

MÀSTER UNIVERSITARI EN GESTIÓ DE DESTINACIONS TURÍSTIQUES

Any acadèmic 2019/2020

Aleix Boquet Garriga

**GENERACIÓ I CONSENS DE PROPOSTES DE
DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC SOSTENIBLE A TARRAGONA**

Proposta estratègica de desenvolupament turístic i participació
ciutadana pel nou Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves i
l'entorn natural de la Platja Llarga de Tarragona.

TREBALL FINAL DE MÀSTER

Dirigit pel Dr. Antonio Paolo Russo



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-seca

Octubre de 202

Taula de continguts

Llistat de figures i taules	3
Llistat d'abreviacions	3
Índex d'annexos	5
Resum	6
Abstract	7
Resumen	7
Introducció	8
Justificació	9
Objectiu	10
Metodologia	11
1. Posicionament general del projecte	14
1.1 Turisme de joves	15
1.2 Característiques dels albergs	18
1.3 Destinacions de patrimoni	20
1.4 Engament	23
2. Anàlisi de la destinació: Tarragona	28
2.1 Context urbà	28
2.2 Context turístic.....	29
2.3 Comunitat local, participació ciutadana i entorn natural	40
3. Covid-19: Impacte en el sector turístic, reformulació de models turístics i tendències turístiques actuals	47
4. Debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats del nou complex de turisme social i alberg per a joves a l'entorn natural de platja llarga.....	52
5. Proposta estratègica de desenvolupament turístic sostenible i dinamització ciutadana pel nou Alberg de Joves i la zona de Platja Llarga de Tarragona.	56
5.1 Introducció	56
5.2 Metodologia	56
5.3 Taller participatiu	57
5.4 Proposta estratègica.....	65
5.4.1. Propostes d'ús en espais afectats pel projecte de remodelació	66
5.4.2. Proposta de model de gestió de l'establiment.....	91
5.4.3. Proposta de programes i iniciatives socioambientals amb participació ciutadana.	95

5.4.4. Propostes d'experiències i esdeveniments turístics orientats a segments de mercat específics.....	104
5.5. Validació de la proposta estratègica.....	107
Conclusions	111
Bibliografia.....	113
Webgrafia	115
Annexos	118

LLISTAT DE FIGURES I TAULES

Figura 1. Maqueta 3D de l'edifici principal del CTSAJT.....	15
Figura 2. Diferents tipus de patrimoni de la ciutat de Tarragona.....	21
Figura 3. Edifici de l'antiga Tabacalera de Tarragona, patrimoni arquitectònic industrial.	22
Figura 4. Relació positiva entre l'engagement del visitant amb la destinació i la fidelització dels visitants.	25
Figura 5. Evolució de les pernoctacions totals anuals a Tarragona. 2014-2018	30
Figura 6. Pernoctacions anuals a Tarragona per tipus d'allotjament. 2014-2018	31
Figura 7. Percentatge d'ocupació per tipus d'allotjament turístic a Tarragona. 2014-2018	32
Figura 8. Origen dels visitants que han realitzat alguna consulta a l'Oficina de Turisme de Tarragona. 2019.....	34
Figura 9. Tipologia de viatge més popular a Tarragona. En percentatge. 2019.	35
Figura 10. Distribució dels polígons industrials a Tarragona.....	37
Figura 11. Caseta abandonada que la PSPL demana transformar en un centre d'interpretació de la natura.....	42
Figura 12. Neteja de Platja organitzada per Good Karma Projects a la Platja Llarga de Tarragona el passat mes d'Agost.....	43
Figura 13. Localització dels grups que van dur a terme els mostrejos de pellets a la Platja de la Savinosa.....	43
Figura 14. Actuacions no sostenibles per part d'empreses privades en front els sistemes dunars de la Platja Llarga de Tarragona.....	45
Figura 15. Sistema d'Espais Naturals Protegits a Catalunya.	46
Figura 16. Sessió del taller participatiu.....	57
Figura 17. Proposta d'usos a través del mètode "Manual Thinking".	58
Figura 18. Usos anteriors i actuals dels espais integrats en el projecte de remodelació.	68
Figura 19. Proposta d'usos en els diferents espais afectats pel projecte de remodelació de la CR.....	69
Figura 20. Aula ambiental del Parc del Besòs.....	77
Figura 21. Residència d'estudiants de la Xanascà a Lleida	79
Figura 22. Parc del Riu Llobregat.....	82
Figura 23. Jugateca Ambiental del Besòs.	82

Figura 24. Hort de la Sínia. L'hort social d'Altafulla.....	83
Figura 25. Circuit “pumptrack” l’Escala.....	83
Figura 26. Rocòdrom del Parc del Segre.	83
Figura 27. Espai Muntanyans Torredembarra.....	86
Taula 1. Resultats del mostreig de microplàstics realitzat a la Platja de la Savinosa.	44
Taula 2. Tendències turístiques actuals.	50
Taula 3. DAFO de la destinació turística de Tarragona, l’entorn de Platja Llarga i el CTSAJT.....	53
Taula 4. Relació d’assistents al taller participatiu.	58
Taula 5. Aportacions dels agents en el Taller Participatiu.	60
Taula 6. Proposta d'experiències turístiques orientades a segments de mercats específics	105

LLISTAT D'ABREVIACIONS

ACJ	Agència Catalana de Joventut
ACT	Agència Catalana de Turisme
AHT	Associació d'Hotels de Tarragona
APS	Programa d'Aprenentatge i Servei
CRV	Ciutat de Repòs i Vacances
CTSAJT	Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona
DMO	Destination Management Organisation
GC	Generalitat de Catalunya
GEPEC-EdC	Grup d'Estudi i Protecció dels Ecosistemes Catalans – Ecologistes de Catalunya
IDESCAT	Institut d'Estadística de Catalunya
OTCT	Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona
PEIN	Pla d'Espais d'Interès Natural
PMTT	Patronat Municipal de Turisme de Tarragona
POUM	Pla d'Ordenació Urbanística Municipal
PPU-24	Pla Parcial Urbanístic de La Budellera
PSPL	Plataforma Salvem la Platja Llarga
TCB	Tarragona Convention Bureau
SENP	Sistema d'Espais Naturals Protegits
UNESCO	Organització de les Nacions Unides per l'Educació, la Ciència i la Cultura
URV	Universitat Rovira i Virgili
XANASCAT	Xarxa Jove d'Albergs de Catalunya

ÍNDEX D'ANNEXOS

ANNEX 1. Mapa d'usos actuals	118
ANNEX 2. Mapa amb proposta d'usos.....	118
ANNEX 3. Proposta d'usos a través del mètode "Manual Thinking"	119

RESUM

Tarragona disposa de diverses infraestructures en desús que formen part del patrimoni de la ciutat. Les tendències actuals en destinacions turístiques de Patrimoni estan orientades a la recuperació d'aquests espais per posar-los al servei de la ciutadania, així com per crear nous productes turístics innovadors orientats als visitants. A més, es considera clau 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 estratègica de desenvolupament turístic sostenible per a un edifici en desús de la ciutat que sigui consensuada i validada pels diferents agents implicats.

ABSTRACT

Tarragona has several idle infrastructures that are part of the city's heritage. Current trends in Heritage Tourism Destinations are oriented to the recovery of these spaces in order to bring them back to the community for its public use, as well as to create new innovative tourist products aimed at visitors. In addition, collaboration and governance between the different tourism agents of a destination is considered key to achieving success in tourism management. Consequently, the aim of this work has been to generate a strategic proposal for sustainable tourism development that is agreed and validated by the different agents involved, aimed to an idle building in the city.

RESUMEN

Tarragona dispone de diversas infraestructuras en desuso que forman parte del patrimonio de la ciudad. Las tendencias actuales en destinos turísticos de Patrimonio están orientadas a la recuperación de estos espacios para ponerlos al servicio de la ciudadanía, así como para crear nuevos productos turísticos innovadores orientados a los visitantes. Además, se considera clave 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 estratégica de desarrollo turístico sostenible para un edificio en desuso de la ciudad que sea consensuada y validada por los diferentes agentes implicados.

INTRODUCCIÓ

Aquest treball final de màster està emmarcat en un conveni de pràctiques remunerades becades pel Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat, dintre del Programa de Treballs finals dels alumnes de Màster en Turisme. Aquestes beques són atorgades pel Departament d'Empresa i Coneixement a través de la Direcció General de Turisme als alumnes que estudiïn un màster en turisme i realitzin un projecte final de Màster que estigui vinculat a la gestió i desenvolupament turístic sostenible al territori català.

El treball final de màster també s'ha desenvolupat sota el paraigua del Programa d'Aprenentatge i Servei (APS) de la Universitat Rovira i Virgili (URV), a través d'un conveni de col·laboració entre entitats entre la URV i la Plataforma Salvem la Platja Llarga (PSPL), una associació veïnal de la zona de Llevant de Tarragona.

El projecte tracta de crear una proposta estratègica d'aprofitament turístic per a espais i edificis en desús a Tarragona, concretament per a l'antiga Ciutat de Repòs i Vacances (CRV) de Tarragona, abandonada des de fa aproximadament 10 anys i situada a la zona de Llevant de la ciutat, on es troba la Platja Llarga, la zona de la Budellera i, ben a tocar, el Bosc de la Marquesa.

Recentment s'ha aprovat un projecte de remodelació, recuperació i revalorització turística d'aquest espai per part de la Generalitat de Catalunya, qui dura a terme una inversió per reformar el complex i convertir-lo en el nou Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona (CTSAJT), el qual estarà annexat a la Xarxa Jove d'Albergs de Catalunya (XANASCAT) i serà gestionat per l'Agència Catalana de Joventut (ACJ).

La proposta d'aprofitament i desenvolupament turístic per al CTSAJT estarà basada en el consens, la governança i una marcada orientació social que fomenti la participació ciutadana i la col·laboració entre els diferents agents implicats en aquesta zona de Tarragona. Escoltar idees, intercanviar impressions i entendre les diferents preocupacions d'aquests agents és una de les parts clau d'aquest projecte, ja que la col·laboració entre entitats, la sostenibilitat i la integració de la comunitat local seran clau per tal de proposar un model d'establiment que satisfaci les necessitats de tothom, que sigui reconeixible com a establiment de la Xarxa XANASCAT, que respecti el medi ambient i que posi en valor el patrimoni local, tant natural com cultural, de la destinació, en aquest cas la ciutat de Tarragona.

JUSTIFICACIÓ

La ciutat de Tarragona disposa d'un patrimoni arquitectònic molt valuós i de rellevància històrica contrastada a la ciutat, com les infraestructures en desús de la Tabacalera, el preventori de la Savinosa, l'edifici de l'antic Banc d'Espanya o la mateixa CRV, que estan sent desaprofitats o porten molts anys abandonats.

Des de l'administració local hi va haver, durant molt temps, una manca de projectes d'aprofitament per recuperar aquests edificis. però en els últims anys s'han presentat diferents propostes per a l'aprofitament d'aquestes infraestructures, les quals són considerades un patrimoni local d'alt valor i que, per clam popular de la ciutadania de Tarragona, haurien de ser recuperades i posades a disposició de la població com a espais públics i socials.

Algun exemple d'aquests projectes, que ja van ser aprovats però segueixen sense executar-se, són el presentat pel despatx d'arquitectes que va guanyar el concurs de propostes arquitectòniques per remodelar l'antic preventori de la Savinosa, o el projecte que es va anunciar per convertir l'antic edifici del Banc d'Espanya en un nou espai de co-creació i divulgació de la ciència en col·laboració amb la URV.

Com s'ha esmentat, aquestes i altres propostes segueixen sense executar-se i es troben encallades per diverses raons. Principalment, les dificultats burocràtiques relacionades amb la necessitat de modificar plantejaments urbanístics o els recels que desperten tot tipus de transformacions urbanístiques amb grans inversions als ulls d'altres grups polítics, entitats contràries o grups de ciutadans envers el consistori han propiciat que, a dia d'avui, cap d'aquests projectes es vegi proper a la seva consecució tot i tenir una data virtual de finalització.

S'ha de tenir en compte que l'elevat cost econòmic d'algunes d'aquestes remodelacions pot haver propiciat que passessin a un segon pla davant d'altres prioritats o inversions a les que hagués de fer front el consistori. A més, ara, en l'actual context de pandèmia que estem vivint, les administracions estan sofrint una manca de recursos econòmics degut a les grans pèrdues ocasionades per la Covid-19, i sembla que aquestes infraestructures hauran de seguir esperant per ser recuperades d'alguna manera, ja que l'administració haurà d'afrontar inversions econòmiques més urgents en termes de salut pública i haurà de vetllar per la ciutadania més vulnerable.

Tot i això, el projecte de remodelació de la CRV ja va ser aprovat i presentat per part de la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Tarragona, i la previsió és que al 2023 estigui en funcionament (tot i que després de la pandèmia és possible que s'endarrereixi un temps). El fet que s'hagi aprovat una inversió milionària per a l'aprofitament d'aquesta infraestructura és molt alentidor i pot ser el primer pas per tal de començar a canviar la situació de Tarragona envers aquestes infraestructures i patrimoni arquitectònic en desús.

Així doncs, Tarragona ha de decidir què fer amb aquest patrimoni "perdut" i tractar de posar-lo al servei de la població i de la ciutat el més aviat possible. Com

s'ha dit, el nou CTSAJT pot ser el punt d'inflexió, i no només per obrir el camí a la recuperació i valorització de patrimoni "perdut" a la ciutat, sinó que també representa una gran oportunitat turística per la destinació de Tarragona, així com una oportunitat per a la comunitat local de Llevant de ser participants d'un interessant projecte que pot beneficiar la zona de Platja Llarga a llarg termini.

Així doncs, el tipus d'establiment que es projecta i les interessants iniciatives i activitats que podria acollir són un actiu d'alt valor estratègic per a la destinació, que permetran a Tarragona comptar amb un model d'establiment turístic que s'adapti a les noves demandes i tendències del sector, que es basi en els atractius conformatos pel patrimoni local i que cerqui la sostenibilitat a llarg termini.

OBJECTIU

Aquest projecte té com a objectiu dissenyar una proposta estratègica de desenvolupament turístic sostenible i aportar idees innovadores de dinamització ciutadana que diferenciïn el CTSAJT i l'entorn natural de Platja Llarga com una destinació sostenible que posa en valor el patrimoni local.

El principal output que es desitja obtenir d'aquest projecte és un document que integri una proposta estratègica de desenvolupament turístic sostenible i dinamització ciutadana per al CTSAJT i l'entorn natural de Platja Llarga. L'objectiu és que la proposta estratègica sigui consensuada pels diferents agents i validada conjuntament des del punt de vista de la desitjabilitat, viabilitat i responsabilitat en quant a model de gestió i governança, així com dels impactes esperats per als diferents agents i en especial per a l'entorn natural de Tarragona on es situarà l'establiment. D'aquesta manera, el document final pot actuar de guia i ser la referència que marqui el camí a seguir als diferents agents, administració i ciutadania, per tal d'assolir un model d'establiment innovador, sostenible i inclusiu que diferenciï i dinamitzi la zona de Llevant de Tarragona, a més de diversificar l'oferta turística de la destinació.

Aquesta estratègia vol incorporar, entre d'altres recomanacions, una proposta d'usos sostenibles dels diferents espais afectats pel projecte, una proposta de model de gestió compartida de l'establiment basat en la col·laboració entre entitats o un programa d'activitats socioambientals basats en la participació ciutadana, que es pugui desenvolupar conjuntament entre l'Alberg i els diversos agents implicats en el projecte tot i aprofitant l'entorn natural privilegiat de la zona i destacant l'orientació social i cultural de l'establiment.

En un context de col·laboració entre els agents, es tractarà de consensuar tot un seguit de propostes i iniciatives que diferenciïn el CTSAJT i el model de turisme que vol fomentar en aquest entorn natural magnífic de Platja Llarga. Si s'assoleix l'objectiu, aquestes propostes i iniciatives consensuades entre tots els actors es recolliran en un document que pot servir de referència, marcant el camí a seguir als diferents agents, administració i ciutadania per tal d'assolir un model de turisme

innovador, sostenible i inclusiu que diferenciï l'establiment i dinamitzi la zona de Llevant de Tarragona, a més de diversificar l'oferta turística de la destinació i atraure nous segments de mercat a la ciutat.

El projecte també tractarà de posicionar Tarragona com una destinació de Patrimoni polivalent, tractant de diversificar la imatge de la ciutat, la qual està molt lligada al turisme de patrimoni romà.

Finalment, tot i aportant idees innovadores de dinamització ciutadana que promoguin l'intercanvi cultural entre comunitat local i visitants, es vol crear un programa d'activitats en col·laboració amb els agents socials de la zona que promogui un alt grau d'engagement i autenticitat que afavoreixi la immersió cultural dels visitants.

METODOLOGIA

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 Tarragona que aportin coneixement sobre la situació actual de la ciutat en matèria de turisme, així com l'afectació que ha produït la pandèmia de la covid-19 per tal de poder contextualitzar adequadament el projecte al moment que viu el territori.

Fonts: Informes i Plantejaments Estratègics oficials de l'ACT, Dades extretes de l'Observatori de Turisme de l'Eurecat, IDESCAT, Memòries de l'Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona.

Tècniques Qualitatives:

- **Revisió de la literatura prèvia** relacionada amb la CR, el Turisme de Joves, els establiments tipus Alberg, Destinacions de Patrimoni, Engagement, etc.

L'objectiu ha estat recopilar informació que porti més coneixements sobre la història d'aquest complex turístic abandonat, el projecte de remodelació actual o qui es farà càrrec de la seva futura gestió. També s'ha tractat de conèixer la situació actual del Turisme de Joves, les característiques diferencials dels establiments de tipus Alberg i els beneficis que aporten a les destinacions o les noves tendències en les destinacions de Patrimoni que volen atraure nous mercats en un marc de sostenibilitat.

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

Treball de camp:

- **Etnografia i Observació Participant:**

Registrar el dia a dia de diferents col·lectius implicats en l'activisme per la conservació de l'entorn de Platja Llarga, conèixer el seu testimoni i el compromís que tenen amb aquest espai.

- **Observació i Exploració de l'entorn** natural de Platja Llarga i els terrenys afectats pel projecte de remodelació de la CR.

Per tal de conèixer millor l'entorn, veure quins agents hi estan implicats i veure les possibilitats que integra a diferents nivells. Aquesta part del treball de camp implica explorar les zones verdes i naturals dels voltants de l'Alberg a la zona de Platja Llarga, amb la idea de conèixer millor l'entorn, veure les possibilitats que ofereix i conèixer l'oferta existent d'experiències turístiques sostenibles, rutes, activitats esportives, senders i camins naturals, etc. Aquests són productes turístics que promouen la valorització del patrimoni natural i que podrien esdevenir importants atractius turístics sostenibles diferenciadors a la zona. En el cas que no existeixin, estudiar la possibilitat de crear noves experiències turístiques que siguin innovadores i que s'adaptin i integrin perfectament al model d'establiment i a l'entorn natural on es situarà el CTSAJT.

- **Focus Groups o Processos Participatius:** Organització d'un Taller Participatiu: ***Generació i Consens de Propostes de Desenvolupament Turístic Sostenible per al futur Alberg de Joves i la zona de Platja Llarga de Tarragona.***

Dissenyar una estratègia de desenvolupament turístic sostenible consensuada entre els diferents agents implicats en el projecte a través d'un taller participatiu.

Alinear aquesta estratègia amb els plans estratègics directors de turisme a nivell regional i municipal així com amb els diferents marcs legals i urbanístics de la ciutat.

Validar la viabilitat i desitjabilitat de la proposta estratègica final amb els agents (legalment, econòmicament, estratègicament...).

En la part final d'aquest projecte, serà de vital importància recopilar informació provinent de la interacció amb els col·lectius involucrats en la comunitat local de la zona de Platja Llarga i els diversos agents interessats en el projecte de remodelació de l'antiga ciutat de repòs i vacances.

En conseqüència, la metodologia usada en aquest projecte final de màster incorpora l'organització d'un Taller Participatiu o "*Workshop*", en el que els representants de diverses entitats relacionades amb l'entorn de Platja Llarga seran convidats a participar en una jornada de col·laboració entre entitats organitzada per l'investigador. L'objectiu d'aquesta activitat participativa serà recopilar informació clau

i de primera mà d'aquests "*stakeholders*"¹, la qual donarà peu al disseny d'una proposta estratègica de desenvolupament consensuada entre els participants.

La proposta estratègica consensuada entre els agents locals que sorgirà del taller participatiu s'haurà d'alinejar amb els interessos estratègics de les diferents entitats responsables de la gestió del turisme al nostre territori. Així doncs, serà necessari conèixer i estar familiaritzat amb els plans estratègics de l'Agència Catalana de Turisme per tal d'alinejar la proposta estratègica del nou Alberg amb els objectius i reptes marcats en el Pla Estratègic de Turisme 2018-2022 i el Pla de Màrqueting Turístic 2018-2022, els dos impulsats per l'Agència Catalana de Turisme.

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, l'Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona o el mateix Patronat de Turisme de Tarragona també seran DMO clau a l'hora d'adaptar i alinear la proposta de desenvolupament turístic, ja que també es tindrà en compte les estratègies de gestió turística vigents d'aquestes DMO i els objectius que s'hagin proposat a mitjà i llarg termini, els quals segueixen en gran mesura les directrius marcades per l'ACT en els seus plans estratègics.

Degut a que el nou establiment serà gestionat per l'Agència Catalana de Joventut, l'entitat pública adscrita al Departament de Treball, Afers Socials i Famílies, i encarregada de la gestió, explotació i manteniment dels establiments que integren la Xarxa Jove d'Albergs de Catalunya (XANASCAT), la proposta estratègica s'haurà d'adaptar, també, a la filosofia i visió de l'entitat responsable de gestionar l'espai en el futur, així com als diferents programes socials i d'activitats que ofereixen en els diferents establiments annexats a la XANASCAT.

També serà necessari enquadrar la proposta estratègica de desenvolupament en els diversos marcs legals existents, com és el Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM), els plans parcials urbanístics i paisatgístics de la ciutat, així com tenir en compte les possibilitats que brinden les àrees d'interès natural com són els espais PEIN a nivell nacional o els espais de la Xarxa Natura 2000 a nivell europeu.

- **Benchmarking de bones pràctiques:**

Per veure més enllà del context local i construir una proposta de desenvolupament innovadora per al CTSAJT i l'entorn de Platja Llarga que tingui en compte els èxits assolits per altres destinacions en projectes de desenvolupament sostenible.

Es tindran en compte destinacions que hagin abordat projectes de recuperació ambiental basats en l'ús turístic sostenible en espais urbans i periurbans, com poden ser El Parc del riu Llobregat o el Parc Fluvial del Besòs, 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, o fins i tot destinacions que han creat productes basats en la sostenibilitat i la conscienciació i sensibilització a través de l'educació ambiental.

¹ Stakeholders: Paraula d'argot empresarial que significa "interessats" o "parts interessades".

A més, fent benchmarking, es tractarà de constatar 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 destins turístics similars a Tarragona i que la seva demanda ha augmentat exponencialment.

1. POSICIONAMENT GENERAL DEL PROJECTE

El projecte de remodelació de l'antiga Ciutat de Repòs i Vacances de Tarragona està en marxa.

L'antic complex turístic té un origen franquista i va ser construït l'any 1957, era gestionat per organitzacions sindicals i estava orientat a acollir visitants de la classe mitjana-obrera. En aquells temps el turisme era una activitat en auge i cada cop més accessible per les classes treballadores. Aquest complex, actualment abandonat, disposa aproximadament d'uns 140.000 m², i quan estava actiu disposava d'unes instal·lacions que comptaven amb menjador, biblioteca, zona esportiva amb pistes de tennis, bolera, restaurant o fins i tot una llevadora.

Després de ser abandonada fa més de 10 anys, el model d'allotjament turístic escollit pel projecte de renovació de l'antiga Ciutat de Repòs i Vacances és el nou Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona. El nou complex estarà annexat a la XANASCAT i l'Agència Catalana de Joventut serà l'entitat pública encarregada de gestionar l'establiment.

El projecte va ser presentat el passat 9 de març de 2020 per part del conseller de Treball, Afers Socials i Família, Chakir el Homrani, i l'alcalde de Tarragona, Pau Ricomà, i preveu tenir una capacitat de més de 500 places. Aquestes places estaran distribuïdes en diferents mòduls i tipologies, ja que el futur Alberg disposarà d'habitacions compartides, però també de mòduls familiars privats amb capacitat per fins a 6 persones. La inversió per part del Departament que presideix el Sr. Homrani serà d'un total de 12,2 M d'euros.

Els albergs de la XANASCAT ofereixen allotjament a preus assequibles, amb una marcada orientació al Turisme Social. En els diferents establiments annexats a la XANASCAT i repartits per la geografia Catalana s'hi poden realitzar diferents activitats, experiències i programes socials dirigits a joves, famílies, grups d'amics, d'esportistes o empreses, sempre relacionats amb el patrimoni i atractius específics de cada destinació. Alguns dels programes socials més destacats són el "Vacances en família", on es donen facilitats a famílies amb fills menors d'edat per sortir de la rutina i poder visitar algun dels establiments annexats a la xarxa o "L'estiu és teu", unes colònies educatives d'estiu dirigides a petits i joves d'entre 5 i 16 anys. També cal destacar que alguns dels centres actuen com a residència d'estudiants, acullen escoles que van de colònies durant l'hivern o que donen l'opció de programar experiències més personalitzades sota petició prèvia, segons s'informa a la pàgina web de la XANASCAT.

Segons s'afirma a la web de la XANASCAT, els seus establiments són una bona opció per organitzar trobades o reunions degut a que estan situats en entorns

d'interès cultural, natural, turístic i artístic; tenen espais verds al voltant on es poden realitzar activitats a l'aire lliure; estan equipats amb instal·lacions modernes i diversos serveis com sales d'esdeveniments, menjadors o neteja i la convivència que caracteritza aquests albergs aporta i potencia valors com el companyerisme o l'empatia i afavoreix la comunicació i confiança entre els visitants.

L'oportunitat que suposa per Tarragona el fet de comptar amb un Alberg d'aquest tipus a la ciutat és, estratègicament a nivell de turisme, molt interessant, donat que aquest model d'establiment augmenta la seva popularitat i nombre d'usuaris any rere any. També cal dir que, com s'esmenta en l'article-notícia publicat per la mateixa XANASCAT per anunciar l'aprovació del projecte, aquest nou complex posicionarà Tarragona com una destinació de turisme de joves, social i familiar. A més, també obrirà les portes del turisme a col·lectius més vulnerables que disposen de menys recursos.

Figura 1. Maqueta 3D de l'edifici principal del CTSAJT.



Font: XANASCAT, 2020.

1.1 TURISME DE JOVES

Actualment, moltes destinacions turístiques estan centrades en atraure un públic cada vegada més jove, un segment de mercat en creixement i estratègic per a moltes destinacions. Les diferents “*Destination Management Organization*”² (DMO) busquen atraure els joves a través de campanyes de publicitat orientades a les noves generacions, creant experiències turístiques innovadores que cridin l'atenció d'aquest públic, oferint activitats en contacte amb la natura, la cultura o l'art locals, ampliant l'oferta d'establiments singulars com són els Albergs o treballant intensa i estratègicament les xarxes socials i plataformes digitals per arribar a aquest públic

² Destination Management Organisation (DMO): Entitat encarregada de la gestió turística d'un territori o destinació, com per exemple un Patronat.

objectiu, el qual mostra un important creixement i evolució en els últims anys i esdevenint un dels sectors turístics amb més projecció en el futur.

Per entendre l'evolució i auge d'aquest fenomen i conèixer quines són les principals motivacions i característiques del turisme de joves, s'ha dut a terme una investigació de la literatura prèvia relacionada. Durant la investigació s'ha constatat que l'evolució del turisme de joves va de la mà del turisme "*Backpacker*" que, en definitiva, és un dels segments de mercat estratègics que ha d'atraure el nou projecte d'Alberg Social de Tarragona.

Hi ha molts estudis relacionats amb el fenomen del turisme juvenil, més concretament relacionats amb el turisme "*Backpacker*" o motxiller, on molts autors han fet una àmplia investigació per saber més sobre aquest segment turístic. Alguns d'aquests autors han centrat la seva recerca, entre d'altres coses, en els inicis, els hàbits, els impactes o l'evolució que ha experimentat aquest mercat. Les motivacions dels joves per iniciar aquests viatges característics també han estat objecte de recerca. Així doncs, s'ha trobat informació molt útil que constata l'auge d'aquesta pràctica i els beneficis que aporta a les destinacions, així com els seus orígens i evolució al llarg del temps, i que s'exposa a continuació.

Els joves de la burgesia i de l'aristocràcia britànica van fer un viatge anomenat Grand Tour entre els anys 1600 i 1800, en el qual passaven un llarg període lluny de la seva llar i de la seva família, qui solia pagar el viatge. L'objectiu d'aquests joves era acabar la seva formació i "veure el món" tot i adquirint les experiències i habilitats necessàries que posteriorment els poguessin ajudar en el seu futur professional. La majoria de joves que van fer aquest viatge eren de la classe alta, i es pot dir que el "Grand Tour" va ser l'inici de l'actual turisme de joves. (Brodsky-Porges, 1981).

L'atractiu d'aquest viatge era que ajudava als joves en el seu creixement personal. El viatge en si mateix proporcionava experiències enriquidores, coneixements, maduresa i noves habilitats mentre viatjaven pel món, integrant els joves en les cultures exòtiques que visitaven i permetent-los conèixer gent nova al llarg del camí.

Al cap dels anys, va arribar un moment en què aquests viatges ja no eren només per a les classes burgeses benestants, i va començar a ser popular entre les classes treballadores i menys adinerades (O'Reilly, 2006). Aquí és quan sorgeix el "*tramping*" dels anys 50, que consistia en joves treballadors de classe mitjana que sortien de casa a la recerca de treball tot i fent grans viatges que s'acabaven convertint en aventures. De vegades, es van associar amb delinqüència i problemes. (Adler, 1985).

Aquests viatges van començar a convertir-se en un símbol per a molts estils de vida, moviments culturals i diferents generacions de joves des de llavors, com els "*Hippies*" dels anys 50, els "*Drifters*" dels anys 60, els "*Wanderers*" dels 70 o els "*Backpackers*" dels 80, dècada en que es va produir el "boom" del viatge motxiller (Kerouac, 1957; Cohen, 1972; Vogt, 1976; Loker-Murphy & Pearce, 1995).

El turisme de joves motxillers havia estat creixent exponencialment i havia evolucionat molt. De ser un viatge educatiu només a l'abast de la burgesia, fins a ser una etapa de vida o fins i tot un ritual de pas entre joves, un temps que tots els joves volen viure en algun moment de la seva vida (O'Reilly, 2006). Des dels inicis, aquest s'entenia com un viatge que volia evitar el turisme massiu, normalment buscant destinacions menys reconegudes en països emergents, intentant evitar grans infraestructures turístiques i massificacions amb l'objectiu de viure veritables experiències locals. Aquests joves buscaven generar el mínim impacte negatiu en les destinacions durant la seva visita i connectar amb la gent que es creuaven durant el que ells volien que fos una aventura. Aquest model de turisme també es caracteritza per crear sinergies entre turistes i comunitats locals, promovent la participació ciutadana en les entitats i agents locals que vetllen per garantir els interessos de la comunitat d'acollida i promouen la seva implicació en la gestió del turisme. (Visser, 2003).

Aquests trets diferenciadors del turisme de joves es mantenen a dia d'avui tot i l'exponencial creixement del fenomen, fet que ha provocat que algun autor definís el turisme de joves motxillers com un nou turisme de masses en algun dels estudis relacionats publicats.

Un bon exemple és l'afirmació de Spreitzhofer (1998), qui deia que el turisme de joves motxillers ja no era una forma de turisme alternatiu, sinó que s'havia convertit en un tipus de turisme massiu de baix pressupost. Richards i Wilson (2004) també van afirmar que hi havia hagut un creixement sostingut durant 30 anys a la indústria del turisme jove i, per tant, ja no era una activitat marginal, sinó que s'havia convertit en una important indústria global.

Així doncs, la tendència a l'alça en la popularitat d'Albergs i establiments turístics amb orientació al turisme actiu i social va de la mà del creixent interès que les diferents generacions de joves han anat mostrant, des dels anys 50, envers a aquest tipus de turisme. Un interès que, actualment, a l'any 2020, segueix creixent. Entre les principals causes actuals de la popularització del turisme de joves, podem destacar les següents: l'aparició de mercats laborals flexibles amb opcions de treball abundant per a joves qualificats, el creixement del transport de baix cost, la influència dels mitjans de comunicació i les xarxes socials i el desenvolupament d'Internet, que permet llargs desplaçaments sense desconnectar de casa (Martín-Cabello & García-Manso, 2015).

En definitiva, el Turisme de Joves segueix essent, a dia d'avui, un segment en creixement, i que cada vegada mostra més interès per destinacions de Patrimoni i culturals com és el cas de Tarragona. Si això es suma a la gran comunitat universitària que té la ciutat i a l'atractiu natural de la zona de Llevant que permet dur a terme tot tipus d'activitats actives, el CTSAJT pot esdevenir una destinació turística de referència per a molts joves, donat que l'oferta d'allotjaments turístics orientats específicament a aquest segment és molt reduïda a tota la Costa Daurada.

1.2 CARACTERÍSTIQUES DELS ALBERGS

Degut a l'augment de popularitat del turisme de Joves, cada vegada apareixen més establiments innovadors orientats a aquest col·lectiu, tot i que també atrauen a altres segments de mercat. Cada vegada més, s'aposta per models de negoci sostenibles, amb dissenys atractius i moderns i amb amplis programes d'activitats que afavoreixen la interacció entre els visitants i, en molts dels casos, també amb membres de la comunitat local.

Les grans capitals turístiques europees com Barcelona, Londres, Berlín, París, Amsterdam, etc. disposen d'una amplíssima oferta d'allotjaments tipus Alberg i, any rere any, la demanda d'aquests establiments creix exponencialment. És menys habitual trobar aquest tipus d'establiments en ciutats més petites o poblacions amb menys volum turístic però, Tarragona, amb uns atractius únics, una localització estratègica a prop de Barcelona, la seva condició de ciutat Patrimoni de la Humanitat, una comunitat universitària amb milers d'estudiants joves (que també reben visites d'amics durant el curs) o el seu ric patrimoni històric, cultural i natural, té les condicions i la capacitat per atraure visitants joves - i d'altres perfils – i treure el màxim partit d'aquest nou establiment, sempre i quant es concentrin els esforços per dur a terme una promoció i gestió adients.

A continuació, s'analitzen les principals característiques diferencials dels Albergs, i com aquests establiments han anat evolucionant al llarg dels anys fins convertir-se, a dia d'avui, en allotjaments altament populars arreu del món. Tradicionalment els albergs han estat populars entre els joves però, cada vegada més, i degut a la seva evolució en quant a estàndards de qualitat i concepte d'establiment, s'està normalitzant i fent més popular entre altres segments de mercat, com el cultural, el familiar, grups d'estudiants i d'esportistes, treballadors freelance o "nòmades digitals".

Tal i com s'explica en un article de la plataforma Hostelworld (2017), els allotjaments com els Hostals i Albergs tendeixen a ser més barats que els Hotels, ja que solen oferir una qualitat més baixa i menys serveis dels que sol oferir un hotel. Tot i això, es nota que cada cop més alguns Hostals i Albergs s'assemblen a Mini Hotels Boutique, on es poden trobar tot tipus de luxes. Actualment, es poden trobar albergs amb instal·lacions modernes, dissenys innovadors adaptats a les noves tecnologies, molta seguretat, ofertes de restauració d'alta qualitat i a l'última moda i amplis programes socials i d'entreteniment.

Aquesta tendència de millora en la qualitat i la seguretat dels hostals està fomentant que cada cop més persones s'adaptin a aquest tipus d'establiments, sovint mal associats a una baixa qualitat, al mal servei i a la inseguretat pel seu baix preu. També cal dir que el fet d'oferir diferents tipus d'habitacions, com estàncies privades a part de les típiques habitacions compartides, anima als col·lectius més reticents a compartir estàncies amb desconeguts a visitar l'establiment. En conseqüència, cada cop s'observa un perfil més estès i diversificat allotjant-se en albergs. En general són

atesos per joves o persones de fins a 35 anys d'edat que es troben en un any sabàtic o en viatges llargs (ja sigui sol, en parella o amb amics), però actualment, gent no tan jove, famílies amb nens, nòmades digitals, artistes, creatius, estudiants, voluntaris, etc. s'afegeixen com a clients regulars. Així, la qualitat dels albergs i el seu atractiu i popularitat continuen augmentant any rere any, convertint-lo en un fenomen de masses actual que té poc a envejar als clàssics hotels de sempre.

És interessant la reflexió feta en l'article publicat per la web d' Hostelworld, on explica que la diferència entre Hotel i Hostel és l'única lletra que diferencia els noms a l'escriure, la S. Aquesta lletra S fa referència a l'alt grau de socialització present en albergs, emfatitzant en aquesta qualitat distintiva que els diferencia dels hotels tradicionals. El fet que els treballadors solen tenir un gran capacitat de comunicació, empatia i que comparteixen coneixements de la zona tot i donant consells i recomanacions valuoses basades en la seva pròpia experiència, també suposa un valor afegit i és una altra de les principals característiques d'aquests establiments.

Els establiments socials com els albergs busquen apropar el visitant a la cultura i comunitat locals de la manera més beneficiosa possible a través d'interactuar amb els ciutadans, de consumir productes locals, de crear el mínim impacte negatiu durant la seva visita o de participar en activitats que ajudin a la conscienciació ambiental i a la preservació de l'entorn que es visita, entre d'altres accions. La cerca de la sostenibilitat en aquests establiments no es centra només en la infraestructura o els diferents processos que s'hi duen a terme, sinó que la seva filosofia integra la sostenibilitat en totes les seves activitats, serveis i recomanacions.

Un cop esmentades les principals característiques diferenciadores dels albergs, a continuació s'enumeren els potencials beneficis que podria aportar el CTSAJT a la destinació de Tarragona:

- **Diversifiquen l' oferta turística**, desmarcant-se del clàssic hotel o dels apartaments, els tipus d'allotjament més utilitzats pels turistes. El fet de disposar d'un alberg social a la destinació obre les portes del turisme a col·lectius que normalment tenen més dificultats per permetre's unes vacances.
- Són una **bona fórmula per desestacionalitzar la demanda al llarg de la temporada**, ja que es tracta d'establiments que en gran part treballen amb turisme de proximitat i aquest tipus de turisme es practica durant tot l'any. Molts albergs també s'orienten a rebre grups d'estudiants o d'esportistes en els mesos de temporada mitja-baixa, ja que tenen capacitat per allotjar grans grups i a part ofereixen amplis programes d'activitats i entreteniment.
- En el cas de Tarragona i el nou Alberg Social projectat, també es podria considerar el fet que el nou establiment **desconcentrarà l'oferta d'allotjaments de tipus Hotel del centre de la ciutat**, ja que es localitza en la zona de Llevant de Tarragona, on hi ha menys establiments turístics d'aquest tipus.

- **Tenen una vessant social, educativa/de formació i sensibilització**, una tasca molt important que cada vegada és més demandada pels visitants i que està guanyant popularitat entre les experiències turístiques més innovadores que apareixen en el mercat.
- **Fomenten la participació ciutadana i l'intercanvi cultural**. Els Albergos solen ser llocs d'interacció entre membres de la comunitat local i els visitants, fet que cimenta una major conscienciació de la situació real i problemàtiques de la destinació per part dels visitants i genera una millora de la percepció sobre el turisme per part dels locals.
- **Dinamitzen l'activitat econòmica de la zona**. L'arribada d'aquest complex generarà una major mobilitat de visitants en els barris de Llevant que pot suposar un benefici econòmic pels negocis locals de la zona.

1.3 DESTINACIONS DE PATRIMONI

La definició de Patrimoni és objecte de debat constant entre els acadèmics i crucial a l'hora d'explicar la tendència en creixement de re-valoritzar un passat (normalment perdut). La tendència a la valorització de patrimoni començà anys enrere, en gran part degut a les polítiques institucionals de la UNESCO que posteriorment s'han convertit en un clam popular per la globalització i s'han estès a contextos locals i regionals, on es poden observar grans esforços per comercialitzar aquests recursos com una eina de desenvolupament econòmic en les destinacions per part de les administracions.

La confusió relacionada amb el significat de Patrimoni està sent abordada per aquest àmbit de recerca, el qual té per objectiu principal entendre com les destinacions i les dinàmiques turístiques poden arribar a co-crear valor patrimonial en un marc de sostenibilitat i oferir experiències de qualitat als turistes. La missió de preservar, conservar i valoritzar un passat perdut en vista d'un desenvolupament sostenible, mostra moltes incerteses relacionades amb el seu impacte i suport rebut en diferents destinacions, però sobretot per la manca de consens a l'hora de definir i transmetre els valors intrínsecs d'aquest Patrimoni entre els diferents agents involucrats en cada destinació. A més, es considera desfasada la diferenciació feta entre patrimoni natural i cultural, tangible i intangible, ja que no encaixa amb l'actual manera d'interpretar, comunicar i desenvolupar experiències de patrimoni, on el concepte modern de patrimoni engloba des de tradicions i monuments a una recepta de cuina o un paratge natural (Alvarez et altri, 2016).

Figura 2. Diferents tipus de patrimoni de la ciutat de Tarragona.



Xiquets de Tarragona. Font: Adifolk.cat. *Espineta amb caragolins.* Font: Amigastronomicas, *Amfiteatre Romà.* Font: Tarragona Turisme. *Platja Llarga.* Font: Viquipèdia.

En aquest sentit, cal destacar algunes destinacions que estan recuperant espais industrials en desús per habilitar-los amb nous usos turístics, preservant i valoritzant el patrimoni perdut de l'època industrial. En certa mesura, es podria dir que això també està passant a Tarragona, si es pensa en les infraestructures de la Tabacalera o la Savinosa, antigues infraestructures industrials que van deixar de generar moviment econòmic i es van acabar abandonant, però que actualment han estat objecte de diverses estratègies de recuperació per posar-les a disposició de la ciutadania i a la vegada convertir-les en atractius turístics per als visitants (Peng & Tzeng, 2019).

Figura 3. Edifici de l'antiga Tabacalera de Tarragona, patrimoni arquitectònic industrial.



Font: El Periódico, 2019.

Actualment, totes les destinacions turístiques del món que busquen ser competitives i situar-se al capdavant del sector estan destinades a planificar i apostar per un desenvolupament sostenible. En aquest context de cerca de la sostenibilitat en el turisme, les destinacions de Patrimoni no són cap excepció. La direcció que porta el planeta des de fa dècades ha evidenciat cada cop més la necessitat de reinventar els models turístics i la seva planificació estratègica.

Des d'aquesta vessant de planificació sostenible del territori, en el llibre publicat per Mrdâ & Caric' (2019), titulat *Heritage Tourism Sustainable Planning*, es constata que el nivell de competitivitat de les destinacions és marcat en gran mesura per l'escenari paisatgístic, la qualitat ambiental i les experiències culturals diferenciadores disponibles, fets que posicionen una destinació com a lloc ideal per a viure, treballar i invertir a causa de l'existència d'una interacció positiva entre el patrimoni local i el turisme.

La planificació sostenible en aquest tipus de destinacions, amb atractius primordialment culturals i naturals, es basa en l'equilibri entre els estàndards de sostenibilitat mundials en turisme i la preservació de la identitat cultural de la destinació. Aquests models sostenibles de planificació requereixen dos pilars fonamentals: una destinació amb característiques culturals i socioeconòmiques pròpies i un model turístic viable que ofereixi productes turístics culturals sostenibles.

Els autors del llibre defensen la teoria que els models de desenvolupament sostenible en destinacions de patrimoni han de tenir com a objectiu 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. A més, aquestes planificacions han d'estar dissenyades tenint en compte les possibles problemàtiques derivades de l'activitat turística, amb la capacitat de poder regular aquests conflictes normalment relacionats amb la imatge de la destinació i la convivència entre comunitat local i visitants.

1.4 ENGAGEMENT

“Engagement” és una paraula anglesa que s'utilitza en l'argot turístic per referir-se a la implicació o compromís. A continuació, s'exposa la importància que té per una destinació turística aconseguir aquest “engagement” per part dels diferents col·lectius involucrats en l'activitat turística, ja sigui per part dels agents turístics de la cadena de valor, dels membres de la comunitat local o dels mateixos turistes. L'assoliment d'aquest compromís per part d'aquests grups d'interès aporta diferents beneficis. En el cas dels agents turístics, l'“engagement” augmenta el seu grau de participació i implicació en projectes conjunts; en el cas dels visitants, aporta una major autenticitat i satisfacció a les experiències que viuen en la destinació; en el cas de la comunitat local, genera una millor percepció en front a l'activitat turística.

› **Engagement Stakeholders:**

Actualment s'estan creant experiències de tot tipus en destinacions de diferents característiques - comunitats rurals aïllades, parcs d'atraccions abandonats, rutes i camins històrics, monuments o tradicions culturals – basades en àmbits diversos com la cultura, la gastronomia o la natura. Així doncs, es poden trobar infinitat de projectes de valorització de patrimoni amb diferents graus d'èxit arreu del món, on es pot observar la complexitat que suposa desenvolupar aquest tipus de destinacions i on es ressalta, en molts d'aquests projectes, la importància que té la capacitat d'organització i col·laboració entre els diferents “stakeholders” i el “networking” entre ells per assolir els objectius.

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).

En conseqüència, una part important de la metodologia escollida per desenvolupar aquest projecte incorpora una sessió de “networking” amb “stakeholders”, a través de l'organització d'un taller participatiu. En aquesta jornada de col·laboració es reunirà a agents turístics i grups d'interès que estan involucrats en l'entorn on s'ubicarà el futur complex, amb l'objectiu d'intercanviar idees, consensuar visions i fer propostes dirigides a la dinamització turística del nou

establiment i de l'entorn de Platja Llarga, que siguin sostenibles i satisfacin el màxim d'interessos possibles per tal que sigui més fàcil assolir els objectius del projecte.

L'objectiu d'aquesta sessió conjunta amb els diferents agents d'interès involucrats en el projecte serà, a part d'elaborar una estratègia conjunta de desenvolupament sostenible per a l'Alberg, aconseguir un major compromís i implicació amb l'establiment per part seva en un futur.

Al ser consultats, aquests agents sentiran una major connexió amb el futur establiment, ja que hauran participat en el procés de disseny de l'estratègia i per tant la proposta final estarà alineada amb els seus interessos, provocant que l'arribada de l'establiment porti molts més beneficis que impactes negatius per tots aquests participants. Per tant, això propiciarà que la seva implicació i compromís amb l'establiment augmenti, aportant un gran valor afegit a l'establiment i confeccionant un major atractiu per als visitants.

› **Engagement Visitants:**

En quant a la demanda, en l'estudi dut a terme per Chen & Rahman (2018) també es destaca la importància d'aquest "engagement", però per part dels visitants. Després de dur a terme un estudi amb més de 320 persones que han visitat destinacions de turisme de cultura i patrimoni, s'identifica una interrelació positiva entre el grau d'engagement del visitant amb la destinació, el nivell de contacte cultural, la creació d'experiències turístiques memorables, intenció de tornar a visitar la destinació i intenció de recomanar la destinació a familiars i amics.

La conclusió extreta per aquests autors és que el contacte cultural és la peça clau en la interrelació positiva generada entre "visitor engagement" i la creació d'una experiència turística autèntica i memorable que satisfarà els visitants. A més "visitor engagement", hi ha un contacte cultural més proper. Com més proper és el contacte cultural entre visitant i destinació, més autèntiques esdevenen les experiències turístiques, afavorint la fidelització dels visitants i que aquests tornin a visitar la destinació o la recomanin a familiars i amics.

Figura 4. Relació positiva entre l'engagement del visitant amb la destinació i la fidelització dels visitants.



Font: Elaboració pròpia a partir de Chen & Rahman (2018).

Els intercanvis culturals entre locals i visitants han ser beneficiosos per les dues parts, i la teoria d'intercanvi social desenvolupada per Yoon et al. (2001) sosté que *“els residents seran més propensos a participar en un intercanvi cultural amb els visitants si consideren que aquesta interrelació aportarà beneficis sense haver d'incórrer en costos innecessaris”*.

És per això que l'administració turística de la destinació s'ha de centrar en el “visitor engagement”, afavorir aquests intercanvis culturals fructífers i oferir oportunitats d'immersió cultural a través de la interacció entre locals i visitants, com poden ser sessions educatives, entreteniment en directe, concerts, actuacions culturals, experiències gastronòmiques, tours guiats o teatralitzats, etc.

L'objectiu d'aquest “engagement” ha de ser, doncs, bidireccional, tractant d'ofrir una experiència d'immersió cultural memorable als visitants i que la comunitat local percebi els beneficis d'aquest intercanvi cultural, a més dels beneficis econòmics associats a l'activitat. També es destaca el valor afegit que suposa apostar per un model que eviti les massificacions i que prioritzi la immersió individual d'aquests visitants per tal d'assolir aquest alt grau d'autenticitat.

Com a últim apunt sobre aquest estudi, destacar una proposta molt interessant per tal d'atraure el segment de mercat cultural-patrimonial a través de diferenciar zones i districtes de la ciutat tot i associant-les a diferents usos o atractius, com ara gastronomia, art, música, cultura, museus, patrimoni, natura o altres dimensions patrimonials d'interès. Aquest model és més típic en grans capitals on la diferenciació cultural dels barris crea petites destinacions dintre d'un mateix territori o destinació, i

és un concepte estratègic que Tarragona podria potenciar per tal de reforçar la seva imatge polivalent de destinació de patrimoni i promocionar la gran varietat d'atractius que ofereix la ciutat. Tot i diferenciant les parts o barris de la ciutat amb els atractius més característics que atresora cada un d'ells, es pot crear una mena de "parc temàtic" cultural amb diferents zonificacions i experiències turístiques inspirades en aquests usos diferenciats preestablerts a cada zona de la ciutat.

› **Engagement Comunitat Local:**

La pandèmia del Covid-19 ha obligat a la població a aïllar-se a les seves cases durant mesos i aquesta situació s'ha viscut de manera diferent a cada família. El que és evident és que aquesta pandèmia ha deixat moltes seqüeles, tant econòmiques com psicològiques, en la majoria de col·lectius i comunitats a Catalunya. Ara més que mai, i després d'estar tancats a casa durant mesos, la necessitat de fer vacances, viatjar i trencar amb la rutina és compartida entre la gran majoria de ciutadans. Hi ha una necessitat de tornar a socialitzar-se, de deixar enrere les pors i limitacions generades per aquest virus i tornar a la normalitat poc a poc, però en molts col·lectius això serà més difícil degut a les conseqüències sofertes arrel de la pandèmia.

És per això que el turisme social agafa un rol important i pot suposar una eina d' "engagement" molt útil per a l'administració pública. Les iniciatives de Turisme Social han de fer accessible el turisme als col·lectius més vulnerables. En el cas de Tarragona, on moltes famílies viuran importants dificultats per sortir endavant, pot suposar una oportunitat per ajudar a superar aquests moments difícils i reforçar el sentiment de pertinença a la ciutat d'aquests col·lectius.

En aquest sentit, el nou complex de Turisme Social de Tarragona podrà albergar diferents programes de turisme social orientats a la ciutadania i a les futures generacions, en els que es fomenti una tasca d'educació, sensibilització i valorització del patrimoni local que involucri les comunitats locals més vulnerables, així com les escoles de la ciutat que hi vulguin participar. A través de programes d'aquest tipus (que ja s'ofereixen en altres establiments de la XANASCAT, com el programa "Vacances en Família" o el programa "Una eina al servei de l'escola") es reforçarà el sentiment de pertinença a la ciutat per part d'aquests col·lectius, s'estarà incidint en el comportament de les generacions locals futures, en el grau de participació ciutadana en futures iniciatives i programes que promogui l'Alberg i afavorirà que els ciutadans que hi participin actuïn com ambaixadors de la destinació amb els seus familiars, amics i coneguts.

Un altre punt clau del projecte serà aconseguir un alt grau d' engagement de la comunitat local de Platja Llargà i els diferents agents d'interès de la zona envers el nou model d'Alberg i els programes socials que s'hi duguin a terme. Es vol involucrar aquests grups d'interès en l'operativa de l'establiment a través de la participació ciutadana en, entre d'altres coses, la protecció i posada en valor d'aquest espai natural o la interacció amb els visitants en les diverses activitats i experiències proposades.

En aquest sentit, cal dir que la metodologia del treball ha tingut en compte aquest aspecte com un fet clau per a l'èxit de l'Alberg a llarg termini. És per això que s'ha volgut implicar a aquests agents d'interès en el procés de disseny i discussió de l'estratègia de desenvolupament turístic sostenible i dinamització de la zona de Platja Llarga que recollirà aquest document.

A través de la participació d'aquests agents en una jornada de col·laboració entre entitats que tindrà com a objectiu generar propostes d'aprofitament i desenvolupament turístic per al futur Alberg i els terrenys adjacents, es busca que els participants es sentin part d'aquest projecte.

El fet d'organitzar un taller participatiu on els assistents tenen l'oportunitat de fer-se escoltar, de debatre conjuntament, de generar propostes i posteriorment consensuar què serà més beneficiós per la comunitat local i l'entorn natural d'estudi suposa una eina molt útil per tal d'augmentar el seu sentiment de pertinença amb el projecte, que es sentin com una part important d'aquest i considerin que han incidit en l'orientació que aquest agafarà.

2. ANÀLISI DE LA DESTINACIÓ: TARRAGONA

2.1 CONTEXT URBÀ.

Tarragona té un teixit urbà molt extens que presenta cert grau de desconexió entre els barris de ponent i de llevant amb el centre de la ciutat.

Hi ha diversos plans parcials urbanístics que volen solucionar aquesta falta de connectivitat, els quals afecten la zona d'interès d'aquest projecte, com el Pla Parcial Urbanístic de la Budellera (PPU-24) o el pla parcial que preveu canviar de lloc una antiga estació de bombament d'aigua que actualment es troba gairebé a sobre de la sorra de Platja Llarga.

Encara que el macro projecte residencial de La Budellera no fa perillar la visió i model d'establiment que es vol crear, afectaria una àmplia extensió de boscos i ecosistemes d'interès natural que complementarien l'oferta de turisme actiu de l'Alberg, arribant a limitar el gruix d'espais naturals disponibles per realitzar activitats a l'aire lliure, tant pels turistes com per la ciutadania. El PPU-24 de La Budellera també integra uns terrenys a primera línia de la Platja Llarga que estan definits com zones verdes al POUM de Tarragona, però que integren 3 negocis turístics familiars des de fa més de 50 anys, com són el Càmping Les Palmeres i els restaurants Mirall d'Estiu i l'M-15. El pla parcial preveu que aquests terrenys siguin cedits per la Junta de Compensació a l'Ajuntament de Tarragona per tal que en decideixin l'ús que hi volen donar. El més probable és que es converteixin en zones verdes per tal de recuperar terreny natural perdut, i això suposaria el final d'aquests negocis de la zona de Platja Llarga. Actualment, però, el projecte està aturat per l'Ajuntament degut a diverses irregularitats en els usos dels sòls i denúncies imposades per part d'associacions ciutadanes i entitats ambientals, així que si el projecte urbanístic de la Budellera es tira endavant, serà d'aquí a bastants anys.

Tot i que el projecte parcial urbanístic de La Budellera recull tota una sèrie de directrius que garantitzen l'acondicionament de zones verdes naturals i equipaments esportius per promoure una vida activa a l'aire lliure, les entitats ambientals locals estan totalment en contra de perdre superfície boscosa en favor del ciment. En aquesta línia, cal destacar que a Tarragona no queden massa superfícies verdes en els barris del centre, així que seria un gran valor afegit per l'establiment que aquest projecte no tirés endavant, ja que si una ciutat és més agradable i sostenible per viure, també augmentarà el seu atractiu turístic. També s'ha de dir que el PPU-24 de La Budellera garanteix la unió de la zona de Platja Llarga amb l'Anella Verda de Tarragona, la qual es vol acabar connectant per tots els llocs per tal d'aconseguir una xarxa circular d'espais verds que envoltin la ciutat.

Altres opinions contràries manifesten que Tarragona està escassa de sòl urbanitzable, que té una mancança en l'oferta de pisos socials i que l'oferta d'habitatges nous és molt reduïda, concentrant-se al barri de St. Pere i St. Pau o a la zona de la Tabacalera, on ja només queden alguns pisos lliures en els últims edificis que es van aixecar. Durant el treball de camp, una persona anònima va manifestar

que si una parella jove es volia comprar un pis nou, o se'n anava al barri de St. Pere i St. Pau o havia de marxar de Tarragona.

Un altre testimoni explicà que per part de l'Ajuntament de Tarragona es van proposar grans subvencions econòmiques per remodelar els pisos de la Part Alta en desús i fer-los habitables, però aquest projecte no ha tirat endavant i segons va comentar una altra persona relacionada amb l'Ajuntament, la partida pressupostària destinada a aquesta recuperació d'habitatges de la Part Alta no arribava als 200.000 euros aquest any, una quantitat molt inferior a la necessària per poder re-condicionar aquests habitatges del centre històric amb l'objectiu d'evitar el fenomen de la gentrificació, com en el cas de Barcelona. Tot això està generant un augment dels preus de lloguer i un augment dels preus dels pisos, que cada vegada fan més complicat poder trobar un habitatge digne a la ciutat, i és per això que aquestes persones defensen el projecte de La Budellera ja que integra un gran nombre d'habitatges socials.

Altres projectes que sí que estan en marxa i que tenen com a objectiu millorar les connexions de la ciutat i la mobilitat de la ciutadania són el de l'Anella Verda de Tarragona o el projecte ciutat 30 de mobilitat, que integra el carril bici educatiu i el carril bici de Llevant. Aquests projectes de mobilitat sostenible suposaran un gran valor afegit per al nou Alberg, ja que milloraran la connexió amb el centre i la resta de zones de la ciutat des dels barris de Llevant, a més d'afegir espais verds a la ciutat per practicar activitats a l'aire lliure.

Finalment, cal fer referència als diferents marcs legals urbanístics i paisatgístics presents en la zona propera a l'establiment, així com al complicat entramat de parcel·les amb diferents propietaris que presenten alguns dels espais integrats en aquest projecte. El fet de comptar amb espais d'interès natural (PEIN) propers a la zona de Llevant, com la Punta de la Móra, o espais pertanyents a la Xarxa Natura 2000, com la costa de Torredembarra o la costa de l'Hospitalet, animen a pensar que la zona natural de Platja Llarga pugui esdevenir també un espai protegit en el futur degut al seu alt valor natural, fet que augmentaria exponencialment l'atractiu de la zona i que garantiria la protecció i posada en valor d'aquest entorn. En quant als terrenys integrats en el projecte, s'ha constatat que en alguns dels espais on es volen proposar nous usos hi ha hagut desavinences prèvies entre administració, entitats i propietaris en relació a la definició d'aquests usos. En conseqüència, algunes de les propostes dirigides a aquests terrenys privats quedaran pendents de la prèvia negociació amb aquests propietaris.

2.2 CONTEXT TURÍSTIC.

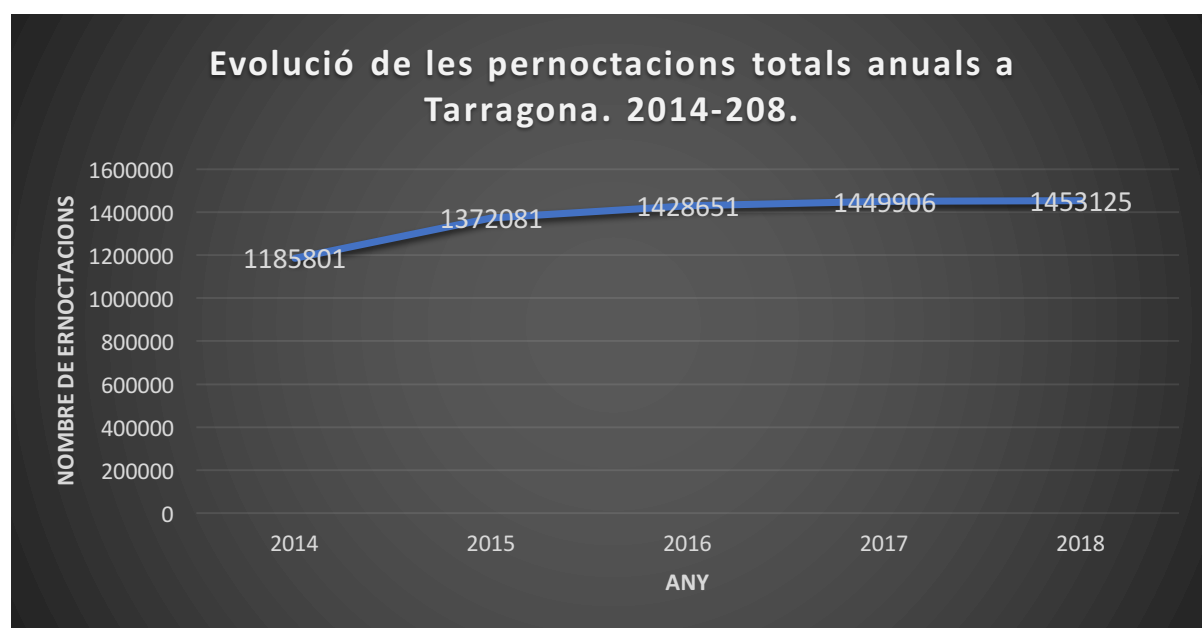
La ciutat de Tarragona és una destinació turística de primer nivell si es tenen en compte la gran quantitat d'atractius que ofereix la ciutat, la singularitat i alt valor diferenciador que atresora el seu patrimoni o la quantitat de segells de marca i reconeixements de qualitat que han estat atorgats a la destinació. Sens dubte, el títol més important i diferenciador de la ciutat és el rebut per part de la UNESCO, qui va

declarar Tarragona com a ciutat Patrimoni de la Humanitat l'any 2000. A més, Tarragona ostenta varis segells i distincions turístiques. La més recent, atorgada per l'Agència Catalana de Turisme aquest passat 16 de Juliol, és la distinció de Barris i Viles Marineres per al barri marítim del Serrallo de Tarragona. Aquest segell de marca s'afegeix al segell de Ciutats amb Caràcter que ja tenia Tarragona, així com al segell nacional de Turisme Familiar i al fet de que Tarragona forma part del grup de ciutats Patrimoni de la Humanitat d'Espanya i a la xarxa de ciutats AVE, aquests últims també reconeixements atorgats a nivell nacional.

Ara bé, tot i tractar-se de la ciutat més gran de la Costa Daurada i ser la capital de la província, Tarragona no mostra una activitat turística tant important com altres destinacions pròximes del territori si analitzem els números. Tot i que la destinació presenta números en creixement en quant a nombre de visitants i pernoctacions en els últims anys, hi ha una sensació de petit estancament en el sector, principalment degut al tipus de producte turístic que s'ofereix, el qual està molt centrat en el patrimoni romà de la ciutat, i també a la manca de reconeixement de la marca Tarragona, tant en el territori català com internacionalment, ja que des del sector turístic reclamen més col·laboració públic-privada per tal de potenciar la marca Tarragona i traçar un pla de creixement turístic a llarg termini.

En aquesta línia, a continuació s'exposen dades turístiques de la ciutat de Tarragona referents a l'evolució del nombre de pernoctacions, al tipus d'allotjament més popular, el tipus de turisme més habitual a la ciutat o els principals orígens dels turistes que visiten Tarragona, amb l'objectiu de constatar que Tarragona és una destinació principalment orientada al turisme de proximitat i familiar.

Figura 5. Evolució de les pernoctacions totals anuals a Tarragona. 2014-2018

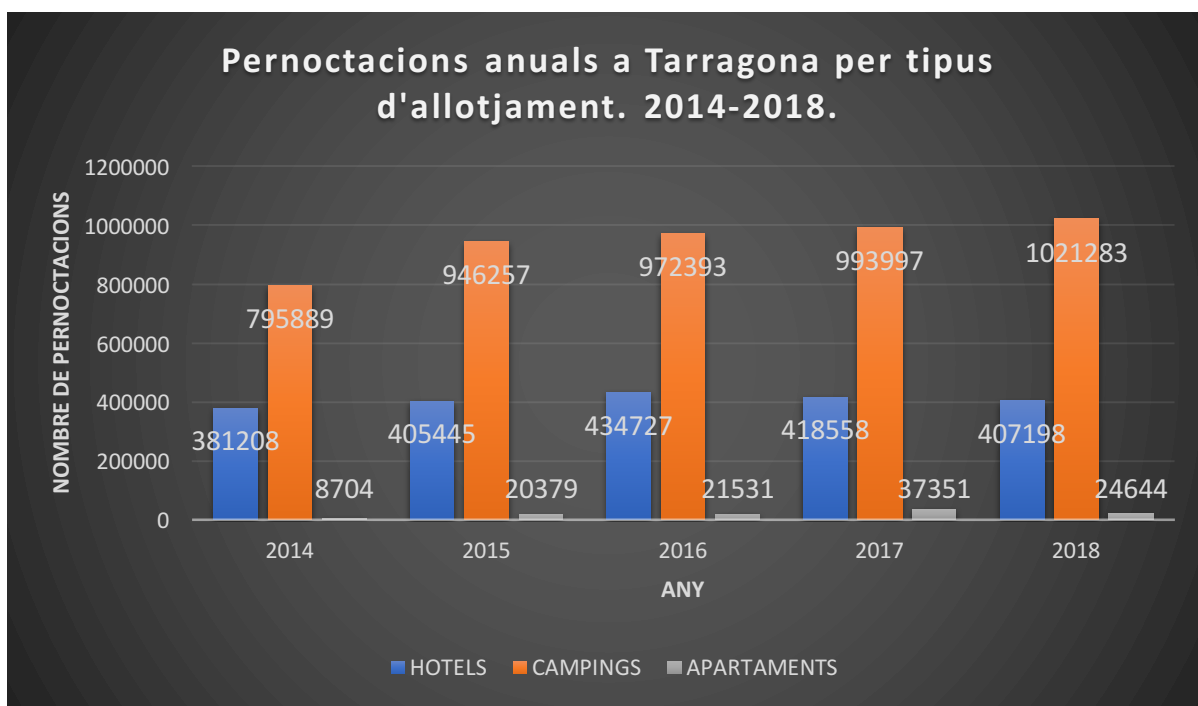


Font: Elaboració pròpia en base a les estadístiques del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya.

En aquest gràfic es constata la progressió positiva en pernoctacions totals anuals durant els últims anys, esmentada anteriorment. Cal destacar que aquesta progressió prové de la davallada viscuda durant la crisi econòmica causada per la bombolla immobiliària, i que a l'any 2007, per exemple, les pernoctacions totals van ser de 1.370.692 pernoctacions, tot i que no es mostrin en el gràfic adjunt. Si es comparen amb les 1.453.125 de pernoctacions totals de l'any 2018, suposa un creixement total del 5,67%, el qual no representa un gran creixement de les pernoctacions en un espai de 10 anys.

La distribució d'aquestes pernoctacions per tipus d'allotjament entre els anys 2014 i 2018 (els anys més recents dels quals es disposen de dades turístiques), es desglossa en el següent gràfic de barres.

Figura 6. Pernoctacions anuals a Tarragona per tipus d'allotjament. 2014-2018



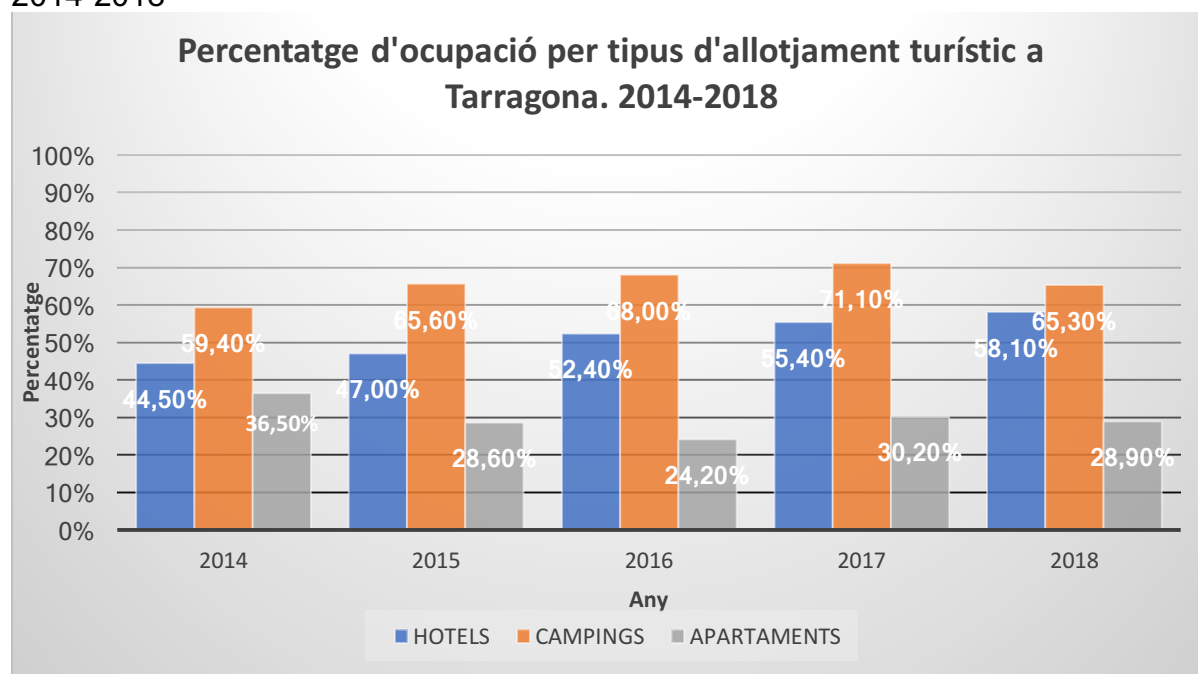
Font: Elaboració pròpia en base a les estadístiques del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya.

Com es pot observar, hi ha un clar predomini de les pernoctacions realitzades en establiments de Càmping a Tarragona, les quals representen més del doble que les pernoctacions realitzades en els Hotels de la ciutat. A més, els establiments Càmping són els únics que mostren una tendència de creixement continuada entre el 2014 i el 2018, mentre que els Hotels mostren una petita davallada de pernoctacions en els anys 2017 i 2018. Aquest gràfic constata que els establiments més populars de la destinació són els càmpings, seguits de lluny pels Hotels, mentre que els Apartaments concentren una part residual de les pernoctacions totals, essent el tipus d'allotjament menys popular en la destinació.

Aquest fet pot suposar una oportunitat per al CTSAJT, degut a que el tipus de clientela que regenta els càmpings encaixa amb el perfil de la possible clientela del nou establiment, degut a que prefereixen allotjar-se en establiments amb una connotació social i on hi hagi una convivència més propera amb altres visitants i la comunitat local. En aquest sentit, el nou establiment podria arrastrar clients que anteriorment triaven passar les vacances en un càmping, però que es podrien acabar decantant cap a l'opció d'allotjar-se a l'Alberg.

Per tal de tenir una imatge contextualitzada del número de pernoctacions en relació al nombre de places totals disponibles, a continuació s'exposa un gràfic amb els percentatges d'ocupació que han tingut els diferents tipus d'allotjament a Tarragona.

Figura 7. Percentatge d'ocupació per tipus d'allotjament turístic a Tarragona. 2014-2018



Font: Elaboració pròpia en base a les estadístiques del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya.

En aquest gràfic es pot observar com, a diferència del gràfic anterior, la tendència en l'ocupació dels hotels és creixent. Això pot ser degut a una disminució de places totals disponibles en aquest tipus d'allotjaments. El que també transmet aquest gràfic és l'alt grau d'estacionalitat present en aquest territori, fet que comparteixen totes les destinacions de la Costa Daurada. Si bé es cert que entre l'1 de Juny i el 30 de Setembre les ocupacions són molt majors que les que es mostren en el gràfic, durant la resta de l'any disminueixen dràsticament i redueixen la taxa d'ocupació mitjana anual. L'any 2019, per exemple, els hotels van tenir una ocupació del 79% durant aquests mesos d'estiu i els càmpings un 73%, amb una estada mitjana de 2,1 nits en els hotels i de 4,8 nits en els càmpings, dada que també és superior a la mitjana anual final, un cop comptabilitzades totes les estades a la ciutat.

Si s'agafen de referència les ocupacions mitjanes de l'any 2007, la imatge és la següent: l'ocupació mitjana en hotels va ser de 70'4%, en càmpings de 54'9% i en apartaments de 62%. Tant les ocupacions mitjanes d'hotels com d'apartaments el 2007 són les més altes registrades a Tarragona, fet que evidencia la pèrdua de popularitat d'aquests tipus d'allotjaments o l'increment de places disponibles al llarg dels anys, cosa que hauria provocat una disminució de l'ocupació mitjana. En canvi, en els càmpings, s'observa un creixement de 10 punts, segurament degut a la millora d'aquests equipaments i l'augment de la seva popularitat en els últims anys.

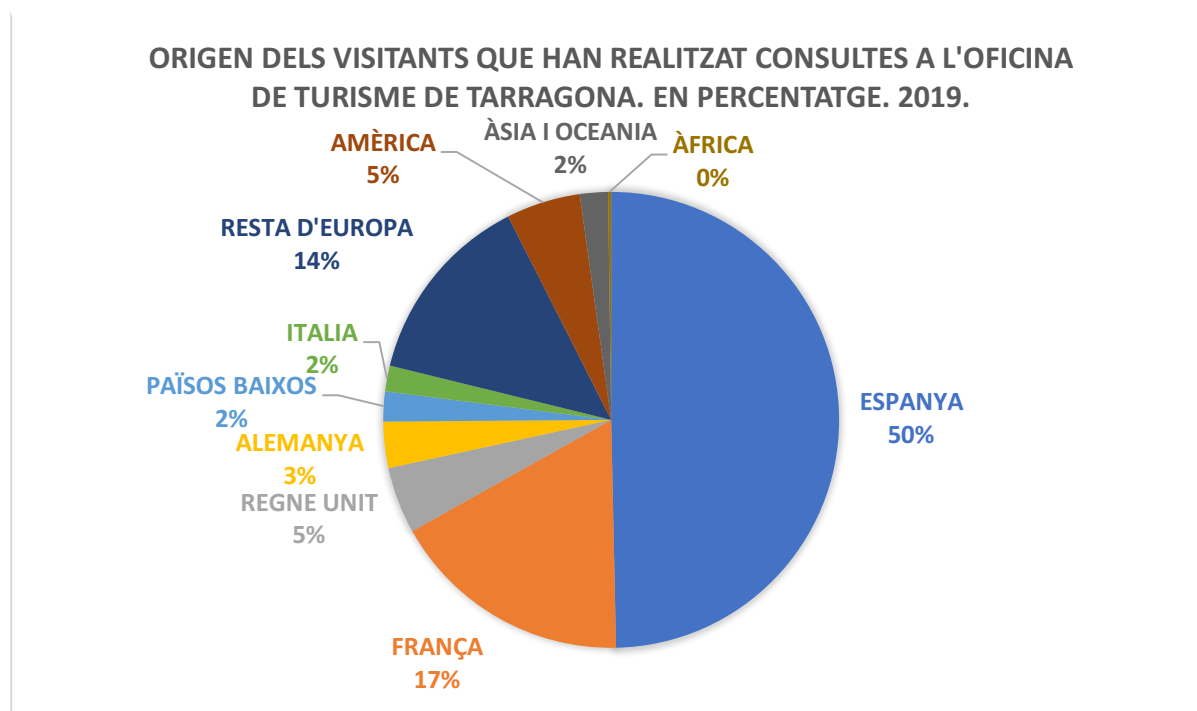
Així doncs, Tarragona, com a destinació mediterrània que és, presenta una estacionalitat marcada, la qual s'ha de treballar per disminuir a través de diferents iniciatives que dinamitzin la ciutat durant tot l'any i que atreguin turistes i visitants a la ciutat en els mesos de menys afluència. Per a això, és imperatiu tenir un calendari ben marcat d'esdeveniments culturals durant tot l'any, com va dir la nova Consellera de Turisme, Cinta Pastó, en una entrevista realitzada pel Diari de Tarragona. A més, la incorporació de nous tipus d'allotjament com el CTSAJT, també pot suposar una bona fórmula per desestacionalitzar la demanda a la destinació i tractar d'augmentar aquesta ocupació mitjana anual, poc a poc, i amb la col·laboració de tots els agents turístics de la ciutat, amb el pas dels anys.

Un cop analitzats els fluxos turístics que rep la destinació, és moment de profunditzar i conèixer la procedència dels turistes que visiten Tarragona, quina modalitat turística és la més habitual a la ciutat o quins són els principals interessos i motivacions d'aquests per venir a visitar la destinació.

A través del coordinador professional de les pràctiques de l'autor, el Sr. Carles Masó, actual gerent de l'Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona (OTCT), s'ha tingut accés a la memòria de l'OTCT per a l'any 2019, on es recullen i interpreten les dades dels visitants que s'han adreçat a l'OTCT per realitzar qualsevol tipus de consulta.

L'any 2019 es van realitzar 6887 consultes a OTCT, i l'origen dels visitants que van realitzar aquestes consultes es desglossa en el gràfic següent:

Figura 8. Origen dels visitants que han realitzat alguna consulta a l'Oficina de Turisme de Tarragona. 2019.



Font: Elaboració pròpia en base a les estadístiques de l'OTCT. 2019.

A simple vista, es pot veure clarament en el gràfic circular que la meitat de les consultes realitzades a l'Oficina de Turisme van ser efectuades per turistes Espanyols, amb un total de 3420 consultes que suposen gairebé el 50% del total (49,6%). Els següents mercats en importància a la destinació són el Francès, el següent mercat en proximitat després de l'Espanyol, amb un 17% (1186 consultes) i el segueixen de més lluny el mercat Britànic i el mercat Alemany, els dos mercats europeus emissors de turisme més importants, amb un 5% i un 3% del total de consultes respectivament.

Tant Itàlia com els Països Baixos van realitzar un 2% de les consultes totals, mentre que la resta de mercats Europeus conformen un 14% del total de consultes. Dintre aquest grup es troba el mercat Rus (482 consultes), un mercat que va experimentar un boom ara fa uns 10 anys, però que posteriorment va experimentar una davallada degut a la crisi de la seva moneda i complicacions polítiques amb temes de visats. Actualment s'està recuperant poc a poc i és un mercat estratègic de turisme cultural per Tarragona, a més de ser un tipus de turista molt interessat en l'oferta comercial i gastronòmica, atractius distintius que atresora Tarragona.

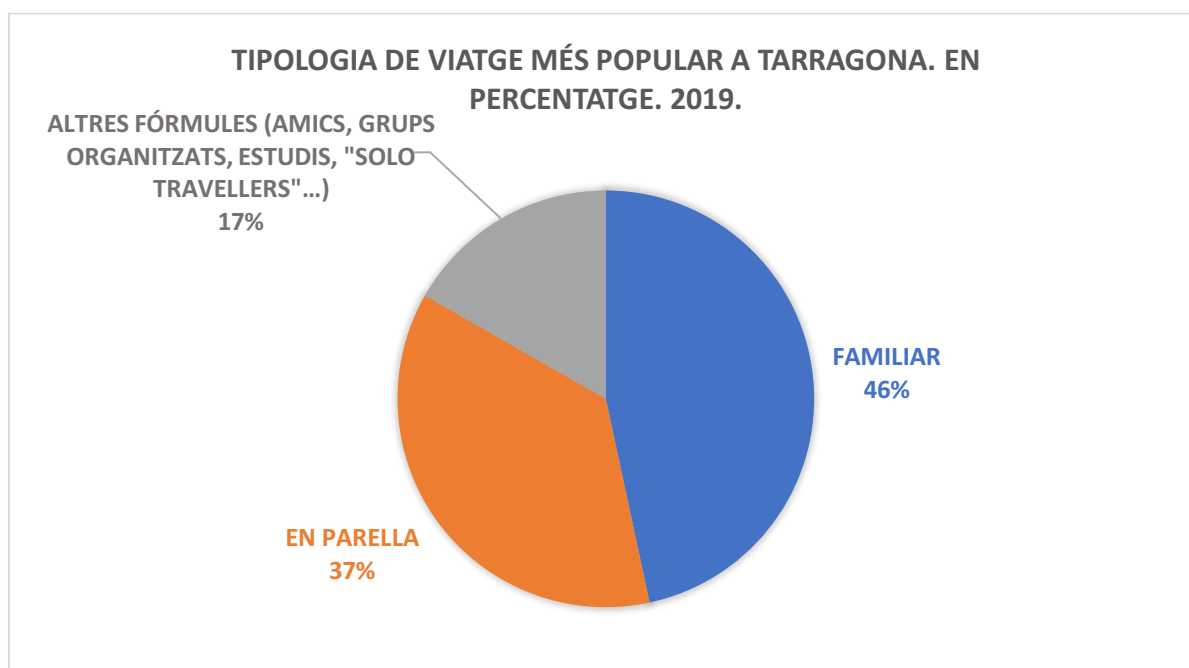
La resta de procedències són més residuals, però és interessant destacar les 75 consultes realitzades per part de turistes Americans, un mercat amb alt poder adquisitiu i gran interès per la cultura i patrimoni europeus que s'està intentant treballar des de l'Agència Catalana de Turisme a través de diferents promocions internacionals.

Un altre mercat estratègic en creixement, com són els turistes de classe mitjana-alta provinents de països asiàtics, només van efectuar el 2% de les consultes totals, mentre que les consultes provinents de turistes Africans van ser un total de 15, un 0,2% del total.

En aquesta línia, és molt important constatar la importància del mercat Català a la ciutat. D'entre les 3420 consultes realitzades per turistes espanyols, un total de 2334 consultes (un 68%) van ser realitzades per turistes Catalans. Aquests visitants tenen costum de realitzar petites escapades durant tot l'any, normalment els caps de setmana, i la modalitat més habitual són les parelles i les famílies amb nens que s'interessen pel patrimoni de la ciutat, així com alguns grups de joves que s'interessen per fer excursions per la zona, ja siguin de senderisme o de cicloturisme. A més, els visitants Catalans mostren un especial interès pel turisme cultural i gastronòmic, mostrant una clara atracció per les diferents festes majors, celebracions populars o fires gastronòmiques que tenen lloc a la ciutat.

Les consultes per tipologia de viatge es desglossen en el següent gràfic:

Figura 9. Tipologia de viatge més popular a Tarragona. En percentatge. 2019.



Font: Elaboració pròpia en base a les estadístiques de l'OTCT. 2019.

Així doncs, la modalitat de viatge més habitual a Tarragona és la del turisme familiar, amb un 46% de les consultes realitzades a l'OTCT fetes per famílies, seguida d' a prop per les parelles (37%) i pels grups d'amics, aquests més poc habituals i que s'integren amb la resta de modalitats, conformant un 17% de les consultes totals realitzades.

Aquestes dades del 2019 són gairebé calcades a les dades que es van exposar des de l'Ajuntament de Tarragona referents a l'exercici turístic del 2018, que eren les següents:

Els turistes Espanyols que s'allotgen en els Hotels i Càmpings de Tarragona representen més del 50% del total, mentre que els principals mercats estrangers són el Francès, el Britànic i l'Alemany.

En quant a la tipologia de turisme, l'any 2018 el turisme familiar va representar el 47,1% del total de turistes que va rebre Tarragona, seguit per la tipologia de viatge en parella amb un 37% del total, mentre que la resta tipologies on s'integren els grups d'amics o el turisme d'estudis, va suposar el 16,9% restant.

Per acabar l'anàlisi dels diferents mercats presents a Tarragona, és necessari parlar del turisme de creuers, una modalitat que ha crescut en els últims anys i que es va multiplicar en un 91% de l'any 2017 a l'any 2018, rebent un total de 98126 creueristes l'any 2018, gràcies a la bona feina realitzada per atraure aquest segment i posicionar el Port de Tarragona com un dels ports de creuers referència del Mediterrani. Encara queda molta feina per a això, però si que és cert que les previsions van en augment. L'any 2019 es van rebre, segons el Patronat Municipal de Turisme de Tarragona (PMTT), 127495 creueristes i les previsions per al 2020 eren de rebre'n una mica menys, uns 110.000. Aquest segment de mercat passa només unes hores a la ciutat, però fan augmentar la despesa a final d'any i en alguns dels casos també pernocten a la destinació. Tot i això, el segment dels creuers és un dels més afectats per la pandèmia, ja que es nodreix principalment de turisme internacional, i degut a les restriccions de mobilitat i els protocols sanitaris sembla que serà un dels segments amb més dificultat per recuperar la seva activitat prèvia a curt-mitjà termini.

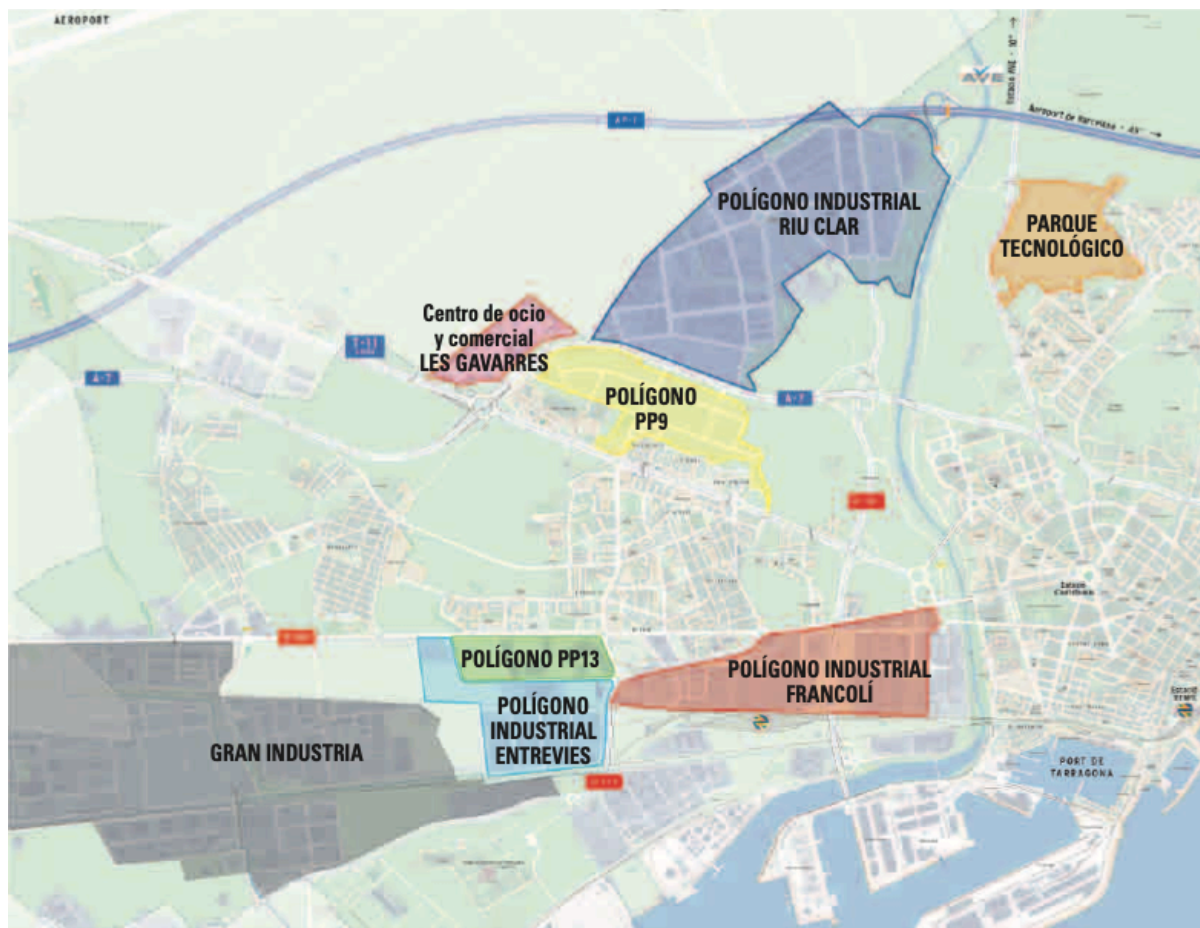
Un cop analitzada la demanda turística de Tarragona, a continuació s'aborda la situació actual de la destinació i el pes econòmic que té l'activitat turística a la ciutat, tot i fent èmfasi en la gran diversitat de l'activitat econòmica de Tarragona i el baix grau de col·laboració, explotació i promoció en el turisme per remarcar que la destinació té una gran oportunitat per redefinir el seu model, adaptar-lo a la nova normalitat i a la vegada confeccionar un model turístic de futur que es basi en la governança entre agents i la cerca de la sostenibilitat a llarg termini.

La ciutat de Tarragona compta amb el clúster d'indústria química més gran del sud d'Europa, el qual genera un 0,75% de la producció mundial i 40.000 llocs de treball.

Tarragona disposa d'un important port comercial amb molta activitat (el segon amb més activitat de Catalunya després de Barcelona i el cinquè a nivell estatal), el qual suposa un punt clau d'activitats logístiques i apropa la indústria química al món.

L'àrea de Tarragona és la novena zona exportadora d'Espanya, i disposa de varis polígons on diferents empreses industrials, comercials i de serveis proliferen des de fa anys. A continuació s'exposa una imatge que escenifica la gran importància d'aquests polígons a la ciutat, degut a la gran superfície de terreny que ocupen.

Figura 10. Distribució dels polígons industrials a Tarragona.



Font: Ajuntament de Tarragona, 2012.

Tarragona també gaudeix d'un sector serveis que dinamitza econòmicament la ciutat i la posiciona com un dels epicentres comercials de la província, ja sigui en el sector de compres o en el sector de la restauració.

Aquesta diversitat en l'activitat econòmica de Tarragona ha provocat que la ciutat hagi estat prolífica econòmicament des de fa anys, fet que va evitar que en el passat Tarragona es concentrés i especialitzés únicament en el sector del turisme com van fer altres destinacions properes amb menys recursos econòmics durant els anys 60, les quals es van especialitzar com a destinacions turístiques massives de sol i platja, centralitzant el seu PIB en l'activitat turística.

Un documental molt interessant que va produir TV3 aquest mes de Setembre, anomenat "Sense turisme", va fer una radiografia de la situació actual d'algunes destinacions turístiques com Salou o Eivissa, que en el seu moment van decidir "posar tots els ous en la mateixa cistella" i concentrar tota la seva activitat econòmica

en el Turisme, fet que els ha generat pèrdues econòmiques molt més greus que altres destinacions menys especialitzades en el turisme, com Tarragona, a causa de la crisi turística general desencadenada per la pandèmia de la Covid-19 (Jené, 2020).

En el documental també apareixien representants de diferents destinacions turístiques, els quals manifestaven que tot i la davallada del turisme, valoraven positivament el fet d'haver tingut menys volums de visitants a la destinació perquè això havia permès oferir un millor servei als clients, els quals marxaven més satisfets de les seves vacances pel tracte personalitzat que havien rebut i l'experiència autèntica que havien viscut, fet que aconseguia un major grau de fidelització entre els visitants.

Com s'ha dit, el fet de tenir altres fonts d'ingrés que abasteixen les necessitats de la ciutat amb escreix ha propiciat que el model turístic de Tarragona s'hagi caracteritzat des de fa anys pel seu poc creixement i el desaprofitament del potencial total que té la destinació, potser per evitar una massificació de la destinació o potser per falta d'interès i esforços per part de l'administració. Tot i disposar d'un patrimoni arquitectònic i cultural únic, de tenir platges igual de boniques i amb la mateixa qualitat que destinacions properes, de disposar de bones connexions en termes de mobilitat i de gaudir d'una cultura i identitat pròpies amb un alt valor afegit, la ciutat de Tarragona no ha explotat al màxim el seu potencial turístic. Tampoc ha disposat mai d'una gran infraestructura d'hotels, d'una oferta complementària d'oci diversa o d'un teixit d'empreses especialitzades en la recepció i organització de viatges internacionals, com en el cas d'altres destinacions de la Costa Daurada. Tarragona, doncs, no està orientada ni habilitada per a rebre aquest tipus de turisme d'alt volum tant característic de destinacions que, durant el "boom" turístic dels anys 60, van començar a invertir en grans infraestructures amb la idea de poder rebre més i més turistes, tot i orientant gran part de la seva activitat econòmica exclusivament a aquesta activitat.

Així doncs, es constata que Tarragona no és una ciutat específicament especialitzada en el turisme, tot i reunir totes les característiques per esdevenir una destinació amb capacitat d'atraure més fluxos turístics dels que actualment rep. És evident que la ciutat té un potencial turístic indiscutible, que potser no ha estat del tot aprofitat a causa de diverses raons i motius al llarg dels anys. L'administració turística ha mancat, entre d'altres coses, d'un lideratge i un plantejament estratègic de futur clars, d'una estratègia de comunicació i màrqueting potent i, sobretot, d'un model de gestió basat en la governança i unió dels diferents agents involucrats en el turisme a Tarragona, ja siguin públics o privats, per tal d'explotar més l'atractiu turístic i imatge de marca de la ciutat.

Aquestes mancances s'han fet paleses últimament amb la figura del Gerent del PMTT, posició deserta a dia d'avui (el concurs per seleccionar el nou gerent està en procés), i la figura política encarregada de la gestió turística, que va quedar orfe fa unes setmanes a causa de la dimissió de la Consellera de Turisme en plena crisi sanitària. Tot això en uns moments crítics per a la indústria turística Tarragonina, en

un context de pandèmia, fet que la comunitat turística de Tarragona ha manifestat en diverses ocasions, com en un comunicat publicat per l'Associació d'Hotels de Tarragona (AHT) justament després que dimitís l'antiga Consellera de Turisme, en el que demanen més implicació per part de l'administració local, més suport als agents turístics de la ciutat i un plantejament estratègic a llarg termini.

S'ha de puntualitzar que la figura de la Consellera de Turisme va ser ocupada uns dies més tard, i la nova Consellera va declarar en una entrevista al Diari de Tarragona que la destinació treballaria per ajudar a les empreses del sector, per treballar amb el turisme cultural de proximitat i promocionar la marca Tarragona a la resta de Catalunya i Espanya, ja que molta gent desconeix Tarragona i tot el seu patrimoni cultural.

És primordial doncs, en un context local amb un teixit empresarial turístic poc involucrat i una administració turística sense un pla estratègic a llarg termini a sobre la taula, realitzar una aproximació entre aquests agents turístics que finalment permeti dissenyar un plantejament estratègic de turisme entre tots els agents de la cadena de valor turística, el qual sigui liderat pel Patronat Municipal de Turisme de Tarragona amb una visió a mitjà-llarg termini i una política de participació activa, on els interessos d'aquests agents i dels propis ciutadans es tinguin en compte a l'hora de prendre decisions que afectaran el teixit social i empresarial de la ciutat, així com als seus visitants.

Tarragona té una gran oportunitat, com s'ha dit anteriorment, de repensar i redirigir el seu model turístic cap a un model sostenible i de proximitat basat en el turisme cultural durant tot l'any, fet que s'ha de valorar positivament. Seria molt pitjor trobar-se en una situació de pandèmia com la viscuda en una destinació turística madura que depengui totalment del turisme internacional i es caracteritzi per la massificació i contaminació generades per un model turístic no sostenible i obsolet, ja que aquestes són les destinacions que més estan sofrint les conseqüències de la Covid-19 i afrontaran més reptes i dificultats per poder recuperar-se a curt-mitjà termini.

Així doncs, tot i la crisi turística viscuda arreu, Tarragona és una destinació que s'adapta a les tendències post-pandèmia i que té tot el necessari per assolir una recuperació turística en menys temps que altres destinacions del nostre territori, ja que els volums de visitants es basen en el turisme de proximitat, són molt inferiors a altres destinacions, Tarragona és una destinació poc massificada i sostenible, l'atractiu es basa en el turisme de patrimoni i les pèrdues econòmiques de la destinació seran molt inferiors a aquelles que basen gran part de la seva activitat econòmica en el turisme, les quals tindran pocs recursos econòmics per invertir en la recuperació turística. Aquest fet, doncs, s'ha d'entendre com una gran oportunitat estratègica per Tarragona a nivell de Turisme.

2.3 COMUNITAT LOCAL, PARTICIPACIÓ CIUTADANA I ENTORN NATURAL.

El futur CTSAJT està integrat en un espai amb una comunitat local que mostra un alt nivell de participació ciutadana i activisme social, principalment orientat a la protecció i conservació del patrimoni natural de Tarragona. L'àrea natural on es troba el complex és molt important per les comunitats de veïns que viuen a la zona i que lluiten per la seva conservació i recuperació, a més de suposar un atractiu turístic natural molt important per Tarragona.

És per això que un acord per protegir aquest entorn a llarg termini pot ser la clau per aglutinar els diferents agents implicats i dissenyar un pla de conservació i recuperació de l'entorn que impliqui les comunitats locals. D'aquesta manera, s'augmentaria el grau de compromís, implicació i participació ciutadana d'aquests grups, els quals col·laborarien amb la protecció i valorització d'aquest espai natural a través de la interacció amb els visitants en els diferents tallers o activitats que es proposin. Aquesta aposta també podria ajudar a generar una millor impressió i acceptació del turisme per part de la comunitat local, ja que els visitants suposarien la principal font de recursos que permetria seguir mantenint i protegint aquest entorn natural.

La comunitat local de Platja Llarga integra diverses associacions de veïns, plataformes de ciutadans, entitats mediambientals i negocis privats que han potenciat nombroses iniciatives socials, principalment relacionades amb la protecció de l'entorn natural i els ecosistemes de Platja Llarga. Es poden destacar la Plataforma Salvem la Platja Llarga, així com altres entitats involucrades en la protecció del patrimoni local i l'educació i sensibilització mediambiental que seran clau en aquest projecte, com les organitzacions sense ànim de lucre Good Karma Projects, Ecologistes en Acció o Gepec-Edc, entre d'altres.

Aquestes iniciatives socials i mediambientals es deuen a diverses casuístiques. Entre les principals, les que es poden destacar són la feblesa de la Platja Llarga i el seu ecosistema de dunes (que està a punt de desaparèixer totalment), la urbanització i construcció d'infraestructures no sostenibles a la Platja, l'alta fragilitat de la platja front als temporals, la massificació i mala gestió dels espais en temporada alta, l'abocament inadequat de residus al mar Mediterrani o les moltes i diferents maneres de contaminació que sofreix aquest entorn natural. De fet, un dels grups ecologistes més reconeguts per la seva tasca, com és Ecologistes en Acció, va atorgar una bandera negra a la Platja Llarga de Tarragona, degut als diversos problemes ambientals que presenta.

➤ **Plataforma Salvem la Platja Llarga**

La Plataforma Salvem Platja Llarga és una associació de veïns de Tarragona d'un caire mediambiental i sense ànim de lucre que centra el seu activisme en la protecció de l'entorn natural de Platja Llarga. La plataforma, a través de les xarxes socials o en convocatòries presencials (com en les neteges de platja durant el temporal Glòria o la cadena humana de 2016 en contra de la gestió privada de la

CRV), exposa i difon les problemàtiques que està sofrint l'ecosistema natural de la Platja Llarga, denuncia les males praxis que afecten o alteren el normal desenvolupament d'aquest ecosistema i demanen explicacions envers les gestions, ja siguin públiques o privades, que puguin suposar una potencial amenaça per aquest fràgil ecosistema.

La Plataforma Salvem Platja Llarga ha tingut un paper destacat en les protestes contra diferents plans urbanístics parcials com el de la Savinosa i el de la Budellera, en la recuperació i protecció del paisatge endèmic de dunes que s'està perdent per la falta de protecció i manca de col·laboració entre entitats, en la valorització del Bosc de la Marquesa i la seva biodiversitat, en la denúncia de males praxis per part de l'administració pública, agents privats de la zona o la mateixa població en els usos de la platja i les zones adjacents i, en general, en l'activisme ecologista de la ciutat.

Aquesta entitat local porta molts anys en actiu, concretament des del 2005, mostrant una dedicació constant i desinteressada a la preservació d'aquest patrimoni natural Tarragoní. És per això que la seva tasca de divulgació i denúncia és contrastada i es considera aquesta plataforma veïnal com un agent d'alt interès en el desenvolupament d'aquest projecte. Tenint en compte la tasca que han desenvolupat durant anys i que alguns dels seus membres es desviuen per protegir i posar en valor aquesta magnífica zona natural de Tarragona, és evident que aquest col·lectiu tindrà importants coses a dir i podrà aportar el seu coneixement a l'hora de dissenyar propostes de desenvolupament turístic sostenible per a aquest entorn natural únic de la ciutat de Tarragona.

Al conèixer la notícia de la remodelació de la CRV, situada en la zona d'interès d'aquesta plataforma de veïns, i que es duria a terme un projecte per a dissenyar una proposta de dinamització i desenvolupament turístic per part d'un estudiant del Màster de Gestió en Destinacions Turístiques de la URV, els membres de la PSPL han accedit a col·laborar conjuntament amb l'estudiant encarregat de desenvolupar el projecte en el marc d'un conveni d'aprenentatge i servei i col·laboració entre entitats (APS). En aquest sentit, la Plataforma ha fet arribar un document que recull varies demandes relacionades amb els espais i infraestructures de la CRV que actualment estan en desús.

Les demandes realitzades per part de la PSPL tenen objectius diversos i queden recollides en la proposta esmentada, la qual recull demandes com: habilitar un centre de voluntariat ambiental i d'interpretació de la natura, apropar la comunitat local i els visitants al patrimoni natural de la ciutat, disminuir la pressió que sofreix la Platja Llarga en temporada alta degut a la sobrecàrrega de visitants o reclamar un accés més segur i integrat en el paisatge per accedir-hi.

Figura 11. Caseta abandonada que la PSPL demana transformar en un centre d'interpretació de la natura.



Font: Plataforma Salvem la Platja Llarga, 2020.

➤ **Good Karma Projects**

L'organització sense ànim de lucre Good Karma Projects du a terme una tasca de conscienciació i educació ambiental a través d'activitats de voluntariat, xerrades i diferents esdeveniments. Molts dels seus integrants viuen a l'entorn de Platja Llarga, i és per això que organitzen varies activitats en aquesta zona.

Actualment l'entitat està immersa en una campanya de "crowd-funding" per tal de recaptar fons amb l'objectiu de posar en marxa el programa educatiu que han creat, basat en 4 dels objectius de desenvolupament sostenible, i que volen fer arribar a les escoles del territori amb l'objectiu de divulgar el respecte pel medi ambient i promoure un canvi d'hàbits en el comportament de les generacions més joves, ja que són el futur de la nostra societat.

Una de les activitats de voluntariat més recents va ser al mes d'Agost. Es va organitzar una neteja de platja i un mostreig de micro-plàstics al litoral de Platja Llarga, i es va constatar la fràgil situació d'aquests ecosistemes.

Figura 12. Neteja de Platja organitzada per Good Karma Projects a la Platja Llarga de Tarragona el passat mes d'Agost.



Font: Good Karma Projects. 2020.

Durant la neteja es van recollir més de 45 kg de brossa i residus entre 30 voluntaris - durant 2 hores en un espai de menys de 2 km - i l'anàlisi de micro-plàstics que es va dur a terme en dos punts diferents de la Platja de la Savinosa va constatar l'alt grau de contaminació que hi ha al Mar Mediterrani i a l'arena de les nostres platges.

Figura 13. Localització dels grups que van dur a terme els mostrejos de pellets a la Platja de la Savinosa.



Font: Good Karma Projects. 2020.

Els resultats del mostreig van ser els següents:

Taula 1. Resultats del mostreig de microplàstics realitzat a la Platja de la Savinosa.

Grup 1	
Localització	41°07'25.9"N 1°17'13.3 E
Superfície analitzada	1 m2
Pellets	1352
Grup 2	
Localització	41°07'25.5"N 1°17'14.4 E
Superfície analitzada	1 m2
Pellets	3808

Font: Elaboració pròpia en base a l'informe realitzat per Good Karma Projects.

Els resultats extrets d'aquest mostreig a la Platja de la Savinosa van evidenciar l'alt grau de contaminació per plàstics que hi ha a la costa de Tarragona, situació extrapolable a tot el litoral Mediterrani. Aquesta contaminació és una de les moltes raons per les quals l'associació ambiental Ecologistes en acció va atorgar una Bandera Negra a la Platja Llarga de Tarragona en el seu informe anual de banderes negres. Aquest informe tracta de denunciar l'estat de determinades platges en el territori espanyol, ja sigui degut a la contaminació, a la sobre urbanització o a la realització de pràctiques i activitats no sostenibles a les platges.

L'entorn natural de Platja Llarga presenta diverses problemàtiques, una d'elles és la infraestructura de l'estació de bombament, que està situada a tocar de la mateixa arena i que durant un dels temporals més recents al mes de Setembre va quedar molt malmesa. Hi ha un pla parcial de canalització previst que contempla, entre d'altres coses, canviar aquesta infraestructura de lloc, però com va demanar el portaveu d'un dels grups polítics municipals, s'ha d'agilitzar aquest procés per alliberar l'espai on es troba actualment aquesta instal·lació i recuperar espai natural al litoral de Platja Llarga. Una altra de les propostes va anar encaminada a l'habilitació de zones d'aparcament per tal d'evitar l'aparcament de cotxes en aquestes zones de dunes que s'han de recuperar.

En els últims mesos, l'ecosistema de la Platja Llarga ha mostrat la seva alta fragilitat en diverses ocasions i, més que mai, ha patit les conseqüències devastadores de varis temporals, els quals cada vegada són més freqüents. Des de principis d'any, la sorra de la platja ha retrocedit i desaparegut gairebé per complet en 3 ocasions, el que ha posat en evidència l'increment de l'amenaça que suposa el

canvi climàtic, la mala gestió de l'ecosistema per part de l'administració pública, els errors urbanístics del passat o la necessitat d'elaborar propostes sostenibles a llarg termini que no es basin en proposar solucions temporals a problemes reincidents i indefinits.

A més, aquestes situacions d'estrès també han provocat que alguns dels agents privats de la zona directament afectats hagin dut a terme accions invasores o no sostenibles per por a ser engolits pel mar.

En l'informe de Banderes Negres, Ecologistes en Acció denuncia la reducció dels espais de dunes, els quals han disminuït en més d'un metre d'alçada degut a l'activitat empresarial que es du a terme a la platja i al temporal Glòria de principis d'any. Després del temporal, el qual ja va danyar notablement la platja i els ecosistemes dunars, una de les empreses turístiques de la zona va veure com els seus bungalows estaven a punt de ser engolits pel mar, ja que en el seu moment, fa molts anys, es van posar en un lloc no adient, i van decidir actuar unilateralment i crear una barrera de roques i pedres que va acabar de destruir els espais dunars d'aquella zona de la Platja, fet que també va denunciar la Plataforma S.O.S. Costa Daurada a través d'aquestes imatges:

Figura 14. Actuacions no sostenibles per part d'empreses privades en front els sistemes dunars de la Platja Llarga de Tarragona.



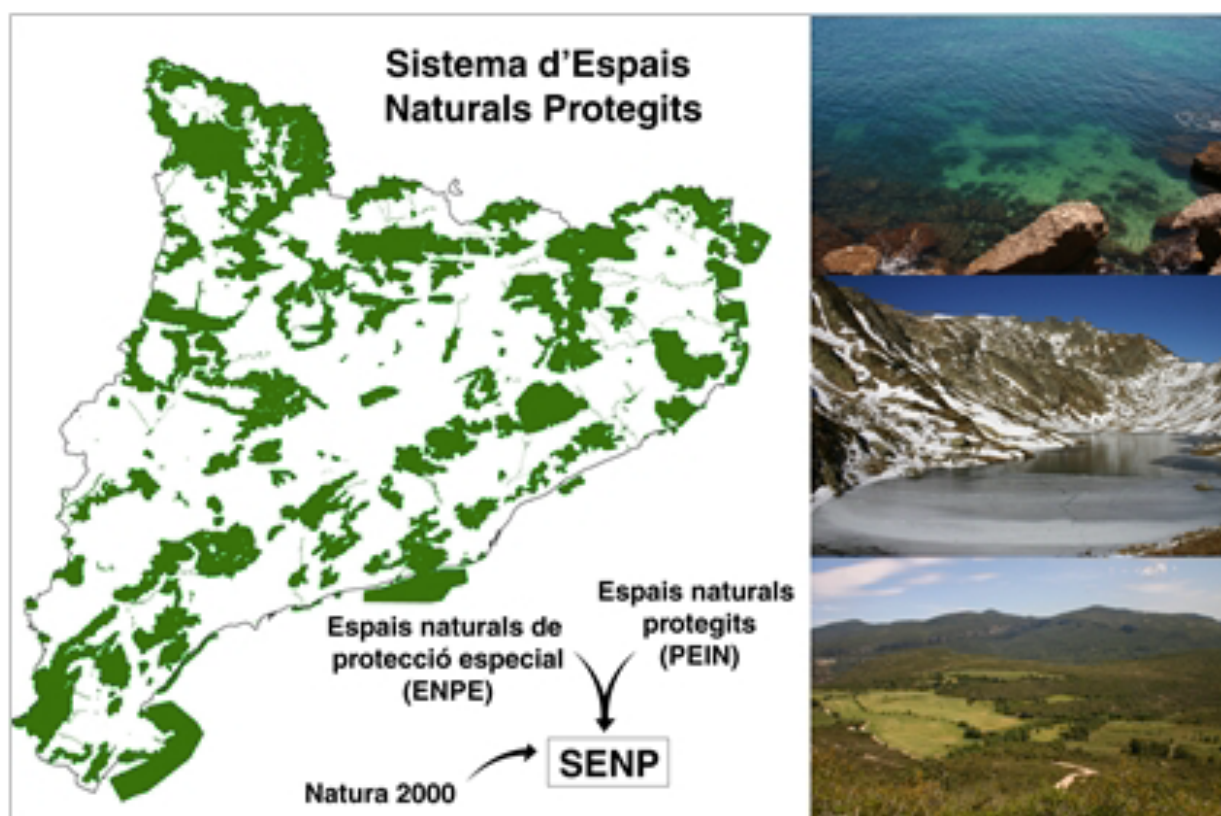
Font: S.O.S. Costa Daurada, Ecologistes en Acció. 2020.

És evident que la situació del litoral Mediterrani i, en concret, de la Platja Llarga de Tarragona, afronta grans reptes de diferent tipus en el futur. Una de les vies que hi ha al territori Català, i que també són vàlides a nivell estatal i Europeu, d'ajudar a protegir i recuperar aquests hàbitats naturals d'alt interès és el Sistema d'Espais Naturals Protegits de Catalunya. Aquest sistema està conformat per 3 tipus diferents d'espais i zones protegides: els Espais Naturals de Protecció Especial (ENPE), els espais Naturals Protegits o Espais d'Interès Natural (PEIN) i els espais de la xarxa Natura 2000.

Ben a prop de Tarragona, trobem espais naturals protegits sota la denominació PEIN a nivell estatal, com la platja de Torredembarra que integra l'espai Muntanyans o el medi natural i el paisatge de Tamarit-Punta de la Móra, zona situada a tocar de Platja Llarga, només un parell de kilòmetres més al nord.

A prop de Tarragona també hi ha varies zones marines protegides a nivell Europeu que pertanyen a la Xarxa Natura 2000, com els ecosistemes marins de Torredembarra i de l'Hospitalet de l'Infant, degut a que tenen grans poblacions de posidònia i altres espècies animals i vegetals d'interès endèmiques del territori.

Figura 15. Sistema d'Espais Naturals Protegits a Catalunya.



Font: Generalitat de Catalunya. Departament de Medi Ambient

Tenint en compte que la zona natural de Platja Llarga és l'única platja de la ciutat que manté ecosistemes naturals de dunes amb savinoses i pins, que integra una zona d'aiguamolls amb predomini d'aigua dolça que integren – residualment –

diverses espècies vegetals d'interès com Cesqueres (*Erianthum ravennae* syn, *Saccharum ravennae*), Jonc boval (*Holoschoenus australis*) i Xisca (*Imperata cylindrica*), que al Bosc de la Marquesa hi trobem penya-segats colonitzats per *Limonium* spp o que en l'ecosistema marí hi habiten permanent o temporalment espècies animals i vegetals d'interès com la posidònia (*Posidonia oceanica*), la tortuga babaua (*Caretta caretta*) o els dofins mulars (*Tursiops truncatus*), essent tots aquests hàbitats o espècies autòctones mediterrànies d'interès, es podria sol·licitar la declaració d'aquesta zona com una Zona Especial de Conservació, amb l'objectiu de garantir la conservació de la biodiversitat a través de la conservació d'aquests hàbitats naturals i de la fauna i flora silvestre que hi conviu.

Si s'assolís aquest objectiu, aquest entorn natural quedaria protegit i emparat per la llei, i s'establirien els objectius, els espais naturals que conformarien la zona d'interès i tota una sèrie de mecanismes per a la seva designació i gestió, fet que de ben segur incidiria positivament en la seva conservació a llarg termini, així com en l'augment del seu atractiu.

3. COVID-19: IMPACTE EN EL SECTOR TURÍSTIC, REFORMULACIÓ DE MODELS TURÍSTICS I TENDÈNCIES TURÍSTIQUES ACTUALS

La situació turística global a causa de la pandèmia Covid-19 és inèdita. El turisme ha sofert un impacte històric i les destinacions d'arreu del món coincideixen en replantejar els seus models turístics i establir noves bases en busca de fórmules de turisme més sostenibles i de menor impacte per als pròxims anys.

Segons les dades de l'Observatori de Turisme de l'Eurecat, la província de Tarragona ha deixat d'ingressar 4500 milions d'euros a causa de la Covid-19. Unes dades devastadores per a l'indústria turística, que s'exemplifiquen amb les declaracions de la presidenta de la Federació Empresarial de Turisme i Hostaleria de la província de Tarragona (FEHT), Berta Cabré, qui va qualificar l'any 2020 com el pitjor any de la història del turisme a la província de Tarragona. Una dada aclaridora és la reducció en un 75% de les pernoctacions efectuades a la Costa Daurada entre l'1 de Gener i el 31 d'Agost en relació a l'exercici anterior.

Un estudi impulsat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona referent al Turisme Familiar en temps de Covid-19, parla de canvis i transformacions en el turisme que faran aparèixer noves tendències turístiques i n'acceleraran algunes altres prèvies a la pandèmia.

En aquest estudi també s'exposen resultats d'enquestes realitzades a turistes durant l'any 2019, on el 55% dels enquestats optaven per evitar destinacions massificades i un 66% dels enquestats preferien pagar una mica més per productes turístics responsables i curosos amb el medi ambient.

En aquest context turístic post-pandèmia, totalment desdibuixat i que presenta grans reptes a nivell de gestió, les palpables desavantatges estratègiques, prèviament

comentades, que presentava Tarragona envers a altres destinacions a nivell de planificació estratègica i promoció perden relativa importància.

Degut a la necessitat imperativa de re-formular models turístics i reinventar i adaptar destinacions, on en molts dels casos les diferents marques turístiques estan apostant per canvis estructurals i replantejaments profunds en la manera d'entendre el turisme, Tarragona ha de fer un pas endavant, aprofitant les seves virtuts i atractius per tal d'adaptar-se a la nova normalitat primer i evolucionar cap a un model de destí turístic que encaixi amb les noves tendències després. Tot i això, aquesta oportunitat que es presenta pels administradors turístics de Tarragona no li resta dificultat al fet d'haver d'assumir un lideratge participatiu prèviament incipient, d'establir una estructura de gestió sòlida i d'aconseguir que tothom en el sector turístic remi cap al mateix costat, inclosos els ciutadans, a través d'una governança eficient, optimitzada i consensuada per tots els actors.

Així doncs, i tot i la greu situació turística actual, l'administració local i els diferents agents implicats en el turisme de Tarragona estan a temps i tenen una gran oportunitat de re-modelar-se i esdevenir un destí turístic amb un model de gestió compartida que aposti per la sostenibilitat i el baix impacte en el futur. Aquesta és la idea més popular entre els diferents experts i entesos del turisme, que preveuen unes tendències turístiques orientades a evitar les grans masses en els destins, fer viatges de proximitat, buscar experiències més personals i respectuoses amb el medi ambient, l'auge del Slow Tourism, promoure el turisme social o millorar les condicions laborals del sector i dignificar la feina (Cañadas & Murray, 2019).

Tenint en compte que Tarragona té un perfil de destinació que encaixa perfectament amb les noves tendències turístiques, l'oportunitat de la ciutat per recuperar el temps perdut i establir una estratègia turística innovadora que sigui consensuada entre els diferents agents i que aconsegueixi l'acceptació i participació ciutadana és clau pel futur de la destinació, com es detalla en el Pla de Contingència Turística presentat pel propi Patronat de Turisme Municipal de Tarragona i el Centre Tecnològic de Catalunya (Eurecat) el passat mes de Juliol.

Aquest Pla de Contingència constata la necessitat turística que té Tarragona per, entre d'altres coses, atraure mercats de proximitat, buscar l'excel·lència en la gestió turística i, sobretot, recolzar els diferents agents turístics en aquest període tant complicat per tal de recuperar gradualment el nivell d'activitat previ a la pandèmia de Covid-19.

Per tal de desenvolupar aquestes estratègies, les accions base a executar recauen sobre el Patronat Municipal de Turisme de Tarragona i van dirigides a millorar la gestió turística, reforçar la capacitat de lideratge del Patronat i reforçar la col·laboració pública-privada, millorar l'estratègia de comunicació i màrqueting conjunta i, finalment, posa èmfasi en la necessitat d'establir un nou model, instrument o espai d'execució compartida del turisme a la ciutat.

És per això que, dintre d'aquest projecte, també s'introduiran propostes que puguin ajudar a assolir els objectius marcats per algunes d'aquestes accions estratègiques o aportin valor afegit a les fórmules ja existents. La principal proposta, i directament relacionada amb el complex turístic objectiu del treball, serà la d'habilitar un espai a l'antic edifici de la recepció de la CRV per a donar-li un ús relacionat amb la gestió turística compartida i la col·laboració públic-privada del turisme. Aquest edifici disposa d'unes característiques molt atractives que es posaran a sobre la taula més endavant, gaudeix d'una àmplia infraestructura que ofereix infinites possibilitats i té una ubicació ideal, just al davant de les platges més turístiques de la ciutat i molt a prop de la Part Alta de Tarragona, els principals atractius de la destinació junt amb el patrimoni romà.

➤ **Tendències turístiques actuals**

Degut a la crisi sanitària, s'ha observat l'aparició de noves tendències turístiques post-pandèmia molt marcades durant la temporada d'estiu. Un cop la desescalada del confinament va permetre tornar a desplaçar-se a altres llocs, es va experimentar un "boom" de destinacions catalanes de proximitat, com el cas del Delta de l'Ebre o els Parcs Naturals d'Alta Muntanya. Destinacions que normalment no aconseguien omplir la capacitat dels seus allotjaments en aquesta època de l'any, han hagut de penjar el cartell de complert, atraient grans números de visitants que en un context normal haguessin viatjat a destinacions internacionals o a llocs més llunyans.

Això ha suposat una re injecció econòmica per aquestes destinacions, però també ha generat algunes massificacions i impactes negatius en zones on mai n'hi havia hagut. Un exemple són les massificacions de cotxes en zones de gorgs i rius o la imatge de la Pica d'Estats plena de gent fent cua per fer-se una foto al cim.

Aquest "boom" del turisme de proximitat i de baix volum ha aportat coses positives a aquest tipus de destinacions, però s'ha acarnissat amb les destinacions típiques de sol i platja que caracteritzen gran part de la costa Catalana, les quals han vist com el sector acumulava pèrdues històriques mai vistes. Tot i això, es creu que moltes de les tendències turístiques que venien guanyant força des d'abans de la pandèmia seguiran estant de moda un cop es normalitzi la situació, i també sembla que moltes de les tendències generades arrel de la pandèmia han arribat per quedar-se durant un llarg temps, com el turisme de proximitat, el turisme actiu a l'aire lliure o el turisme camper.

Així doncs, es detecten tendències pre-existents a la pandèmia que seguiran creixent en popularitat, com el turisme Wellness i Wellbeing, la cerca de les experiències turístiques "Instagramitzables" i sostenibles o el reclam dels productes locals de proximitat en els restaurants.

En canvi, altres tendències han aparegut o han agafat molta més força a causa de la pandèmia, com per exemple el gran auge del turisme de proximitat, l'auge del turisme actiu, el turisme camper, les experiències turístiques virtuals, l'augment de l'interès

per les activitats d'educació ambiental o l'augment del "flygskam" o vergonya a volar, moviment iniciat a Suècia en gran part gràcies a l'activisme de personatges com la Greta Thunberg o el grup de música Coldplay.

A continuació s'exposa una taula amb les principals tendències actuals, on es detecta una combinació entre tendències existents abans de la crisi sanitària i tendències que han aparegut degut a la situació viscuda durant el confinament, les restriccions de mobilitat imposades o la presa de consciència sobre el canvi climàtic, com s'ha comentat anteriorment.

Taula 2. Tendències turístiques actuals.

Turisme de proximitat (proximitat, productes locals, patrimoni..).
Turisme sostenible de baixos volums.
Més escapades però més curtes "short breaks" (sortides de cap de setmana).
Cerca de destinacions poc massificades (turisme rural, parcs naturals, destinacions menys conegudes...).
Turisme Actiu a l'alça (cicloturisme, esports nàutics, turisme camper, en contacte amb natura...).
Wellness i Wellbeing (FITS, creixement personal, slow travel, "desinfectació", desconexió).
Altres segments turístics a l'alça: cultural, patrimoni, gastronòmic, creatiu, esportiu, "solo travellers"...
Culpabilitat i presa de consciència. Creixent interès per activitats d'educació ambiental, sensibilització, conscienciació o voluntariat.
Experiències turístiques ECO i sostenibles.
Experiències turístiques virtuals i online
Viatge auto-organitzat online, vehicle propi i baixa intermediació
Reclam gastronòmic dels restaurants amb producte local i de proximitat
Explorar llocs desconeguts
Que sigui "instagramitzable"
Turisme "bleisure" i nòmades digitals

Turisme familiar multi generacional
“Flygskam”. Disminució del transport aeri en favor de mitjans de transport més sostenibles com el tren o el transport públic per disminuir la petjada de carbó en els viatges.
Reticència del públic a les campanyes de “Greenwashing” per part de les destinacions turístiques.

Font: Elaboració pròpia a partir de Pla estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022 (2018), Informes de l'activitat turística de l'ACT (2020), Cañada & Murray (2019), Píndoles de Coneixement del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona (2020).

A priori, moltes d'aquestes tendències turístiques són favorables per Tarragona, així que representen una gran oportunitat per la destinació a l'hora de promocionar la ciutat turísticament a l'exterior, presentant-la com una destinació sostenible i innovadora que s'adapta a la nova normalitat i genera seguretat entre els visitants.

En el que estan d'acord molts experts i professionals del turisme és que ara és un bon moment per aprofitar la parada de l'activitat turística per tal de repensar mesures que redueixin l'impacte ambiental del turisme en les destinacions i cercar un model turístic més sostenible a llarg termini. Es constata que el canvi climàtic no és cap moda i que a curt i mitjà termini les destinacions s'hauran de posicionar com a sostenibles si no volen perdre una important quota de mercat.

4. DEBILITATS, AMENACES, FORTALESES I OPORTUNITATS DEL NOU COMPLEX DE TURISME SOCIAL I ALBERG PER A JOVES A L'ENTORN NATURAL DE PLATJA LLARGA

Una vegada dut a terme l'anàlisi de la destinació i havent realitzat una aproximació al context actual de la ciutat de Tarragona, l'entorn natural de Platja Llarga i el projecte del CTSAJT, es procedeix a confeccionar una taula DAFO que integri les debilitats, amenaces, fortaleSES i oportunitats que presenta Tarragona a nivell de Turisme i el projecte del CTSAJT a l'entorn de la Platja Llarga, amb la idea de confeccionar una situació real de partida, tant de la destinació com de l'entorn específic on es situarà el nou establiment, per tal de poder generar propostes estratègiques adaptades a la realitat actual de la destinació posteriorment.

Aquesta taula ha estat confeccionada a partir de la literatura prèvia revisada, les entrevistes i sessions de treball de camp en les quals s'ha parlat extensament sobre la situació de l'entorn natural de Platja Llarga amb els agents implicats i les entitats ambientals de la zona, les dades estadístiques en relació a la destinació de Tarragona i en base a articles acadèmics i de premsa que hagin aportat informació amb valor afegit sobre la destinació.

Aquesta taula servirà per presentar la situació i context actuals de Tarragona als diferents participants de la jornada de col·laboració, amb l'objectiu que aquests tinguin una imatge real de la situació de partida de la destinació i del projecte de remodelació, per tal que es puguin generar propostes que siguin realistes i adaptades a la situació i context actuals de la destinació, l'entorn natural de Platja Llarga i el projecte que està en marxa.

Taula 3. DAFO de Tarragona, l'entorn de Platja Llarga i el CTSAJT.

TAULA D'ANÀLISI DAFO		
	FACTORS POSITIUS	FACTORS NEGATIUS
ORIGEN INTERN	FORTALESES	DEBILITATS
	<u>Destinació Tarragona:</u> Gran atractiu cultural de la destinació. Imatge fortament associada al turisme de patrimoni, familiar i de proximitat dintre del territori Català. Bona connectivitat. Tendència creixent de pernoctacions en els últims anys previs a la pandèmia. <u>Entorn Natural de Platja Llarga i Zona de Llevant:</u> Entorn natural d'alt valor, amb espècies autòctones mediterrànies presents a pocs llocs de la costa catalana i amb grans zones on practicar activitats a l'aire lliure. Comunitat local activa amb un alt grau de participació ciutadana i atractiu cultural. Agents privats de la zona que aposten per productes sostenibles, innovadors i que posen en valor el patrimoni cultural. <u>Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona:</u> Model d'establiment diferenciador (Alberg) que creix en popularitat any rere any. Localització privilegiada. Equipaments moderns i eficients.	<u>Destinació Tarragona:</u> Manca de planificació estratègica de turisme a llarg termini i de liderat per part de l'administració local a nivell de turisme. Baix grau d'implicació i col·laboració dels agents turístics amb l'administració gestora del turisme. Producte turístic poc diversificat, molt centrat en el turisme de Patrimoni. Baix reconeixement de la marca Tarragona a l'exterior. <u>Entorn Natural de Platja Llarga i Zona de Llevant:</u> Ecosistema dunar debilitat que agreuja les conseqüències dels temporals a la platja. Dificultat d'arribar a la zona sense fer ús del cotxe. Mala connexió amb el centre i els altres barris de la ciutat. Massificació de cotxes en temporada alta per la manca d'aparcaments adaptats. Baixa dinamització cultural de la zona de Llevant durant la temporada baixa. <u>Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona:</u> Mala connectivitat amb altres barris.

		Manca de zones d'aparcament habilitades.
ORIGEN EXTERN	OPORTUNITATS	AMENACES
	<u>Destinació Tarragona:</u> Tendències turístiques favorables. Proximitat, Baixos volums, Sostenibilitat, Turisme de Natura i Actiu, Cicloturisme, Turisme Camper, Sensibilització ambiental, Destins no massificats, etc. Oportunitat de diversificar l'oferta d'allotjament turístic a la ciutat. Ampli marge per explotar més l'activitat turística i aprofitar tot el potencial de la destinació sense deixar de ser sostenible, a través d'una promoció conjunta i adient de la Marca Tarragona. <u>Entorn Natural de Platja Llarga i Zona de Llevant:</u> Possibilitat d'augmentar el gruix d'equipaments d'ús públic. Futura millora de la connexió sostenible amb el centre de la ciutat: xarxa de carril bici i Anella Verda. Major dinamització de la zona de Llevant amb l'arribada del CTSAJT. Oportunitat de protegir i posar en valor els ecosistemes naturals de la zona. <u>Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona:</u> Els equipaments projectats en el projecte de remodelació conformaran una oferta complementaria diversa i atractiva per a diferents segments de mercat.	<u>Destinació Tarragona:</u> La pandèmia de la Covid-19 pot afectar la indústria turística durant un temps. Poc reconeixement com a destinació de Joves. <u>Entorn Natural de Platja Llarga i Zona de Llevant:</u> El canvi climàtic genera cada cop més temporals marins amb pitjors conseqüències a la zona. Diversos projectes urbanístics que afecten l'entorn natural de Platja Llarga. Avanç del ciment en front la natura en alguns dels negocis turístics a peu de platja. <u>Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona:</u> La situació d'incertesa econòmica a les administracions públiques pot endarrerir el projecte de remodelació. Marcada estacionalitat del territori. La lentitud característica dels processos burocràtics en l'administració pública podria reduir potencial a l'establiment.

	Comunitat Universitària de Tarragona pot aportar visitants i usuaris a l'establiment. Les entitats de la zona conformaran una oferta complementaria d'activitats de molt atractiva.	
--	---	--

Font: Elaboració pròpia, 2020.

5. PROPOSTA ESTRATÈGICA DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC SOSTENIBLE I DINAMITZACIÓ CIUTADANA PEL NOU ALBERG DE JOVES I LA ZONA DE PLATJA LLARGA DE TARRAGONA.

5.1 INTRODUCCIÓ

El document que es presenta a continuació recull un seguit de propostes estratègiques dirigides a l'aprofitament i dinamització turística de l'entorn de la Platja Llarga de Tarragona, orientades al desenvolupament sostenible del nou Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona i l'entorn natural on es situarà

La vessant social que caracteritza els establiments de la XANASCAT pot ser la principal diferenciació d'aquest interessant projecte a l'entorn de Platja Llarga, La Budellera i el Bosc de la Marquesa, on es situarà el Nou Complex de Turisme Social i Alberg per a Joves de Tarragona. Aquest format d'establiment social i dinamitzador pot esdevenir, doncs, la peça clau a l'hora d'aconseguir la implicació i suport dels diferents agents turístics, socials i ciutadans de la zona de Llevant de Tarragona, els quals representen un col·lectiu estratègic per tal que aquest complex sigui molt més que tan sols un allotjament turístic, sinó un entorn on visitants i comunitat local comparteixin experiències, intercanviïn coneixements i convisquin en harmonia en un marc de sostenibilitat.

5.2 METODOLOGIA

Aquesta proposta estratègica és el resultat de la metodologia emprada en aquest Treball Final de Màster, la qual incorpora un taller participatiu: ***Generació i Consens de Propostes de Desenvolupament Turístic Sostenible per al futur Alberg de Joves i la zona de Platja Llarga de Tarragona***, que es va realitzar el passat 25 de setembre a Tarragona.



Durant el taller participatiu, es va presentar el projecte de l'Alberg als agents participants, s'analitzà el context actual de la zona de Platja Llarga de Tarragona i es posaren a sobre la taula les principals oportunitats, amenaces i interrogants que presenta el desenvolupament d'aquest nou equipament turístic, amb l'objectiu que els participants tinguessin una imatge actualitzada de la situació real de partida d'aquest projecte abans de procedir a generar propostes conjuntes de futurs escenaris.

L'objectiu d'aquesta activitat era generar propostes d'aprofitament turístic i de desenvolupament sostenible que siguin aplicables, realistes i adaptades al context turístic, social i urbà actuals de Tarragona, desitjables per tots els agents participants i que beneficiïn l'entorn natural de la zona tot i posant en valor el patrimoni natural i cultural locals.

Posteriorment al taller participatiu, l'investigador ha realitzat un recull de bones pràctiques dutes a terme per altres destinacions que siguin similars a les propostes generades en el taller per constatar-ne el potencial. També s'han tingut en compte bones pràctiques d'altres destinacions recollides durant la fase inicial i la fase de treball de camp del projecte, relacionades amb destinacions de patrimoni que volen atraure nous mercats en un marc de sostenibilitat, projectes de transformació urbana amb participació ciutadana o les tendències turístiques post-pandèmia.

Figura 16. Sessió del taller participatiu.



El procés esmentat ha donat peu a la proposta estratègica final, un document que haurà de superar un últim tràmit de validació per tal que el treball realitzat guanyi força i credibilitat als ulls del públic i augmentin les probabilitats de la seva possible aplicació en un futur. Aquest procés de validació tracta de fer arribar la proposta final als

agents participants en el taller, a representants de la Generalitat involucrats en el projecte o la futura gestió de l'establiment i a representants de l'Ajuntament de Tarragona, amb l'objectiu que responguin amb el seu feedback, transmetin el seu acord o desacord amb l'estratègia presentada i manifestin si aquesta s'adapta a la visió que ells tenen del futur Alberg i la zona natural de Platja Llarga, així com del model turístic de Tarragona.

5.3 TALLER PARTICIPATIU

Per tal de generar les propostes en col·laboració entre tots els participants, l'autor va marcar 4 categories a les quals anirien dirigides les propostes. A partir d'aquí, es van generar diferents debats a partir dels quals van anar sorgint aportacions dels agents, les quals van ser transcrites un cop acabat cada torn del taller participatiu (es van realitzar 3 torns diferents de 2 hores de durada cada un degut al context sanitari) i posteriorment es van classificar segons l'àmbit al que feien referència, ja fos governança, ciutadania, mobilitat, paisatge, atractiu...

Per una de les categories, la proposta d'usos, es va utilitzar la metodologia Manual Thinking. Aquest és un mètode que s'utilitza per fer pluges d'idees, i en aquest cas van anar orientades als usos potencials que podrien tenir els diferents espais que integra el projecte de remodelació. La metodologia Manual Thinking és molt divertida, participativa i convida al debat. Es tracta d'un pòster en el qual els participants van

Després de transcriure totes les aportacions fetes pels agents i classificar-les per tipologia, l'autor va fer una cerca de bones pràctiques dutes a terme amb èxit en altres destinacions que fossin similars a les propostes recollides en el taller. Posteriorment al Benchmarking de bones pràctiques, l'autor ha confeccionat la proposta estratègica final en base a les aportacions dels agents i en base a exemples de bones pràctiques d'altres destinacions (només en alguna de les propostes), tot i adaptant la proposta al context d'establiment proposat i a l'entorn natural on es situarà a través dels coneixements adquirits durant el Màster en Gestió de Destinacions.

[illegible]

58

Taula 4. Relació d'assistents al taller participatiu.

Nom	Entitat que representa	Posició
Natividad Morales	Patronat Municipal de Turisme de Tarragona	Tècnica de Relacions Institucionals i Promoció
Cinta Pastó	Ajuntament de Tarragona	Consellera de Turisme
Antoni Pérez-Portabella	Club de Vela Platja Llarga	Vice-president
Carles Riba	Federació de Veïns de l'Àrea de Llevant	Secretari
Antonio Paolo Russo	Universitat Rovira i Virgili	Coordinador del Màster en Gestió de Destinacions
Jordi Oliva	Good Karma Projects	Co-Fundador
Núria Navarrete	Ecologistes en Acció	Voluntària
Sonia Cárabe	Comunitat local Platja Llarga	Veïna
Carles Masó	Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona	Gerent
Josep Seguer	Federació Catalana de Vela	Gerent
Hermína Herteá	Club de Vela Platja Llarga	Administració
Oriol Martí	Restaurant La Sardineta	Responsable
Meritxell Alcón	Voluntariat de Fauna Marina	Coordinadora

Font: Elaboració pròpia.

Altres entitats amb les que no s'ha aconseguit contactar o no van poder assistir:

- Club de Tennis Tarragona.
- Càmping Las Palmeras.
- Grup d'Estudi i Protecció dels Ecosistemes Catalans (GEPEC) – Manca de disponibilitat.
- Restaurant Mirall d'Estiu – Manca de disponibilitat.

Taula 5. Aportacions dels agents en el Taller Participatiu.

Aportació	Temàtica
Necessitat de crear un espai de gestió compartida del turisme.	Governança
Cal dissenyar un pla estratègic de turisme que marqui l'orientació del model turístic de futur a Tarragona.	Governança
Importància de la col·laboració entre DMO i disposar d'un lloc on es puguin fer reunions periòdiques i sessions de governança amb la participació de les diferents entitats públiques i privades implicades en el turisme i en la zona de Platja Llarga de Tarragona.	Governança
Model de gestió privat amb participació pública, privada i de les diferents entitats involucrades en l'operativa de l'establiment. (Benchmark: Fundació Pau Casals).	Governança
Importància de la col·laboració entre agents per posar en valor aquesta zona de Tarragona.	Governança
Manca d'una gestió eficient a Tarragona en termes esportius i de turisme.	Governança
Seria interessant establir un acord amb la URV per tal d'organitzar activitats i oferir serveis orientats als joves en col·laboració amb l'Alberg.	Governança
Importància del turisme esportiu i de la necessitat d'establir acords de col·laboració públic-privada per tal de potenciar les iniciatives.	Governança
Tarragona té tot el que necessita per esdevenir una destinació top de vela, però necessita grans esforços de promoció conjunta i un pla estratègic específic de vela.	Governança
Habilitar un lloc on dur a terme formacions i tallers orientats als visitants i a la comunitat local per promoure la immersió cultural dels visitants.	Producte
Una residència d'estudiants seria una bona fórmula de desestacionalització i una oportunitat de generar un punt de reunió i intercanvi cultural entre estudiants i residents.	Producte
Dignificar, senyalitzar i promocionar els camins i senders dels voltants de l'Alberg i vehicular-ho amb el producte ja existent de	Producte

camins i senders de la Generalitat. (xarxa de senders homologats de Catalunya i mètode Sendif)	
Importància del turisme esportiu, d'acollir colònies esportives de nens i acollir estades de preparació de grups i equips amateurs o semi-professionals, així com promocionar el turisme esportiu a Tarragona i dinamitzar esportivament la zona de Platja Llarga. Adaptar l'oferta a aquests col·lectius: horaris de menjar, menús adaptats, lloc per guardar el material, etc.	Producte
Enfocar l'establiment al turisme familiar de proximitat.	Producte
Potencial de l'Alberg per actuar com a seu de diferents esdeveniments i seminaris, ja siguin orientats a segments turístics especialitzats o a la formació i intercanvi de coneixement entre entitats.	Producte
Hi ha una necessitat d'arreglar els camins i senders de la zona, doncs són molt bonics i molt poca gent els coneix. En canvi, destinacions com l'Ametlla-l'Ampolla i Salou exploten aquests productes d'una manera increïble i reuneixen a molts visitants. (Benchmark: L'Ametlla i Salou)	Producte
Generar un sentit de pertinença i posar en valor el patrimoni cultural local a través de diferents activitats i esdeveniments.	Producte
Importància del club de vela Platja Llarga com a agent dinamitzador d'aquesta zona i de la comunitat local, sobretot durant els caps de setmana, a través de diferents esdeveniments i activitats que posen en valor el patrimoni cultural local.	Producte
Programes socials d'activitats basats en la vela.	Producte
Necessitat d'orientar Tarragona al turisme esportiu de vela.	Producte
Enorme potencial de la vela per a fins educatius, de reinserció i de suport orientats a ajudar diversos col·lectius.	Producte
Turisme educatiu que posa en valor el patrimoni.	Producte
Activitats amb participació ciutadana que busquen la sensibilització i la conscienciació sobre les diferents problemàtiques ambientals i que ens conviden a repensar el nostre estil de vida per tal de disminuir el nostre impacte ecològic en el medi ambient.	Producte

Programa educatiu Kids for the Future orientat a les escoles, que integra 4 dels objectius de desenvolupament sostenible de les Nacions Unides per tal de conscienciar a les futures generacions de la importància de les seves accions diàries per protegir el planeta i garantir una sostenibilitat futura.	Producte
No es fan massa esdeveniments ni activitats en aquesta zona de Tarragona, però té un gran potencial i els terrenys on ara es troba l'antiga zona esportiva podrien ser un bon lloc per organitzar esdeveniments i activitats	Producte
Cada cop més, la gent viatja amb la seva mascota, seria interessant que aquest establiment pogués acollir les mascotes.	Producte
Apropar els visitants, en especial a escoles i infants, al patrimoni natural local a través de la dignificació i regeneració dels espais de dunes, tot i senyalitzant i afegint plaques informatives i d'interpretació que posin en valor els ecosistemes i les espècies animals i vegetals del nostre territori.	Producte
Gran oportunitat perquè aquest establiment es converteixi en una peça clau de la defensa, protecció i regeneració de l'entorn natural on es troba, per tal de millorar-ne l'atractiu, poder atraure més gent i dur a terme una tasca educativa amb tots aquests visitants.	Atractiu
Oportunitat per diversificar l'oferta d'allotjament de Tarragona i tenir un nou atractiu turístic a la ciutat.	Atractiu
Oportunitat de poder acollir representants d'altres destinacions agermanades a Tarragona a l'Alberg, degut a les seves sales polivalents i les excepcionals vistes que hi ha des del balcó de l'antic edifici de recepció des d'on s'aprecia l'encant natural d'aquesta zona de la ciutat.	Atractiu
Falta un punt de reunió de la comunitat universitària internacional de la URV. L'alberg podria esdevenir un punt de reunió per aquests joves que també atrauria a altres joves.	Atractiu
Les àrees de pícnic estan totalment abandonades i poc cuidades, a més d'acumular grans quantitats de brossa.	Atractiu
Contrarietat dels Veïns de Llevant al projecte parcial urbanístic de la Budellera que afecta directament la zona de Platja Llarga. Manifesta que a Tarragona queden diversos espais amb sòl edificable més cap al centre de la ciutat i que primerament s'hauria de lligar aquest teixit	Paisatge

urbà abans d'edificar en una de les últimes zones naturals amb valor i interès de la ciutat. Tarragona és una ciutat molt dispersa i primerament necessita lligar el nucli de la ciutat amb els barris de ponent.	
S'ha de fer alguna cosa a la platja llarga perquè cada vegada està més fràgil i resisteix menys els temporals.	Paisatge
Espais protegits com Xarxa Natura 2000 i Espais EIN d'interès natural que es troben ben a prop de Platja Llarga, a ambdós bandes de la costa (Punta de la Móra-Tamarit és un espai EIN amb limitacions urbanístiques i Hospitalet de l'Infant i Torredembarra tenen espais marítims protegits per la xarxa natura 2000 degut als boscos marins de posidònia que s'hi troben i altres espècies de fauna flora d'especial interès. Es constata que Tarragona també té aquests tipus de boscos marins ben a prop de Platja Llarga, perquè no intentar sol·licitar la denominació EIN a la zona costanera que integra la Platja Llarga, el bosc de la Marquesa i l'espai marítim del davant? (inclús es podria intentar unir amb l'espai PEIN de la Móra).	Paisatge
Oportunitat per regenerar ecosistemes naturals en perill i dotar-los d'un fi educatiu.	Paisatge
S'hauria de regular la urbanització i la construcció o renovació d'infraestructures en aquesta àrea i evitar que els càmpings segueixen guanyant terreny degut a les prohibicions i regulacions existents com la llei de costes, a més d'evitar males praxis i actuacions irresponsables en front al medi ambient. S'ha de deconstruir.	Paisatge
La Platja Llarga ha canviat molt amb els anys, actualment ha reduït molt el seu tamany i els temporals l'afecten de manera més contundent. En el fons marí cada vegada s'hi troba més brossa i residus derivats de l'activitat humana.	Paisatge
Falta informació sobre el patrimoni natural que tenim per tal que la gent el posi en valor i el senti com seu. Molta gent del territori no sap la gran quantitat d'espècies que tenim al mar Mediterrani ni l'alt grau d'importància que tenen per a l'ecosistema, sobretot de l'impacte que es genera degut a la desaparició de qualsevol espècie, ja que es irrecuperable.	Paisatge
Molts cotxes no respecten les zones d'aparcament durant l'estiu, és habitual veure cotxes aparcats a sobre les dunes i les zones d'interès natural degut a la manca de zones de pàrquing habilitades.	Mobilitat

És necessari establir una mobilitat més sostenible i limitar els accessos dels cotxes a aquestes zones de dunes que cada cop es veuen més reduïdes.	Mobilitat
S'hauria de facilitar una mobilitat més sostenible.	Mobilitat
Des del club de vela sempre hem fomentat la vessant social del club, ja que creiem que és la part més important. A través de diferents esdeveniments tractem de reforçar el sentiment de pertinença a una comunitat local.	Ciutadania
Per nosaltres aquest projecte és molt important degut a que els terrenys on ens trobem són propietat de la generalitat i no sabem què es farà. Des de la Federació Catalana de Vela ens donen la concessió però actualment només ens la prorroguen per terminis molt curts degut a aquesta incertesa. Això implica que no es duguin projectes a llarg termini i que tinguem, constantment, la sensació que ens poden fer fora en qualsevol moment. El millor que ens podria passar seria que ens donessin una concessió a llarg termini per poder dur a terme inversions que tenim pendents des de fa molt temps per tal de millorar el nostre equipament i instal·lacions i poder tenir la seguretat que el club continuarà molts anys més. Tenim més de 400 socis amb representació de moltes generacions diferents de Tarragona. El nostre és un club social sense ànim de lucre que representa part de la ciutadania i cultura local de Tarragona.	Ciutadania
S'haurien de dur a terme més iniciatives que busquin educar i aportar coneixement a la població referent a com s'ha d'actuar si ens trobem amb animals marins o espècies animals en el seu hàbitat, com s'ha fet des del Gepec amb les tortugues marines aquest estiu. A través de campanyes de voluntariat per vigilar les postes i nius de les tortugues caretta caretta i una gran campanya de comunicació, s'ha indicat a la població com actuar si es troben amb una tortuga que arriba a la platja a pondre ous i s'han vigilat i custodiat els nius on es van posar els ous per a que surtin endavant les futures cries i segueixi augmentant la població d'aquesta espècie que es troba en perill d'extinció al Mediterrani.	Ciutadania
Actualment, a aquesta zona de Tarragona li falta més ambient i equipaments, és bastant habitual que els més petits del barri vagin a preguntar als càmpings de la zona si poden utilitzar les seves pistes	Ciutadania

esportives degut a que hi ha una manca d'equipaments esportius a la zona de Platja Llarga.	
La residencial va ser un punt de reunió dels veïns de Llevant durant molts anys, s'hi organitzaven diferents activitats orientades a la comunitat local i també esdeveniments com grans celebracions en el gran menjador-restaurant que tenia. També ens hi quedàvem a dormir quan s'organitzaven colònies.	Ciutadania
Centre d'interpretació del Mar o Centre cívic del Mar, on es puguin reunir totes les entitats relacionades amb l'activitat esportiva en el mar o entitats que persegueixin la protecció d'aquest ecosistema i el seu estudi.	Ciutadania
La creació d'un Centre d'interpretació de la natura o d'una aula ambiental reforçaria la tasca de les entitats ambientals de Tarragona.	Ciutadania
Necessitat de crear un Centre cívic de Llevant, on es pugui reunir la comunitat local i actui com a seu d'entitats de la zona. Es poden organitzar activitats dirigides als residents i visitants per tal de potenciar la interacció cultural i posar en valor el patrimoni local.	Ciutadania

Font: Elaboració pròpia.

5.4 PROPOSTA ESTRATÈGICA

A continuació, es presenta la proposta estratègica final, la qual es pot convertir en un document de referència per tots els agents d'interès si aconsegueix l'aprovació i validació d'aquests. Si la proposta té acceptació i és validada, pot servir de base estratègica per tal d'alinejar les accions i activitats que els agents implicats duguin a terme en el futur, fet que augmentaria les possibilitats d'èxit i aportaria un gran valor afegit a aquest projecte.

A més, reforçaria la governança i col·laboració entre agents, administració i comunitat local, augmentant el grau d'engagement -o compromís- d'aquests col·lectius amb l'entorn natural de Platja Llarga, el futur Alberg i la destinació de Tarragona en general, fet que incrementa l'atractiu i el grau d'autenticitat d'una destinació turística de patrimoni, com és el cas de Tarragona.

L'estratègia integral, entre d'altres coses, proposa relacionades amb la definició dels usos potencials que es poden donar als diferents espais del nou establiment, una proposta de model de gestió compartida que compti amb la presència dels diferents agents de la zona, tota una sèrie d'iniciatives i programes socials amb participació ciutadana adaptats a les característiques del nou Alberg i de l'entorn natural on es troba o algunes propostes d'experiències i esdeveniments turístics que es podrien oferir i promocionar en el futur Alberg que gestionarà l'Agència Catalana de Joventut i que estarà integrat en la Xarxa D'Albergs de Catalunya (XANASCAT).



Font: Elaboració pròpia, 2020.

5.4.1. PROPOSTES D'ÚS EN ESPAIS AFECTATS PEL PROJECTE DE REMODELACIÓ

Segons va declarar el Conseller de Treball, Afers Socials i Família, el Sr. Chakir el Homrani, durant la presentació del projecte de remodelació de l'antiga Ciutat de Repòs, una part de la infraestructura i dels terrenys inclosos en aquest projecte, que actualment són propietat de la Generalitat de Catalunya, seran cedits a l'ajuntament de Tarragona per a ús públic.

Concretament la infraestructura que va ser l'antiga recepció, cafeteria i farmàcia de la Ciutat de Repòs i els terrenys situats entre la via del tren i la nacional N-340, que conformaven l'antiga zona esportiva del complex, actualment abandonat des del 2011.

Aquesta cessió dels terrenys per part de la Generalitat representa una gran oportunitat per a l'Ajuntament de Tarragona, qui podrà decidir els usos estratègics que es vol donar a aquests espais, els quals poden complementar i potenciar notablement l'activitat de l'Alberg en un futur. A més, és una notícia molt ben rebuda pels veïns i entitats de la zona, ja que permetrà ampliar els equipaments públics de la zona de Llevant, la qual fa temps que presenta una mancança de serveis i que gràcies al projecte de remodelació guanyaria molts metres quadrats d'equipaments públics destinats a l'ús ciutadà i al gaudi de la seva comunitat local.

Les propostes que s'exposen a continuació també contemplen usos potencials d'alguns dels espais naturals propers a l'establiment, amb l'objectiu que es dignifiquin, valoritzin i adaptin per tal que puguin esdevenir un actiu turístic més a l'entorn de la Platja Llarga.

Cal destacar que aquests espais naturals d'interès es troben situats en uns terrenys que integren parcel·les de diferents propietaris no identificats, i que per tant

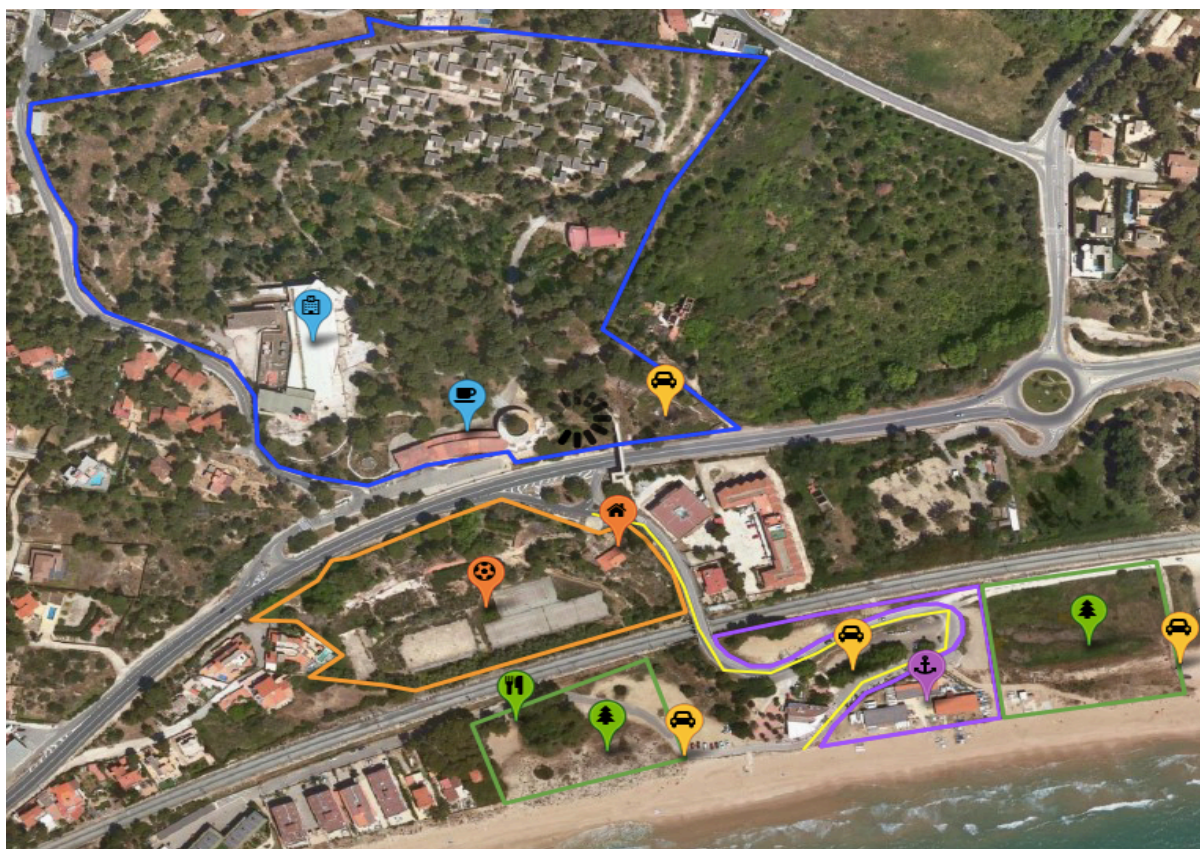
les propostes d'ús relacionades amb aquests espais dependrien de la prèvia negociació i acceptació per part d'aquests propietaris aliens al projecte, no essent directament aplicables com les propostes d'ús referents a la resta d'espais, els quals estan situats en terrenys en propietat de la Generalitat o de l'Ajuntament.

Amb l'objectiu de facilitar la identificació de les infraestructures i terrenys integrats en aquesta proposta estratègica i localitzar les propostes d'ús en els diferents espais afectats, s'han elaborat dos mapes que delimiten les diferents zones d'interès i aporten informació visual referent als usos dels espais.

Primerament, s'ha elaborat un mapa amb els antics usos que es donaven als espais que actualment estan en desús i els usos actuals que tenen els espais que encara mantenen l'activitat, incorporant una explicació de la situació actual d'aquests espais situats a l'entorn de Platja Llarga per tenir una imatge de la situació de partida i del context actual d'aquesta zona.

Posteriorment, s'ha elaborat un nou mapa que incorpora les noves propostes, identificades amb icones diferents segons l'ús proposat i diferenciades per colors segons l'espai al que va dirigida la proposta. Les propostes d'ús incorporades en el Mapa 2 són les que s'han desenvolupat en les fitxes de l'apartat 1, amb un total de 9 propostes referents als usos i funcions que es podria donar a aquests espais.

Figura 18. Usos anteriors i actuals dels espais integrats en el projecte de remodelació.



Elaboració pròpia.

A la part superior de la imatge es situa el polígon blau, delimitant el terreny en desús de l'Antiga Ciutat Residencial, el qual es destinava a l'allotjament de visitants (hotel), zona de recepció, restauració i oci (tassa cafè) i zona d'aparcament (cotxe), com senyalen les respectives icones (d'esquerra a dreta).

A sota, a la part sud de la nacional-240, ens trobem el polígon taronja, que delimita els terrenys que conformaven l'antiga zona esportiva de l'establiment (icona pilota), actualment també en desús, i on també trobem una infraestructures abandonades com una caseta (icona caseta) o l'antiga bolera (icona panteó), aquesta última amb un alt valor arquitectònic.

A la zona de la platja, trobem dos polígons verds. El de la dreta delimita una zona de dunes que es va intentar protegir i regenerar sense massa èxit ja fa uns anys, situada en una parcel·la (polígon lila) que també integra el Club de Vela Platja Llarga (icona àncora) i també és propietat de la Generalitat. Tant a la part de la parcel·la on hi ha l'ecosistema de dunes com a la part que pertany al club de vela per concessió, hi aparquen cotxes sense cap tipus de control ni ordenació, envaint espais d'interès natural (icones cotxes).

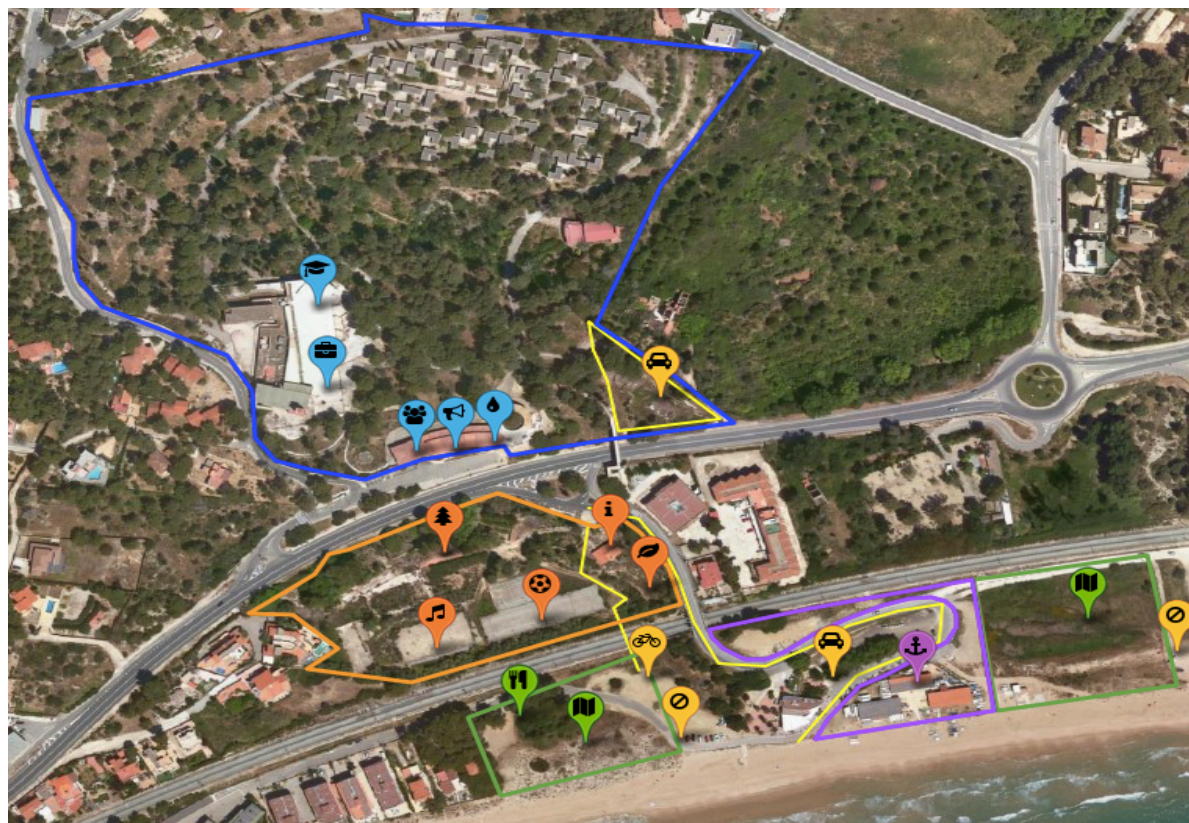
El polígon verd de l'esquerra delimita uns terrenys que no són propietat de la Generalitat però tenen interès per aquest projecte. Es tracta d'una zona de dunes

(icona avet) on hi ha una zona de pícnic a l'ombra dels arbres (icona coberts), actualment bastant descuidada. Per aquesta zona hi creua la carretera d'accés als xalets de l'esquerra i també hi aparquen els cotxes sense respectar aquest ecosistema d'alt interès natural (icona cotxe). A més, aquest fràgil terreny natural i el terreny de l'antiga zona esportiva es connecten per un pont subterrani que creua la via del tren, i que actualment està tapiat, obligant a la gent que vol accedir a la platja per aquesta zona a fer-ho a través de la carretera per on ho fan els cotxes, un accés gens adaptat, sense acera ni massa seguretat (línia groga).

Un cop analitzada la situació actual d'aquests espais, a continuació es presenta un nou mapa que incorpora les noves propostes d'ús i afegeix funcions innovadores en alguns dels espais, amb l'objectiu de dotar el futur establiment amb un alt grau de polivalència, reforçar la governança i col·laboració entre entitats, promoure la participació ciutadana o valoritzar l'entorn natural de la Platja Llarga, entre d'altres coses.

Els usos plasmats en aquest mapa estan connectats amb les fitxes següents, les quals descriuen cada proposta extensament, fixen els objectius i impactes previstos, senyalen quins són els principals agents implicats en cada una i, en alguns dels casos, fan referència a propostes similars que s'hagin dut a terme amb èxit en altres destinacions.

Figura 19. Proposta d'usos en els diferents espais afectats pel projecte de remodelació de la CR.



Elaboració pròpia.

PROPOSTA 1.1: Organització d'esdeveniments.

Espai:

Edifici Principal de l'Alberg (icona maletí).

Descripció:

Un cop acabada la remodelació, l'edifici principal del nou complex comptarà amb una recepció, habitacions, un menjador amb gran capacitat, tres grans sales polivalents i una biblioteca, entre els equipaments més destacats.

Tenint en compte l'alta capacitat que tindrà el menjador i les sales polivalents, una de les funcions principals que pot tenir aquest espai és la d'acollir grans esdeveniments, formacions, xerrades, seminaris, actes... amb el valor afegit de poder allotjar les persones participants en el mateix recinte, fet que obre les portes a l'Alberg a poder atraure varis segments de mercat.

Les possibilitats que ofereixen els equipaments d'aquest edifici són molt amplies. Alguns exemples són: esdeveniments privats d'empreses, formacions i pràctiques professionals, seminaris esportius, actes relacionats amb el turisme, celebracions privades, jornades de col·laboració entre entitats, jornades de convivència, etc.

També es poden organitzar celebracions o actes puntuals dirigits a la comunitat, obrint les portes de l'establiment a l'ús ciutadà, com podrien ser celebracions locals, festa de cap d'any o actes populars.

Objectius:

- Impulsar els esdeveniments de tot tipus.
- Desestacionalitzar la demanda.
- Diversificar l'oferta: atraure diferents segments de mercat a l'establiment.
- Atraure grans grups de visitants.
- Oferir productes combinats (allotjament + àpats + ús d'instal·lacions + activitats).
- Obrir l'establiment a clients externs.

Impacte previst:

- Altes ocupacions durant esdeveniments.
- Dinamització de l'establiment en temporada baixa.
- Imatge d'establiment modern i polivalent.
- Imatge associada al coneixement i la innovació.

Agents implicats:

Alberg, Tarragona Convention Bureau, Patronat de Turisme de Tarragona.

PROPOSTA 1.2: Creació d'un espai de gestió compartida del turisme.

Espai:

Antic edifici de recepció (icona ninots).

Descripció:

En la línia del que es va parlar durant el taller participatiu, i apostant clarament per la governança, es considera clau la creació d'un espai que pugui convertir-se en el lloc on es plantegi i gestioni conjuntament (i estratègicament) el turisme per part de les entitats responsables. És una necessitat que reclamen els mateixos representants de l'Ajuntament, del Patronat de Turisme o de l'Oficina de Turisme de Tarragona, i també és una de les principals accions base que es recullen en el Pla de Contingència de l'Activitat Turística de Tarragona, elaborat per l'Eurecat en col·laboració amb el Patronat Municipal de Turisme i publicat al Juny.

És una necessitat reforçar el liderat en matèria de turisme a la ciutat, dissenyant un pla estratègic que senti les bases del model turístic de futur que es desitja i fent partícips del procés als agents involucrats en l'activitat turística de la ciutat per tal d'alinejar objectius, remar cap a la mateixa direcció i reforçar la marca Tarragona a través d'accions conjuntes i coordinades.

El nou Alberg pot integrar l'espai on es dugui a terme aquesta governança, aprofitant el seu caràcter social, la seva localització privilegiada i equipaments moderns per tal d'acollir reunions, jornades de col·laboració, taules de treball o fins i tot rebre a representants d'altres destinacions i entitats en aquestes instal·lacions per tal d'establir lligams, un fet que es bastant habitual a Tarragona, ja que la ciutat està integrada en diverses aliances i xarxes de ciutats turístiques (Costa Daurada, Conveni Corner, Ciutats Patrimoni, xarxa AVE, etc.).

La proposta és habilitar un espai d'ús compartit entre les diferents DMO involucrades a Tarragona, i que es localitzi a l'antic edifici de la recepció, on també es situarà el futur Centre Cívic de Llevant. D'aquesta manera, els diferents agents, entitats o ciutadans que requereixin de suport, consultoria o qualsevol altre servei relacionat amb l'activitat turística podran venir aquí per reunir-se amb els responsables de la gestió turística de Tarragona.

L'edifici compta amb més de 900 metres quadrats i té una terrassa amb unes vistes privilegiades de la Platja Llarga, on es podrien organitzar "cocktails" de benvinguda per als representants d'altres destinacions o petits actes i reunions. Quan sigui necessari, es poden dur a terme a l'edifici principal de l'Alberg, que disposa de grans sales amb més capacitat.

Objectius:

- Augmentar la governança i l'eficiència de la gestió turística de Tarragona.

- Promoure la col·laboració entre els agents turístics de la ciutat.
- Dotar aquesta iniciativa amb un espai permanent per tal de fer-lo més accessible als agents.
- Aprofitar la localització privilegiada en aquest entorn natural per transmetre una imatge diferent de Tarragona als visitants.

Impacte previst:

- Reforç del liderat del Patronat Municipal de Turisme.
- Major implicació dels agents turístics.
- Definició de l'estratègia turística conjunta.
- Augment de la popularitat del patrimoni natural de Tarragona.

Agents implicats:

Ajuntament de Tarragona, Patronat Municipal de Turisme, Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona, Diputació de Tarragona, Agents Turístics, Ciutadania.

PROPOSTA 1.3: Crear un espai dirigit a la promoció i dinamització esportiva.

Espai:

Antic edifici de recepció (icona altaveu).

Descripció:

En la mateixa línia que l'anterior proposta, i aprofitant la vessant esportiva que es vol donar al nou Alberg, neix la idea d'habilitar un altre espai compartit, en aquesta ocasió orientat a la dinamització i promoció esportiva a Tarragona, per tal de posicionar Tarragona com una destinació esportiva de futur.

A través de la col·laboració entre la conselleria de turisme, la conselleria d'esports i les entitats esportives de la ciutat, aquest espai pot dur a terme una tasca clau en favor del nou Alberg, a més de diversificar l'oferta turística de la ciutat que actualment es troba estancada en el turisme cultural i de patrimoni, que generalment complementa els productes turístics de les destinacions properes, més especialitzades en turisme massiu de sol i platja.

En la visió de futur del model turístic de Tarragona, la majoria d'agents que van participar en el taller de generació de propostes varen coincidir en que Tarragona reuneix totes les condicions per esdevenir una destinació esportiva de primer nivell, concretament referint-se al ciclisme i la vela lleugera com a productes de futur més prometedors.

Tenint en compte les característiques del nou Alberg i l'entorn natural on es situarà, la idea d'atraure grups d'esportistes, ja siguin amateurs o semi-professionals, així com promoure tot tipus de colònies i estades esportives, és una opció estratègica molt interessant.

L'alberg es troba ben a prop de l'Anella verda de Tarragona, i de l'entramat de camins històrics de la ciutat que compta amb més de 75km de camins senyalitzats, i el projecte que uneix Llevant amb la resta de la ciutat a través del carril bici està previst que acabi abans que s'inauguri l'Alberg. Ben a prop de l'establiment hi ha dos clubs de tennis, el club de futbol del Gimnàstic de Tarragona i el més important, el Club de Vela Platja Llarga.

Aquest club de vela històric de la ciutat porta anys desenvolupant una tasca social destacable, i es troba situat en un dels terrenys en propietat de la Generalitat, qui els va cedir a la Federació Catalana de Vela i posteriorment va cedir en concessió al club. El Club de Vela Platja Llarga és un actiu molt valuós en la comunitat local de Platja Llarga i pot tenir un paper destacat en l'operativa de l'Alberg, no només acollint activitats de lleure per als visitants, sinó que també essent protagonista de diverses iniciatives socials conjuntes que es recullen en una altra proposta d'aquest document.

Objectius:

- Posicionar i reforçar la imatge de Tarragona com una destinació d'esports competitiva.
- Promoure la col·laboració públic-privada entre conselleria d'esports i entitats esportives.
- Desestacionalitzar la demanda.
- Diversificar l'oferta per atraure nous segments de mercat.
- Millorar la qualitat dels actius i infraestructures orientades a l'esport.
- Aconseguir algun segell distintiu que acrediti Tarragona com a destinació esportiva.

Impacte previst:

- Augment del nombre de campanyes de promoció i d'organització d'esdeveniments esportius.
- Augment de la demanda de turisme esportiu.
- Major implicació de les entitats esportives en la promoció de Tarragona com a destinació esportiva.
- Augment d'accions conjuntes entre administració i entitats.
- Major interès de la destinació en atraure turisme esportiu.

Agents Implicats:

Ajuntament de Tarragona, Patronat Municipal de Turisme, Conselleria d'Esports, Agents i Entitats Esportives.

PROPOSTA 1.4: Vessant ambiental del Centre Cívic de Llevant.

Espai:

Antic edifici de recepció (icona gota d'aigua).

Descripció:

Fa molt temps que els veïns i la comunitat local dels barris de Llevant reclamen un Centre Cívic en aquesta zona de la Ciutat. Finalment, gràcies a la cessió per part de la Generalitat i segons contempla el projecte de remodelació, el Centre Cívic de Llevant es situarà en l'antic edifici de la recepció de la Ciutat de Repòs, on també hi havia la farmàcia i la cafeteria. Aquest espai estarà dirigit a l'ús social i ciutadà dels veïns de la zona, i la següent proposta vol posicionar a les diverses entitats, associacions i plataformes veïnals de la zona com a agents actius d'aquest centre cívic per dur a terme una tasca ambiental.

Durant el taller participatiu es van realitzar diverses demandes que reclamaven la necessitat d'un centre d'aquestes característiques, on es podrien localitzar les seus i centres operatius de diverses entitats ambientals i plataformes ciutadanes per a que duguin a terme la seva activitat i la donin a conèixer a ciutadans i visitants, ajudant a la protecció i valorització de l'entorn natural de Platja Llarga.

És per això que aquesta proposta estratègica té com a objectiu ampliar el ventall de funcions i usos que pot tenir aquest Centre Cívic de Llevant, per tal que també complementi l'oferta de l'Alberg i no només tingui una funció orientada a la ciutadania.

El fet que diferents entitats ambientals i plataformes ciutadanes ubiquin la seva seu en aquest edifici situat a tocar de l'Alberg, pot afavorir la interacció entre visitants i comunitat local i aportar valor afegit a l'atractiu cultural de l'establiment, a més de diferenciar-se com un establiment sostenible que vetlla pel benestar del medi ambient.

Aquest centre cívic podria acollir tot tipus de tallers, activitats de voluntariat, formacions, exposicions o esdeveniments organitzats per aquestes entitats, els quals estarien oberts al públic i s'afegirien a la cartera d'experiències i activitats que s'ofereixen a l'Alberg.

Les activitats esmentades són algunes de les que duen a terme des de fa temps aquestes entitats, i que de ben segur agafarien més força si el Centre Cívic habilités aquest espai.

A més, es vol potenciar aquesta vessant ambiental amb altres propostes d'ús sostenible.

La primera és convertir la petita casa abandonada situada en els terrenys de l'antiga zona esportiva en un petit centre d'interpretació de la natura o eco-museu

que disposi d'un espai a l'aire lliure on aquestes entitats puguin dur a terme diferents accions i activitats.

L'altra és la de dignificar els espais de dunes i adaptar-los per a que es puguin dur a terme sortides educatives, amb l'objectiu d'anar regenerant aquestes zones a llarg termini.

Objectius:

- Dotar aquest Centre Cívic d'una vessant ambiental, orientada a la protecció i posada en valor de l'entorn natural de Platja Llarga.
- Posicionar l'Alberg com un establiment sostenible.
- Augmentar el grau d'interacció entre comunitat local i visitants per tal d'oferir una experiència més autèntica d'immersió cultural i connexió amb la destinació.
- Augmentar el grau d'engagement de la comunitat local i les entitats ambientals amb l'Alberg.
- Reforçar l'activisme ambiental de les entitats de la zona i augmentar la seva capacitat d'acció a través d'aquests nous recursos.

Impacte previst:

- Posada en valor d'espais naturals fràgils i en perill.
- Augment de la conscienciació i sensibilització ambiental dels ciutadans i visitants.
- Augment del grau d'engagement amb la destinació per part dels visitants.
- Recuperació i Regeneració d'ecosistemes amb alt interès natural.

Agents Implicats:

Ajuntament de Tarragona, Alberg, Entitats Ambientals, Ciutadania, Visitants, Conselleria de territori i sostenibilitat.

Benchmarking:

[Aula ambiental del Parc del Besòs](#)

Figura 20. Aula ambiental del Parc del Besòs



Font: Àrea Metropolitana de Barcelona

PROPOSTA 1.5: Residència d'Estudiants.

Espai:

Alberg (icona barret).

Descripció:

La inauguració del nou Alberg suposarà una gran notícia per als joves de Tarragona, doncs pot ser un punt de reunió de la comunitat local jove de la ciutat si s'aconsegueix atraure'ls adientment. Amés, Tarragona és una ciutat universitària i, cada vegada, la URV acull més estudiants internacionals en les carreres i màsters que imparteix. La majoria d'aquests estudiants d'intercanvi acaben vivint a Tarragona en pisos compartits i cars, dispersats pel teixit urbà de la ciutat i sense tenir el suport institucional que els agradaria a nivell d'orientació, oferta d'oci, immersió cultural, etc.

Després de viure aquesta situació amb els companys de Màster durant aquest curs, va sorgir la idea de crear un espai distintiu de reunió de la comunitat universitària i la gent jove de Tarragona, que tingui els espais necessaris per satisfer aquest col·lectiu i, el nou Alberg, reuneix totes les característiques per esdevenir aquest lloc.

A més, aquesta funció de residència d'estudiants ja existeix en altres establiments de la XANASCAT, i per a l'Alberg de Tarragona seria una molt bona fórmula per esdevenir un punt de reunió d'estudiants, afavorint l'intercanvi cultural entre residents i joves visitants, i també suposaria una altra fórmula de desestacionalitzar la demanda i mantenir l'activitat i el moviment a l'establiment i a la zona de Llevant durant els mesos de menys turisme.

Si l'Alberg adapta una petita proporció de la seva capacitat com a residència universitària, per exemple entre un 5% i un 10%, es podrien acollir a uns 50 estudiants d'intercanvi durant cada curs. A més, tenint en compte tots els equipaments de l'establiment i la seva vessant educativa i de formació, aquests estudiants fins i tot podrien dur a terme les seves pràctiques a l'Alberg.

Així doncs, poder comptar amb la presència de 50 joves durant tot l'any a l'Alberg garantiria un percentatge mínim d'ocupació i una quantitat d'ingressos fixos durant els mesos de menys demanda, augmentaria l'atractiu cultural de l'establiment i facilitaria que l'Alberg es converteixi en un punt de reunió de la comunitat local jove, fet que seria una gran notícia per a l'Alberg i augmentaria la seva competitivitat.

Objectius:

- Posicionar l'Alberg com el lloc de reunió i trobada de la comunitat universitària a Tarragona.

- Augmentar l'atractiu cultural de l'establiment a ulls de la comunitat local i el segment de joves, ja siguin locals o visitants.
- Desestacionalitzar la demanda.
- Associar la imatge de l'Alberg a la joventut, el coneixement, l'oci i l'intercanvi cultural.
- Establir un conveni de col·laboració amb la URV i esdevenir la localització base de l'International Center de la URV a nivell d'organització d'activitats de lleure, esdeveniments, actes de benvinguda, etc.
- Assegurar uns ingressos i percentatge d'ocupació mínims durant els mesos de temporada baixa.

Impacte previst:

- Dinamització de la zona de Llevant durant els mesos de temporada baixa.
- Ingress d'una quantitat econòmica fixa durant els mesos de temporada baixa.
- Augment de popularitat de l'Alberg entre la comunitat local jove.
- Augment de l'atractiu cultural de l'establiment.
- Esdevenir el punt de reunió i oci de la comunitat universitària.

Agents Implicats:

Alberg, URV, Estudiants, International Center, Comunitat Local Jove, Conselleria de Joventut.

Benchmarking:

[Residència d'estudiants de la Xanascà a Lleida](#)

Figura 21. Residència d'estudiants de la Xanascà a Lleida



Font: XANASCAT

PROPOSTA 1.6: Parc de la ciutat amb usos sostenibles, esportius i culturals (ECO-PARK).

Espai:

Antiga zona esportiva de la ciutat de repòs.

Descripció:

Els terrenys de l'antiga zona esportiva de la Ciutat de Repòs seran cedits a l'Ajuntament de Tarragona per a ús públic, com s'ha explicat anteriorment.

No s'hi preveu cap treball ni remodelació fins més endavant, un cop estigui finalitzada la remodelació de la Ciutat de Repòs, però està previst que es recuperi aquesta zona i es posi a disposició de la ciutadania.

En aquesta línia, la proposta d'ús per aquest espai anirà orientada al gaudi de la ciutadania, però també busca complementar l'Alberg de la manera que s'explica a continuació.

La idea és crear un parc de la ciutat (icona avet) que combini diversos usos i que sigui polivalent, tractant que es converteixi en una zona verda que s'integri amb el paisatge del voltant i actuï com a extensió dels paisatges naturals de dunes gràcies a la plantació d'espècies autòctones i tractant de construir els equipaments justos i necessaris per mantenir al màxim el caràcter natural d'aquest espai.

Aquesta gran superfície d'aproximadament dues hectàrees va ser durant molts anys la zona esportiva de la ciutat de repòs, i disposava de varies pistes de tennis, una bolera o una piscina de 25 metres entre els equipaments més destacats.

La proposta d'ús dirigida a aquest espai vol mantenir-ne la vessant esportiva (icona pilota), però adaptant-la a les necessitats actuals. És per això que es creu convenient substituir les pistes de tennis per una pista multi-esport de futbol sala i bàsquet, degut a que hi ha dos clubs de tennis a tocar d'aquesta zona i que, durant el taller participatiu, es va poder escoltar el testimoni d'alguns veïns de la zona, que van manifestar que els nens del barri han d'anar a preguntar als càmpings de la zona si els deixen fer servir les seves pistes per practicar esport, fet que evidencia la manca d'equipaments esportius públics de la zona.

També es va parlar d'una opció que s'havia plantejat fa temps, la d'instal·lar-hi un rocòdrom, un equipament que dinamitzaria la zona de ben segur i actuaria de producte complementari de l'Alberg, atraient a molts joves que són adeptes a l'escalada.

Una altra proposta interessant estratègicament que va sorgir durant el taller va ser la d'instal·lar-hi un circuit de tipus "pumptrack" per a monopatins i bicicletes, una disciplina en auge que cada cop està més de moda i suposaria un altre producte diferenciador i poc comú a la zona, igual que el rocòdrom.

Aquests equipaments suposarien un gran atractiu per al segment de joves i de turisme esportiu, i de ben segur que satisfarien als joves de la comunitat local de Tarragona.

L'altre ús amb el que es vol dotar aquest espai és l'ús cultural (icona música), reservant una part del parc per a l'organització d'esdeveniments culturals com concerts, fires gastronòmiques, celebracions populars, etc. Aquesta funció no requereix d'una gran inversió, simplement mantenir una zona del parc adaptada a aquests usos, on s'hi puguin muntar i emplaçar infraestructures d'ús temporal com escenaris, taules i cadires, paradetes o vehicles "foodtruck", per exemple. Aquesta vessant cultural del parc també suposaria un producte complementari per a l'Alberg, donat que un cop en funcionament podria acollir infinitat d'esdeveniments que se sumarien a l'oferta complementària de l'establiment i de la destinació, en un emplaçament natural privilegiat a la vora del mar i amb unes vistes magnífiques.

El darrer ús que es proposa per aquest espai, i potser el més innovador, és el d'habilitar l'antiga caseta abandonada com a Aula Ambiental o petit Centre d'Interpretació de la Natura (icona informació), el qual posi en valor el patrimoni natural local i que pugui acollir activitats organitzades per les entitats ambientals de la zona, les quals tindrien la seva seu operativa ben a prop, a l'antic edifici de la recepció, com s'ha proposat anteriorment. D'aquesta manera, l'aula ambiental de Platja Llarga es convertiria en un equipament amb usos sostenibles orientat a l'educació i protecció ambiental.

A la vora de la caseta, s'hi podria incorporar una "jugateca" ambiental, un petit parc orientat a l'educació ambiental dels més petits a través de diversos jocs i gimcanes construïts a base de materials sostenibles.

També es podria habilitar una zona per a la creació d'horts urbans socials (icona fulla), una activitat en auge, i que estaria permanentment a disposició de la ciutadania i també dels visitants, a través d'activitats organitzades per aquestes entitats ambientals. Així, aquest parc disposaria d'una clara vessant ambiental amb usos sostenibles, i podria dur a terme una tasca clau de comunicació i promoció de la sostenibilitat degut a que es trobaria en un punt estratègic de pas si s'acabés adaptant un accés a la platja a través del parc.

Objectius:

- Dotar a ciutadania i visitants d'un espai d'ús públic polivalent.
- Dinamitzar la zona de Llevant a nivell d'esdeveniments.
- Ampliar els equipaments esportius públics de la zona de Llevant.
- Dotar el parc amb equipaments innovadors i diferenciadors (rocòdrom, circuit "pumprack", jugateca ambiental, horts urbans).
- Promoure l'actitud respectuosa amb el medi ambient i posar en valor el patrimoni natural local de Tarragona.
- Integrar el parc paisatgísticament a l'entorn natural on es troba.

- Proveïr la zona de Llevant amb un gran espai verd.

Impacte previst:

- Increment del nombre d'esdeveniments culturals organitzats a la zona de Llevant.
- Millora de la qualitat de vida dels veïns de la zona.
- Major grau de sensibilització ambiental per part de comunitat local i visitants.
- Atracció de col·lectius esportius estratègics (d'aventura).
- Ampliació de l' oferta complementària de l'Alberg.
- Augment de l'atractiu de Platja Llarga i de la zona de Llevant.

Agents Implicats:

Ajuntament, Entitats ambientals, culturals i esportives, Ciutadania, Visitants, Alberg.

Benchmarking:

[Parc del Riu Llobregat](#)

Figura 22. Parc del Riu Llobregat



Font: Vilapress

[Jugateca Ambiental del Besòs](#)

Figura 23. Jugateca Ambiental del Besòs.



Font: Àrea Metropolitana de Barcelona.

[L'hort social d'Altafulla](#)

Figura 24. Hort de la Sínia. L'hort social d'Altafulla.



Font: Hort de la Sínia

[Circuit "pumptrack" l'Escala.](#)

Figura 25. Circuit “pumptrack” l'Escala.



Font: Diari Sport.

[Rocòdrom del Parc del Segre](#)

Figura 26. Rocòdrom del Parc del Segre.



Font: El Periòdic.

PROPOSTA 1.7: Protecció, posada en valor i regeneració d'ecosistemes d'alt interès natural.

Espai:

Zones d'ecosistemes dunars a primera línia de platja (icona mapa).

Descripció:

Com s'ha constatat en els últims mesos, el litoral de Platja Llarga sofreix cada cop més amb els temporals marítims, i les conseqüències que se'n deriven són cada vegada més preocupants. Un dels varis motius que propicien aquest fet és la reducció dels paisatges de dunes, els quals conformen una barrera natural davant les pujades de nivell del mar.

A banda d'aquesta funció en front dels creixements de mar, els ecosistemes de dunes destaquen per l'alt nombre d'espècies animals i vegetals autòctones que s'hi troben. Serveixen com a nius permanents per algunes aus, roedors o amfibis i també actuen com petits oasis on hi descansen els ocells durant les seves migracions.

Cada vegada més, i degut a l'augment de l'interès per l'educació ambiental, més persones coneixen tots els beneficis d'aquestes "muntanyes de sorra" i les espècies vegetals que hi arrelen, moltes vegades confoses amb brossa marina per part dels usuaris de la platja.

Tot i això, i davant la necessitat d'aturar la pèrdua d'aquests ecosistemes, és imperatiu actuar i protegir els últims reductes de dunes que queden al litoral català. A través de la dignificació, senyalització i adaptació d'aquests espais, es poden vehicular diversos productes turístics i educatius que ajudin a posar en valor aquests ecosistemes i que permetin començar una tasca de regeneració a llarg termini.

En destinacions properes a Tarragona com Torredembarra, s'han aconseguit resultats molt positius amb iniciatives com la de l'espai Muntanyans, on actualment s'hi duen a terme activitats d'educació ambiental o experiències turístiques innovadores i inclusives.

És per això que, amb una proposta d'ús clarament orientada a la conservació i educació ambiental, i amb l'ajuda de les entitats ambientals, l'administració local i la ciutadania, aquests espais podrien mantenir-se a llarg termini i recuperar la seva funció natural, a més d'esdevenir una eina educativa i un producte turístic fantàstics.

La idea és protegir les zones amb un cercat sostenible de fusta i cordes, crear un circuit, senyalitzar-lo i afegir-hi cartells d'interpretació que expliquin la funció d'aquests ecosistemes, les espècies animals i vegetals que hi habiten i altra informació d'interès.

Ben a prop d'una de les zones de dunes hi ha una zona de pícnic que es podria arreglar i seria perfecte per parar-hi a esmorzar o dinar amb els grups escolars (icona coberts).

Un cop adaptats aquests espais, es podran incorporar a la cartera d'activitats del centre d'interpretació, guanyaran atractivitat i seran més visibles pels usuaris de la platja, fet que els posarà en valor i ajudarà a divulgar la tasca de conservació que s'està duent a terme per part dels agents responsables de la seva gestió.

En quant a la gestió, podria ser compartida entre l'Ajuntament i les entitats ambientals involucrades en la zona, com per exemple Ecologistes en Acció, el Gepec-Edc o la Plataforma Salvem la Platja Llarga, els quals també s'encarregarien d'organitzar activitats amb participació ciutadana o sortides educatives en aquests espais, a més d'oferir visites guiades i d'interpretació als visitants que ho desitgin.

Objectius:

- Protegir, conservar i regenerar els espais de dunes.
- Vehicular una eina educativa.
- Crear un producte turístic complementari.
- Augmentar la resiliència de la Platja Llarga en front els temporals marítims.
- Connectar el centre d'interpretació de la natura amb aquests espais protegits.

Impacte previst:

- Regeneració dels ecosistemes de dunes a llarg termini.
- Major visibilitat i divulgació de la tasca de conservació que es du a terme.
- Augment de l'interès i valoració sobre aquests espais per part dels usuaris de la platja.
- Disminució del ritme de reducció de les platges.
- Disminució dels impactes generats pels temporals marins.

Agents Implicats:

Entitats ambientals, Ajuntament, Alberg, ciutadania.

Benchmarking:

[Espai Muntanyans Torredembarra](#)

Figura 27. Espai Muntanyans Torredembarra



Font: Turisme Torredembarra

PROPOSTA 1.8: Regularització de la concessió dels terrenys de la Generalitat a la Federació Catalana de Vela, on es situa el Club de Vela Platja Llarga.

Espais afectats:

Terreny on es situa el Club de Vela Platja Llarga (perímetre lila).

Descripció:

Segons ens van transmetre els representats de la Federació Catalana de Vela i del Club de Vela Platja Llarga durant el taller participatiu, la seva situació actual es caracteritza per la incertesa sobre el futur d'aquesta entitat i dels drets d'explotació d'aquests terrenys.

Des de que es va reformar la llei de costes fa uns anys, la qual preveia que els clubs nàutics situats en zones portuàries i d'ús públic no podrien sobrepassar els 300 metres quadrats de superfície, són varis els clubs que s'han vist afectats, inclús desencadenant la desaparició d'entitats històriques dedicades a la vela i al món nàutic a l'ample del territori Català.

Per sort, el Club de Vela Platja Llarga té una forma jurídica diferent, i es va formar com a Club Social, fet que ha evitat que es vegi afectat per aquesta reforma.

Tot i això, des de la reforma de la llei de Costes, les concessions d'ús han estat prorrogades per un temps reduït, concretament de només 3 anys, fet que ha portat al Club de Vela Platja Llarga a una situació d'incertesa sobre el seu futur pròxim i ha limitat la seva capacitat per fer inversions a llarg termini relacionades amb la millora d'equipaments i instal·lacions.

En conseqüència, s'ha constatat una precarització del Club, el qual davant d'aquesta situació no vol incórrer en grans inversions per si al final no s'acaba renovant la seva concessió i han d'acabar marxant del que ha estat la seva casa per més de 40 anys.

Aquesta proposta tracta d'establir un acord entre les administracions pertinents, per tal que aquesta entitat social i esportiva històrica de Tarragona segueixi present en aquest entorn a llarg termini, en motiu del seu alt valor cultural i la tasca social que desenvolupa des de fa temps. La regularització de la concessió suposaria una gran notícia pel Club, per la comunitat local de Tarragona i tots els seus socis, així com per al nou Alberg, el qual gaudiria del valor afegit que suposa comptar amb una entitat d'aquestes característiques a tocar de l'establiment.

A més, aquesta proposta estratègica també contempla la creació d'un programa social d'activitats en col·laboració amb el Club de Vela Platja Llarga, el qual posi en valor la vessant social de l'establiment i d'aquesta entitat a través de la pràctica de la vela.

En definitiva, el Club de Vela Platja Llarga forma part del patrimoni cultural de Tarragona i de la seva història, i és imperatiu que aquesta entitat perduri per tal

de seguir duent a terme la tasca esportiva i social que des de fa tants anys el caracteritza, mantenint viva una peça clau en l'entramat social de la zona de Llevant.

Objectius:

- Assegurar la continuació del Club de Vela Platja Llarga a llarg termini.
- Protegir i conservar el patrimoni cultural de Tarragona.
- Regularitzar la situació del club per acabar amb la precarització d'equipaments actual.
- Posicionar el Club de Vela com un agent social històric de la ciutat.
- Potenciar l'oferta complementària de l'Alberg.

Impacte previst:

- Millora d'equipaments i infraestructures del Club.
- Major atractiu de l'Alberg.
- Preservació del patrimoni cultural i social de Tarragona.
- Reforç de la tasca que desenvolupa el Club.

Agents Implicats:

Ajuntament de Tarragona, Generalitat de Catalunya, Federació Catalana de Vela, Club de Vela Platja Llarga, Costes.

PROPOSTA 1.9: MOBILITAT SOSTENIBLE: Millora de l'accessibilitat, regulació de la mobilitat i adequació de zones d'aparcament.

Espais afectats:

Antiga zona d'aparcament de la Ciutat Residencial situada a tocar de la Nacional-240, Antiga zona esportiva de la ciutat de repòs, Carretera d'accés a la Platja Llarga, Zones de dunes.

Descripció:

Aquesta proposta vol respondre a diverses demandes de veïns i agents de la zona de Platja Llarga i posar solució a diferents problemàtiques actuals. És un fet constatat que durant els mesos de més afluència a les platges, aquesta zona de Tarragona sofreix una massificació de cotxes degut a la manca d'aparcaments habilitats i a la poca conscienciació de molts ciutadans i visitants.

És necessari regular i repensar l'accessibilitat a la Platja Llarga, habilitar més zones d'aparcament en llocs adients i controlar que es respectin els espais naturals com les zones de dunes, les quals actualment es veuen envaïdes pels cotxes, amb l'objectiu de reduir impactes negatius i millorar la qualitat i atractiu de la platja.

També és necessari promoure la mobilitat sostenible en campanyes de comunicació per tal de conscienciar a la població dels seus beneficis i millorar les connexions, tant de transport públic com de carril bici (projecte ja en marxa), per augmentar el nombre d'usuaris que es desplacen d'aquesta manera.

La proposta tracta, principalment, de restringir l'aparcament i circulació de vehicles a les zones de primera línia de platja on es situen els ecosistemes de dunes, els quals es volen recuperar i regenerar per tal que facin la seva funció natural d'acollir espècies de fauna i flora autòctona o frenar l'avanç de l'aigua durant els temporals marins.

També es pot valorar imposar una restricció d'accés pels cotxes (controlada a través d' adhesius, per exemple) que només permeti accedir a la zona de Platja Llarga pel pont que creua la via (línia groga que baixa a la platja a tocar del polígon lila) als vehicles de veïns, treballadors, proveïdors, clients dels càmpings o gent especialment autoritzada. Es podria estudiar la possibilitat de permetre l'accés a les motocicletes, tot i adaptant espais específics per a que aparquin i restringint clarament l'aparcament en les zones de dunes (icones de prohibició).

L'altra opció seria no deixar passar més cotxes un cop el pàrquing habilitat al darrere del club de vela estigués ple (icona cotxe). D'aquesta manera, es disminuiria dràsticament l'impacte generat pels cotxes en la zona costanera i es promouria la mobilitat sostenible (ús del transport públic, bicicleta, patinets, caminar, etc.).

En conseqüència, serà necessari habilitar noves zones d'aparcament, i l'antic aparcament de la ciutat residencial pot ser una opció viable per, a més d'oferir aparcament per als seus clients, desconcentrar i reduir la massificació de vehicles de la zona baixa de la platja.

L'antic terreny que s'utilitzava com zona d'aparcament és gran, però fins i tot es podria ampliar una mica en direcció Nord, restant metres quadrats de terreny a l'Alberg (fet que no afectaria l'operativa de l'establiment) en favor dels fràgils ecosistemes de dunes que a dia d'avui s'utilitzen com zones d'aparcament. L'objectiu és habilitar una zona d'aparcament de gran capacitat que pugui compensar les places d'aparcament eliminades a peu de platja (triangle groc amb icona de cotxe).

Si aquestes mesures no fossin suficients i es seguís observant una manca de places d'aparcament, una proposta molt interessant seria la d'afegir un bus llançadora entre la parada de bus de Platja Llarga i l'aparcament del Club Gimnàstic de Tarragona. Una altra opció amb un cost menor seria afegir una parada a les línies 11 i 12 en aquest punt en temporada alta, per tal que la gent aparqués al Nàstic i es desplaçés a la platja en bus des d'aquell punt.

El nou aparcament oferiria un accés ràpid a la platja, passant primer pel pont elevat que creua la Nacional-240 i travessant després el nou accés que es proposa a continuació i que la Plataforma Salvem la Platja Llarga reclama des de fa temps (línia groga que travessa el perímetre taronja cap a la platja).

Aquest nou accés peatonal, amb zona diferenciada per bicicletes i un aparcament al final (icona bicicleta), començaria a la parada de bus situada a l'entrada de l'antiga zona esportiva de la Ciutat de Repòs i creuaria aquest espai natural ombrejat entre els arbres per posteriorment creuar la via del tren a través de l'antic pas subterrani que ara està tapiat, i desembocant en una de les zones de dunes a peu de platja on hi ha una zona de pícnic.

El nou accés evitaria que la gent accedís a la platja llarga a través de la mateixa carretera que ho fan els vehicles, la qual no està adaptada per a peatons i presenta certa perillositat. A més, el camí passaria per davant de la infraestructura que es vol convertir en un petit centre d'interpretació de la natura, cosa que de ben segur incidiria positivament en el comportament de moltes de les persones que hi passin per davant, promovent actituds més respectuoses amb l'entorn.

Objectius:

- Millorar l'accessibilitat i qualitat de la Platja Llarga.
- Promoure la mobilitat sostenible.
- Reduir la massificació de vehicles en temporada alta.
- Aturar la degradació i pèrdua d'espais d'interès natural amb funcions clau en l'ecosistema.
- Connectar la xarxa de carril bici fins la platja.

Impacte previst:

- Millora de la qualitat ambiental de la platja.
- Reducció de l'ús dels cotxes.
- Regeneració d'ecosistemes dunars.
- Augment de l'ús de la bicicleta per anar a la platja.
- Millor ordenació i control dels aparcaments.

Agents Implicats:

Ajuntament de Tarragona, Empresa Municipal de Transports de Tarragona (EMT), Conselleria de Mobilitat, Alberg, Policia Local de Tarragona.

5.4.2. PROPOSTA DE MODEL DE GESTIÓ DE L'ESTABLIMENT

Algunes de les preocupacions que van manifestar diferents agents durant el taller participatiu van anar encaminades al tipus de gestió que tindria el futur Alberg. Es va fer palesa una baixa confiança per part d'alguns participants sobre la gestió duta a terme pels grups polítics en els últims anys, en relació a l'execució i manteniment d'alguns projectes de recuperació patrimonial aplaçats, inacabats o aturats degut a les desavinences polítiques i a la falta d'un plantejament estratègic ferm que assenti les bases i ordeni les prioritats d'actuació a la ciutat.

Aquesta manca de confiança també ve generada per la gestió duta a terme en altres espais i infraestructures de la ciutat que ja s'han començat recuperar i dinamitzar, com l'espai Tabacalera. En la remodelació d'aquest equipament es van realitzar inversions d'alt cost econòmic que després no han donat el resultat esperat o simplement no han tingut la continuïtat necessària, com la instal·lació d'un jardí vertical que va costar més d'un milió d'euros i que posteriorment a la seva instal·lació no ha tingut el manteniment necessari. Això ha desencadenat una percepció d'abandonament i la pèrdua del seu atractiu degut a la deixadesa i falta de planificació estratègica, i ha empipat a part de la població de Tarragona, la qual es pregunta si els diners es podien haver destinat a accions més útils i eficients per a la ciutadania.

La Xarxa d'Albergs Joves de Catalunya té diversos establiments repartits pel territori català, i s'hi observen diferents tipus de gestió. En alguns casos aquesta gestió depèn de concessions municipals, essent l'Ajuntament Municipal el que s'encarrega del manteniment i gestió de l'equipament, mentre que en altres casos es du a terme una gestió directa per part de la l'Agència Catalana de Joventut. Un exemple és el cas de l'Alberg de la Vall d'en Bas, que va passar a ser gestionat directament per l'ACJ amb l'objectiu d'impulsar l'establiment, ja que l'Ajuntament Municipal no disposava dels recursos suficients per mantenir i explotar l'establiment

al màxim de les seves possibilitats, ergo limitant el benefici derivat de l'activitat i dinamització de l'alberg als agents de la zona³.

En aquesta línia, els representants de la comunitat local van ser els que van demanar la creació d'un òrgan gestor de l'establiment que no depengui directament dels grups polítics municipals o regionals, i que compti amb la representació dels diferents agents involucrats a la zona de Llevant a través de taules de treball i reunions informatives periòdiques. Es va destacar la importància de que l'establiment sigui dirigit per una persona amb experiència professional en gestió d'establiments turístics i lideri estratègicament el desenvolupament de l'Alberg a llarg termini, emparat per l'entitat encarregada de la gestió i manteniment de l'establiment, en aquest cas l'Agència Catalana de Joventut.

Es va parlar de la creació d'una Fundació que integrés tots aquests agents, també els polítics, però sense majories, amb l'objectiu de crear un òrgan independent de gestió amb representació mixta i capacitat de decisió i resposta ràpida, sense dependre dels llargs tràmits burocràtics característics de l'administració pública a l'hora de gestionar pressupostos i que obri les portes de l'establiment a l'ús ciutadà, duent a terme una gestió orientada a objectius amb la idea de que l'Alberg es pugui autogestionar, creixi i millori contínuament a llarg termini.

³ <https://xanascat.gencat.cat/ca/noticies/lalberg-de-la-vall-den-bas-sera-gestionat-de-forma-directa-lacj>

PROPOSTA 2.1: Model de Gestió Participativa.

Espais Afectats:

Alberg, Nou Centre Cívic de Llevant, Centre d'Interpretació de la Natura, Zona esportiva, Zones de dunes.

Descripció:

Així doncs, aquesta proposta tracta de crear un òrgan independent de gestió amb participació dels diferents agents, el qual no depengui directament dels agents polítics per tal d'assolir una gestió operativa més eficient, orientada al continu desenvolupament de l'establiment i que proposi un plantejament estratègic a llarg termini que no es vegi afectat pels canvis de govern que es puguin anar donant, buscant incrementar la competitivitat i popularitat de l'establiment a la vegada que vetlli pel benefici i interessos de tots els agents implicats.

Si s'aconsegueix establir un acord entre l'entitat gestora de l'establiment (Agència Catalana de Joventut), l'Ajuntament de Tarragona, les associacions ciutadanes, agents socials i entitats ambientals de la zona per configurar un model de gestió participatiu a l'Alberg, suposarà un pas estratègic important que augmentarà la competitivitat de l'establiment, reforçarà la seva vessant social i facilitarà que moltes de les accions i iniciatives que s'hi duguin a terme vagin dirigides a la participació ciutadana i la conservació i posada en valor del patrimoni local de la ciutat. Aquesta fórmula pot, de ben segur, ser beneficiosa per a l'establiment, per a tots els agents implicats però, sobretot, per a l'entorn natural de Platja Llarga, el qual fa temps que presenta diferents problemàtiques ambientals que s'agreugen cada cop més.

La fórmula plantejada és la creació d'una fundació on hi hagi un liderat clar per part d'una persona o equip amb experiència en gestió, que no depengui políticament de ningú, que es dediqui plenament a la gestió de l'establiment i compti amb l'assessorament i la participació dels diferents agents locals en les decisions importants i plantejaments a llarg termini, per tal de garantir un model de gestió sostenible que beneficiï a tots els col·lectius, promogui la participació ciutadana i potenciï al màxim la vessant social de l'Alberg. Una fundació o òrgan de gestió independent però emparat per l'Agència Catalana de Joventut, que es caracteritzi pel 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 l'establiment⁴.

⁴ 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)

Objectius:

- Promoure el liderat participatiu de l'establiment a mans de l'Agència Catalana de Joventut.
- Promoure la participació de ciutadania, agents socials i privats en l'operativa de l'Alberg.
- Dotar l'Alberg amb un òrgan de gestió eficient que vetlli pels interessos comuns.
- Reforçar i donar suport a la tasca que desenvolupen les diferents entitats i associacions de la zona.
- Incrementar la competitivitat i sostenibilitat del projecte a llarg termini.
- Incrementar la capacitat de promoció i comunicació de l'establiment de la mà dels agents implicats.

Impacte previst:

- Augment de la capacitat de gestió de l'establiment.
- Major dinamització de la zona.
- Major impacte social de l'establiment.
- Augment de recursos per a les diferents entitats implicades en la gestió.
- Major facilitat per dur a terme convenis de col·laboració entre entitats, organitzar activitats i promoure programes socials conjuntament.
- Augment de les iniciatives de comunicació i promoció relacionades amb l'establiment.

Agents Implicats:

Agència Catalana de Joventut, Ajuntament de Tarragona, Ciutadania, Agents socials i privats, Generalitat de Catalunya,+.

5.4.3. PROPOSTA DE PROGRAMES I INICIATIVES SOCIOAMBIENTALS AMB PARTICIPACIÓ CIUTADANA.

Una de les principals característiques dels Albergs i, concretament, dels establiments de la XANASCAT, és la seva vessant social. En la seva pàgina web deixen ben clar quins són els seus valors i ideals, i a continuació s'exposa un petit resum extret i copiat directament de la seva web on s'explica la tasca social que duen a terme a través dels seus establiments. Diu així:

“Els albergs de la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya són els nostres principals punts de contacte i eines bàsiques per a fomentar i promoure el turisme, l'educació, el desenvolupament integral dels joves, l'associacionisme, el benestar social i transmetre el coneixement sobre la realitat territorial catalana.

Ens movem per valors que ajuden a construir una comunitat, on la tolerància, el respecte dels uns amb els altres i amb el medi ambient i la bona convivència en són pilars bàsics.

Oferim programes que es duen a terme als albergs perquè qui ho vulgui, descobreixi racons de Catalunya, la història que acumulen, la cultura que difonen i la natura que hi creix.

També potenciem i treballem perquè els joves siguin autosuficients oferint-los la possibilitat de fer estades de temporada per a menors amb activitats i plantejaments de caràcter lúdic i educatiu.

Volem cuidar al màxim el teixit associacionista que hi ha a Catalunya, per això proporcionem tots els mitjans que tenim a l'abast perquè totes les entitats s'enforteixin i tinguin a disposició instal·lacions, espais i activitats adequades per al seu desenvolupament.

Com dèiem, la tolerància i el respecte són valors fonamentals i bàsics per l'ACJ. Per això, realitzem programes dirigits a col·lectius d'especial atenció pública i, particularment, als infants i adolescents amb necessitats físiques o psíquiques especials i als procedents de fluxos migratoris.”

Aquest escrit defineix perfectament la tasca social que es du a terme per part de l'Agència Catalana de Joventut a través dels Albergs de la Xarxa, i aquesta proposta vol que el futur Alberg de Tarragona sigui un establiment líder en el desenvolupament de programes socials i ambientals amb participació ciutadana. És per això que a continuació es proposen diversos programes que volen posar en valor el patrimoni local i a la vegada dur a terme una tasca social destacada, ja sigui oferint programes educacionals, donant suport a col·lectius d'especial atenció pública, promovent el respecte pel medi ambient o facilitant la integració i adaptació d'alguns col·lectius.

En aquest sentit, una fortalesa destacada és l'existència d'agents socials i esportius a la zona que fa temps que duen a terme activitats d'aquest tipus i, per tant, l'arribada de l'Alberg es presenta com una gran oportunitat estratègica per unir esforços, reforçar els programes que venien duen a terme aquestes entitats i crear noves iniciatives socials i ambientals conjuntament amb l'objectiu de promoure el benestar social i ambiental d'aquesta zona a llarg termini.

Les propostes realitzades busquen orientar l'establiment cap a un model social, innovador i sostenible que promogui la immersió cultural dels visitants en la destinació, tot i fent partícips de l'experiència als membres de la comunitat local i on el principal atractiu sigui socialitzar-se i descobrir el patrimoni i cultura locals d'una manera sostenible a través de les activitats i experiències actives que s'hi ofereixin.

L'objectiu és que el nou establiment faciliti que els seus visitants s'integrin en la destinació, siguin un agent actiu i tinguin un paper destacat en la protecció i posada en valor del patrimoni local a través de la participació en diverses activitats i iniciatives socials, essent també una part important de la dinamització i transformació sostenible de la zona de Llevant. Si s'aconsegueix, la previsió és que aquesta zona millori als ulls de la seva comunitat local i es generi una percepció de benefici mutu, en el que seria un escenari win-win per a tots els agents.

PROPOSTA 3.1: Programa social d'activitats en col·laboració amb la Federació Catalana de Vela i el Club de Vela Platja Llarga de Tarragona.

Espais Afectats:

Alberg, Club de Vela Platja Llarga, Federació Catalana de Vela.

Descripció:

Durant el taller participatiu vam tenir el plaer de comptar amb la presència del gerent de la Federació Catalana de Vela, qui va fer una radiografia de la situació actual de la vela lleugera al territori català, i va compartir amb els presents tota una sèrie de programes i iniciatives socials que duen a terme des de fa temps amb col·lectius d'especial atenció pública. Duen a terme activitats amb objectius diversos depenen del que es vulgui treballar, ja sigui amb escoles, joves amb discapacitats intel·lectuals, dones que han sofert violència de gènere o joves en risc d'exclusió social, entre els col·lectius més destacats.

Des de la XANASCAT ofereixen diversos programes de lleure, educatius o socials que encaixen perfectament amb la tasca que duen a terme des de la Federació de Vela i concretament des del Club de Vela Platja Llarga a la ciutat de Tarragona. Els programes que encaixarien per a la seva aplicació conjunta a Tarragona són els següents: *Escola de Neu*, *Una eina al servei de l'escola* o *Camps i Entorns d'Aprenentatge*.

› **Escola de Neu:**

Evidentment, la neu no va lligada ni a Tarragona ni a la vela, però ha propiciat que neixi la idea de crear un programa nou, anomenat Escola de Vela, el qual seria pioner a la XANASCAT i podria beneficiar a aquesta entitat esportiva històrica de Tarragona.

A través de l'Alberg, el Club de Vela Platja Llarga podrà atraure a moltes més escoles d'arreu, i oferir classes de Vela als joves visitants tal i com es fa amb les classes d'esquí.

Això suposaria un gran atractiu que ajudaria a recaptar clients del segment escolar a l'Alberg, i que ajudaria a augmentar el volum d'activitat del club i, per tant, els seus ingressos i recursos per seguir evolucionant a llarg termini. A més, és una eina més per fomentar i promoure una vida de cara al mar i posar en valor el Mar Mediterrani, així com una bona manera d'aficionar a molts dels petits a l'esport de la vela lleugera.

› **Una eina al servei de l'escola:**

Des de la XANASCAT defineixen aquest programa de la següent manera: *"Una eina al servei de l'escola" vol ser un instrument didàctic pels professionals de*

*l'ensenyament per aportar als infants i joves una proposta des de la vessant del lleure educatiu i ajudar així a fomentar l'aprenentatge de competències i valors*⁵.

Segons va exposar el gerent de la Federació de Vela, des d'aquesta entitat porten temps duent a terme activitats d'aquest tipus. A més, va destacar la capacitat d'adaptació que tenen aquestes sessions en relació a les necessitats d'aprenentatge que té cada grup, podent variar les activitats de lleure segons els valors, competències o objectius que els professors o responsables del grup els demanin treballar o potenciar.

Sens dubte, des de la Federació Catalana de Vela tenen una capacitat i coneixements contrastats per dur a terme activitats dirigides a les escoles, amb l'afegit de poder adaptar les activitats a les necessitats o grup d'edat de cada grup participant. Aquest programa seria una altra opció molt interessant per dur a terme conjuntament i beneficiar tant a l'Alberg com al Club de Vela Platja Llarga.

› **Camps i Entorns d'aprenentatge:**

Aquest és un programa que posa a disposició del professorat unes estades en camps d'aprenentatge per treballar projectes relacionats amb l'entorn i que els alumnes posin en pràctica o adquireixin nous coneixements i competències fora de l'entorn habitual de les aules. Aquest programa seria una altra eina per posar en valor el lloc on vivim i transmetre als alumnes l'amor pel Mar i la necessitat de protegir-lo i conservar-lo, a la vegada que es treballen la conscienciació i sensibilització ambiental o es posen en pràctica coneixements assolits dintre les aules en un entorn totalment diferent a l'habitual, fet que desperta l'interès i l'atenció dels nens.

› **Vela Social**

I finalment, la proposta vol incloure un programa totalment orientat a la vessant social i al treball amb grups d'especial atenció pública, degut al gran ventall d'activitats que organitzen des de la Federació Catalana de Vela i el gran èxit que han experimentat en totes elles.

Amb l'arribada de l'Alberg, es podria suportar aquesta tasca social incorporant-la en la seva oferta i ajudant al Club de Vela Platja Llarga en el seu desenvolupament.

Des de programes amb nens i nenes amb paràlisi cerebral on es busca que siguin més independents, programes amb dones afectades per violència de gènere on busquen que a través d'agafar el timó d'un vaixell aquestes dones tinguin la sensació que tornen a portar el timó de la seva vida o programes amb joves en risc d'exclusió social i procedents de fluxos migratoris per tal d'integrar-los a la comunitat a tot i inculcant-los valors i respecte a través de la navegació a vela o

⁵ <https://xanascap.gencat.cat/ca/programes/una-eina-al-servei-de-lescola>

oferint-los contractes laborals de pràctiques per ajudar-los a desenvolupar-se professionalment i a integrar-se i adaptar-se a la societat.

L'alberg podria ser un dels llocs que oferís contractes d'aquest tipus amb l'objectiu d'integrar aquests col·lectius i integrar-los en el món professional.

En definitiva, es pot vehicular aquesta vessant social i de sostenibilitat de l'establiment cap a diverses iniciatives lligades a la vela i al mar que encaixarien perfectament, orientant aquest producte de vela a un objectiu social, integrador i de lleure per a la comunitat local i els visitants, esdevenint un punt amb un alt valor d'interès cultural.

Així, el Club de Vela Platja Llarga podria esdevenir un dels actius principals de l'Alberg, a la vegada que l'arribada de l'Alberg podria ajudar al Club de Vela en la regularització de la seva concessió i promoure el seu desenvolupament, tot i aportant fluxos de clients per tal que pugui seguir creixent i millorant les seves instal·lacions, en una relació estratègica a llarg termini que de ben segur tindria beneficis mutus i posicionaria l'Alberg com un establiment amb una oferta diferenciadora i competitiva. Aquesta, doncs, és una raó més per tractar de regularitzar la situació del Club de Vela Platja Llarga en relació a la concessió dels terrenys on duen a terme la seva activitat, per tal que aquesta entitat històrica de la ciutat que du a terme una tasca social exemplar tingui assegurada la seva continuació a llarg termini, fet que beneficiaria a l'Alberg i a tota la comunitat local de Tarragona, a més de preservar una entitat que forma part de la història i del patrimoni cultural de la ciutat.

Objectius:

- Establir un conveni de col·laboració entre l'Agència Catalana de Joventut i la Federació Catalana de Vela.
- Fomentar l'educació a través de la pràctica de la vela lleugera.
- Reforçar i suportar la tasca social i educacional que du a terme tant la Federació Catalana de Vela com el Club de Vela Platja Llarga.
- Fomentar la conscienciació i sensibilització ambiental a través de la vela.
- Posar en valor el patrimoni natural que conforma el Mar Mediterrani.
- Promoure l'esport entre els més joves.
- Dur a terme una tasca social en favor de col·lectius d'especial atenció pública.

Impacte Previst:

- Augment de l'atractiu i competitivitat de l'Alberg.
- Suport al desenvolupament del Club de Vela Platja Llarga.
- Augment de l'atractiu per al segment de turisme educatiu.
- Ampliació de l'oferta d'activitats de l'Alberg.
- Connexió directa de l'establiment amb el mar a través del Club de Vela.
- Regularització de la concessió que afecta al Club de Vela Platja Llarga.

Agents Implicats:

Agència Catalana de Joventut, Federació Catalana de Vela, Club de Vela Platja Llarga, Ajuntament de Tarragona, Conselleria d'Esports, Escoles.

PROPOSTA 3.2: Programa d'activitats de protecció i educació ambiental en col·laboració amb entitats.

Espais Afectats:

Alberg, Centre Cívic de Llevant, Centre d'Interpretació de la Natura, Zones de dunes, Entorn natural de Platja Llarga.

Descripció:

La proposta 1.7 feia referència a la recuperació d'ecosistemes d'alt interès natural amb l'objectiu de garantir la preservació d'aquests espais a llarg termini i vehicular productes turístics i eines d'educació ambiental. És a través d'un programa d'activitats en col·laboració amb les entitats ambientals més actives i involucrades a l'entorn de Platja Llarga que es volen oferir aquests productes i experiències als visitants, així com als membres de la comunitat local i al segment del turisme educatiu.

S'ha constatat l'alt grau d'activisme ambiental que hi ha la comunitat local de Platja Llarga, i que són varies les entitats involucrades en aquesta zona de Tarragona. Durant el taller participatiu es va poder escoltar el testimoni d'alguns dels seus representants, els quals van explicar quin és el seu dia a dia i les tasques que duen a terme en favor del medi ambient.

Neteges de platja, accions de voluntariat, sortides d'interpretació a la natura, exposicions, xerrades o tallers ambientals són algunes de les activitats que organitzen, i que es podrien afegir al programa d'activitats ambientals junt amb les visites als espais de dunes.

L'Alberg, el nou Centre Cívic de Llevant (on tindrien les seues aquestes entitats) i el Centre d'Interpretació de la Natura serien nous equipaments que brindarien més recursos i permetrien organitzar i dur a terme totes aquestes activitats en aquests espais perfectament adaptats.

A més, l'altaveu que suposaria l'arribada del nou establiment permetria arribar a molta més gent, podent divulgar el respecte pel medi ambient i promoure hàbits sostenibles a tots els visitants, així com a la ciutadania.

Actualment s'està experimentant un creixement de l'interès per aquest tipus de productes turístics i d'activitats d'educació ambiental, i són una fórmula perfecta per oferir als segments de turisme de proximitat, turisme familiar i turisme educatiu, els quals seran de ben segur els principals usuaris de l'Alberg, a banda del segment de joves.

› **Plataforma Salvem la Platja Llarga**

Des de la Plataforma Salvem Platja Llarga indicaven la possibilitat de crear un programa regular d'activitats de voluntariat per tal de barrejar gent de Tarragona amb gent de l'Alberg. Les activitats que proposen des de la Plataforma són sortides

d'interpretació a la natura a la zona del Bosc de la Marquesa i de la Budellera per reconèixer espècies vegetals i naturals, organitzar activitats de neteja d'espècies vegetals invasores o replantació d'espècies autòctones als paisatges del voltant de Platja Llarga, entre les més destacades.

› **Ecologistes en Acció**

Ecologistes en acció és una confederació de més de 300 entitats ecologistes repartides pel país. Volen denunciar que la causa dels problemes ambientals és el model de producció i de consum cada cop més globalitzat, el qual s'hauria de canviar per tal d'evitar més problemes socials i ambientals derivats d'aquest model. Duen a terme diverses campanyes de sensibilització, actes de denúncia pública o legal (com l'informe de banderes negres a les platges d'aquest 2020, on van atorgar una d'aquestes banderes a la Platja Llarga de Tarragona) i elaboren alternatives viables pels llocs afectats.

La seva activitat a la zona és habitual i el fet que puguin assentar-se al Centre Cívic augmentaria l'atractiu cultural de la zona i ampliaria els recursos d'altres entitats o ciutadania davant de situacions ambientals que requerissin d'actuacions legals o de denúncia, gràcies a la contrastada experiència d'aquesta entitat en aquest processos.

› **Gepec-Edc**

El Grup d'Estudi i Protecció dels Ecosistemes Catalans-Ecologistes de Catalunya és una associació sense ànim de lucre que va néixer el 1985 i concentra la seva acció en el Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre. Des de l'entitat tenen diversos programes de recuperació i protecció ambiental com l'espai Muntanyans a Torredembarra, però a més tenen diferents seus on desenvolupen tot tipus d'activitats ambientals dirigides a tots els públics, com la seu de Cambrils i la de Roquetes, on hi tenen l'Escola de Naturalistes.

Des de l'entitat es promouen activitats de coneixement, de divulgació dels entorns locals a través d'excursions, de regeneració de paisatges i ecosistemes d'interès per millorar hàbitats d'espècies autòctones d'alt valor, activitats de defensa i protecció del territori o projectes de custòdia, com en la custòdia dels nius de les tortugues *Caretta Caretta* (tortuga babaua) aquest estiu a La Pineda.

Si aquesta entitat tant activa pogués instal·lar una de les seves seus a l'entorn de Platja Llarga, es garantiria un alt grau d'activisme i una àmplia oferta d'activitats relacionades amb la natura i el medi ambient, a més de suposar una gran notícia per a l'entorn natural de Platja Llarga i per a l'Alberg, que disposaria d'una àmplia oferta d'activitats ambientals ben a prop.

› **Good Karma Projects**

L'entitat sense ànim de lucre GK Projects porta anys promovent la sostenibilitat i la conscienciació ambiental. Recentment, han començat un nou projecte relacionat amb l'educació ambiental que s'anomena "Kids for the Future",

programa educacional basat en 4 dels objectius de desenvolupament sostenible de les Nacions Unides que volen fer arribar a les escoles i als més petits. Per això han llançat una campanya de “crowdfunding” aquest mes d'Octubre, la qual va vent en popa i ja ha sobrepassat la recaptació mínima. Per tant, el nou projecte educacional ja és una realitat.

Seria una gran eina educativa per posar al servei de les escoles a través de l'Alberg, ja que l'establiment permetria arribar a més escoles i visitants.

A banda d'això, GK Projects ha dut a terme diverses neteges a Platja Llarga, neteges de fons marí, organitzen xerrades i esdeveniments o inclús fan documentals per tal de mostrar a la població la problemàtica que suposa la contaminació de plàstics al Mar Mediterrani.

Que aquesta entitat s'enrolés a l'operativa de l'Alberg i establís una seu al Centre Cívic de Llevant seria una altra gran notícia per a l'entorn, per als visitants i per la comunitat local.

Objectius:

- Promoure la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient.
- Oferir un ampli programa d'activitats orientades a la protecció ambiental.
- Integrar aquestes entitats en l'operativa de l'establiment.
- Promoure l'intercanvi i immersió cultural dels visitants a través de la sensibilització i engagement amb la destinació.
- Fer visibles totes les problemàtiques ambientals que sofreix el medi ambient, en especial el Mar Mediterrani.
- Atraure aquestes entitats a la zona tot i proporcionant-los equipaments i recursos per reforçar la seva tasca.
- Conscienciar i educar a les generacions més joves, ja que són el futur.

Impacte previst:

- Augment d'atractiu de l'Alberg per al turisme de proximitat, educacional, familiar...
- Millora de la qualitat i posada en valor dels ecosistemes naturals de la zona de Platja Llarga.
- Augment de les iniciatives i accions ambientals a la zona.
- Increment de voluntaris i participants en aquest tipus d'activitats.
- Reforç de la tasca d'aquestes entitats a través dels recursos de l'Alberg.

Agents Implicats:

Agència Catalana de Joventut, Ajuntament de Tarragona, Plataforma Salvem la Platja Llarga, Ecologistes en Acció, Good Karma Projects, Gepec-Edc, Ciutadania.

5.4.4. PROPOSTES D'EXPERIÈNCIES I ESDEVENIMENTS TURÍSTICS ORIENTATS A SEGMENTS DE MERCAT ESPECÍFICS.

Durant la jornada de col·laboració entre entitats, també es va parlar de bones pràctiques realitzades en altres destinacions en relació a l'oferta d'experiències turístiques o l'organització d'esdeveniments singulars que fossin diferenciadors i atractius pel públic.

En aquesta línia, la proposta estratègica incorpora una proposta d'esdeveniments específicament dirigits a segments de mercat d'interès per a la destinació de Tarragona, així com per a l'Alberg, basada en esdeveniments d'èxit d'altres destinacions, experiències turístiques a l'alça i altres activitats amb bona acceptació per part dels usuaris que aconseguixin promocionar i diferenciar l'establiment, atraure clients i dinamitzar econòmicament i socialment la zona de Llevant de Tarragona.

L'emplaçament natural on es troba el complex, a prop de la platja i de zones verdes, és perfecte per promoure activitats relacionades amb la natura i la seva conservació.

Aprofitant l'alt grau d'activisme veïnal que hi ha en la comunitat local, es podrien organitzar tallers, formacions i activitats obertes als visitants per afavorir el grau d' "engagement" amb el lloc, sensibilitzar el públic amb la problemàtica ambiental i fer partícips del canvi sostenible als visitants o, almenys, donar visibilitat a les diferents situacions compromeses que afronta l'entorn natural i el planeta en general, convidant els visitants a reflexionar.

Per la seva localització i els equipaments projectats, el nou complex pot tenir una vessant diferencial relacionada amb el turisme esportiu/d'aventura/actiu, que és un dels objectius de l'ACT. A més, el 2020 és l'any del turisme esportiu. El lloc té molt potencial per actuar com a seu d'equips esportius que vinguin fer estades a l'Alberg en temporada mitja-baixa per entrenar o preparar-se, i així també s'aconseguiria un altre dels objectius de l'ACT, desestacionalitzar la demanda.

L'Alberg també estarà totalment adaptat per poder rebre grans grups escolars i d'estudiants gràcies a la seva infraestructura amb gran capacitat, i és per això que serà clau vehicular activitats educatives i de lleure orientades a aquest col·lectiu.

Coneixent la orientació que es vol donar al nou establiment i tenint en compte les propostes d'ús realitzades anteriorment, s'ha confeccionat un recull d'activitats, experiències i esdeveniments estratègics per tal d'atraure segments de mercat específics, tot i senyalant quins agents podrien ser els encarregats d'oferir i organitzar cada una d'aquestes propostes.

Taula 6. Proposta d'experiències turístiques orientades a segments de mercats específics

Segment de Mercat	Experiència, Esdeveniment, Activitat	Agents Implicats
TURISME ESPORTIU	Sessions de Vela, Stand Up Paddle, Kayak, Snorkel.	Club de Vela Platja Llarga, Alberg
	Rutes senyalitzades de MTB per la Budellera i l'Anella Verda.	Ajuntament, Alberg, Conselleria d'Esports
	Rutes senyalitzades de senderisme i running pel camí de ronda i bosc de la Marquesa.	Ajuntament, Alberg, Conselleria d'Esports
	Organització de competicions esportives amateur-semi-professional: Triatló Sprint de la zona de Llevant.	Ajuntament, Alberg, Conselleria d'Esports, Agents i Entitats esportives.
	Crear circuit de natació al mar (vies braves)	Ajuntament, Conselleria d'Esports, Costes
	Organitzar petites competicions locals a la zona esportiva un cop remodelada (torneig fútbol sala, 3x3 bàsquet, escalada, "carreres a la pista pumptrack"...))	Alberg, Ajuntament, Conselleria d'Esports, Entitats Socials de la zona,
	Classes de Yoga a la natura.	Alberg
	Entrenaments de clubs esportius de la zona oberts al públic.	Alberg, Entitats Esportives
TURISME FAMILIAR	Excursions teatralitzades pel camí de ronda i el Bosc de la Marquesa.	Alberg, Ajuntament,
	Activitats de voluntariat en família.	Alberg, Entitats ambientals
	Activitats d'educació ambiental.	Alberg, Entitats ambientals
	Organització de celebracions populars i esdeveniments infantils en el nou Parc.	Ajuntament, Alberg,

		Agents socials de la zona
	Organització de tallers per als més petits al centre cívic de Llevant.	Alberg, Centre Cívic de Llevant
TURISME EDUCATIU	Sortides d'interpretació als espais de dunes.	Alberg, Entitats Ambientals
	Activitats educatives a la Jugateca Ambiental.	Alberg, Entitats Ambientals
	Programes d'educació ambiental.	Alberg, Entitats Ambientals
	Excursions a zones d'interès cultural.	Alberg, Entitats Culturals
	Activitats d'aprenentatge a través de l'esport.	Alberg, Club de Vela Platja Llarga
	Voluntariat d'animals marins.	Alberg, Entitats ambientals
TURISME CULTURAL	Organització de concerts i festivals de música al Parc de la Ciutat.	Ajuntament, Alberg, Agents Culturals
	Organització d'exposicions relacionades amb l'entorn de Platja Llarga.	Ajuntament, Agents Socials i Ambientals, Alberg
	Organització de fires gastronòmiques.	Ajuntament, Agents Privats, Alberg
	Organització de Mercats Artesanals.	Ajuntament, Agents Privats, Alberg
	Fira de productes locals ecològics i de proximitat.	Ajuntament, Productors locals, Alberg
	Organització d'esdeveniments artístics (art urbà, dansa, exposicions...).	Ajuntament, Alberg, Artistes locals

Font: Elaboració pròpia 2020.

5.5. VALIDACIÓ DE LA PROPOSTA ESTRATÈGICA.

L'última part de la metodologia emprada en la confecció de la proposta estratègica és una de les més importants, la validació de la proposta presentada per part dels agents participants en el taller i implicats en el projecte.

La proposta estratègica final, com s'ha dit anteriorment, ha estat dissenyada en base a les aportacions realitzades pels diferents agents durant el taller participatiu, i posteriorment s'ha adaptat al context de la destinació, al model d'establiment proposat i a l'entorn natural on es situarà a través dels coneixements adquirits durant el Màster en Gestió de Destinacions Turístiques per part de l'autor.

Un cop confeccionada la proposta estratègica, s'ha fet arribar el document final junt amb una fitxa de "feedback" als diferents agents. L'objectiu era recollir el seu feedback a través d'aquesta fitxa i validar que l'estratègia és acceptada i ben rebuda pels diferents col·lectius implicats en el projecte, així com per donar-los-hi l'oportunitat de fer observacions, manifestar el seu grau d'acord o desacord amb les diverses propostes i constatar, en definitiva, que l'estratègia presentada es basa en les aportacions i idees que van sorgir durant el taller participatiu i que aquesta beneficia, en línies generals, als col·lectius o entitats que representen. La fitxa de "feedback" també inclou un apartat final on fins i tot es dona l'oportunitat de proposar alguna nova proposta o iniciativa, en el cas que no haguessin pogut assistir al taller o se'ls hi hagués acudit posteriorment a la jornada de col·laboració. En el cas que hi hagués alguna nova proposta, es valoraria si aquesta aporta valor afegit a l'estratègia i es podria acabar incloent en el document final, tot i que, si fos així, hauria de tornar a passar un procés de validació.

Després de fer arribar la proposta estratègica als agents, es va donar un termini en el qual podrien retornar les fitxes amb el seu feedback a l'autor, de manera que la validació dels agents arribés a temps per tal de poder modificar l'estratègia final dintre del termini previst o constatar la seva acceptació abans d'entregar el projecte acabat a l'Agència Catalana de Turisme.

En línies generals, la proposta estratègica presentada ha estat un èxit, ja que el grau d'acceptació entre els agents que han retornat el seu feedback és molt elevat. A més, les diferents observacions que han realitzat alguns dels representats de les entitats involucrades en el projecte són molt constructives o donen suport a l'aplicació futura de l'estratègia per part de l'administració.

Les observacions més destacades en les fitxes de feedback són les següents:

➤ **Plataforma Salvem la Platja Llarga**

Gran acceptació de la proposta per part de l'associació veïnal Plataforma Salvem la Platja Llarga, entitat col·laboradora d'aquest projecte a través del conveni de col·laboració entre entitats d'Aprenentatge i Servei amb la URV. L'entitat veïnal manifesta que la proposta integra moltes de les demandes que els veïns de la zona porten fent des de fa anys, que integra molt bé el nou establiment a l'entorn natural i

social de la zona, que ofereix serveis a la comunitat local i que tracta de solucionar problemàtiques recurrents de l'entorn, com l'aparcament de cotxes durant la temporada alta.

També recalca el fet que la proposta tracti de posar infraestructures a disposició d'entitats socials de la zona per donar suport a la tasca que desenvolupen i que el model d'establiment proposat vagi orientat a un tipus de turisme que pren consciència de l'entorn natural i social que visita, fet que afavoriria a la protecció i conservació de les zones d'interès natural dels voltants de l'establiment.

Per acabar, la Plataforma Salvem la Platja Llarga considera que la proposta estratègica rebuda és realista i aplicable, i que encaixa perfectament amb l'entorn de Platja Llarga.

➤ **Good Karma Projects**

El representant de la ONG GK Projects també ha fet arribar el seu feedback. En la fitxa de feedback, l'entitat ambiental recalca el context actual de la proposta i el valor afegit que aporta a la zona. Entenen que és una molt bona proposta per integrar la necessitat de protegir i regenerar el medi ambient a través de l'activitat turística.

Des de l'organització sense ànim de lucre consideren que s'ha prioritzat l'entorn natural de Platja Llarga des de l'inici durant aquest projecte, i que aquesta vessant de sostenibilitat de la proposta és un dels pilars del plantejament estratègic de desenvolupament turístic.

També manifesten que aquesta hauria de ser la línia a seguir en tots els establiments del territori per tal d'adquirir una major conscienciació i garantir la sostenibilitat del medi ambient a llarg termini.

Per acabar, també consideren que la proposta és realista, vàlida i aplicable.

➤ **Generalitat – Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona**

Per part de la Generalitat, el feedback ha arribat de la mà del tutor professional de les pràctiques becades en les quals està emmarcat aquest projecte, el Gerent de l'Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona.

El grau d'acceptació de la proposta per part seva és molt alt. Tot i això, i des de la seva experiència en la gestió turística, declara que no serà fàcil coordinar tants actors en la gestió, però que és necessari crear sinergies per tal de donar un bon ús a aquest patrimoni en desús de la ciutat. També creu que seria necessari que més tècnics amb formació mediambiental es pronunciessin i donessin la seva opinió pel que fa a l'afectació de la zona en general.

A part d'això, considera que Tarragona com a destinació turística té molt potencial desaprofitat, i que aquesta proposta obre les portes per atraure nous segments de mercat claus per al futur de la ciutat com el segment esportiu, un mercat que pot aportar un alt grau de desestacionalització a la ciutat.

Per acabar, considera que l'establiment encaixa a l'entorn on es situarà i que la proposta estratègica presentada és realista i aplicable, però que necessitarà la complicitat de totes les administracions per aconseguir que sigui un èxit.

➤ **Club de Vela Platja Llarga**

Des del club de Vela Platja Llarga, una entitat esportiva amb una vessant social molt destacada, mostren un alt grau d'acceptació i aollida de la proposta estratègica.

Des del club consideren que la proposta beneficia a l'entorn i la zona de Platja Llarga, així com la seva entitat, tot i que recalquen la importància d'altres disciplines que estan presents al club i no han tingut tant de protagonisme en les diferents propostes de l'estratègia, com el piragüisme o la natació d'aigües obertes, disciplines a l'alça que estan ampliant el ventall d'usuaris del club i l'estan obrint més a la ciutadania i a l'oferta turística. També ens diuen que ja s'ha habilitat un carril de vies braves per la natació a mar obert i està aprovat pel pla d'usos, una de les propostes que es feia a l'estratègia.

Des del club creuen que serà necessari crear una coordinació entre Ajuntament i entitats per tal de desenvolupar la plataforma mixta de promoció i dinamització esportiva, així com per tirar endavant aquesta proposta, la qual creuen que és beneficiosa per la seva entitat, la comunitat local de Llevant i l'entorn natural de Platja Llarga.

➤ **Federació Catalana de Vela**

La Federació Catalana de Vela també ha fet arribar el feedback en relació a la proposta estratègica a través del seu gerent. Des de la seva àmplia experiència en gestió esportiva, ha constatat les grans possibilitats de l'entorn de Platja Llarga i de la destinació de Tarragona per esdevenir una destinació esportiva de primer nivell.

Tot i això, creu que Tarragona és una ciutat que viu d'esquenes al mar i que des de l'administració local no s'ha donat valor estratègic a aquest actiu. Manifesta que el document estratègic pot ser una guia vàlida però que el seu desenvolupament i fer realitat el projecte depèn excessivament de les administracions, a més de l'equilibri econòmic financer que hauria d'acompanyar la proposta estratègica.

En la fitxa de feedback, el gerent de la Federació ha declarat la seva satisfacció per la importància que s'ha donat a la vela en la proposta estratègica, i explica que des de la Federació de Vela estan treballant en un projecte anomenat "Tarragona Ciutat de Mar" en col·laboració amb els clubs de la ciutat, donant importància a l'actiu que suposa el mar, el qual brinda oportunitats esportives, socials i educatives.

Una gran notícia que ha fet arribar el gerent a través de la fitxa feedback està directament relacionada amb una de les propostes d'ús que anava específicament dirigida a l'objectiu de regularitzar la situació de la concessió dels terrenys del Club de Vela. Doncs bé, des de fa tot just una setmana, el Club de Vela ja té la concessió otorgada per part de Patrimoni de la Generalitat sobre l'equipament i els terrenys on

es troba, així que es podria dir que un dels objectius de la proposta estratègica ja s'ha assolit. Tot i això, la concessió continua essent precària, ja que només és de 3 anys, però hi ha un compromís per tal de resoldre la situació en un breu espai de temps.

Per acabar, ha manifestat que per tirar endavant la proposta seran necessàries inversions importants i que necessitarà suport polític. Recalca que des de la Federació porten anys realitzant activitats i programes socials en col·laboració amb la Generalitat i el Consell català de l'esport, per exemple, però que la ciutat de Tarragona no ha mostrat mai massa interès fins ara. Finalment, ha manifestat la necessitat de millorar l'infraestructura del Club de Vela per tal de poder donar sortida a totes les activitats proposades amb alts estàndards de qualitat, així com per poder atendre adequadament als grups d'usuaris, ubicant-los i atenent-los millor del que es pot fer ara amb els equipaments que tenen actualment.

Degut a la manca de més temps, aquests són els principals feedbacks que s'han recollit. Altres entitats claus en el projecte com l'Ajuntament o el Patronat de Turisme no ens han pogut fer arribar la seva fitxa, però es considera que la seva participació en el taller va ser destacada i que moltes de les propostes que s'han realitzat van sorgir de les seves representants, per tant el seu grau d'acceptació de la proposta també hauria de ser alt.

Per part del Gepec-Edc, es van posar en contacte amb l'autor, per tal d'expressar la seva satisfacció amb la proposta. Tot i això, van expressar que des del seu punt de vista, els terrenys de l'antiga zona esportiva s'haurien de deixar verges i tractar d'integrar-los als espais de dunes, ja que s'ha de planificar a llarg termini i tenir en compte el canvi climàtic i la pujada del nivell del mar. Creien que la proposta que s'havia realitzat era molt positiva per l'activisme ambiental, però que dona usos d'aquest tipus a aquesta zona aniria en contra del que prediquen des de l'entitat, ja que ells creuen que tota la zona que hi ha de la carretera nacional-340 fins a la platja s'hauria d'acabar deconstruint a llarg termini. Tot i això, s'adjunta un mapa de l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya amb corbes de nivell, on es veu que aquests terrenys estan a 10 metres per sobre del nivell del mar, i la infraestructura on s'ha proposat instal·lar l'aula ambiental està a més de 15 metres per sobre del nivell del mar, fet que convida a pensar que passaran molts anys fins que aquest espai es vegi afectat pel canvi climàtic. A més, primer s'haurien d'eliminar totes les infraestructures que es troben més a prop de l'aigua, incloent la via del tren, les cases, els negocis o les infraestructures de diferent tipus que hi hagin. En aquest sentit, es respecta i entén l'opinió del grup ecologista, però es creu que la proposta del Parc amb usos sostenibles pot acabar beneficiant molt més l'entorn natural i la comunitat local de Platja Llarga, degut a la tasca de protecció i valorització que s'hi podrà dur a terme.

CONCLUSIONS

Tarragona és una destinació que, tot i estar molt centrada en el Turisme de Patrimoni Romà, presenta oportunitats i alternatives per desenvolupar noves atraccions i productes amb l'objectiu d'esdevenir una destinació de Patrimoni polivalent amb capacitat d'atraure nous segments de mercat a la ciutat.

La remodelació de la Ciutat de Repòs 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 Tarragona, gràcies als nous equipaments que s'afegiran a la zona de Llevant i als productes i experiències que es podran vehicular conjuntament entre els diferents agents turístics i socials de la zona, l'administració local i l'Alberg. En el context de pandèmia actual, situació que ha afectat profundament el turisme i ha generat pèrdues econòmiques històriques en el sector turístic, l'arribada d'aquest nou establiment també representa una gran oportunitat per ajudar a la recuperació turística de Tarragona.

Les característiques de la destinació (poc massificada, turisme de proximitat, sostenible i cultural) i la vessant social i ambiental de l'establiment (que destaca per la seva orientació social i un model d'establiment sostenible) encaixen perfectament amb les tendències turístiques actuals, convidant a ser optimistes i a pensar que aquest projecte tindrà un alt grau d'acceptació entre la gent.

Els segments de mercat que atraurà el nou establiment són els que històricament han estat més propensos a visitar la destinació, com el turisme familiar, el turisme educatiu, el turisme cultural o el turisme de proximitat. A més, es creu que el nou establiment i tota la oferta complementària d'activitats que s'ha proposat 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. També és esperançador veure la millor tendència de recuperació que mostren els segments de mercat anteriorment nombrats en front a altres segments presents en la destinació, com el turisme internacional o el turisme de creuers, els quals mostren més dificultats i sembla que tardaran més temps en recuperar-se de les conseqüències i restriccions generades per la Covid-19.

La tasca de valorització del patrimoni natural i cultural de la ciutat que es pot dur a terme a l'Alberg en col·laboració amb els diferents agents de la zona de Platja Llarga serà clau per tal de generar un alt grau d'"engagement" per part dels mateixos agents, ciutadans i visitants, propiciant un major compromís dels agents en les diferents iniciatives que es duguin a terme a l'establiment, una millor percepció del turisme per part de la ciutadania i una major fidelització dels visitants amb la destinació. El fet de posicionar els turistes com agents dinamitzadors de la societat local al participar i integrar-se en la comunitat local a través de diferents activitats participatives, aportaria un alt grau de diferenciació i competitivitat a l'establiment, degut a l'alt valor afegit que suposa pels turistes la possibilitat d'experimentar una

immersió cultural autèntica, fet que conduirà a una major fidelització d'aquests visitants.

Segons el feedback rebut per part dels agents participants en la generació de la proposta estratègica, l'execució d'aquestes propostes aportaria beneficis i millores per als diferents agents i l'entorn de Platja Llarga, fet que faria augmentar l'atractiu de la zona de Llevant, milloraria la qualitat de vida de la seva comunitat local i reforçaria la tasca de les entitats implicades en el projecte. Es considera que la proposta estratègica dissenyada presenta un escenari win-win per a tots els agents implicats, en tant que ha estat generada a partir del consens i la participació d'aquests durant el procés. Així doncs, es considera que aquest exercici de participació en el qual s'ha proposat dissenyar una proposta estratègica de desenvolupament turístic sostenible i dinamització de l'Alberg i la zona de Platja Llarga que fos consensuada, realista i aplicable, ha estat un èxit.

En resum, el complex de la Ciutat de Repòs i Vacances té potencial per esdevenir un tipus d'allotjament diferenciador, que lideri el canvi que desitja Tarragona i els seus ciutadans cap a un model turístic més sostenible a llarg termini, tot i diversificant l'estratègia turística de la ciutat amb una oferta d'allotjament social 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 i la participació ciutadana. També pot obrir nous camins per a la resta d'establiments annexats a la XANASCAT, ja que un cop finalitzat, l'Alberg de Tarragona serà l'allotjament més gran de tota la Xarxa XANASCAT (524 places), a més de comptar amb les instal·lacions més modernes i eficients que permetran avançar en aquesta direcció i convertir-se en un establiment model per a la resta.

Recalcar, finalment, el caràcter no vinculant de la proposta estratègica presentada, la qual forma part d'un Treball Final de Màster becat per la Direcció General de Turisme pel fet d'estar vinculat al desenvolupament turístic sostenible en el territori Català. L'aplicació i execució de la proposta estratègica dependrà de si les persones encarregades de la gestió de l'establiment i les diferents administracions públiques implicades la tenen en compte i la troben adequada.

Per acabar, fer un apunt referent a la incertesa sobre l'execució del projecte de remodelació de la Ciutat de Repòs en les dates que s'havia anunciat degut a la crisi sanitària viscuda, que de ben segur ha provocat canvis de prioritat en les inversions que tenien planificades les diferents administracions públiques. La ciutadania ha estat esperant el projecte de remodelació de la Ciutat de Repòs durant anys i, ara que semblava una realitat, pot ser que s'endarrereixi una mica més.

Tot i això, la comunitat local de Platja Llarga i els diversos agents implicats en aquest entorn seguiran essent un gran atractiu fins l'arribada del nou Alberg, conformant un teixit cultural d'alt valor que és part del patrimoni de la ciutat de Tarragona, i que de ben segur seguirà atraient a ciutadans i visitants per igual a aquesta zona natural privilegiada de la ciutat.

BIBLIOGRAFIA

Adler, Judit. (1985). Youth on the road: Reflections on the history of tramping. *Annals of Tourism Research*, 8 (3), p. 335-354.

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)

Brendan Paddison & Rebecca Biggins (2017) Advocating community integrated destination marketing planning in heritage destinations: the case of York, *Journal of Marketing Management*, 33:9-10

Brodsky-Porges, Ned. (1981). The Grand Tour: Travel as an Educational Device: 1600-1800. *Annals of Tourism Research*, 8 (2), p.171-186.

Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, p. 164-189.

Ernest Cañada e Ivan Murray (eds.) Turistificación global. Icaria Editorial (Barcelona, España). 2019

Eurecat Observatori del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci. (2020). Pla de Contingència de l'Activitat Turística de Tarragona.

Han Chen & Imran Rahman (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, Volume 26, p. 153-163

Kerouac, J. (1957). *On the Road*, Penguin, New York.

Kua-Hsin Peng & Gwo-Hshiung Tzeng (2019) Exploring heritage tourism performance improvement for making sustainable development strategies using the hybrid-modified MADM model, *Current Issues in Tourism*, 22:8, 921-947,

Loker-Murphy, L; Pearce, P.L. (1995). Young Budget Travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22 (4), p. 819-843

Maria Alvarez; Atila Yuksel & Frank Go (eds) Heritage Tourism Destinations: Preservation, Communication and Development. (CAB International, Boston). 2016.

Martín Cabello, A; García Manso, A. (2015). Learn Through Travel: Backpacker Tourism as Educational Experience. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 1, p. 430-448.

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.

Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona. (2019). Memòria anual 2019.

O'Reilly, C. (2006). From drifter to gap year tourist: Mainstreaming backpacker travel. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), p.998-1017.

Richards, G; Wilson, J. (2004). The global nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice, Channel View Publications, Clevedon.

Spreitzhofer, G. (1998). Backpacking Tourism in South-East Asia. *Annals of Tourism Research*, 25, p. 979-983.

Visser, G. (2003). The local development impacts of backpacker tourism: Evidence from the South African experience. *Urban Forum*, 14 (2), p. 264-293.

Vogt, J.W.(1976). Wandering: Youth and Travel Behavior. *Annals of Tourism Research*, 4(1), p.25-41

Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism management*, 22(4), 363-372.

WEBGRAFIA

"30 Minuts" (productor). Jené, L. & Jaén, M. (directors). (2020). *Sense Turisme* [documental]. Catalunya: Televisió de Catalunya.

Agència Catalana de Turisme. (2018). Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2018-2022. Recuperat de <http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_turisme/coneixement_i_planificacio/documents/arxius/Pla-estrategic-de-turisme-de-Catalunya-2018-2022.pdf>

Agència Catalana de Turisme. (2018). Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya 2018-2022. Recuperat de <<http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2019/02/RExPlaMk.pdf>>

Agència Catalana de Turisme. (2020). Informes de seguiment de l'activitat turística COVID-19. Recuperat de <<http://act.gencat.cat/informacio-seguiment-activitat-turistica-covid-19/>>

Departament de Medi Ambient de la Generalitat. (2020). Sistema d'Espais Naturals protegits de Catalunya. Recuperat de <http://mediambient.gencat.cat/ca/05_ambits_dactuacio/patrimoni_natural/senp_catalunya/>

Diari de Tarragona. (2020). *Cinta Pastó: "Es un trabajo de todos ayudar a salvar el turismo"*. Recuperat de <<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Cinta-Pasto-Es-un-trabajo-de-todos-ayudar-a-salvar-el-turismo-20200820-0046.html>>

Diari de Tarragona. (2020) *Ecologistes en Acció otorga una bandera negra a la Platja Llarga*. Recuperat de <<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Ecologistes-en-Accio-otorga-una-bandera-negra-a-la-Platja-Llarga-20200630-0099.html>>

Diari de Tarragona (2019). *La Concesión del Club de Vela caducó hace un año*. Recuperat de <<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/La-concesion-del-Club-de-Vela-caduco-hace-un-ano-20190502-0011.html>>

Diari de Tarragona. (2020). *Las entidades unen fuerzas para recuperar la Platja Llarga*. Recuperat de <<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Las-entidades-unen-fuerzas-para-recuperar-la-Platja-Llarga-20200203-0012.html> 03.02.2020>

Diari de Tarragona. (2020). *Vídeo: 50 personas para recuperar la Platja llarga de Tarragona tras el Gloria*. Recuperat de <<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Video-50-personas-para-recuperar-la-Platja-Larga-de-Tarragona-tras-el-Gloria-20200203-0044.html>>

Diari de Tarragona. (2020). *Los negocios de La Platja Llarga preocupados por su futuro*. Recuperat de <<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Los-negocios-de-la-Platja-Llarga-preocupados-por-su-futuro-20171118-0001.html>>

Diari Més.com. (2019). *Menys turistes però amb estades més llargues a la ciutat de Tarragona*. Recuperat de https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2019/11/14/menys_turistes_pero_amb_estades_mes_llargues_la_ciutat_tarragona_72447_1091.html>

Diari Més.com. (2020). *El sector hotelier lamenta la indiferència de l'Ajuntament de Tarragona envers el Turisme*. Recuperat de https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2020/07/02/el_sector_hoteler_lamenta_indiferencia_ajuntament_tarragona_vers_turisme_85047_1091.html>

Ecologistasenacción.org. (2020) *Informe 2020. Banderas Negras*. Recuperat de <https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/2020/06/informe-banderas-negras-2020.pdf>>

Eurecat Observatori del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci. (2020). *Informació Estadística*. Recuperat de <https://www.tok.cat/content/repository>

HortdelaSínia.com. *L'Hort social d'Altafulla. Un espai d'aprenentatge a la natura*. Recuperat de <http://www.hortdelasinia.com/lhort-social-daltafulla/>>

Hosteltur.com. (2020). *El sector turístic de Tarragona deja de ingressar 4.500 millones por la covid-19*. Recuperat de < https://www.hosteltur.com/139444_el-sector-turistico-de-tarragona-deja-de-ingresar-4500-m-por-la-covid-19.html>

Hostelworld (2017). *Qué es un Hostel?*. Recuperat de <https://www.spanish.hostelworld.com/blog/que-es-un-hostel/>>

Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona (2020). *Píndoles de Coneixement*. Recuperat de <https://costadaurada.info/coneix/turistic-en-familia/pindoles-de-coneixement-turisme-familiar-en-temps-de-la-covid-19?utm_source=Llista+contactes+Costa+Daurada&utm_campaign=b715e3aae4-EMAIL_CAMPAIGN_2018_12_10_08_34_COPY_02&utm_medium=email&utm_term=0_086d1acc43-b715e3aae4->

Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Tarragona. (POUM-2013). Recuperat de <https://seu.tarragona.cat/poumCategoriaPublic/listPublicacionsAmbCategoria?categoria.id=154&multiseu=>>

Pla Parcial Urbanístic 24 (PPU-24) "LA BUDELLERA". (2020) *Resum executiu del projecte*. Recuperat de <http://www.budellera.com/2018/01/blog-post.html>>

PlatjaLlargaTarragona.cat. *Preventori de la Platja Savinosa, espai públic*. Recuperat de <<https://www.platjallargatarragona.cat/blog/problematiques/antic-sanatori-de-la-platja-savinosa-espai-public/>>

Tarragona.cat. (2020) *Turisme presenta el Pla de Contingència del sector turístic de Tarragona per als propers mesos*. Recuperat de <https://www.tarragona.cat/lajuntament/govern/noticies-de-govern-i-oposicio/noticies-2020/turisme-presenta-el-pla-de-contingencia-del-sector-turistic-de-tarragona-per-als-propers-mesos>>

Tarragona.cat. (2020). Patrimoni Mundial. *Per què som Patrimoni Mundial*. <https://www.tarragona.cat/patrimoni/patrimoni-mundial>

Tarragona.cat. (2019) *Tarragona du a terme un estudi sobre les Platges de la ciutat per tractar línies d'actuació de la gestió turística*. Recuperat de <https://www.tarragona.cat/comerc/noticies/noticies-2019/tarragona-turisme-du-a-terme-un-estudi-sobre-les-platges-de-la-ciutat-per-tracar-linies-dactuacio-de-la-gestio-turistica>.>

Tarragonaturisme.cat. (2020) *El Serrallo rep la destinació de barri mariner per part de l'Agència Catalana de Turisme*. Recuperat de <https://www.tarragonaturisme.cat/ca/el-serrallo-rep-la-distincio-de-barri-mariner-per-part-de-lagencia-catalana-de-turisme>

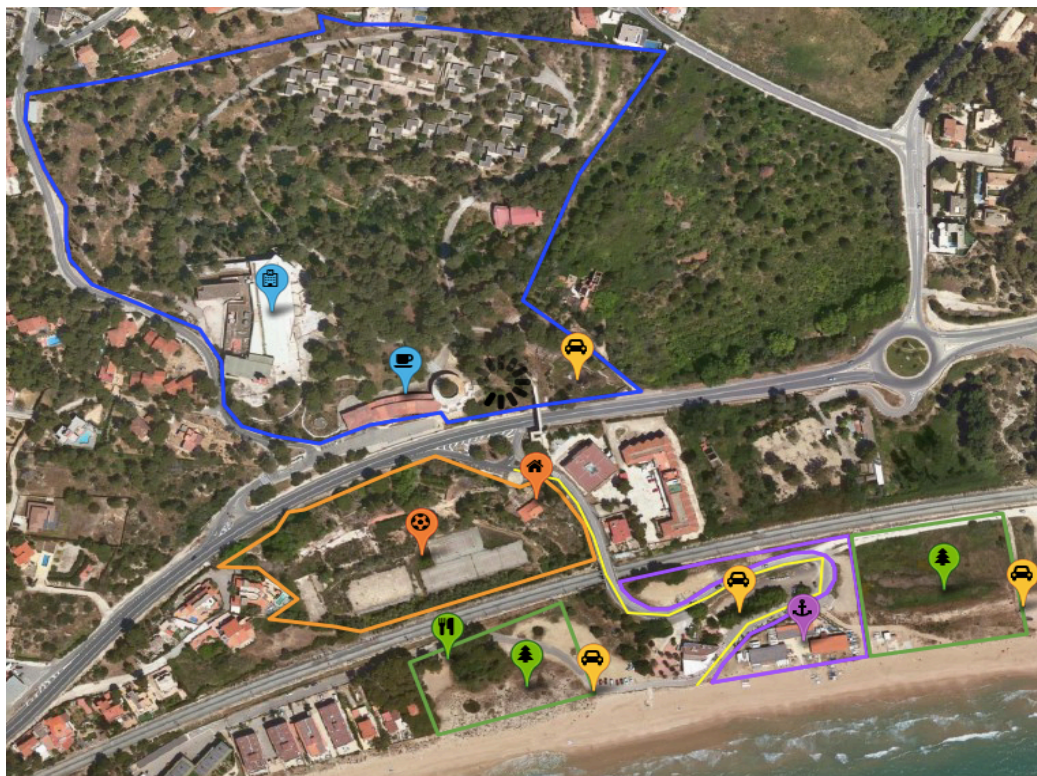
Vilapress.cat. (2018) *El Parc del Riu Llobregat, una apuesta de movilidad sostenible*. Recuperat de <https://www.vilapress.cat/texto-diario/mostrar/1067401/parc-riu-llobregat-apuesta-movilidad-sostenible>>

XANASCAT. (2020). *L'alberg de la Vall d'en Bas serà gestionat directament per l'ACJ*. Recuperat de <https://xanascat.gencat.cat/ca/noticies/lalberg-de-la-vall-den-bas-sera-gestionat-de-forma-directa-lacj>>

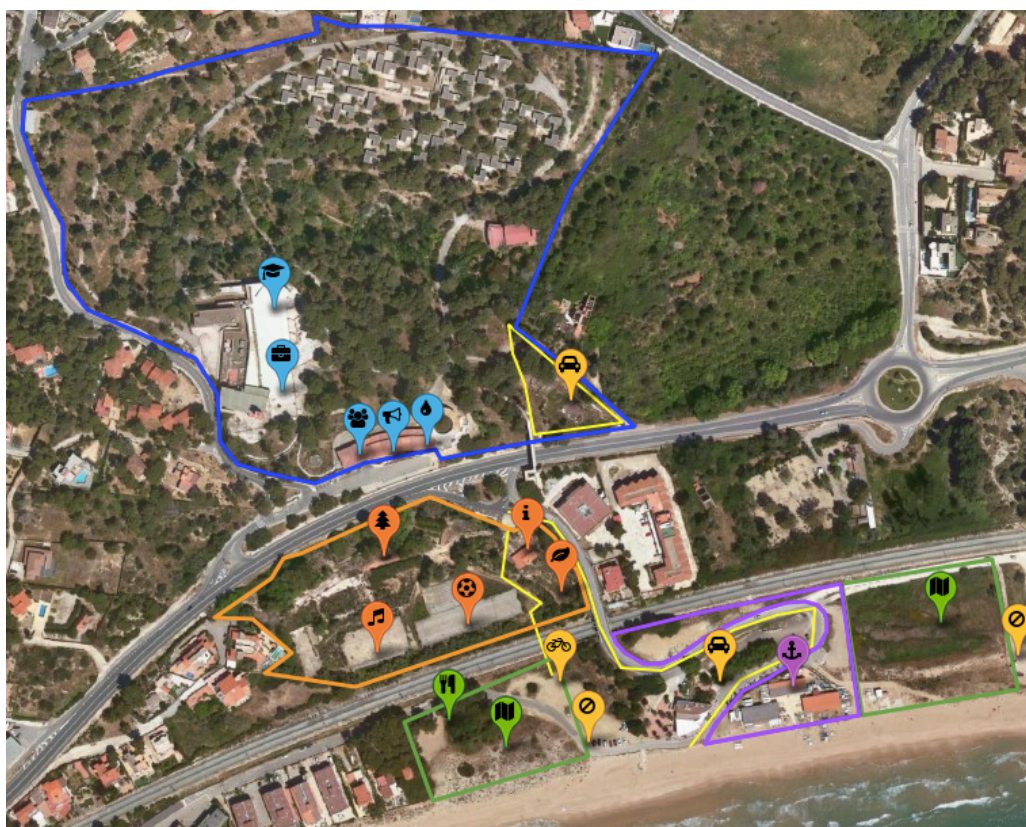
XANASCAT.com (2020). *El futur complex de Turisme Social i Alberg de Joventut de Tarragona tindrà més de 500 places*
<https://xanascat.gencat.cat/ca/noticies/el-futur-complex-de-turisme-social-i-alberg-de-joventut-de-tarragona-tindra-mes-de-500>

ANNEXOS

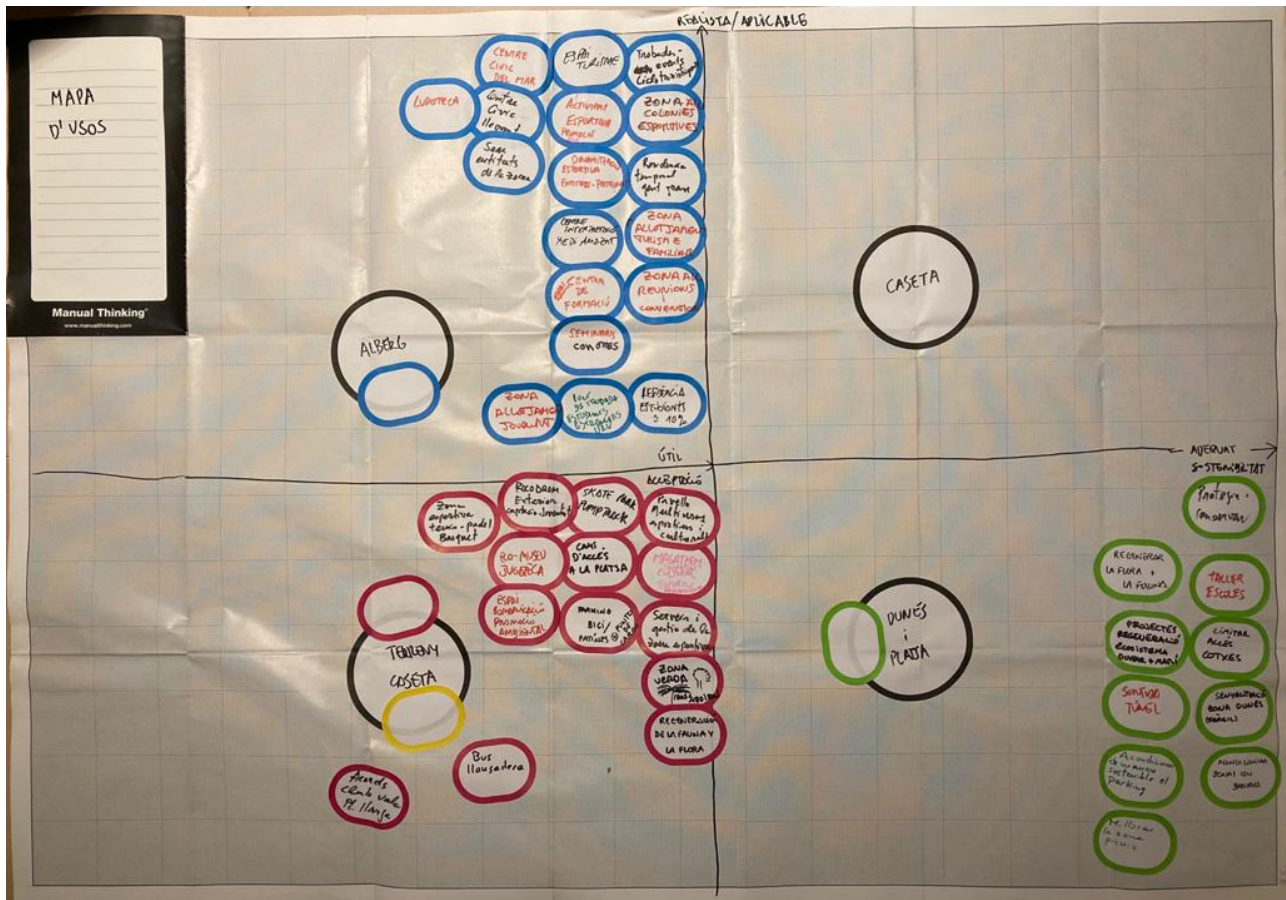
ANNEX 1. Mapa d'usos actuals



ANNEX 2. Mapa amb proposta d'usos



ANNEX 3. Proposta d'usos a través del mètode "Manual Thinking".



Data:
25/09/2020
Lloc:
Aula 309,
Campus
Catalunya
Tarragona
Hora:
Sessió Matí:
11.00h
Sessió
Tarda:
17.00h

TALLER PARTICIPATIU: ***Generació i Consens de Propostes de Desenvolupament Turístic Sostenible per al futur Alberg de Joves i la zona de Platja Llarga de Tarragona***



Font: Manual Thinking

Benvolgudes, Benvolguts,

Em plau convidar-los al Taller Participatiu que tindrà lloc aquest proper Divendres 25 de Setembre a l'aula 309 del Campus Catalunya.

El taller tindrà una durada aproximada d'1,5 hores.

Es durà a terme una sessió del taller al matí i una a la tarda, amb l'objectiu de seguir els protocols de prevenció del Covid-19 i facilitar l'assistència de participants amb diferents disponibilitats horàries.

Places lliures matí: 4

Places lliures tarda: 4

Si encara no ho han fet, els prego que confirmin assistència mitjançant el formulari de contacte següent:

FORMULARI DE CONTACTE: <https://forms.gle/X2dJS29UPsAr1sMP9>

També poden fer-ho contactant al número de telèfon o direcció de mail que apareixen al peu del document.

Programació

Presentació

Benvinguda i presentació dels participants
Presentació del Projecte Final de Màster

Anàlisi de l'entorn de Platja Llarga

Explicació del Taller

Metodologia Manual Thinking

Generació de Propostes i Debat

- usos potencials d'espais i del nou establiment turístic
- models de gestió compartida de l'establiment
- programa social d'activitats amb participació ciutadana (educació ambiental, voluntariat, conscienciació i sensibilització...)
- experiències turístiques sostenibles, esdeveniments culturals, accions i campanyes que l'Alberg podria acollir
- el paper que pot desenvolupar el nou Alberg a la ciutat de Tarragona, el qual té potencial i capacitat per liderar la cerca d'un model turístic més sostenible

Conclusions i Cloenda del Taller



Font: Diari de Tarragona

Mesures de prevenció Covid-19

El desenvolupament de l'activitat s'adaptarà a les mesures actuals d'higiene i distanciament social. Es faran dos torns del taller, reduint els

participants de cada sessió a un màxim de 10 persones. Serà obligat l'ús de mascareta en tot moment i es proporcionarà gel desinfectant.

Localització i com arribar-hi

Campus Catalunya, Aula 309
Av. Catalunya, 35, 43002 Tarragona

<https://goo.gl/maps/ko7qD2oWhwHy72379>

Els esperem divendres per participar i gaudir d'aquesta jornada de col·laboració entre entitats, la qual desitgem que serveixi per generar propostes de desenvolupament sostenible que posin en valor el patrimoni local i millorin la vida dels ciutadans de Tarragona.

No dubtin en contactar-nos per qualsevol dubte.

Salutacions Cordials

Projecte en col·laboració amb:



Plataforma Salvem Platja Llarga

Aleix Boquet Garriga

boquet.aleix@gmail.com / +34 690 320 134

Graduat en Turisme / Estudiant del Màster en Gestió de Destinacions Turístiques de la URV

Becari en pràctiques al Departament d'Economia i Empresa de la Generalitat

Realitzant les pràctiques a l'Oficina de Turisme de Catalunya a Tarragona

Conveni de col·laboració amb la Plataforma Salvem la Platja Llarga