

TURISME EN FAMÍLIA

A LA COSTA DAURADA
I LES TERRES DE L'EBRE

Dibuixem junts el futur



Diputació Tarragona

turístic
en família



 Generalitat
de Catalunya

 Unió Europea
Fons Europeu
de Desenvolupament Regional



Platja innovadora



Hola!

Sóc la Sílvia Baget

Tècnica de Platja Innovadora
sbaget@dipta.cat

 [@silvibaget](https://twitter.com/silvibaget)



**Importància
de les
platges**

**Tendències
en Turisme
familiar**

DIAGNOSI

**Demanda
Turística**

**Conclusions
Recomanacions**

Benchmàrquing



OBJECTIUS PLATJA INNOVADORA

1

Xarxa de platges intel·ligents

2

Informació en temps real a les famílies de serveis i experiències

3

Activitats a la platja durant tot l'any

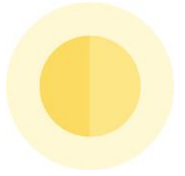
sostenibilitat

TIC

Família



Les platges a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre

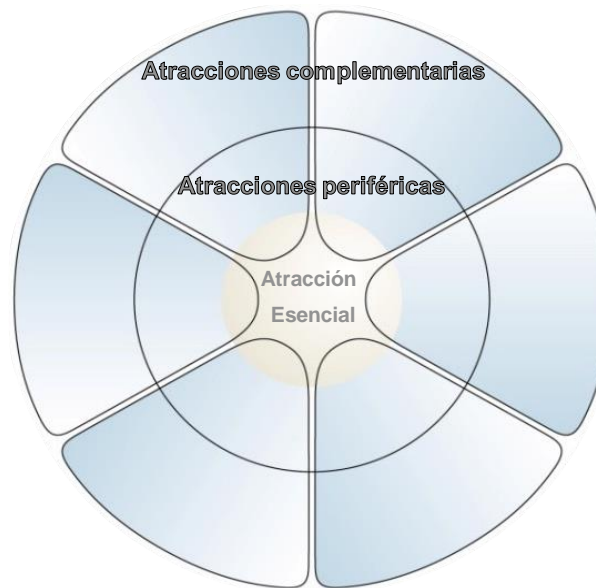


Les platges

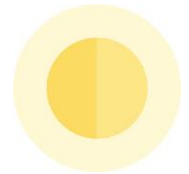
Introducció



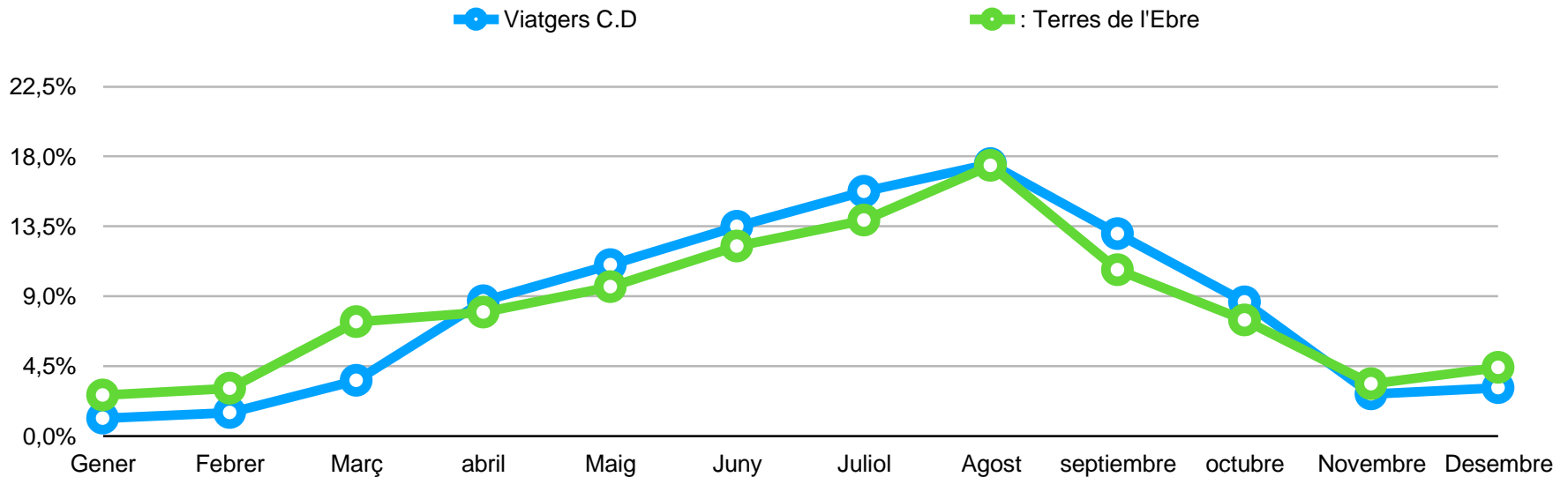
Les platges són el principal factor de producció turística i la gestió de les mateixes s'ha de considerar bàsica per l'èxit de qualsevol destinació turística si es vol mantenir el seu avantatge competitiu.



Les platges

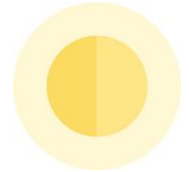


- Les platges i el clima són els atractius que condicionen els fluxos turístics cap a les costes del mar Mediterrani. Són la motivació principal del viatge dels nostres visitants.



Les platges

Oportunitat



Motivadora de la decisió de compra

Les platges són un pol d'atracció de la nostra destinació i motivadores de la decisió de compra.

El turisme de “sol i platja” és quantitativament el tipus de turisme més important si es compara amb la resta de motivacions que té la demanda.

La platja és l'element essencial que condiona la decisió de compra de l'oci estival.



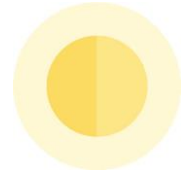
Avantatge competitiu

Les platges han de continuar sent un avantatge competitiu.

L'èxit de noves destinacions de “Sol i platja” reforça la idea que les platges segueixen sent un factor d'atracció i que els consumidors segueixen demandant aquest producte.

La transcendència social, econòmica i ambiental de les platges ha dut a un punt d'inflexió en els models de gestió d'aquests espais.

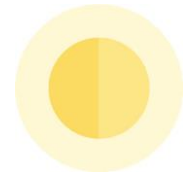
Turisme de Sol i platja



La maduresa del turisme de sol i platja s'enfronta actualment a:

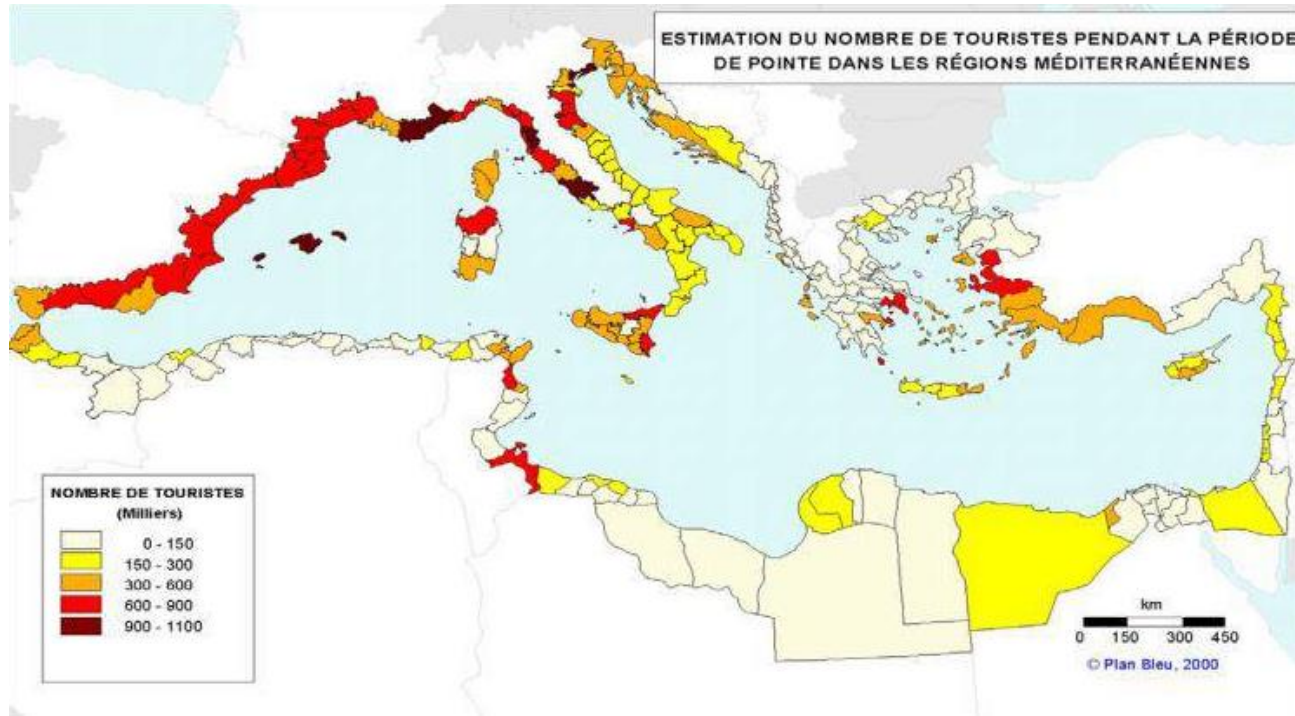
1. Nous Competidors
2. Competència amb nous usos a la Costa
3. Desafecció turística

Turisme de Sol i platja

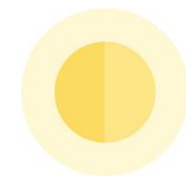


1. Nous Competidors

Destinacions amb platges menys antropitzades - Imatge de qualitat falça



Turisme de Sol i platja

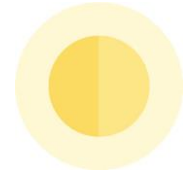


2. Competència per l'espai i nous usos a la costa

Les àrees costaneres són cada vegada més atractives pel desenvolupament residencial i generen una competència pels espais i en moltes ocasions una convivència d'usos conflictiva entre residents i turistes.



Turisme de Sol i platja



3. Desafecció turística

La revalorització de la platja, del mar i del passeig marítim:

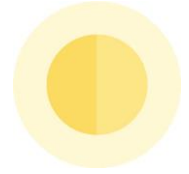
Hem de crear un discurs a favor del turisme litoral que eviti la banalització d'aquest actiu



Tendències Turisme Familiar



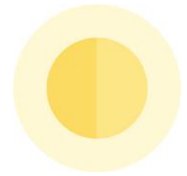
Tendències en Turisme Familiar



1. Canvis en les estructures familiars porta a noves formes de fer turisme amb noves necessitats.
2. Els avis tenen un paper molt important – Viatges multi-generacionals



Tendències en Turisme Familiar



3. Els infants són els grans influencers





Tendències en turisme familiar

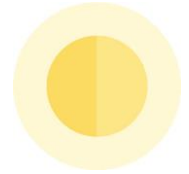
- Nens més informats – Noves tecnologies
- Pares que desitgen garantir un temps familiar de qualitat durant les vacances
- Diferents necessitats dins la mateixa família.

REPTE

CREAR PRODUCTES INTERGENERACIONALS

La demanda turística

Turisme familiar: Tendències



4. Canvi en els rols de Gènere

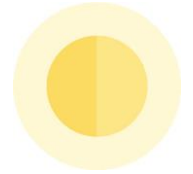
REPTE

CREAR PRODUCTES MENYS ESTEREOTIPATS



La demanda turística

Turisme familiar: Tendències



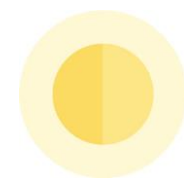
5. Turisme inclusiu i accessible



Diagnosi



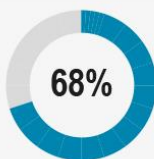
Situació actual: Costa Daurada i Terres de l'Ebre



Espai Físic

COSTA DAURADA

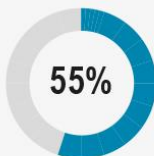
49.050
m



En relació a la
Costa Daurada i Terres de l'Ebre

Longitud total
de les seves platges:

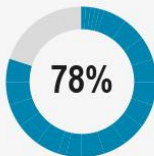
2.562.709
m²



En relació a la
Costa Daurada i Terres de l'Ebre

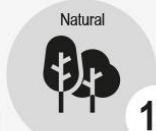
Superfície total
de les seves platges:

192.849
persones



En relació a la
Costa Daurada i Terres de l'Ebre

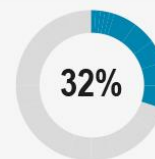
Capacitat turística
de les seves platges:



Classificació
de les seves platges:

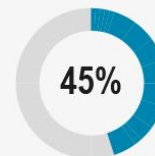
TERRES DE L'EBRE

22.936
m



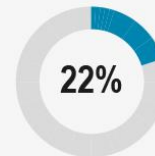
En relació a la
Costa Daurada i Terres de l'Ebre

2.098.000
m²

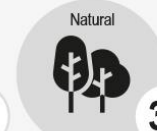


En relació a la
Costa Daurada i Terres de l'Ebre

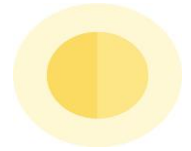
53.694
persones



En relació a la
Costa Daurada i Terres de l'Ebre



Situació actual: CD i TTEE



Productes turístics més importants:

COSTA DAURADA

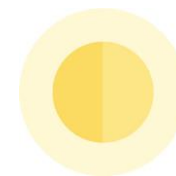
14		Patrimoni	8		Esports	6		Gastronomia
6		Festes i tradicions	6		Sol i platja	6		Atractius Naturals
6		Museus	4		Altres	1		Feria
1		Centre d'interpretació	1		Rutes i visites	1		Esports aquàtics

TERRES DE L'EBRE

7		Esports aquàtics	6		Atractius Naturals	5		Rutes i visites
4		Sol i platja	4		Patrimoni	3		Altres
2		Gastronomia	1		Museus	1		Esports

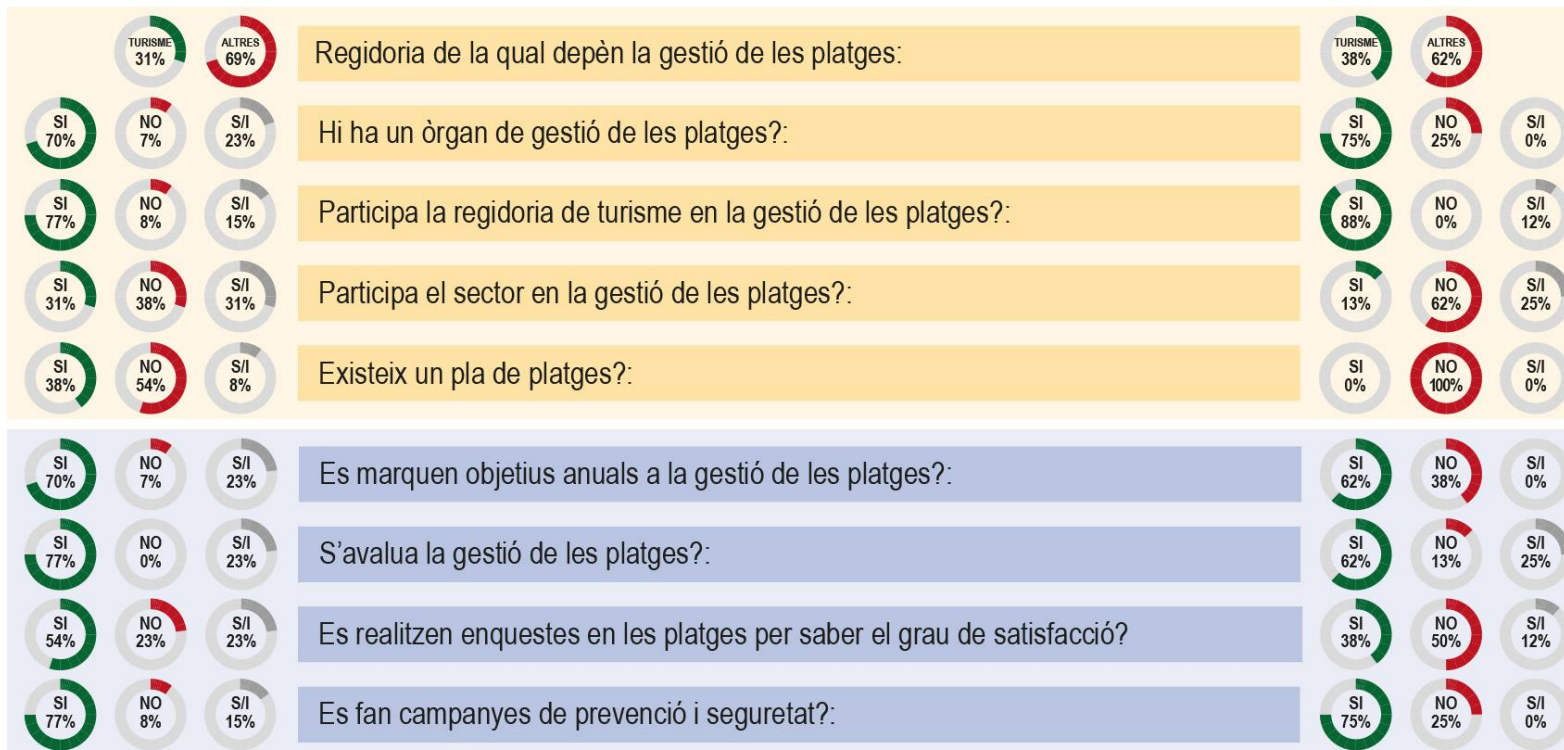
Situació actual: CD i TTEE

Gestió de la platja



COSTA DAURADA

TERRES DE L'EBRE

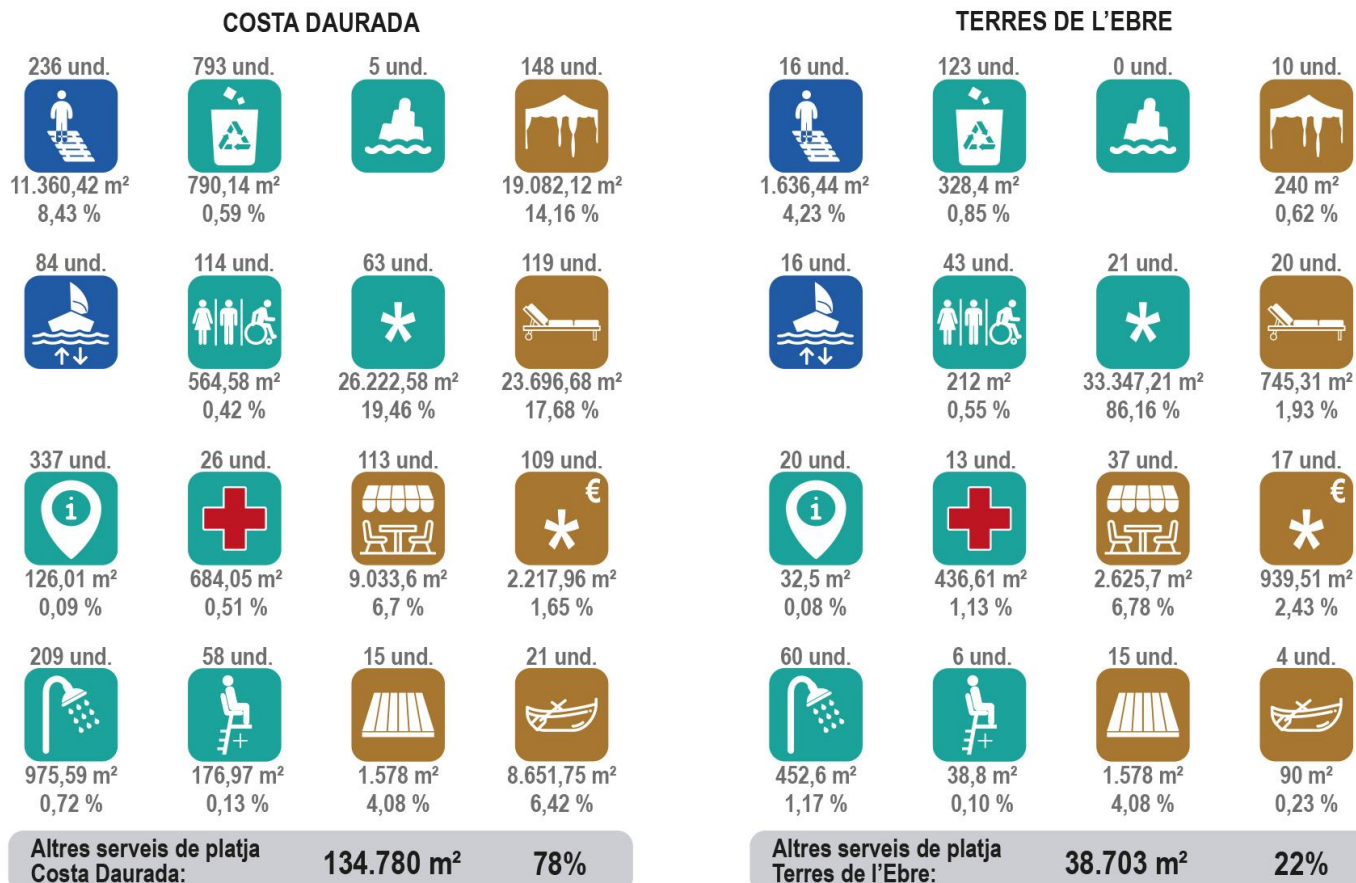
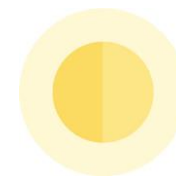


Mitjana d'obertura i tancament de les platges:



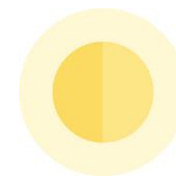
Situació actual: CD i TTEE

Percentatge d'ocupació a les platges



Situació actual: CD i TTEE

Percentatge d'ocupació: Activitats familiars

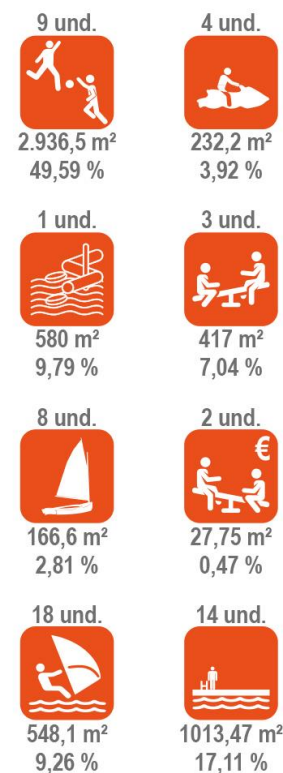


COSTA DAURADA



Serveis orientats a le families - Costa Daurada: **74.055,9 m² 93%**

TERRES DE L'EBRE



Serveis orientats a le families - Terres de l'Ebre: **5.921,6 m² 7%**

Demanda Turística





La demanda turística

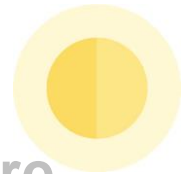
Perfil de l'usuari a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre

- Segons dades de l'Observatori Turístic, el 86% dels usuaris que ens visiten a l'estiu van a la platja com a activitat principal.
- De la mateixa manera, el 61,1% del usuaris que visiten la Costa Daurada ho fan amb la família (Observatori Turístic estiu 2018).

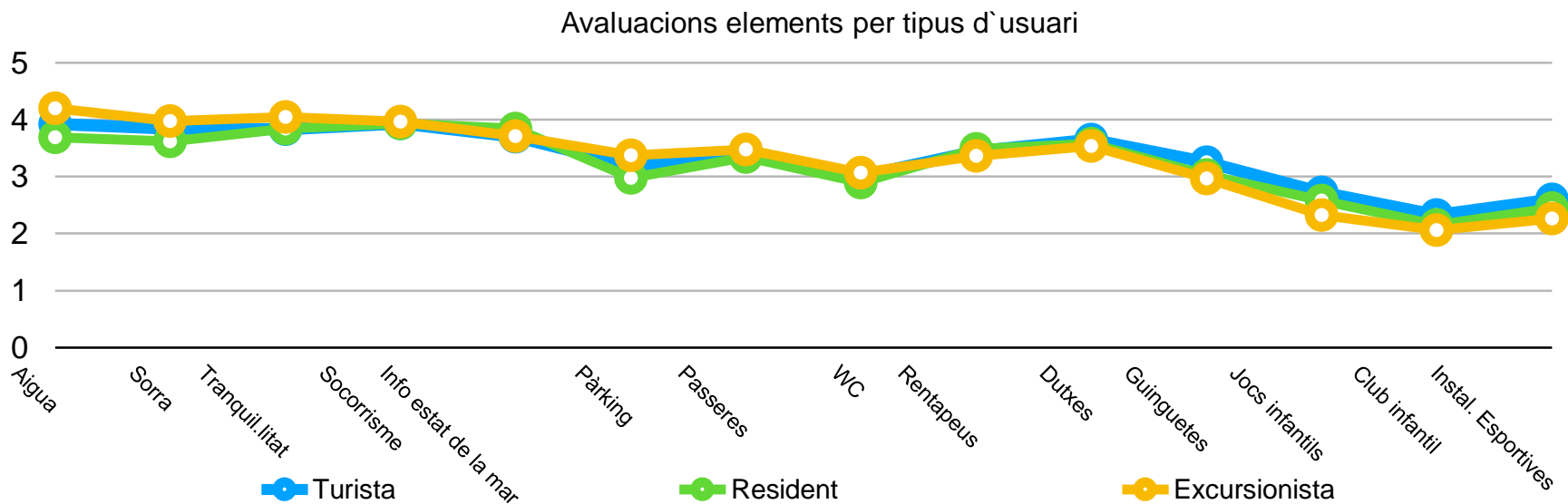


La demanda turística

Perfil de l'usuari a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre



- Els usuaris puntuen millor la netedat de l'aigua, la sorra i la tranquil·litat
- Les pitjor valorades són les instal·lacions esportives i els jocs infantils

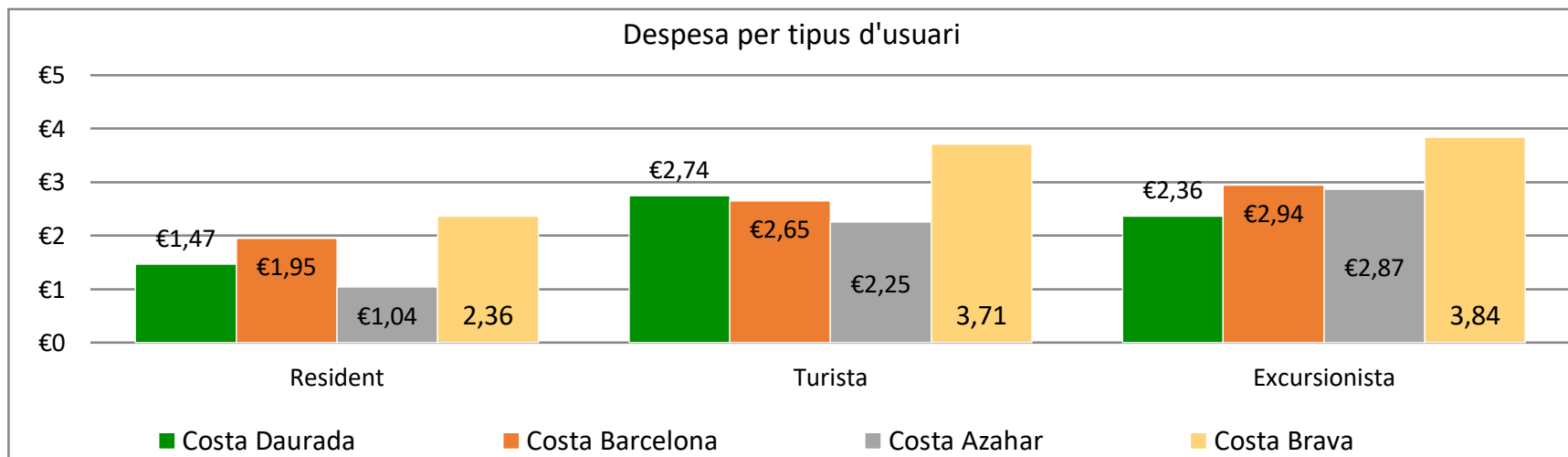


La demanda turística

Perfil de l'usuari a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre



Els usuaris que realitzen major despesa dels municipis estudiats a la Costa Daurada són els turistes, que generen un impacte econòmic de 2,74 €/U.

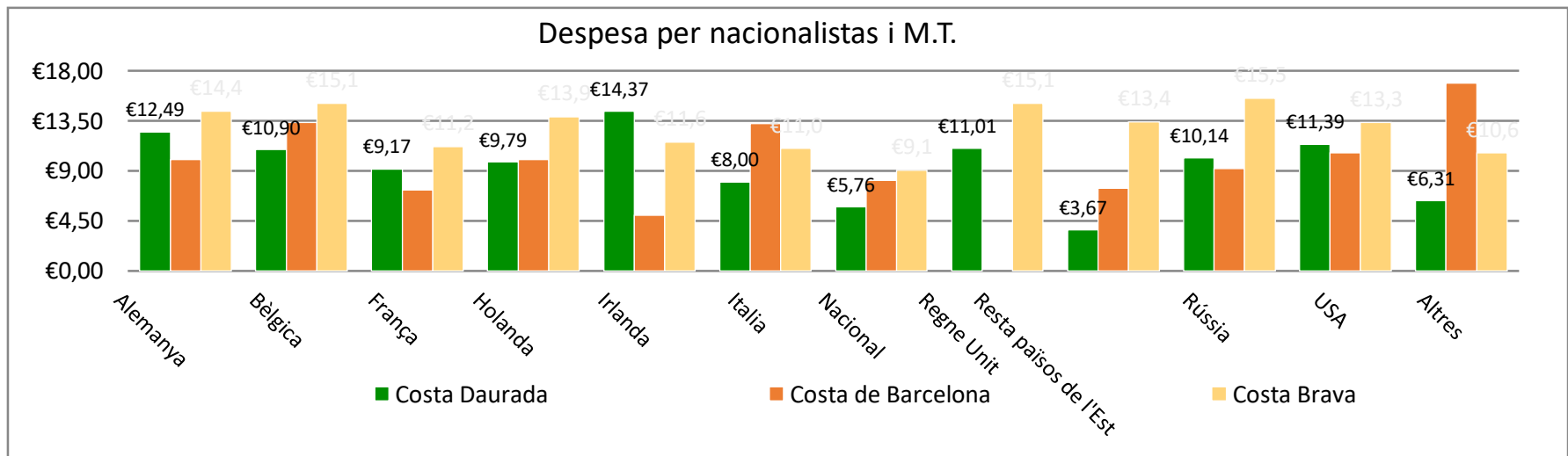


La demanda turística

Perfil de l'usuari a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre



Entre aquests usuaris, els que més despesa fan a les platges analitzades són els Irlandesos, Alemanys i els provinents del Regne Unit

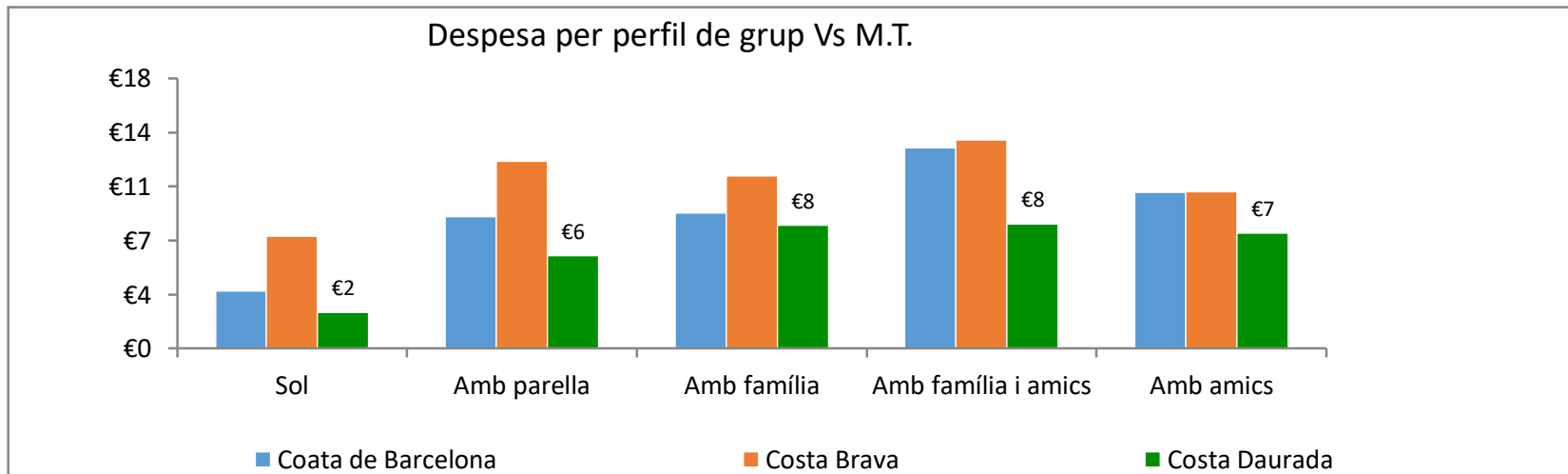


La demanda turística

Perfil de l'usuari a la Costa Daurada i Terres de l'Ebre

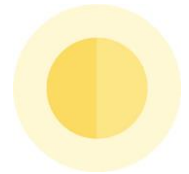
Els usuaris que venen amb familiars i amics són el perfil que més despesa fa a les platges analitzades a la Costa Daurada.

La rellevància del turisme familiar es manifesta clarament en aquestes dades, donat que generen més riquesa al territori.

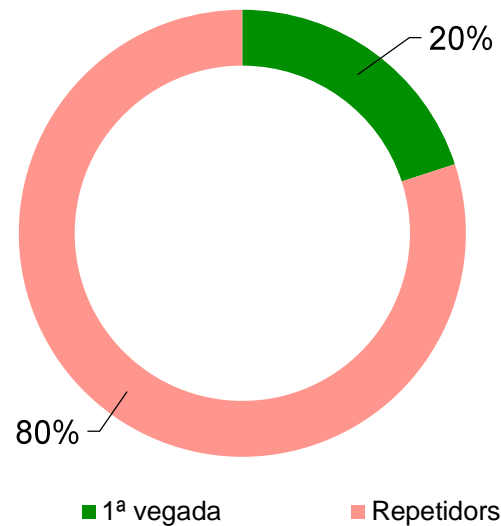


La demanda turística

Perfil de l'usuari a Terres de l'Ebre i Costa Daurada



Un 20,6% dels turistes que han visitat les Terres de l'Ebre durant l'estiu de 2018 ho han fet per primera vegada, mentre que el 79,4% ja hi havien estat abans, repetint així la seva destinació de vacances.

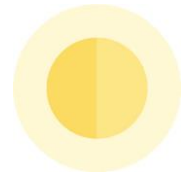


- Relaxar-se i descansar (74,7%) i anar a la platja (68,4%) han estat les principals activitats realitzades durant l'estiu de 2018.

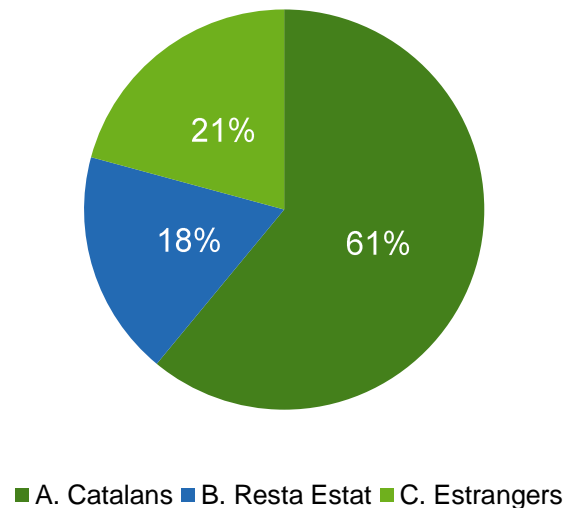
* Dades Observatori Turístic, 2018

La demanda turística

Perfil de l'usuari a Terres de l'Ebre i Costa Daurada



El mercat català és el més nombrós



- ✓ El mercat francès és entre el conjunt de turistes estrangers, el principal mercat emissor, representant l'11,9% del total de turistes

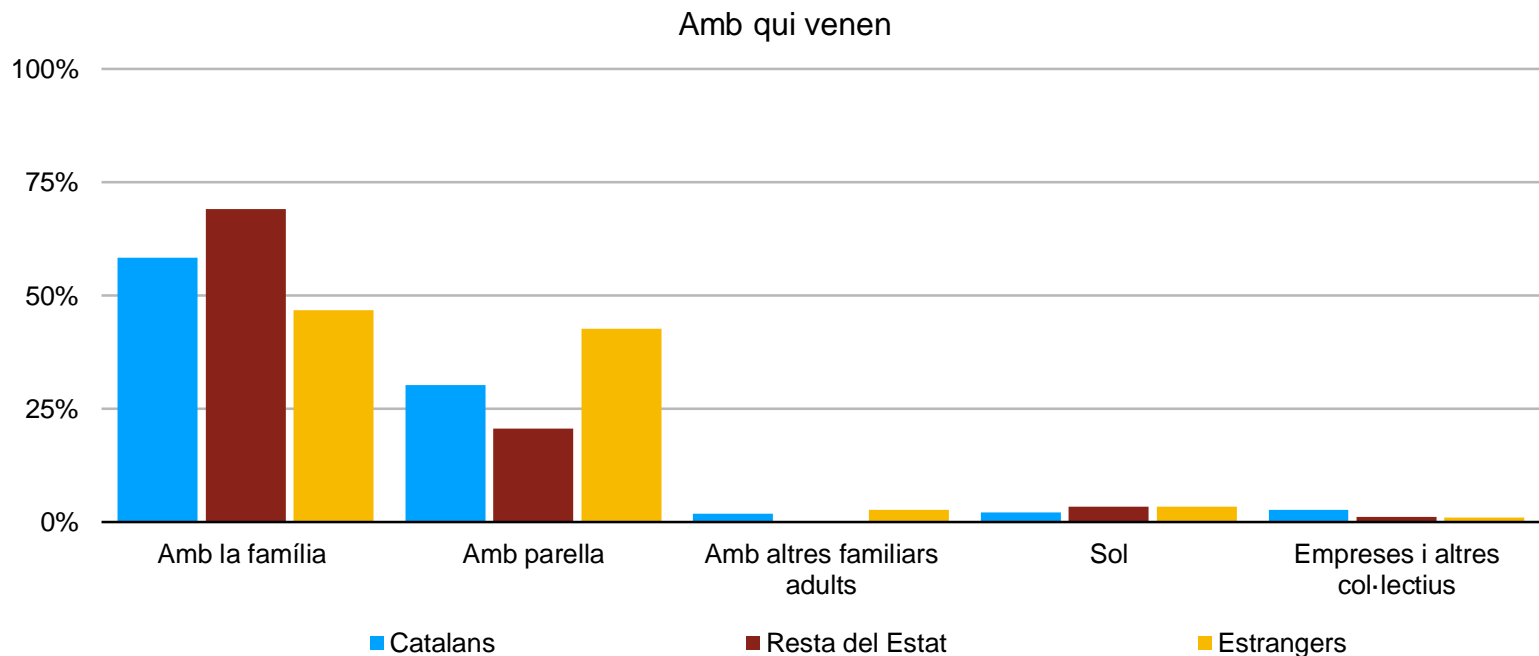
* Dades Observatori turístic, 2018

La demanda turística

Perfil de l'usuari a Terres de l'Ebre i Costa Daurada

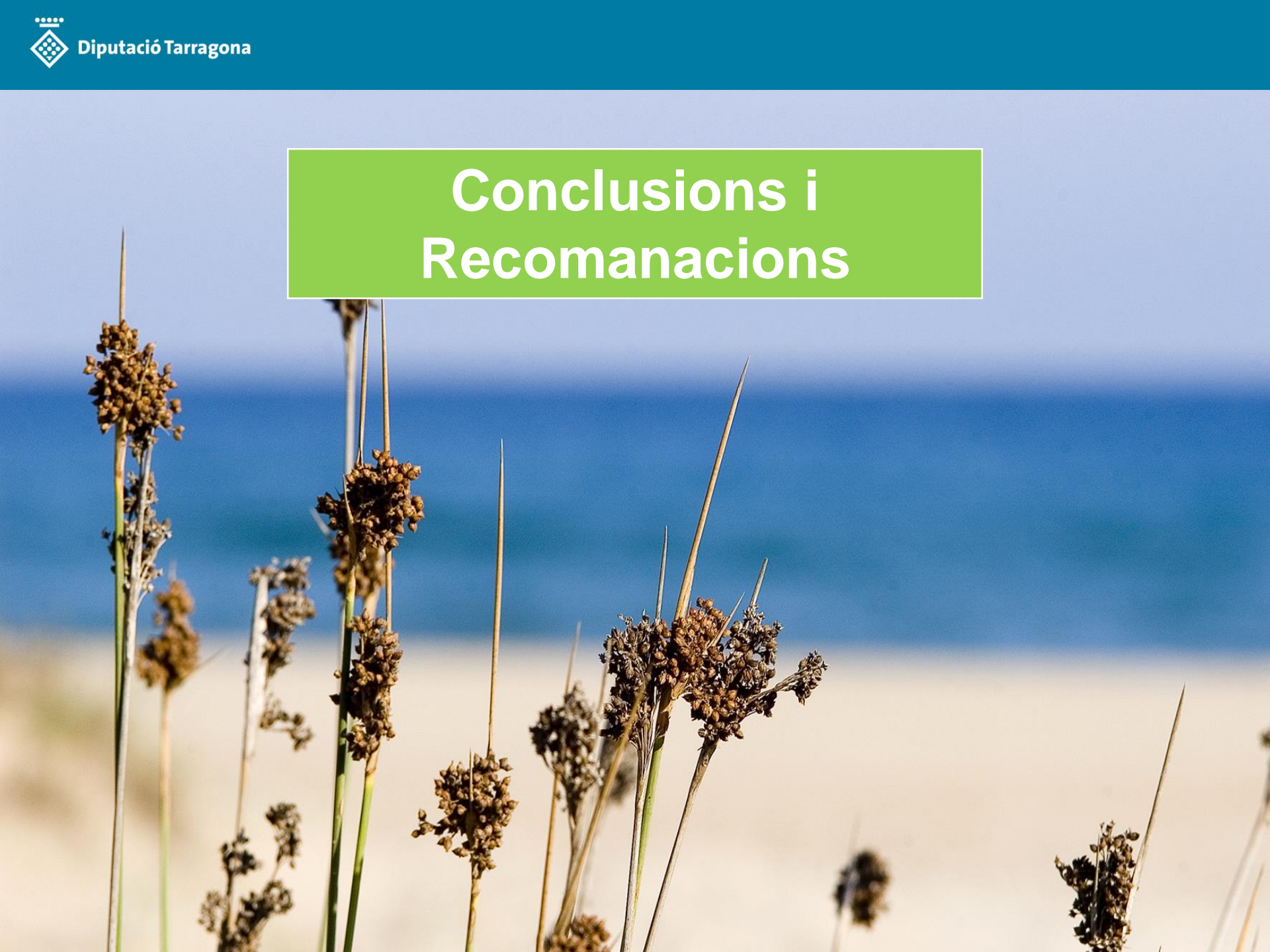


El 58% dels turistes han viatjat acompanyats per la família amb nens. A aquest perfil els han seguit aquells que han viatjat amb la parella amb un 31%



* Dades Observatori turístic, 2018

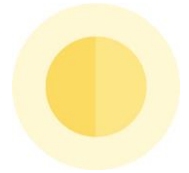
Conclusions i Recomanacions



Conclusions

- Les platges conformen un sistema multidimensional que inclou altres subsistemes que interactuen entre si: el físic-natural, el socio-cultural i el de gestió.
- La platja és un espai gestionat per diverses administracions públiques. També són abundants els agents que intervenen a la platja. Debilitat: Tots aquests agents no sempre estan coordinats de forma adequada.
- Les Platges s'han d'organitzar de manera integral per ser més eficients social i econòmicament.
- A la CD i a les TTEE hem detectat un nivel molt baix d'implantació de la tecnologia. Oportunitat: Dept. Innovació Turística Eurecat per implementar tecnologia.



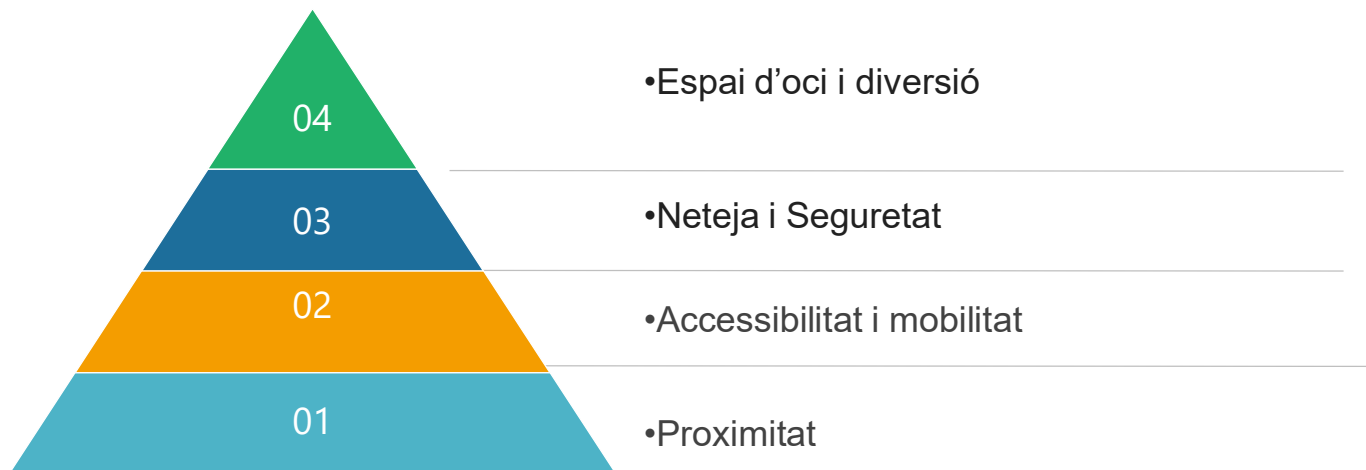


Conclusions

- o Les destinacions requereixen una reconceptualització del turisme familiar que tingui en compte la creixent diversitat i complexitat de les famílies.

Oportunitat: Adaptar-se al context social de les noves famílies.

- o Les destinacions han de repensar l'espai turístic cercant una major satisfacció de les famílies sense perdre la sostenibilitat de les platges com a espai natural a preservar



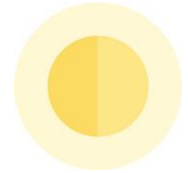
Conclusions

Les platges espai natural fràgil i vulnerable

- Aconseguir un litoral més natural
- Assegurar la preservació de la biodiversitat marina
- Contribuir a la protecció de les platges
- Conscienciar a la ciutadania



Conclusions



- Les famílies han evolucionat d'entendre les vacances com a "relax" a voler cercar noves experiències a la destinació que ajudin a "construir família".
- Els nens tenen cada dia més incidència en la decisió dels pares a l'hora d'escollir les vacances.



Conclusions

- o Dels 14 serveis i productes avaluats en els municipis estudiats a CD i TTEE.
- o Els Clubs infantils i les instal·lacions esportives, ambdues orientades a joves i famílies, són les instal·lacions pitjor avaluades a tots els municipis.



Recomanacions

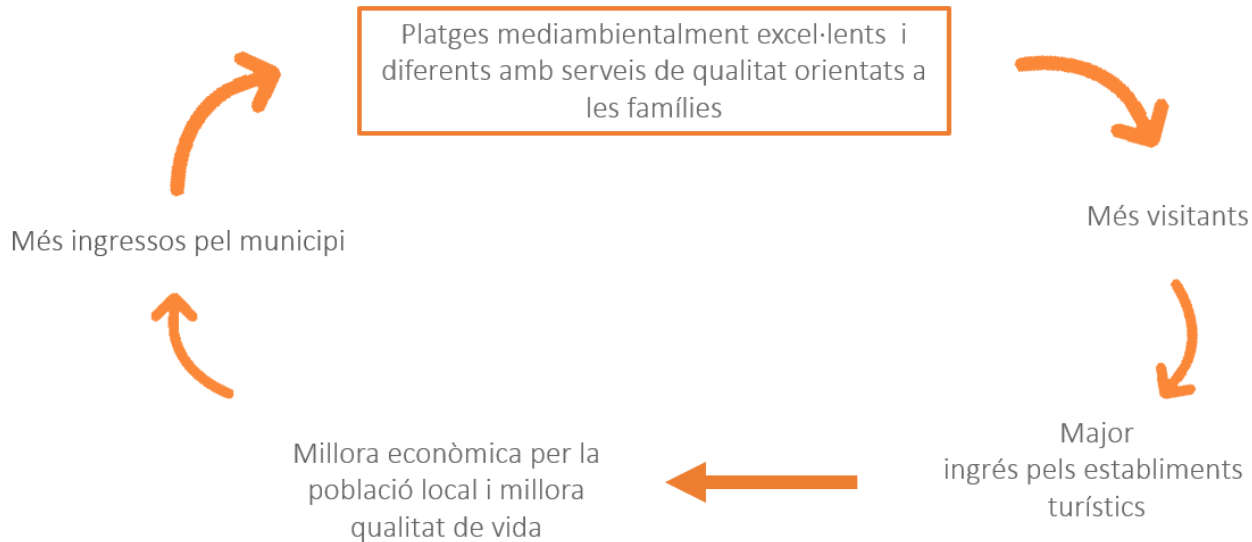


- La platja ha de ser un territori intel·ligent i coherent amb el model de la destinació que millori la oferta global, així com esdevenir una eina per a augmentar la riquesa del nostre territori.
- El model ha de respondre a les necessitats dels usuaris i enfocar-se al creixement com a motor del desenvolupament territorial que dinamitza i diversifica l'economia.



Recomanacions

- Convertir les platges en zones actives i peculiars diferenciant-nos de les platges de les destinacions competidores



Benchmàrquing



Innovació i experiències d'èxit a les platges

- Zona de bany adaptada per a persones grans o amb mobilitat reduïda - Benicarló



Innovació i experiències d'èxit a les platges

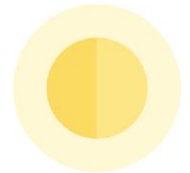
Espai Nadó - Calonge

- Zona de lactància, microones, neveres, aparca cotxets
- Conferències, sessions de ioga, gimnàstica hipopressiva



Innovació i experiències d'èxit a les platges

- Informació de radiació solar – Original Tech SL
<https://tinyurl.com/y3glrcq8>
- Tatuatge protector de la pell
<https://tinyurl.com/y66s9hb4>

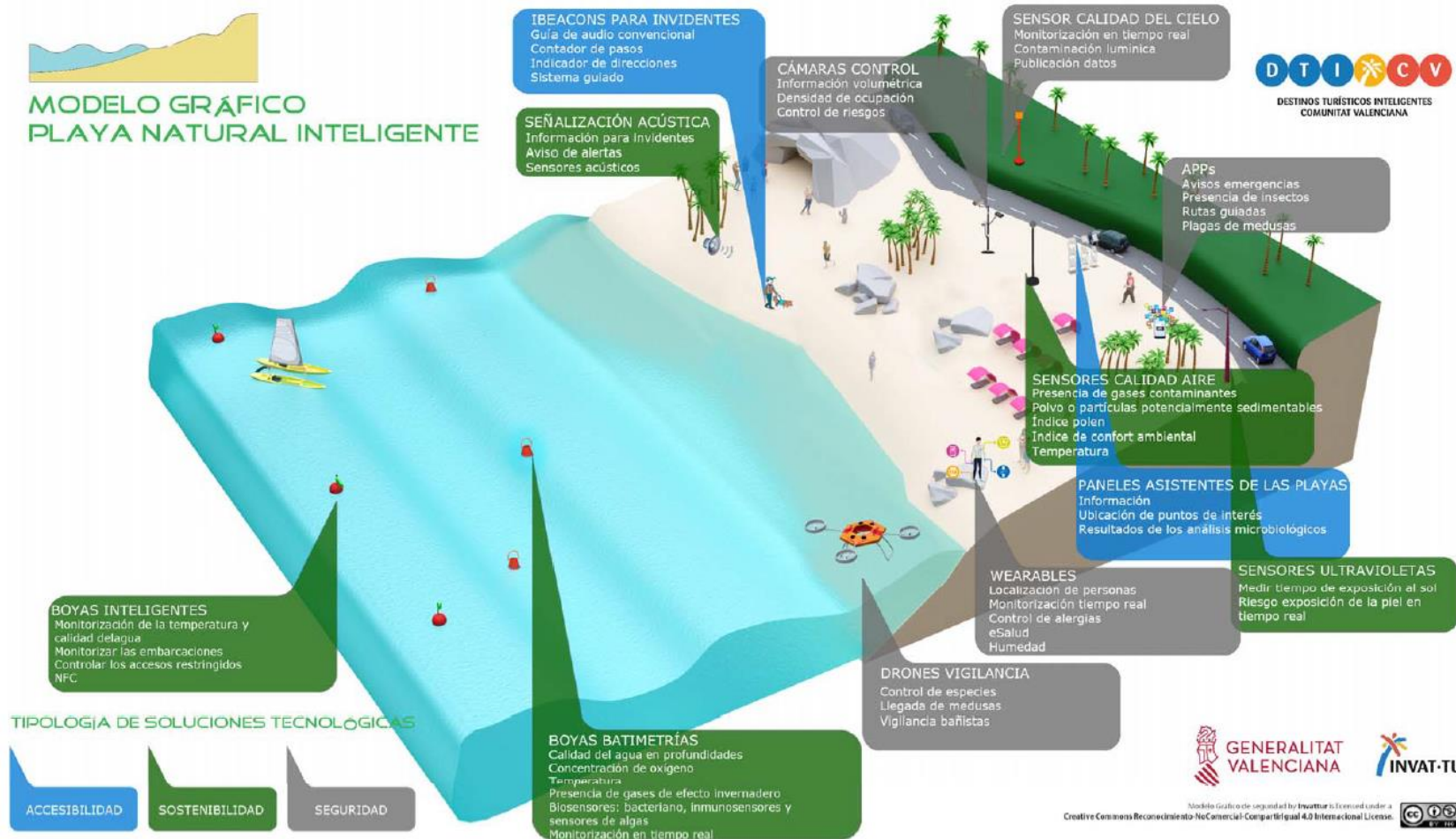


MODELO GRÁFICO PLAYAS INTELIGENTES CV





MODELO GRÁFICO PLAYA NATURAL INTELIGENTE



PROPER PASSOS

1

Creació d'una xarxa de relació entre agents públics i privats - Primera sessió de treball

2

Definir els requisits que ha de tenir la platja familiar intel·ligent

3

Benchmàrquing





turístic
en família



Gràcies

