

TRIBUNA



El Pla Estratègic de Turisme de Vila-seca, un projecte de futur per al municipi



JORDI CALABUIG
Cap del Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya

Vila-seca s'ha dotat d'un instrument que dibuixa els escenaris de futur desitjats per al municipi i concreta les estratègies i accions necessàries per arribar-hi.

El Pla Estratègic de l'activitat del turisme del municipi ha estat un projecte viu i participatiu liderat pel Patronat de Turisme i pel Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya que n'ha estat el dinamitzador i redactor del document final.

El Pla consta de dues fases diferenciades i consecutives en el temps. La primera de les fases, conforma el document de la diagnosi que ha estat elaborat amb la participació d'agents de turisme, lleure i comerç del municipi mitjançant taules de reflexió. Aquesta fase ha comportat també les anàlisis tècniques del fet turístic al municipi, en especial al nucli de la Pineda, i l'avaluació d'altres destinacions de referència que conèixer bones pràctiques i tendències d'evolució de l'activitat.

Les conclusions de la diagnosi, han estat estructurades per àmbits de gestió i, en síntesi, es focalitzen en 6 idees força, tres de positives, les fortesales, i 3 de negatives, les debilitats. Les fortesales que defineixen la destinació són: el diferencial pes d'oferta d'acollida d'elevada categoria, la diversitat d'ofertes de serveis de qualitat i prestigi, com ara el golf, els spas o els esdeveniments culturals, així com una imatge de tranquil·litat reconeguda pels visitants. Pel que fa a les debilitats els elements clau són la marcada estacionalitat, un feble volum d'oferta en restauració i comerç i una imatge turística poc definida i consistent.

A aquesta realitat actual, cal afegir un conjunt de projectes de futur, que ben aviat marcaran un salt qualitatiu en l'oferta turística del municipi i que cal integrar com oportunitats de futur. Aquests projectes són el futur moll de creuers del Port de Tarragona, que s'ubicarà dins el terme de Vila-seca, el resort del Centre Recreatiu i Turístic al voltant de l'oferta de casinos, el projecte de valorització del celler noucen-

tista, que juntament amb el castell esdevindran un nou espai cultural, i la finalització de les concessions als emblemàtics espais de l'Aquopolis i Pachà.

El Pla proposa, a partir d'aquest escenari, estructurar un model de desenvolupament turístic centrat en posicionar la destinació com un enclavament de prestigi dins el conjunt de Costa Daurada i en especial de Costa Daurada Centre. Es tracta de destacar la singularitat front a d'altres desti-

El pla d'acció incorpora fins a 56 accions concretes, algunes de transversals i d'altres més específiques per a segments motivacionals.

nacions de l'àrea, de forma que es percebi com part d'un conjunt, però amb accent propi. El concepte de Prestige Corner, o Racó de Prestigi, és el que s'ha utilitzat per sintetitzar aquest nou posicionament de la destinació. Un nou posicionament que, en realitat, no és més que posar en relleu aquells trets diferencials que ja es tenen i que sumats als nous projectes marquen un escenari de consolidació d'una imatge i uns serveis específics.

És aquest un escenari de futur que requereix de temps per a la seva consolidació, però que convé treballar de forma conjunta, pública i privada, a partir dels actius que ja es disposen.

El Prestige Corner, ha de permetre ampliar la temporada turística en diversificar les motivacions dels visitants i ha de permetre augmentar el nombre de visitants de proximitat consolidant la seva atractivitat. Tot plegat amb la voluntat d'integrar l'espai del municipi en la destinació, afavorint la creació de fluxos de mobilitat entre la Pineda i el nucli urbà de Vila-seca i millorant la qualitat del paisatge urbà.

En la part de proposta, s'estructuren 5 grans àmbits sobre els que cal actuar. En primer lloc el de governança, reforçant estructures de col·laboració entre el s agents privats de turisme i l'administració. En segon lloc, el de producte turístic, afavorint la creació de serveis combinats com ara allotjament+spa+golf. En tercer lloc el de la imatge de destinació, generant un relat clar i diferencial del Prestige Corner de la

Costa Daurada, convertint la feblesa d'una identitat poc definida en una oportunitat. En quart lloc, l'atractivitat, valoritzant els actius patrimonials, tant arquitectònics com esdeveniments, per aconseguir experiències diferents per als visitants. El darrer àmbit de treball és el de gestió del territori, reforçant la mobilitat turística entre els nuclis i generant un paisatge urbà en sintonia amb la imatge de prestigi.

Aquests àmbits de treball es despleguen en un seguit d'accions concretes i amb la identificació de segments motivacionals actuals i potencials de visitants que han de permetre l'objectiu d'ampliar la temporada turística. Fins a 10 segments motivacionals han estat considerats estratègics per a la destinació. De fet més enllà del turisme familiar de sol i platja, que és el segment tradicional ja existent, s'han considerat també els segments de turisme d'entreteniment, també disponible actualment, el turisme de golf, el de wellness, l'esportiu, l'enoturisme, el turisme de luxe, el de negocis i convencions i per un futur immediat el de creuers i el de joc. Tots ells amb una importància clau, per bé que no tots amb el mateix volum potencial de visitants, ni amb la mateixa vocació desestacionalitzadora. El Pla contempla per a cada segment unes estratègies concretes i un seguit d'accions específiques.

El pla d'acció indicat incorpora fins a 56 accions concretes, algunes de transversals i d'altres més específiques per a segments motivacionals. D'entre les actuacions més transversals, i per tant, més importants en el conjunt del projecte, destaquen el requeriment de disposar d'un Pla de Platges que ordeni i optimitzi el que continua sent l'actiu principal de la destinació, l'enfortiment dels serveis de comunicació urbana entre la Pineda i el nucli de Vila-seca, el reforç de les tasques de comunicació electrònica per posicionar el nou posicionament de la destinació o la integració en les taules estratègiques de turisme dels sectors comercial i cultural.

La proposta d'actuacions es contempla en un escenari de 3 anys, però la visió de la destinació i el nou posicionament de Prestige Corner estan plantejats a llarg termini, de forma que l'eix d'actuacions futures queda perfectament emmarcat per aquest ambiciós i realista plantejament del futur turístic del municipi.

Ara ja tens un canal per fer-nos arribar allò que et sembla que cal fer públic, l'actualitat que cal donar a conèixer i les opinions que mereixen ser expressades.

Tot el que consideris important per

Vila-seca i que la gent del municipi no es pot deixar perdre.

Fes-ho arribar al nostre correu electrònic:

mesvilaseca@mestarragona.com

més
vila-seca

diari

més

TARRAGONA
REUS
COSTA DAURADA

Edita:
Tamediaxa, S.A.
DL: T-1312-2015
Ed. Impresa. ISSN 2462-3105
Ed. Electr. ISSN 2462-3113

Director General:
Carles Abelló

Cap de publicitat:
Contxi Joan
Disseny editorial:
Carles Magrané
Cap de distribució:
Jaume Cañada

Redacció: Cristina Serret.

Fotografia:

Cristina Aguilar, Olívia Molet.

Edició de publicitat: Sara Sorando.

Distribució: Marta López.

Administració: Núria Clos

Publicitat:

Mercè Ripoll.

[publicitat@mestarragona.com]

Imprimeix: Indugraf Offset, S.A.

Manel de Falla, 12, baixos.
43005 TARRAGONA
977 21 11 54 Fax 977 23 68 83

C/Monterols, 36 2n
43201 REUS
977 32 78 43 Fax 977 59 07 47

www.diarimes.com - www.facebook.com/DiariMes

mesvilaseca@mestarragona.com