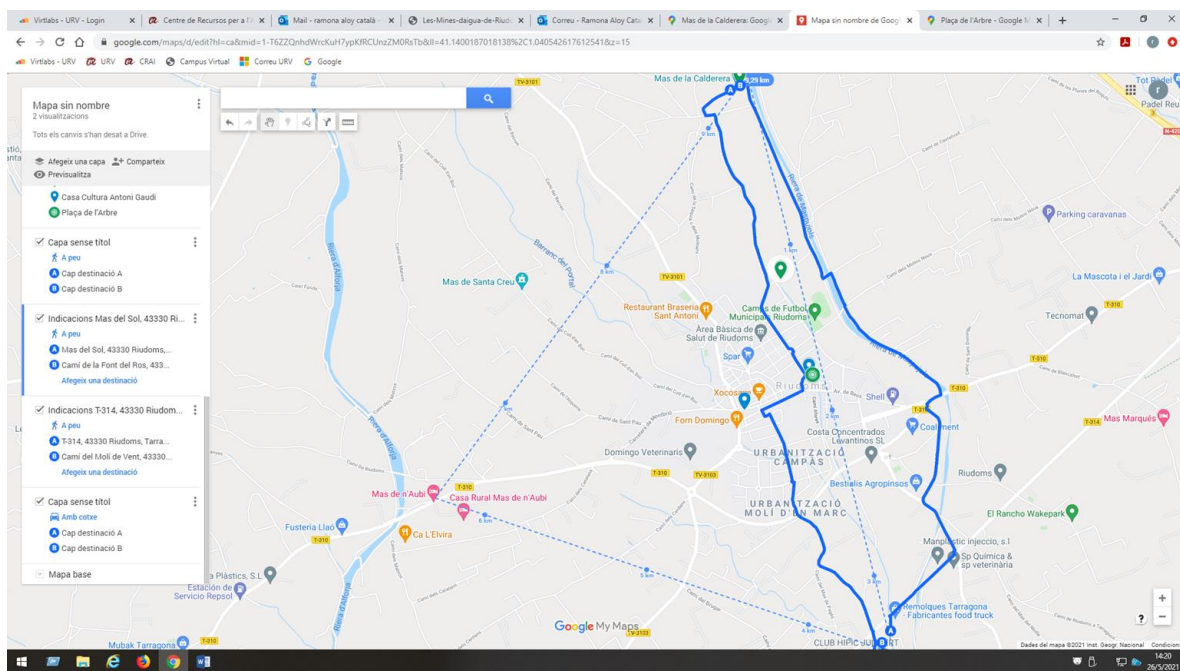


Figura 16:

Ruta per Riudoms. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

Establiments col.laboradors: Hípica Julivert, Mas Castells, El Rancho Wakepark, Mas Marquès, Cooperativa d'Oli de Riudoms, Casa Museu Gaudí, Mas de Sta. Creu, Les Granotes, Mas de n'Aubi, Bars i Restaurants de Riudoms.

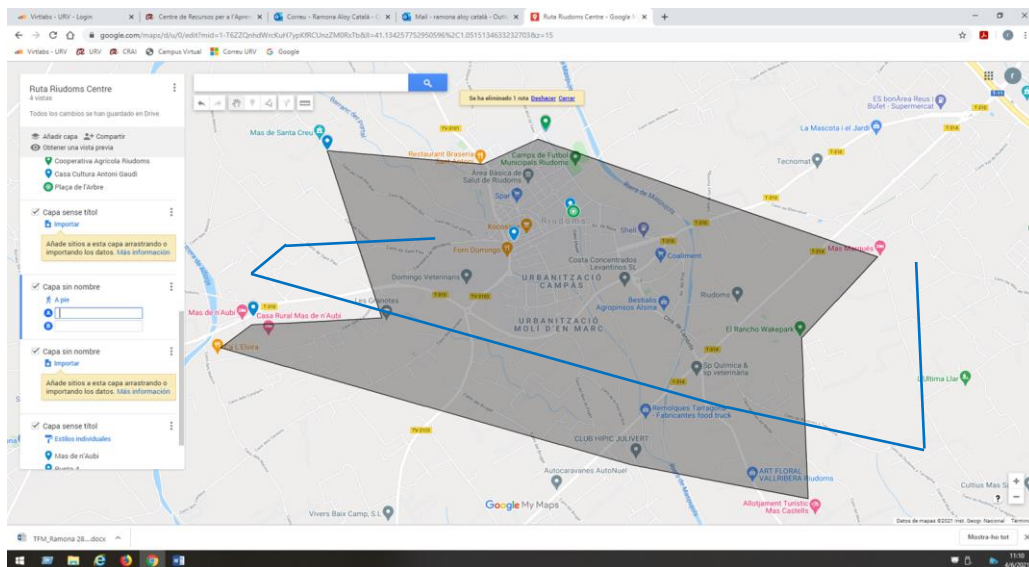


Figura 17: Àrea de

influència de la ruta proposada a Riudoms. . Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

Visites: Vila Romana La Mola, Ermita de Sant Anton Cooperativa d'Oli de Riudoms, Cisterna Vella, Església de Sant Jaume, Casa del Beat Bonaventura Gran, Museu de cotxes d'època Marc Vidal, Casa dels Germans Nebot, Casa Museu Gaudí.

3. Ruta circular Riudoms – Vinyols i els Arcs -- Botarell -- Montbrió del Camp –Parc Samà – Vinyols i els Arcs -- Riudoms)

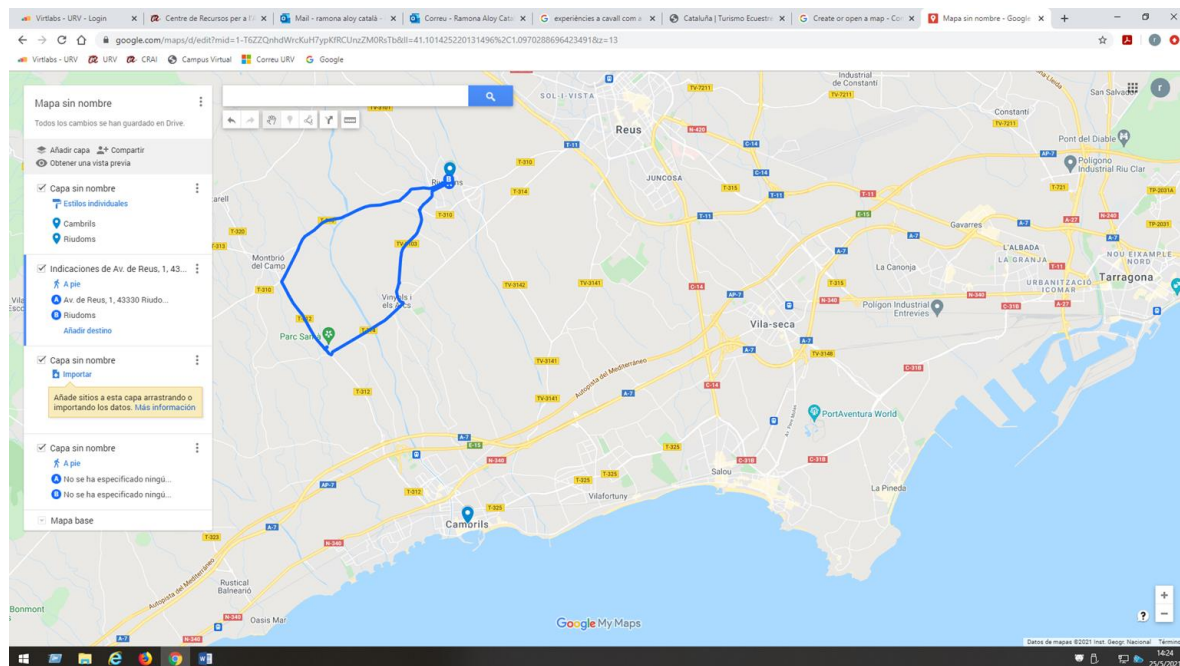


Figura 18:

Ruta circular Riudoms-Cambrils. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

Establiments col.laboradors: Hípica Julivert, Restaurant Julivert, Mas de n'Aubi, Jardí Botànic de Botarell, Circuit de Montbrió del Camp, Parc Samà, Mas Cabré de Vinyols i els Arcs, Ecocamp Vinyols, Casa Campo Montserrat, Bars i Restaurants de Riudoms, Vinyols i els Arcs, Montbrió del Camp i Botarell.

Visites: Club Hípic Julivert, Cooperativa de Vinyols i els Arcs, Cooperativa de Montbrió, Jardí Botànic de Botarell, Circuit de Montbrió del Camp, Pinar del Lluert de Montbrió del Camp, Parc Samà, Ecocamp Vinyols.

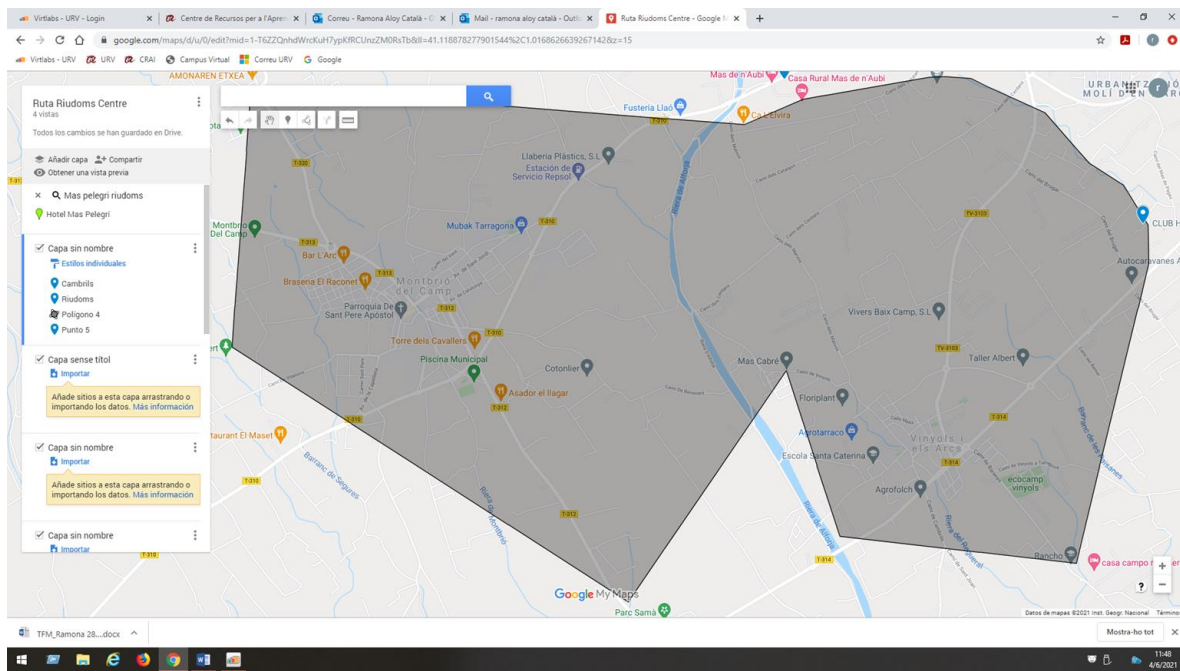


Figura 19:

Àrea de influència de la ruta circular Riudoms-Cambrils. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

4. Ruta circular Riudoms – Parc Samà – Cambrils – Riudoms

Establiments col.laboradors: Hípica Julivert, Hípica Castells, Hípica Tomás Santiago, EcoCamp Vinyols, Parc Samà, Masia Alba de Cambrils, Mas el Maset de Cambrils, Cambrils Suite, Horts del Pere de Cambrils, Wind Cambrils, Casa de Colònies La Marinada de Cambrils, Jumpland Aventura Ecològica de Cambrils, Mas Fortuny, Mas de Don Felip de Vinyols i els Arcs, Mas Soterras de Riudoms, Mas Castells de Riudoms, Bars i Restaurants de Riudoms, Vinyols i els Arcs i Cambrils.

Visites: EcoCamp Vinyols, Parc Samà, Riera d'Alforja, Parc del Pinaret de Cambrils, Muralla de Cambrils, Parc del Pescador, Platja de la Riera d'Alforja de Cambrils, Platja d'en Forés de Cambrils, Platja del Calvet de Cambrils, Jumpland Aventura Ecològica, Riera de Maspujols.

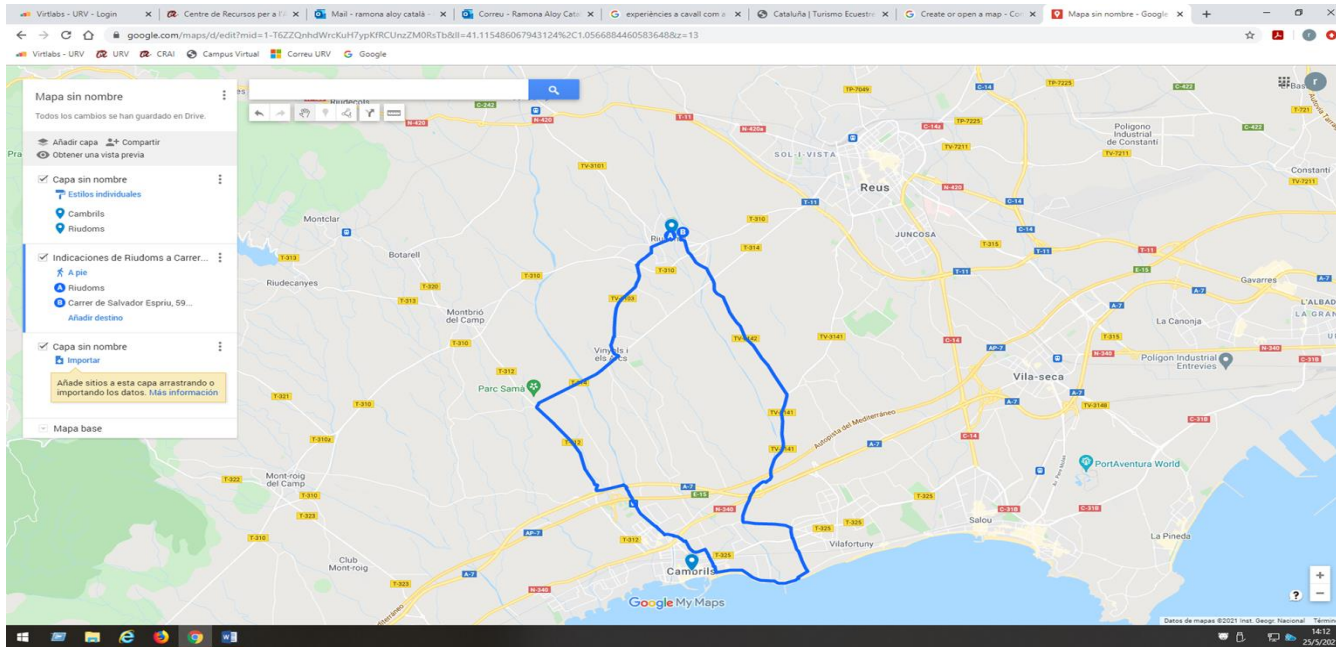


Figura 20: Ruta circular Riudoms – Parc Samà. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

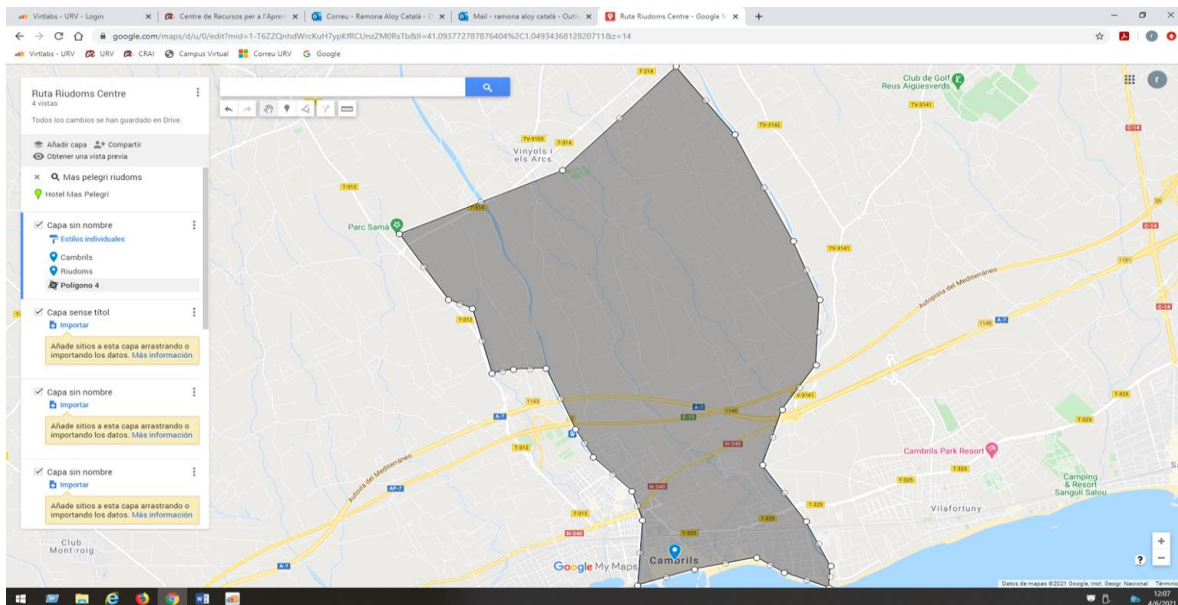


Figura 21: Àrea de influència de la ruta circular Riudoms – Parc Samà. Font: El.laboració pròpia amb Instamaps

Descripció de la tematització (performance):

El producte acaba oferint a més, després de la ruta la tematització de les trobades a l'hora del dinar i/o sopar inspirada en la teatralització de l'espai d'art a Melbourne on l'empresa Lume recrea experiències digitals com Van gogh, Monee, etc...

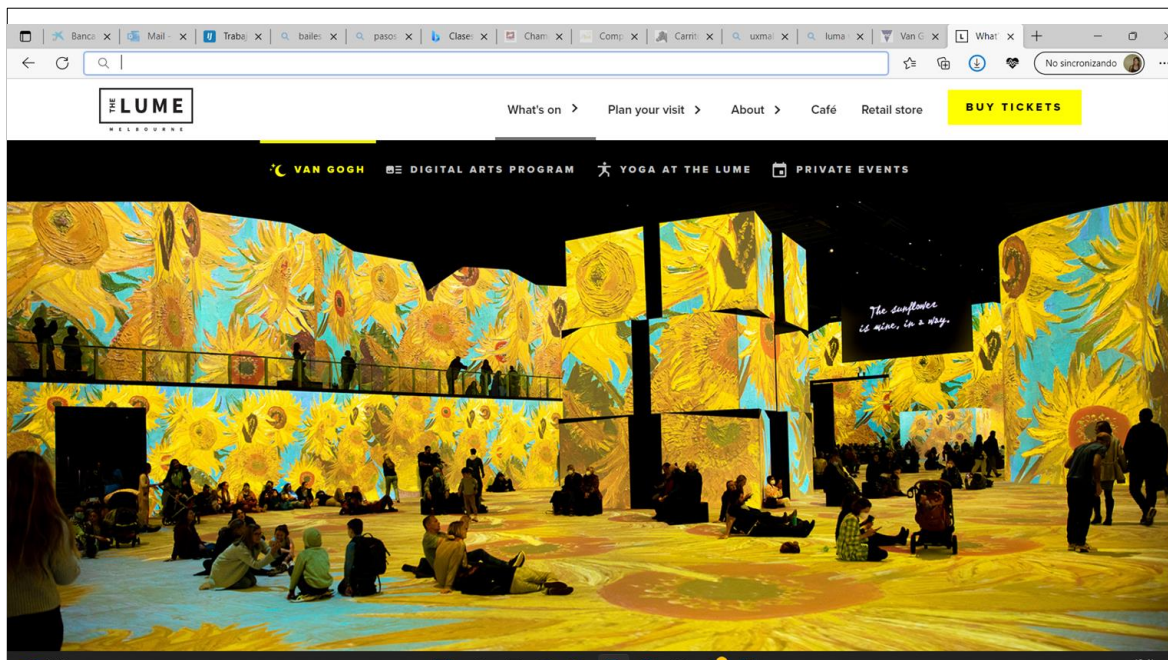


Figura 22:

Exemple de performance a Melbourne. Font: What's on | Digital Experiences In Melbourne | The Lume (thelumemelbourne.com)

També s'ofereixen experiències immersives en la restauració:

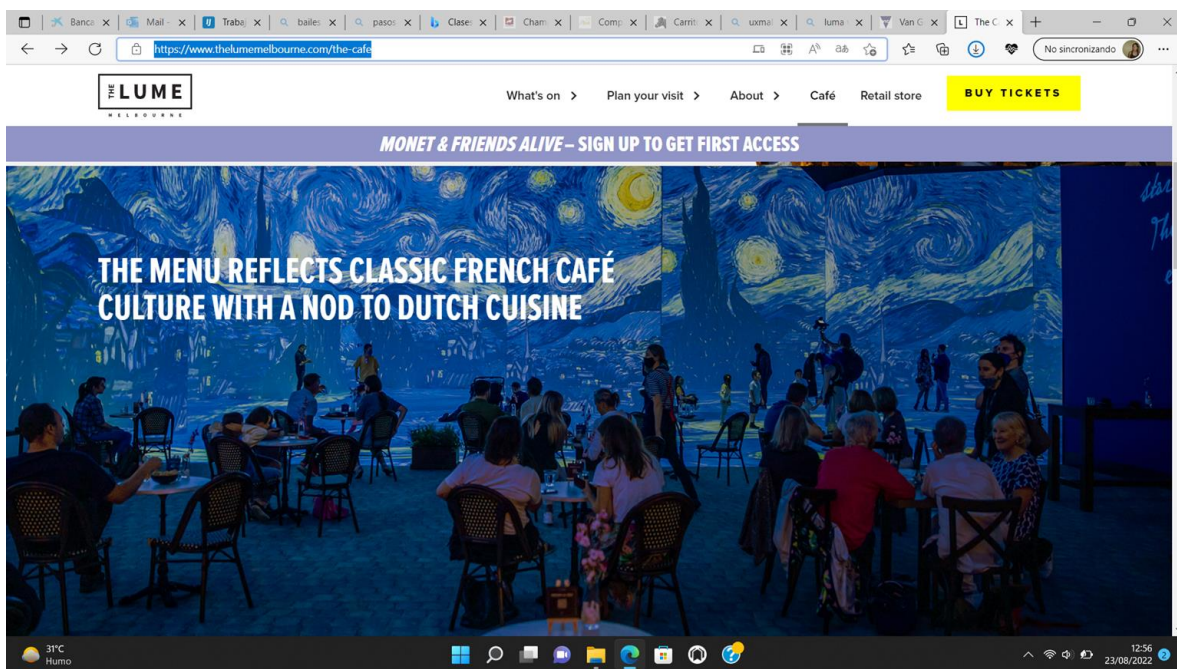
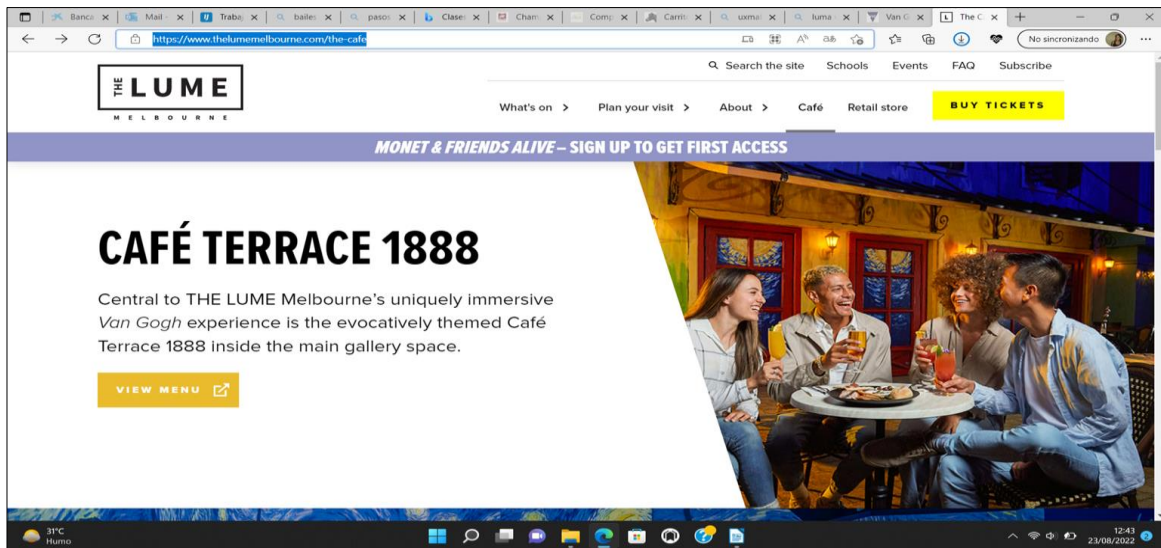


Figura 23:

Experiències immersives en la restauració

Parlant amb diferents propietaris de cavalls, la majoria expressen el seu punt de vista respecte les necessitats no cobertes després de fer una sortida: un 78% dels entrevistats agrairien tenir un espai on menjar i recrear la seva sortida amb fotos o petits videos on ells es poguessin veure montant durant

l'activitat que han fet. Aquesta idea és motivadora per oferir un espai de descans després de les rutes on a més de trobar els serveis necessaris pels cavalls, els ginets poden gaudir de la recreació de la seva activitat de forma immersiva. Comentada aquesta proposta al propietari de l'hipica Julivert, Santi ho veu molt adient, innovador i engrescador, seguint la línia de l'Australia's Digital Art Gallery Exhibition (The Lume Melbourne - [The Lume Melbourne - Australia's Digital Art Gallery Exhibition](#))

La directora de l'hipica Julivert, Mo Benitez, acull la proposta com a inspiradora per crear la Festa de la Llum, seguint la iniciativa del Lume Festival de Queenstown (LUMA Southern Light Project Queenstown, New Zealand) on s'il.luminen els jardins del llac per la celebració de l'aniversari de la Reina d'Anglaterra durant el mes de juny. La idea seria engalarnar de forma similar el recinte de l'hipica i crear oferta alternativa com petits aperitius i altra oferta gastronòmica i artesanal durant la festa pensada cap a l'inici de la tardor o hivern.

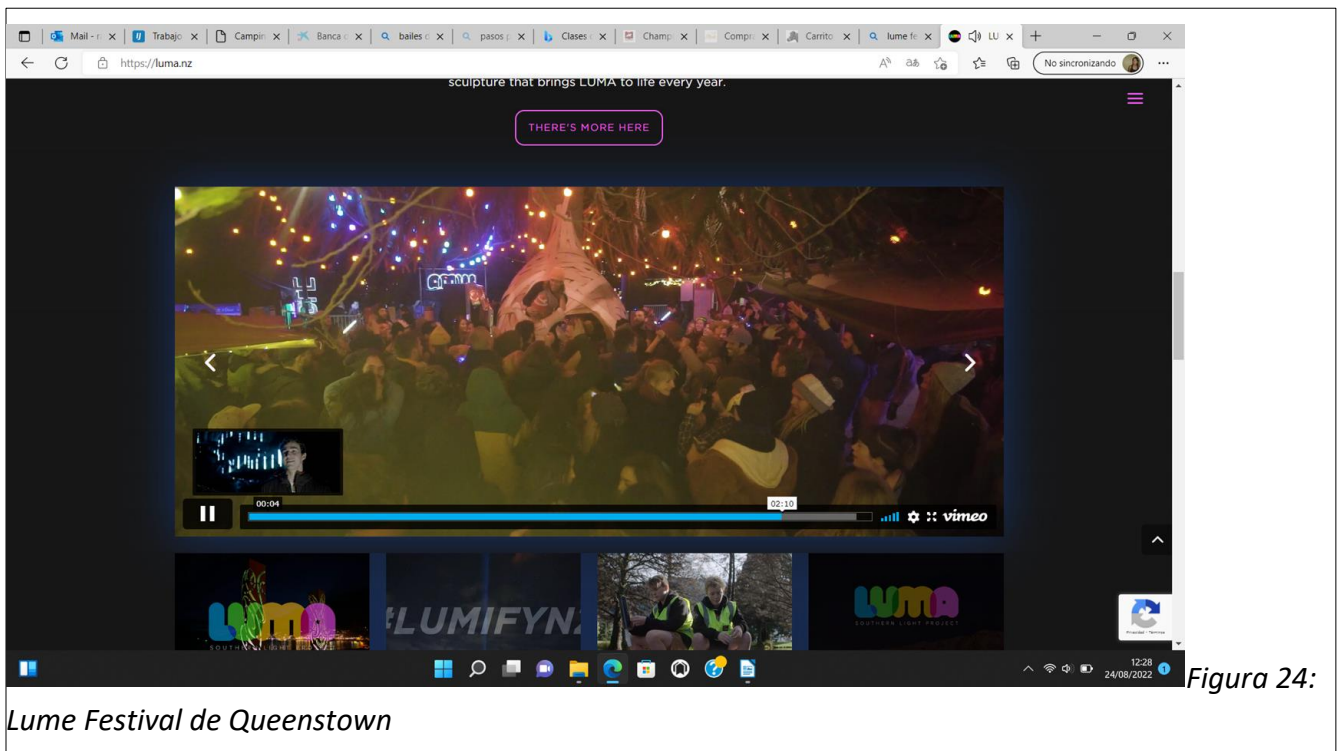


Figura 24:

7.2 Promoció i difusió del Producte

Neix aquesta idea a les instal.lacions de l'hipica Julivert durant l'entrevista conjunta a la directora de l'hipica Julivert i Jordi Gomà, Tècnic del Patronat comarcal de turisme del Baix Camp, parlant sobre la difusió que fa el Patronat de les muntanyes de la Costa Daurada. En el seu Catàleg d'Activitats a les Muntanyes de la Costa Daurada -Tardo-Hivern-, aquest any s'inclouran aquestes propostes per cercar en origen la demanda per aquestes activitats.

L'aportació en aquest treball del Professor en àmbit de Turisme de la URV, Rafael López ha orientat la cerca en origen de la demanda per promoure la zona interior de Riudoms, Així, com ell molt bé ens diu l'ens redirecciona a l'Enquesta de la Diputació de Tarragona publicada sobre les preferències, gustos i hàbits dels turistes que venen a la Costa Daurada, enfatitza la idea que aquests turistes no són els principals interessats ofertes alternatives a la que inicialment els porta a la costa que és el sol i platja. En definitiva, que els turistes de la costa no volen anar cap a l'interior.

Sense anar més lluny, en el Diari Més Digital, el passat dia 24 d'agost del 2022, la Cristina Aguilar escriu un article on informa que un 40% dels turistes de la Costa Daurada no visiten l'interior perquè 'han vingut a la platja' (diarimes.com). Aquest és un dels resultats que llença l'informe 'La mobilitat turística a Costa Daurada' en base a enquestes fetes a l'hivern i l'estiu del 2022.

Ja durant el mes d'abril del 2016, Silvia Jiménez escrivia en el seu article que un 60% dels turistes dels municipis del tram central de la Costa Daurada asseguraven que no visitarien cap altre lloc a banda d'on estaven allotjats. El motiu principal de no interessar-se per la resta de l'oferta turística de la demarcació era la platja en si mateixa. I és que, segons les enquestes realitzades en l'informe La mobilitat turística a Costa Daurada, el 40% d'aquests turistes asseguraven que havien vingut «per la platja». Un 25% argumentava que no tenia planejada cap altra visita i, un 20%, assegurava que no tenia temps. Un 13% deia que no coneixia l'oferta i destacava que, gairebé el 10% dels enquestats, indicaven «no m'interessa». Els resultats de l'enquesta, que es van presentar a l'abril del 2016 durant la jornada 'Què mou als turistes en destinacions costa-interior?' organitzada pel Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya, posaven de manifest «que el mercat domèstic espanyol és poc proactiu a la mobilitat, tant a l'hivern com a l'estiu».

Tot això sumat al fet que les vacances cada cop són més curtes fa que aquests turistes vinguin amb la idea molt ben constuïda que els que realment volen és gaudir del sol i platja. Per aquests motius s'opta per publicar aquest producte en el Catàleg d'Activitats a les Muntanyes de la Costa Daurada que dissenya i difon el Patronat comarcal de turisme del Baix Camp juntament amb les empreses del territori, entre d'altres mitjans per arribar a la demanada en origen per aquest producte. Com ens apunten l'Amàlia Rico i Blanca Martínez seria molt convenient que del producte eqüestre se'n donés més difusió desde Cambrils, tal com es fa al Delta de l'Ebre que pel fet de ser un Parc Natural, si que es veu més reflectida aquesta oferta.

En aquest aspecte així com Cambrils ja és Destinació de Turisme Esportiu i Destinació especialitzada en cicloturisme des del 2013, gràcies a una ferma orientació del municipi, del seu Ajuntament, la seva regidoria d'Esports, i del seu òrgan de promoció, el Patronat de Turisme, i sobretot del seu sector privat que aposta per un servei molt especialitzat vers el cicloturista (allotjaments, botigues de lloguer de bicicletes, tallers i botigues de reparacions, agències de viatges receptives i agències organitzadores d'esdeveniments esportius), caldria fer semblant amb el producte eqüestre per a situar aquesta oferta al nivell de la bicicleta ja que l'equitació és un esport molt complet equiparable als beneficis de la natació quan a tonificació dels múscles, exercici cardiovascular i beneficis psicològics.

Tot això ha conformat un producte que barreja art, gastronomia, esport i lleure en un entorn d'interior fet i pensat per a gaudi d'un segment de gent interessada en hipica i la btt i els seus amics i familiars i que cobreix aquesta necessitat identificada com a nitxol que és la recreació de l'activitat de la que gaudeixen un cop acabada al voltant d'una taula ben parada amb productes de proximitat i amenitzat en un ambient d'art de llum, de so i de color.

7.3 Impacte social i mediambiental de la proposta

Des de novembre de 2015, Catalunya gaudeix de la certificació Biosphere Responsible Tourism de l'Institut de Turisme Responsable (ITR), membre de l'Organització Mundial del Turisme (OMT) i adscrit al Consell Global de Turisme Sostenible (GSTC). La certificació Biosphere no només estableix criteris de qualitat, accessibilitat o sobre el mediambient, sinó que a més, recull requisits de sostenibilitat, com

són la responsabilitat social, la conservació dels béns culturals, la satisfacció de les expectatives dels turistes i la millora de la qualitat de vida de la població local.

13 Anàlisi crític de la dinamització econòmica que aportaria

8.1 Comparativa amb altres zones de la Costa Catalana

La proposta que presento no es un cas únic a la costa catalana, altres casos d'èxit son els següents. Si es visualitzen altres àrees de la costa catalana es pot veure on hi ha centres hípics a prop de zona costera litoral. Buscant una semblança entre la zona de Cambrils i Riudoms al Baix Camp, trobem les següents a la costa del Maresme:

A la comarca del Maresme als voltants de Premià de Mar, es troben moltes hípiques. Si ens adinsem cap a l'interior, a 13,6 km, hi ha l'hípica de Vallromanes (Valles Oriental) que funciona desde 1985.

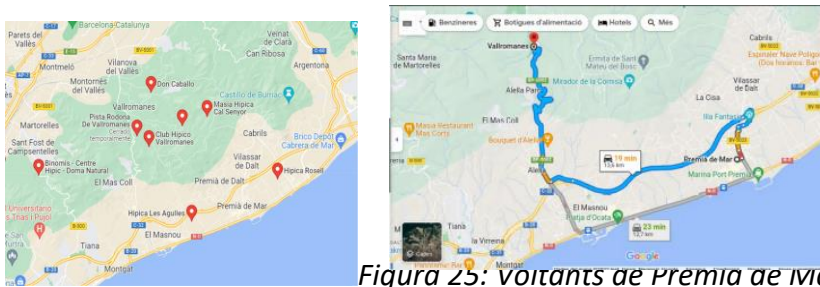


Figura 25: voltants de Premià de Mar

A la zona del Maresme es troba als voltants de Mataró, l'hípica Clarà, Cala Quimera i el Centre eqüestre Horseway, a 7,7km. Aquest darrer està en funcionament desde 1979 amb la família Farriols al davant (www.horseway.es). La finca està als peus del bosc del Parc Natural del Montnegre-Corredor.

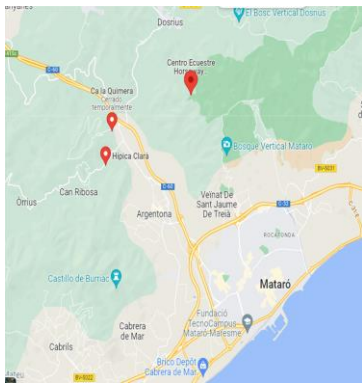
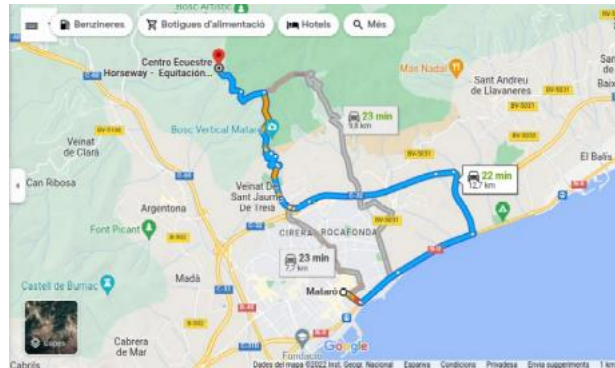


Figura 26: Voltants de Matarò i Parc Natural del Montnegre-Corredor

També a la zona del Maresme es troba als voltants d'Arenys de Mar, l'Hípica d'Arenys, Tierra equestre, a 10 km i el Club Hipic Canet de Mar. A destacar que Tierra equestre ([TerraEquestre | TerraEquestre](#)) situada als peus de Collsacreu també ofereix Equinoteràpia i Coaching.

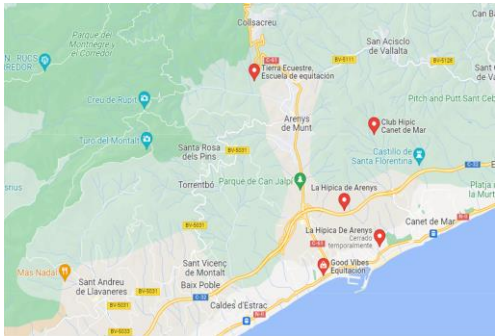
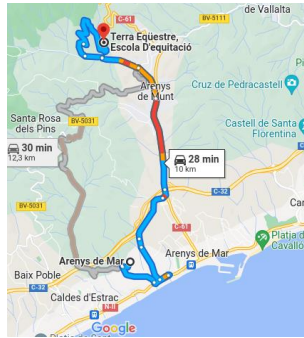


Figura 27: Voltants de Collsacreu

En la zona costanera de Santa Susana, Malgrat de Mar i cap a l'interior Palafolls, es troben nombroses hípiques. A destacar Ak-Vall Horse Center (www.akvall.com), a 2,3 km de Santa Susanna que és l'evolució d'un projecte amb més de 50 anys d'experiència en el món del cavall i l'hípica

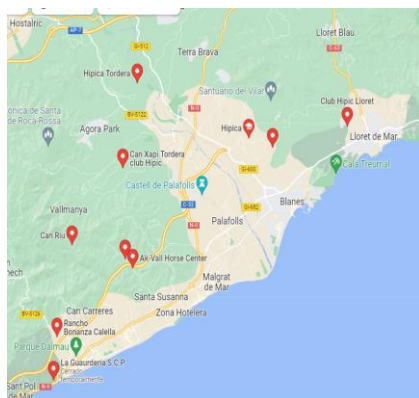
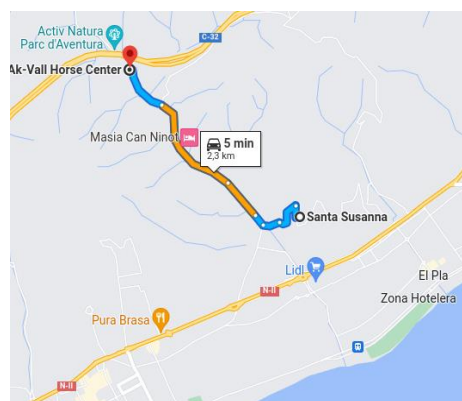


Figura 28: Voltants de Santa Susanna

8.2 Com afecta la guerra d'Ucraïna i la inflació:

Segon publica Rac1, el passat 15 d'agost del 2022, en l'apartat de Societat (<https://www.rac1.cat/societat/20220815/99404/catalunya-pic-ocupacio-turistica-barcelona-girona-lleida-tarragona-turisme.html>) aquest cap de setmana de mig agost, Catalunya ha arribat al pic d'ocupació turística de l'estiu. La pujada de preus no ha espantat el turisme català i espanyol, que a diferència d'altres anys està sent, fins i tot més majoritari que l'estranger. A les comarques de Tarragona els visitants locals han compensat la caiguda de visitants asiàtics i russos, clients habituals abans de la pandèmia i la guerra a Ucraïna, a la Costa Daurada.

La inflació jugarà un paper reductor ja que els allotjaments estan plens, però el sector farà menys caixa del que preveia, perquè moltes reserves són de fa mesos i no tenen en compte la inflació. El president de l'Associació de Càmpings de Girona, Miquel Gotanegra, explica al programa *El món a RAC1*, amb Anna Vallhonestà, que "aquest client té uns preus de fa sis mesos". Per tant, "els costos s'han disparat d'una manera desproporcionada", tant els d'energia com els de matèries primeres, i "els resultats no seran equivalents a l'ocupació", ha afegit.

8.3 Com ho veu Cambrils?

Basat en l'entrevista a l'Amalia Rico i Blanca Martínez, del Patronat de Turisme de Cambrils, la repercussió econòmica que aquesta proposta podria representar, es podria calcular a partir del

potencial nombre de turistes interessats en aquesta oferta. Si considerem que els visitants que rep Cambrils en període de juny a setembre és de

A la pregunta de quina tipologia de turistes té actualment Cambrils, la resposta coincideix amb la informació exposada en l'apartat 3.2. El turisme que més predomina a Cambrils és el turisme familiar de sol i platja que combina l'estada a la costa amb activitats lúdiques i/o culturals esporàdiques cap a l'interior. A nivell nacional destaquen molt les arribades del nord d'Espanya (País Basc, Navarra i Aragó) seguits dels francesos, holandesos, irlandesos, anglesos i alemanys.

Respon la Blanca Martinez a la pregunta de quants turistes dels que visiten Cambrils podrien estar interessats en oferta eqüestre com a treballadora del front office del Patronat de Turisme de Cambrils I diu que és relativament poca la gent que demana oferta eqüestre. Si ho fan, diu, són persones que ja practiquen aquest esport a casa seva i busquen fer-ho aquí també. Pensa però que no se'n dona prou difusió de l'oferta i que potser al Delta de l'Ebre, pel fet de ser un Parc Natural, si que es veu més reflectida aquesta oferta.

Contràriament a la pregunta anterior, a la pregunta 3 sobre quants turistes dels que visiten Cambrils podrien estar interessats en oferta en bicicleta ens diuen que són moltíssims els usuaris que visiten Cambrils amb la vocació de practicar turisme esportiu i concretament cycling. Cambrils ja és de fet una destinació de Turisme Esportiu certificada amb una àmplia oferta per al mercat cicloturista. Des de l'oficina de Turisme s'ha elaborat un mapa amb 10 rutes disponibles: 7 per a bici de carretera i 3 per a btt. A banda també es compta amb un carril bici de més de 10km que discorre per tot el litoral enllaçant amb Salou i la Pineda i augmentant la xarxa de comunicació amb altres destinacions de la Costa. Molt a la vora també es compta amb el suport del Centre BTT de Montroig del Camp que també ofereix diferents rutes, totes elles molt ben senyalitzades i ressenyades en mapes, que també s'ofereixen a l'oficina de Turisme. Al llarg de l'any es fan diferents activitats destinades al públic cicloturista, com la Fira Cambribike, que ja està consolidada i és tot un èxit.

En canvi, a la pregunta 4 referida a quants turistes dels que visiten Cambrils podrien estar interessats en oferta en vols en helicòpter/avioneta, la resposta és que realment són molt pocs els que demanen aquest tipus d'activitat.

Les següents preguntes respecte si el Patronat disposa de producte eqüestre / en bicicleta per a promocionar al voltant de Cambrils la resposta és afirmativa I la promoció que se'n fa desde el Patronat són els opuscles exposats permanentment a l'oficina i pel que fa a la bicicleta, com ja han dit a la 3a pregunta, es compta amb la Fira Cambribike.

Responent a la pregunta sobre quins actors intervenen, destaquen parlant de producte en bicicleta el Cambribike que va néixer l'any passat amb l'objectiu consolidar-se i convertir-se en un referent en el territori per gaudir de la bicicleta en totes les seves extensions i per a tots els públics. La iniciativa s'emmarca en la línia estratègica a favor del turisme esportiu que es treballa des de fa més de quinze anys per part del Patronat de Turisme, la regidoria d'Esports i altres departaments de l'Ajuntament conjuntament amb el sector privat.

Respon Amalia Rico a la darrera pregunta sobre quin impacte econòmic calcula que podria tenir en el territori el producte en bicicleta i no és gaire alentador ja que com explica, a dia d'avui, no està referenciat. En un futur esà previst disposar de les estadístiques però a dia d'avui no es pot saber quins

dels turistes están interessats en ciclisme. Es podria fer una aproximació preguntant al Cambrils Park, que acull molta part dels events que es fan relacionats amb cicloturisme al territori, però només es tindria una part de la informació. O també al centre BTT de Montroig.

8.4 Com ho veu Riudoms

Per tal de copsar el punt de vista dels productors, restaurants, allotjaments, serveis hípics i de bicicleta de Riudoms i els seus usuaris es va entrevistar una mostra de cadascun d'aquestes diferents categories durant la trobada grupal el passat mes de juliol a les instal·lacions de l'hípica Julivert i també es fan fer algunes entrevistes per telèfon a propietaris de cavalls i membres del centre BTT de Vinyols i els Arcs. La majoria dels productors, propietaris de restaurants i allotjaments de Riudoms coincideixen en què és una bona idea disposar d'un producte local que identifiqui la zona i sigui estandaritzat a disposició dels visitants com a part de les rutes proposades ja que suposaria un guany en les seves ventes i una visualització dels seus negocis a un públic nou. La majoria va demanar que fós un producte estandaritzat i que estés identificat en rètols o expositors de forma igual en tots els establiments i que d'alguna manera sigui l'Ajuntament o alguna altra administració els donés aquesta identificació. Alguns apuntaven que sense una supervisió externa per part d'alguna entitat, aquest producte aniria derivant en un producte diferent en cada establiment tot i que segurament conservaria l'esperit basats en productes autòctons del territori, com són l'oli i l'avellana.

Quan al fet de fer les rutes a cavall, bicicleta i/o a peu, la majoria opta per la bicicleta ja que opinen que és un públic a l'alça entre el turisme familiar i esportiu però opina que combina bé també amb l'oferta a cavall i a peu. Referent a l'adequació de les seves instal·lacions per a rebre grups de bicicletes i cavalls, la majoria no hi veu inconvenient i alguns pensen com instal·lar punts de recàrrega per bicicletes elèctriques, abeuradors pels cavalls, etc... però en tot cas, consideren que el cost és relativament baix.

La majoria dels propietaris de cavalls, socis d'AMAC ([Associació de Marxes a Cavall de Catalunya](#)) i socis del centre BTT de Vinyols i els Arcs opinen, quan se'ls pregunta si veuen les rutes proposades atractives, de forma molt positiva i encoratjadora; de manera que, això anima a pensar que poden ser exitoses de cara al públic. També agraeixen tenir llocs dins l'itinerari per a reposar, fer una parada i fer un aperitiu. Són molts els que opinen que estaria bé que estiguessin senyalitzades les rutes encara que sigui en una app...o altres mitjans i identificats els establiments col·laboradors. Hi ha consens entre els usuaris de cavalls i bicicletes en dir que quan acaben una ruta els agradaria disposar d'un lloc on mentre fas un àpat comentes la jugada. Una proposta com la de Moonlight, els sembla molt oportuna i temptadora ja que t'emportes una experiència molt més completa i és innovadora i atractiva.

El centre hípic Julivert veu necessari que desde l'AMAC i sobretot desde el Patronat de Turisme de Cambrils i Reus se'n faci molta publicitat ja que actualment la majoria de la seva clientela arriba a través de búsqueda directa a la seva web. Per aquest motiu desde el mateix dia de la reunió grupal, el tècnic de Turisme del Consell Comarcal, Jordi Gomà i la directora del centre hípic Julivert, Mo Benítez estan treballant conjuntament per a que en el Catàleg de tardor/hivern d'aquest any surti publicada aquesta oferta.

14 Conclusions

La Costa Daurada és una destinació que, tot i estar molt centrada en el Turisme de Sol i Platja, cada cop més presenta oportunitats i alternatives per desenvolupar noves atraccions i productes amb l'objectiu d'esdevenir una destinació de Turisme esportiu amb capacitat d'atraure nous segments de mercat a la ciutat, com ja està fent Cambrils.

El nou enfocament de Cambrils, amb la vocació de practicar turisme esportiu i concretament *cycling*, l'ha portat a certificar-se com a destinació de Turisme Esportiu amb una àmplia oferta per al mercat cicloturista. Des de l'oficina de Turisme de Cambrils s'ha elaborat un mapa de rutes per a bici de carretera i btt i actualment ja es compta amb un carril bici de més de 10km que discorre per tot el litoral enllaçant amb Salou i la Pineda i augmentant la xarxa de comunicació amb altres destinacions de la Costa Daurada, evidencia una alta col·laboració entre aquests municipis a nivell d'administració i també d'àmbit privat. Molt a la vora també es compta amb el suport del Centre BTT de Montroig del Camp que també ofereix diferents rutes, totes elles molt ben senyalitzades i ressenyades en mapes, que també s'ofereixen a l'oficina de Turisme de Cambrils i al llarg de l'any es fan diferents activitats destinades al públic cicloturista, com la Fira Cambribike, que ja està consolidada i és tot un èxit.

Aquest nou enfocament de Cambrils és una gran oportunitat estratègica per a la destinació, degut a que ajudarà a diversificar l'oferta d'allotjament i oci de la ciutat i aportarà valor afegit a la promoció turística de la Costa Daurada i també dels municipis d'interior del Baix Camp, Priorat i Montsant.

En el marc de pandèmia que estem encara vivint, situació que ha afectat moltíssim el turisme i ha portat a pèrdues econòmiques gravíssimes en el sector turístic, l'arribada d'aquest nou enfocament representa alhora una gran oportunitat per ajudar a la recuperació turística de la Costa Daurada i també dels municipis d'interior del Baix Camp, Priorat i Montsant sobretot per la seva connotació desestacionalitzadora que aquest turisme comporta i que encaixen molt bé amb les tendències turístiques actuals. Per això ens porta a pensar que el producte presentat en aquest projecte tindrà un alt grau d'acceptació entre la gent. Els segments de mercat que atraurà el nou producte són els que històricament han estat més propensos a visitar la destinació, com el turisme familiar, i alhora tindrà la capacitat d'atraure altres segments de mercat estratègics que diversificaran la destinació, com el segment de turisme de joves i el segment de turisme esportiu.

Tenint en compte la bona disposició rebuda per part dels agents participants en la generació de la proposta turística que es presenta en aquest projecte, posar al mercat aquest producte aportaria beneficis i millores per als diferents agents i l'entorn de Riudoms, fet que faria incrementar l'atractiu de la zona i milloraria el posicionament turístic d'aquesta àrea.

Es considera que la proposta dissenyada presenta un escenari de col·laboració i guany per a tots els agents implicats, en tant que ha estat generada a partir de l'anàlisi de l'entorn i la participació dels sectors implicats durant el procés. Així doncs, es considera que aquesta proposta de desenvolupament turístic sostenible i dinamització de Riudoms i la zona dels seus voltants que fos desestacionalitzadora, realista i aplicable, pot ser un èxit.

En resum, la zona de Riudoms i el seu entorn té potencial per esdevenir una àrea capaç d'atraure un tipus de turisme esportiu, de família i juvenil que el porti cap a un model turístic desestacionalitzador i sostenible a llarg termini, tot i incorporant experiències i activitats innovadores que posin en valor el patrimoni, l'oci sostenible, el turisme inclusiu i, sobretot, els usos sostenibles de l'entorn.

15 BIBLIOGRAFIA

Bono Gispert, O; Anton Clavé, S. (2020). Dimensions and models of tourism governance in a tourism system: The experience of Catalonia. *Journal of Destination Marketing & Management*, (17)

Càceres-Silva, Jordi. et al. (1995). *Les Mines d'aigua a Vila-Seca i a Salou*. Vila-seca : Agrupació Cultural de Vila-seca.

Danby, Paula, and Dasha Grajfoner. (2020). "Human–Equine Tourism and Nature-Based Solutions: Exploring Psychological Well-Being Through Transformational Experiences." *Journal of Hospitality and Tourism Research*.

Mrds A; Caric H. (2019) Models of Heritage Tourism Sustainable Planning. In: Obad Scitaroci M; Bojanic Obad Scitaroci B; Mrda A. (eds) Cultural Urban Heritage. The Urban Book Series. Springer, Cham

Schänzel, Heike, Ian Yeoman, and Elisa Backer. (2012). *Family Tourism: Multidisciplinary Perspectives*. Buffalo.

16 ANNEXOS

Entrevista a Amalia Rico i Blanca Martínez del Patronat de Turisme de Cambrils

Pregunta 1. Quina tipologia de turistes té actualment Cambrils?

- Pregunta 2. Quants turistes dels que visiten Cambrils podrien estar interessats en equestre? oferta
- Pregunta 3. Quants turistes dels que visiten Cambrils podrien estar interessats en en bicicleta? oferta
- Pregunta 4. Quants turistes dels que visiten Cambrils podrien estar interessats en en vols en helicòpter/avioneta? oferta
- Pregunta 5. Teniu producte en bicicleta per a promocionar al voltant de Cambrils?
- Pregunta 6. Teniu producte equestre per a promocionar al voltant de Cambrils?
- Pregunta 7. Quina promoció se'n fa? I des de el Patronat?
- Pregunta 8. Quins actors intervenen?
- Pregunta 9. Quin impacte econòmic calcula que podria tenir en el territori?

Entrevista al propietari de l'Hípica Julivert, de Riudoms

- Pregunta 1. Fa la Oficina de Turisme de Cambrils publicitat de la vostra hipica?
- Pregunta 2. Aquesta publicitat aporta clientela?
- Pregunta 3. Si hi hagues una proposta com la de Moonlight, que li semblaria?

Entrevista als productors, restaurants i allotjaments de Riudoms

- Pregunta 1. Estaria disposat a tenir un producte local a disposició dels visitants per emportar i també menjar al lloc?
- Pregunta 2. Pensa que un Tast d'Oli i Avellana, format per per Pa amb oli i embotits, llonganissa, coca amb recapte i postre d'avellanes, seria adient?
- Pregunta 3. Quina capacitat per atendre clients té actualment?
- Pregunta 4. Pensa que rebre en les seves instal.lacions turistes que arriben a cavall, i/o bicicleta i/o a peu, seria del seu gust?

Entrevista a propietaris de cavalls i socis AMAC

- Pregunta 1. Quines zones visiteu fora de la vostra hipica?
- Pregunta 2. Quins serveis i/o productes trobeu a faltar quan feu una sortida?
- Pregunta 3. Si hi hagues una proposta com la de Moonlight pels voltants de Riudoms, hi anirieu?

17 Webgrafia

Cambrils Turisme (2021). Recuperat de:

<https://cambrils-turisme.com>

CAMBRIBIKE. Fira de la Bicicleta – Cambrils Turisme (cambrils-turisme.com)

Diari Més Digital (2016): article "Un 40% dels turistes de la Costa Daurada no visiten l'interior perquè 'han vingut a la platja'. Recuperat de:

https://www.diarimes.com/noticies/camp_tarragona/2016/04/20/un_dels_turistes_costa_daurada_visit_en_interior_perque_han_vingut_platja_2375_1093.html

Dossier de premsa 2019. Generalitat de Catalunya. Recuperat de: <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2019/04/Dossier-de-premsa-2019.pdf>

Fundació Trencadís: article «Els-arquitectes-modernistes-del-Camp-de-Tarragona» (2019). Recuperat de: <https://www.fundaciotrencadis.com/wp-content/uploads/2019/11/Els-arquitectes-modernistes-del-Camp-de-Tarragona-1.pdf>

Indicador de Economia (2019): Entevista a Francisco Javier Castillo Acero. Recuperat de: <https://www.indicadordeeconomia.com/entrevistes/42/el-mayor-reto-del-turismo-en-tarragona-es-la-evolucion-del-modelo-de-gobernanza>

Informació Costa Daurada. Diputació de Tarragona. Recuperat de: <https://costadaurada.info/activitats/turisme-familiar>

Jornada 'Què mou als turistes en destinacions costa-interior?' (2016). Recuperat de: <https://feht-turisme.org/jornada-que-mou-als-turistes-en-destinacions-costa-interior-per-analitzar-la-mobilitat-turistica-a-la-costa-daurada/>

RAC1, article «Catalunya arriba aquest cap de setmana al pic d'ocupació turística» (2022). Recuperat de: <https://www.rac1.cat/societat/20220815/99404/catalunya-pic-ocupacio-turistica-barcelona-girona-lleida-tarragona-turisme.html>

Rodabike Cambrils (2021). Recuperat de: <https://cyclingholidays.es>

Rutas en bicicleta - Mont-roig Miami Turismo. Recuperat de: <https://www.mont-roigmiami.cat/>

Postfuturear & Roselló, E., *Famílies durant la COVID-19. Què podem esperar?*, Magenta Estudi Creatiu. Recuperat de: <https://costadaurada.info/coneix/turistic-en-familia/pindoles-de-coneixement-turisme-familiar-en-temps-de-la-covid-19>

The Lume Melbourne (2022): *What's On?* Recuperat de: What's on | Digital Experiences In Melbourne | The Lume (thelumemelbourne.com)