



**INFORME SOBRE ESTRATÈGIA TURÍSTICA  
AL MUNICIPI DE TORTOSA**

**Desembre 2012**

**Juan Antonio Duro  
Francesc Xavier Farré  
Antonio Paolo Russo  
Núria Gil**



## ÍNDEX

1. Introducció.....	5
2. Turisme a les Terres de l'Ebre.....	8
3. Turisme i economia de Tortosa.....	14
3.1. "Turisticitat" a Tortosa: una mirada inicial .....	14
3.2. Algunes dades existents sobre el perfil turista a la ciutat.....	20
4. Els atractius turístics i culturals de Tortosa (entre tangible i intangible).....	23
5. Diagnosi estratègica .....	28
5.1. Introducció.....	28
5.2. Participació dels agents privats de turisme de Tortosa.....	29
5.3. Diagnosi global de l'equip .....	35
6. Una proposta estratègica a mitjà i llarg termini: arquitectura estratègica turística a Tortosa.....	36
6.1. Elements generals.....	36
6.2. Els elements patrimonials culturals com a nucli principal de l'estratègia turística.....	38
6.3. Renaixement i festa.....	41
6.4. Arquitectura estratègica.....	43
6.5. Projecte emblemàtic.....	67
7. Propostes per al Pla d'Acció 2013 i 2014 en el marc del Pla de Foment.....	69
8. Síntesi .....	72

Referències.....	74
Annexes.....	75
Membres de l'equip tècnic.....	89

## 1. Introducció

El sector turístic ha esdevingut un dels sectors de més creixement en els àmbits mundial, espanyol i català des de l'any 2000. Gràcies als recursos turístics existents, a la proximitat dels principals mercats, a les bones infraestructures de connexió i a una marca suficientment consolidada, els fluxos turístics a casa nostra han anat augmentant significativament, òbviament amb diferències segons el lloc. Catalunya, i en particular Barcelona, han esdevingut un dels principals centres d'atracció des del punt de vista internacional que, en part, han produït efectes difusió sobre altres parts del territori. Les millores en la qualitat dels recursos, la promoció i la cerca de nous mercats han afavorit altres zones del territori català, com és el cas, per exemple, de la Costa Daurada.

El sector turístic té quatre grans derivades que volem subratllar. En primer lloc, el sector i el producte turístic es caracteritzen per la transversalitat. És a dir, per la necessitat de sumar diferents produccions a fi d'obtenir el producte integrat, que és el que demanden i perceben els turistes. Aquesta característica tècnica, de fet, provoca que el sector turístic s'estengui a una llarga llista de produccions, típicament de terciari, i de productors individuals, tant públic com privats. La principal implicació d'aquest tret és, de manera automàtica, la necessitat diferencial de coordinació entre agents, tasca típicament reservada al sector públic. Aquesta coordinació, així mateix, s'eixampla a les diferents destinacions, ja sigui perquè ofereixen productes complementaris (patrimonial i sol i platja, per exemple) o perquè hi competeixen col·laborant (primer atracció turística, després distribució); en segon lloc, aquest sector és un gran generador d'ocupació. A diferència dels sectors industrials, les activitats terciàries impliquen la necessitat d'utilitzar mà d'obra que difícilment pot ser substituïda per tecnologia. D'altra banda, el baix valor afegit brut comparat provoca, en conseqüència, una intensitat de treball elevada per unitat d'output. Per tant, en termes de política econòmica és útil el foment i suport d'aquest sector. En tercer lloc, el sector turístic està típicament molt imbricat i interrelacionat amb la resta del sistema econòmic i, per tant, té un impacte elevat en les cadenes input-output. D'aquesta manera, el foment del sector turístic té la capacitat de contagiar, amb el seu creixement, la resta del sistema productiu. I en quart lloc, estem davant un sector típicament molt internacionalitzat, fidel reflex dels seus avantatges

competitius. De fet, en moments de debilitat del mercat intern, el sector turístic emergeix com la gran salvaguarda del creixement econòmic.

En el cas de les Terres de l'Ebre, i de Tortosa, les potencialitats de desenvolupament del sector creiem que són importants. En l'últim informe finançat per la Generalitat de Catalunya es trobà que el pes de les activitats turístiques específiques sobre el PIB de les Terres de l'Ebre era del 8,6% el 2010 per un 11,1% que significava a tot Catalunya (DURO & RODRÍGUEZ 2011). Per comarques, per exemple, el Baix Ebre, on se situa Tortosa, comptabilitzava un pes d'aquestes activitats del 10,2%. En aquest sentit, i atesos els recursos del territori i el paper esperat d'altres sectors, semblaria raonable esperar que el pes del turisme a les Terres de l'Ebre es podria situar per sobre del 12% o 13%.

I, de fet, les possibilitats de creixement del sector al territori passen per la valoració adequada dels recursos existents. Entre els quals hauríem d'esmentar les possibilitats d'explotació dels recursos naturals i, d'una manera prominent, dels recursos patrimonials i culturals de la ciutat de Tortosa, els quals proposem que formin part del nucli del model turístic de Tortosa. El desenvolupament turístic de Tortosa no constitueix només una estratègia de desenvolupament local. El creixement i la consolidació de Tortosa com a destinació turística és, de fet, un component de l'estratègia regional. Per exemple, el creixement de les destinacions turístiques costaneres des de l'Ametlla de Mar fins a Alcanar, en part, podria pivotar sobre el complement de producte que pot emergir del desenvolupament dels productes i recursos patrimonials de Tortosa. Per tant, el foment del turisme a Tortosa constitueix una estratègia de promoció del turisme a les Terres de l'Ebre i de la seva economia.

L'actual Informe no es pot destriar de tres documents estratègics més globals que creiem que conformen el seu escenari de referència. En primer lloc, hem d'esmentar el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2012-2020, que ha d'establir les bases de la consolidació de Catalunya com a destinació turística de referència. En aquest sentit, el desenvolupament de Tortosa com a destinació ha de coordinar-se, i ser consistent, amb algunes de les principals línies d'actuació que s'han d'establir en aquest Pla. En segon lloc, hem d'esmentar el Pla de Dinamització Turística de les

Terres de l'Ebre, en què Tortosa va rebre algunes actuacions i, en tercer lloc, el futur Pla Estratègic per a l'Empresa i l'Ocupació de les Terres de l'Ebre (PEEOTE), en qual Tortosa ha de representar el paper de capital del territori.

En aquesta memòria pretenem proporcionar el marc i la concreció d'actuacions que han de permetre estructurar la intervenció estratègica local en l'àmbit turístic a curt, mitjà i llarg termini. Ens situem davant d'una ciutat on el turisme no està desenvolupat com a tal ni té estratègies clares des d'aquest punt de vista. Per tant, el principal objecte és dissenyar i implementar estratègies de desenvolupament de la destinació i, consegüentment, magnificar la demanda i el seu impacte. D'aquesta manera, no són prioritàries estratègies de desestacionalització, d'una banda per l'escàs volum existent, que suposa la necessitat més aviat d'incrementar el nombre total de turistes a tota l'annualitat i, d'altra banda, per la tipologia dels recursos i productes turístics que pot posar en marxa la ciutat, típicament sense problemes significatius de concentració.

Les actuacions que es proposen poden tenir o no una materialització pressupostària significativa. De tota manera, dedicarem una atenció especial a les propostes amb concreció pressupostària a curt termini en l'exercici del 2014. De tota manera, i tornem a incidir, creiem raonable emfatitzar la necessitat d'esmerçar estratègies que, per si mateixes, no impliquen l'ús intens del pressupost públic. D'altra banda, l'informe no només es centra en propostes a curt termini, que puguin plasmar-se en el PFT actual. Algunes d'elles tenen un horitzó més ampli, la qual cosa sembla lògica donada la pròpia naturalesa, necessitats de la destinació i, hauríem d'afegir, conjuntura econòmica.

L'informe s'organitza de la forma següent. En la secció segona contextualitzem el desenvolupament de Tortosa en el marc del desenvolupament de les Terres de l'Ebre. En la secció tercera revisem el paper qualitatiu del turisme a Tortosa i analitzem l'evolució econòmica a partir dels indicadors disponibles. En la secció quarta revisem les principals característiques i la situació dels principals recursos i productes turístics existents a Tortosa, al nostre parer. En la secció cinquena realitzem una diagnosi estratègica del turisme a la ciutat com a punt de partida de les propostes estratègiques que s'esmercen en la secció sisena, i que provenen tant

de treball de l'equip tècnic com de la retroacció obtinguda per operadors turístics privats en el marc de la Taula de Turisme Privada organitzada expressament. En la secció setena concretem les propostes d'actuació per al 2013-2014 consistents en l'arquitectura estratègica proposada anteriorment. Finalment, la darrera secció sintetitza les principals consideracions que s'extreuen de l'informe.

## **2. Turisme a les Terres de l'Ebre**

El sector turístic, almenys en la seva vessant característica,<sup>1</sup> suposa a les Terres de l'Ebre quasi el 8,6% del total el 2010, xifra inferior al pes que té a tot Catalunya (un 11,1%). Aquest menor pes es deu sobretot al reduït desenvolupament del sector turístic al territori, especialment fora de la franja costanera, on se situen els motors turístics de sol i platja.

Malgrat el reduït desenvolupament, l'evidència ens indica el creixement diferencial registrat pel sector en el període 2005-2010, creixement que sobretot ha tingut lloc a la Terra Alta, afavorit pel desenvolupament del turisme natural i enològic, i al Baix Ebre i Montsià, fonamental en el creixement de les destinacions costaneres i el paper del delta de l'Ebre com a motor de desenvolupament territorial.

Aquest menor desenvolupament també es confirma amb altres indicadors, per exemple, l'índex d'intensitat turística (mapa 2), que recull la intensitat de l'oferta d'allotjament turística sobre la població resident. S'observen els nivells molt baixos de comarques com la Ribera d'Ebre i el Montsià, per l'absència de desenvolupament de turisme interior, i el baix nivell tant de la Terra Alta com del Baix Ebre.

El tema és que el territori té recursos d'indubtable capacitat per generar activitat turística al territori. Ens agradaria, per la seva importància i, en particular, per a la seva capacitat de creixement, esmentar els següents:

- Parc natural del Delta de l'Ebre
- Parc natural dels Ports

---

<sup>1</sup> La resultat de la suma dels sectors turístics propis. Vegeu Duro i Rodríguez (2011).



➤ Recursos patrimonials i culturals a Tortosa

En tots els casos, el paper de Tortosa és crucial com a complement del producte. Fins i tot en el cas del parc natural dels Ports, una part de la superfície està en el terme municipal de la ciutat.

Per tant, estariem en presència d'espais naturals com a motors de desenvolupament turístic i recurs urbà. En el cas natural, a més a més dels dos parcs, tindriem una extensa xarxa d'espais pertanyents a la xarxa Natura 2000 i espais PEIN (20 espais més). De fet, és aquesta riquesa natural la que fonamenta l'actual sol·licitud del territori com a Reserva de la Biosfera de la UNESCO.

**Taula 1: Creixement PIB turístic específic per marques, 2005-2010**  
*Percentatges*

	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2005-2010 acum</b>	<b>2005-2010 anual</b>
Barcelona	3,47%	6,69%	1,31%	-1,87%	1,17%	11,04%	2,12%
Catalunya Central	2,93%	8,78%	3,12%	-1,74%	2,24%	15,99%	3,01%
Costa Brava	2,95%	7,06%	1,69%	-0,86%	0,48%	11,66%	2,23%
Costa Daurada	2,63%	7,47%	-0,15%	-3,30%	1,20%	7,78%	1,51%
Costa de Barcelona	4,49%	8,15%	2,21%	-1,96%	2,55%	16,13%	3,04%
Pirineus	2,37%	6,72%	2,75%	-1,70%	0,82%	11,25%	2,15%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>3,37%</b>	<b>7,26%</b>	<b>2,74%</b>	<b>0,00%</b>	<b>1,09%</b>	<b>15,15%</b>	<b>2,86%</b>
Terres de Lleida	1,91%	7,31%	3,44%	-0,78%	1,95%	14,43%	2,73%
Val d'Aran	2,22%	2,69%	3,05%	4,41%	2,06%	15,27%	2,88%
<b>Catalunya</b>	<b>3,29%</b>	<b>7,32%</b>	<b>1,76%</b>	<b>-1,75%</b>	<b>1,47%</b>	<b>12,45%</b>	<b>2,37%</b>

*Font: Duro i Rodríguez (2011)*

**Taula 2: Comparació creixement PIB turístic específic versus creixement economia global per marques, 2005-2010**

*Percentatges*

	Var Acum			Var Anual		
	2005-2010	2005-2010	Gap tur-econ	2005-2010	2005-2010	Gap tur-econ
Barcelona	11,04%	6,45%	4,59%	2,12%	1,26%	0,86%
Catalunya Central	15,99%	-0,74%	16,73%	3,01%	-0,15%	3,16%
Costa Brava	11,66%	5,56%	6,09%	2,23%	1,09%	1,14%
Costa Daurada	7,78%	4,85%	2,93%	1,51%	0,95%	0,56%
Costa de Barcelona	16,13%	0,94%	15,18%	3,04%	0,19%	2,85%
Pirineus	11,25%	7,21%	4,04%	2,15%	1,40%	0,75%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>15,15%</b>	<b>1,91%</b>	<b>13,24%</b>	<b>2,86%</b>	<b>0,38%</b>	<b>2,48%</b>
Terres de Lleida	14,43%	10,87%	3,56%	2,73%	2,09%	0,65%
Val d'Aran	15,27%	4,19%	11,08%	2,88%	0,82%	2,06%
<b>Catalunya</b>	<b>12,45%</b>	<b>3,85%</b>	<b>8,60%</b>	<b>2,37%</b>	<b>0,76%</b>	<b>1,62%</b>

*Font: Duro i Rodríguez (2011)*

**Taula 3: Aportació directa PIB turístic específic a PIB global per comarques, 2005-2010**

*Percentatges*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Barcelona	11,60%	11,60%	11,87%	11,89%	11,98%	12,10%
Catalunya Central	6,39%	6,35%	6,68%	6,94%	7,32%	7,46%
Costa Brava	16,17%	15,95%	16,45%	16,70%	16,96%	17,10%
Costa Daurada	12,42%	12,14%	12,75%	12,68%	12,63%	12,76%
Costa de Barcelona	8,92%	9,00%	9,38%	9,62%	10,02%	10,26%
Pirineus	13,42%	13,12%	13,49%	13,65%	13,86%	13,93%
<b>Terres de l'Ebre</b>	<b>7,58%</b>	<b>7,51%</b>	<b>7,84%</b>	<b>8,11%</b>	<b>8,47%</b>	<b>8,57%</b>
Terres de Lleida	7,51%	7,17%	7,37%	7,52%	7,62%	7,75%
Val d'Aran	38,60%	38,33%	39,12%	40,34%	41,94%	42,70%
<b>Catalunya</b>	<b>10,23%</b>	<b>10,17%</b>	<b>10,52%</b>	<b>10,68%</b>	<b>10,94%</b>	<b>11,08%</b>

*Font: Duro i Rodríguez (2011)*

**Taula 4: Creixement PIB turístic específic per comarques ebrenques, 2005-2010**  
*Percentatges*

	2006	2007	2008	2009	2010	2005-2010 acum	2005-2010 anual
Baix Ebre	2,44%	9,07%	2,57%	0,22%	1,91%	16,53%	3,11%
Montsià	3,94%	5,48%	3,24%	0,09%	0,42%	12,81%	2,44%
Ribera d'Ebre	4,62%	3,30%	0,34%	0,01%	2,53%	10,42%	2,00%
Terra Alta	5,68%	10,30%	6,06%	1,25%	1,37%	26,90%	4,88%
<b>Catalunya</b>	<b>3,29%</b>	<b>7,32%</b>	<b>1,76%</b>	<b>1,75%</b>	<b>1,47%</b>	<b>12,45%</b>	<b>2,37%</b>

Font: Duro i Rodríguez (2011)

**Taula 5: Comparació creixement PIB turístic específic versus creixement economia global per comarques ebrenques, 2005-2010**

	Var Acum 2005- 2010 turisme	2005- 2010 economia	Gap tur- econ	Var Anual 2005- 2010 turisme	2005- 2010 economia	Gap tur- econ
Baix Ebre	16,53%	9,02%	7,51%	3,11%	1,74%	1,36%
Montsià	12,81%	3,28%	9,53%	2,44%	0,65%	1,79%
Ribera d'Ebre	10,42%	-12,95%	23,38%	2,00%	-2,74%	4,74%
Terra Alta	26,90%	11,49%	15,41%	4,88%	2,20%	2,68%
<b>Catalunya</b>	<b>12,45%</b>	<b>3,85%</b>	<b>8,60%</b>	<b>2,37%</b>	<b>0,76%</b>	<b>1,62%</b>

Font: Duro i Rodríguez (2011)

**Taula 6: Comparació creixement PIB turístic específic versus creixement economia global per comarques ebrenques i subperíodes de 2005 a 2010**  
*Percentatges*

	Var Anual 2005- 2007 turisme	Var Anual 2005- 2007 global	Gap tur- global	Var Anual 2007- 2010 turisme	Var Anual 2007- 2010 global	Gap tur- global
Baix Ebre	5,70%	4,84%	0,87%	1,41%	-0,27%	1,68%
Montsià	4,71%	4,46%	0,25%	0,96%	-1,82%	2,77%
Ribera d'Ebre	3,96%	0,02%	3,94%	0,72%	-4,53%	5,25%
Terra Alta	7,97%	4,51%	3,46%	2,87%	0,69%	2,18%
<b>Catalunya</b>	<b>5,29%</b>	<b>3,82%</b>	<b>1,46%</b>	<b>0,48%</b>	<b>-1,23%</b>	<b>1,71%</b>

Font: Duro i Rodríguez (2011)

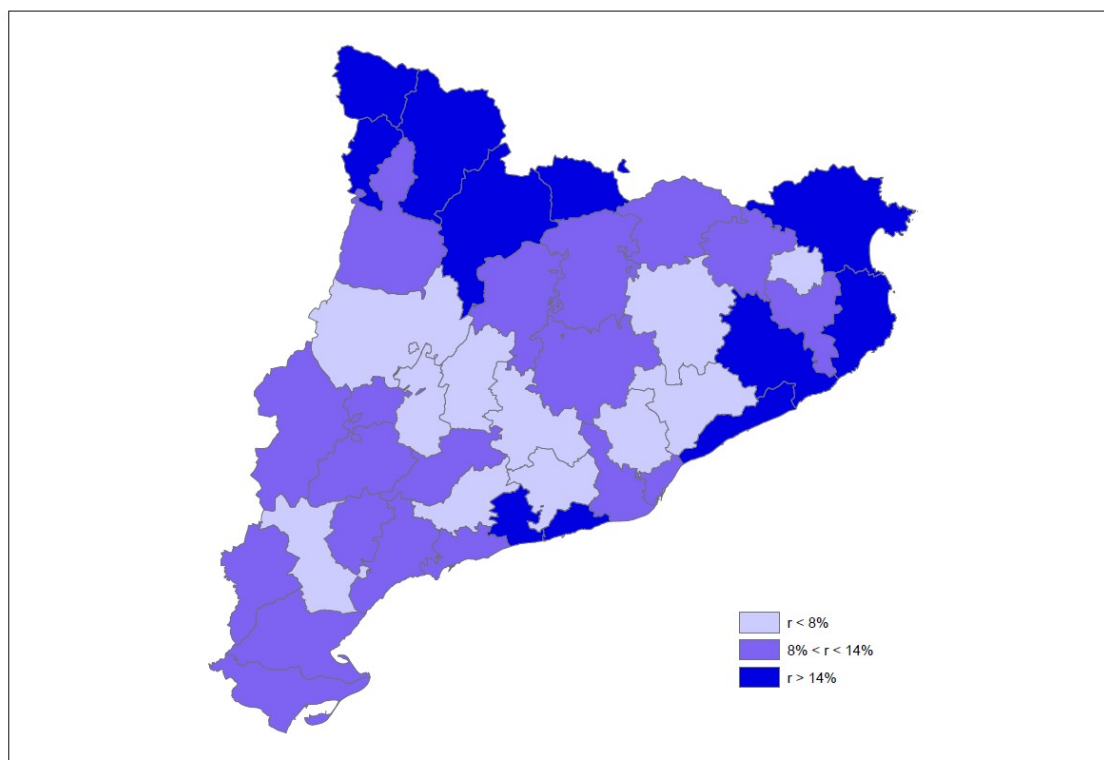
**Taula 7: Aportació directa PIB turístic específic a PIB global per comarques ebrenques, 2005-2010**

*Percentatges*

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Baix Ebre	9,57%	9,28%	9,72%	9,91%	9,98%	10,22%
Montsià	8,47%	8,27%	8,51%	8,88%	9,08%	9,25%
Ribera d'Ebre	3,03%	3,19%	3,27%	3,35%	3,91%	3,84%
Terra Alta	8,88%	8,80%	9,48%	9,94%	10,04%	10,11%
<b>Catalunya</b>	<b>10,23%</b>	<b>10,17%</b>	<b>10,52%</b>	<b>10,68%</b>	<b>10,94%</b>	<b>11,08%</b>

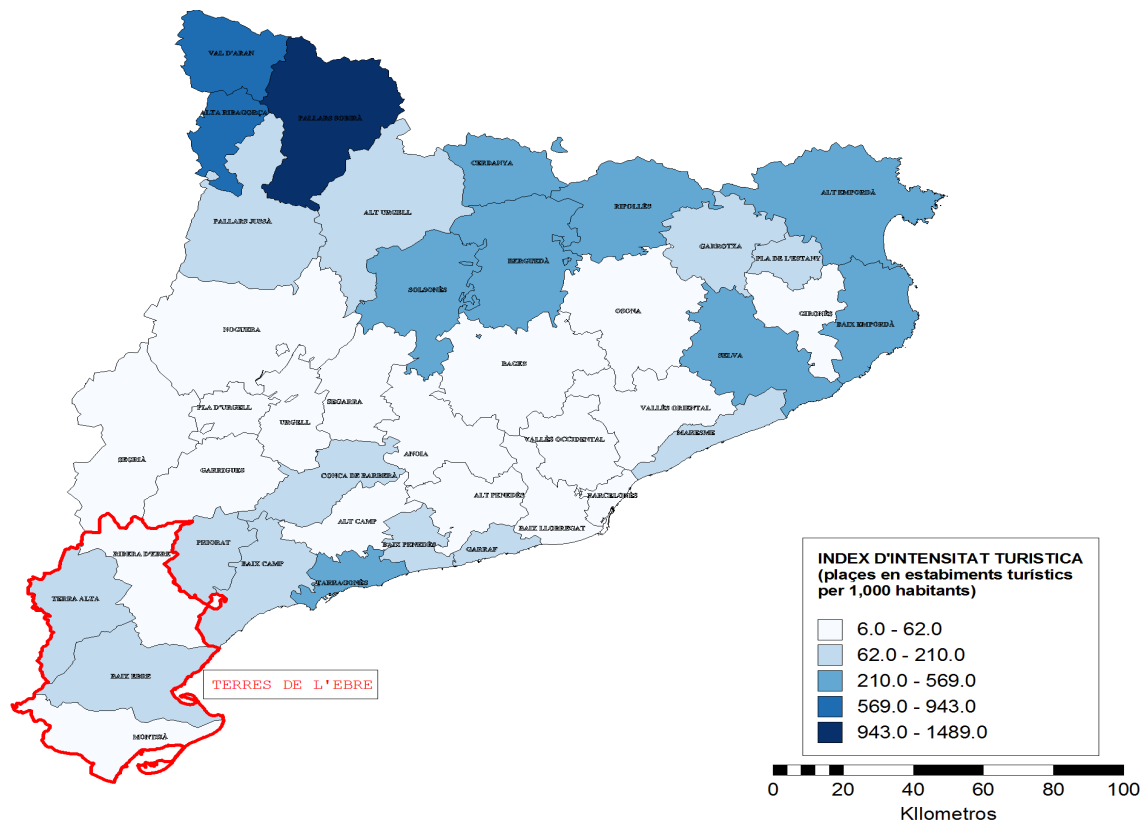
*Font: Duro i Rodríguez (2011)*

**Mapa 1: Pes del PIB turístic específic sobre el PIB global per comarques, 2010**



*Font: Duro i Rodríguez (2011)*

## Mapa 2: Índex d'intensitat turística a les Terres de l'Ebre



Font: elaboració pròpia a partir d'Idescat

El desenvolupament turístic de les Terres de l'Ebre i, per tant, de Tortosa s'ha de relacionar amb dos elements estratègics d'importància que li serveixen de context. En primer lloc, hem de posar de relleu la rellevància del Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2012-2020, en aquests moments a punt d'enllestir-se. Des del punt de vista del desenvolupament turístic de les Terres de l'Ebre, es preveuen línies d'actuació rellevants a l'entorn dels punts següents:

- Estructuració de productes al voltant del riu Ebre.
- Dinamització de destinacions costaneres amb complement de producte natural i interior.
- Realització d'esdeveniments gastronòmics.
- Dinamització de Tortosa.
- Producte natural.

En segon lloc, hem d'esmentar el Pla Estratègic de les Terres de l'Ebre (Pla Estratègic per a l'Empresa i l'Ocupació), que ha de dibuixar el full de ruta per al territori en els propers anys. Entre els aspectes que caldrà diagnosticar, avaluar i fer propostes, tindrà un lloc preferent el turisme i l'aportació territorial. De fet, es preveu un grup de treball específic sobre dinamització turística a les Terres de l'Ebre.

### **3. Turisme i economia de Tortosa**

#### 3.1. "Turisticitat" a Tortosa: una mirada inicial

Amb 34.432 habitants (2011), Tortosa queda en el lloc 35è de les ciutats catalanes més poblades, després de la capital, Barcelona, dels molts centres secundaris de la seva regió metropolitana, de les altres tres capitals provincials, de dues ciutats de grandària mitjana com Reus i Manresa, i de diverses ciutats de grandària semblant, com Vic, Figueres, Igualada i Vilafranca del Penedès, que com Tortosa són capitals comarcals i centres regionals de certa importància.

No obstant això, per la seva ubicació geogràfica i el seu caràcter històric, Tortosa es pot considerar la veritable capital de l'extrem sud català i el centre principal d'una regió, la de les Terres de l'Ebre, que encara que només oficialment delimitada com a "àmbit de planificació" en l'estructura territorial catalana, porta la seva pròpia identitat en termes de paisatge tant físic com sociocultural.

En una subdivisió ideal del territori català en àmbits turístics (possiblement recalcant les marques turístiques creades per la Generalitat en la seva època per diferenciar les estratègies de promoció territorial i diversificar el producte), al costat d'àrees de destinacions consolidades com la Gran Barcelona, la Costa Brava i la Costa Daurada, i el Pirineu lleidatà, les Terres de l'Ebre també reflecteixen una certa idiosincràsia de territori perifèric i de baixa intensitat, on destaca la importància del paisatge natural i la continuïtat que això ofereix entre diversos sectors, des de les muntanyes i les vinyes de la Terra Alta fins al delta de l'Ebre.

En aquest context, Tortosa també busca el seu lloc únic de porta d'entrada i de centre principal, un paper que bé va saber desenvolupar Girona en el marc d'un turisme de la Costa Brava cada dia més interessat en l'oferta urbana i d'interior, o que van desenvolupant, amb cert retard, Tarragona i Reus com a centres d'interès històric i comercial de la Costa Daurada, o Puigcerdà i la Seu d'Urgell en el turisme de muntanya dels Pirineus.

No obstant això, Tortosa queda desfavorida per una dècada de promoció turística de les Terres de l'Ebre bastant distanciada del clima urbà i històric, i més aviat enfocada cap als "factors d'unitat" d'aquest territori, o sigui, l'entorn natural, el turisme actiu i la tradició enogastronòmica. En una marca turística que arriba a interceptar solament l'1,4% de les arribades en establiments hotelers catalans i l'1,2% de les pernoctacions, és gairebé natural que les dimensions del moviment turístic a la ciutat principal siguin bastant baixes. Encara sense dades del moviment des del punt de vista local, notem com la "vocació turística" de la ciutat en termes d'intensitat de l'oferta (llits hotelers per nombre d'habitants) és de 20,2 places turístiques per 1.000 habitants, un factor gairebé 4 vegades més baix del de les comarques de les Terres de l'Ebre o de Catalunya en el seu conjunt (respectivament, l'índex de les Terres de l'Ebre és 75,5 i el de Catalunya és 78,8); i tot això sense incloure-hi les segones residències, que són molts més abundants a la costa i en altres àmbits geogràfics que els de les Terres de l'Ebre pròpiament i de la ciutat de Tortosa en particular (la població estacional en global, que evidentment inclou també col·lectius no turístics, no supera un factor del 1% de la població equivalent a temps complet).

Encara que no tinguem xifres sobre les visites d'excursionistes (visitants que no pernocten), i assumint:

- que entre 1 i 2 de 4 viatgers que pernocten a les Terres de l'Ebre visiten Tortosa durant la seva estada;
- que els establiments turístics de la ciutat de Tortosa arriben a la taxa d'ocupació global registrada a les Terres de l'Ebre el 2011 (38,3%);
- que la durada mitjana de l'estada d'un viatger a Tortosa és igual a la registrada a les Terres de l'Ebre, o sigui, de 2,42 nits;

es pot estimar un nombre de visites anuals de caràcter pròpiament turístic (excloent així els visitants catalans i d'àrees limítrofes) d'entre aproximadament 100.000 i 160.000; o sigui, a Tortosa cada dia es trobaria una mitjana d'entre 433 i 600 viatgers fent turisme. Aquesta estimació, no obstant això, està molt probablement inflada perquè les estades mitjanes haurien de ser considerada més curtes, i la taxa d'ocupació normalment més baixa que en els equipaments de costa. Una estimació més prudencial situaria "l'aforament turístic mitjà diari" de Tortosa entorn de les 300-400 unitats, o sigui, l'1% de la població resident.

Un altre indicatiu sobre la "turisticitat" a Tortosa ens el dona el nombre de restaurants registrats, que l'any 2000 era de 36 (45 actualment), o sigui, d'aproximadament 1,04 cada 1.000 habitants, contra els 2,14 que es troben a les Terres de l'Ebre, els 2,17 de Catalunya, o els 2,24 de la ciutat de Tarragona.

Pel que fa als hotels, el volum d'oferta hotelera i qualitat de la planta són reduïts. A la ciutat s'ubiquen 6 establiments hotelers amb 685 places reglades, és a dir, una ràtio del 0,02 sobre població resident, comparat amb el quasi 0,04 existent de mitjana a Catalunya. Per tant, això significaria que, per igualar-se a la mitjana catalana, escenari que en cap cas és inassolible, les places reglades s'haurien de duplicar i situar-se a l'entorn de les 1.500. D'altra banda, també hi ha un biaix pel que fa a la qualitat dels establiments i, per tant, de les places. A Tortosa el pes de l'oferta de places hoteleres de més qualitat és clarament menor que el present a tot Catalunya (gràfica 1).

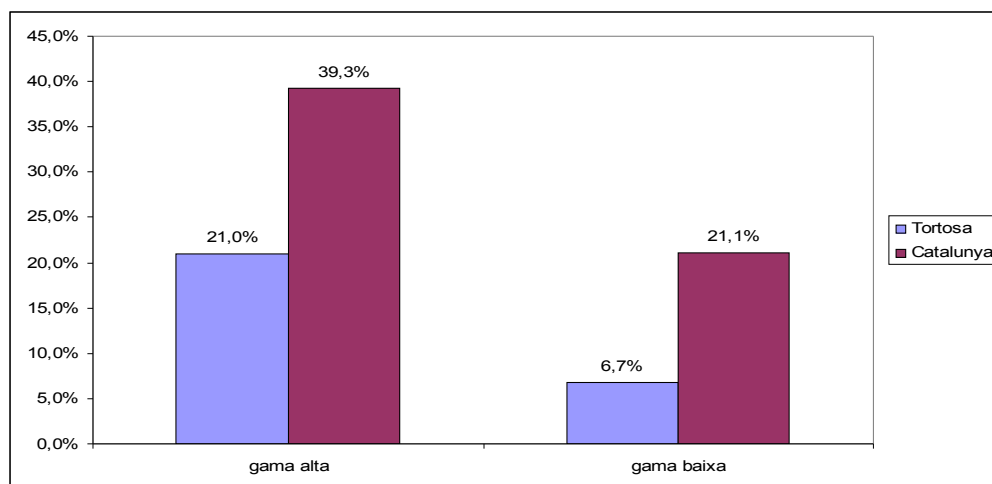
**Taula 8: Establiments hotelers a la ciutat**

<b>Categoria</b>	<b>Establiments</b>	<b>Habitacions</b>	<b>Places</b>
Hotels 4*	1	72	144
Hotels 3*	2	160	356
Hotels 2*	1	84	139
Hotels 1*	1	9	18
Pensions 2*	1	18	28
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>343</b>	<b>685</b>

*Font: elaboració pròpia a partir de dades del Dept. Empresa i Ocupació (Generalitat de Catalunya)*

**Gràfica 1: Composició planta hotelera (places) per categoria, Tortosa contra Catalunya**



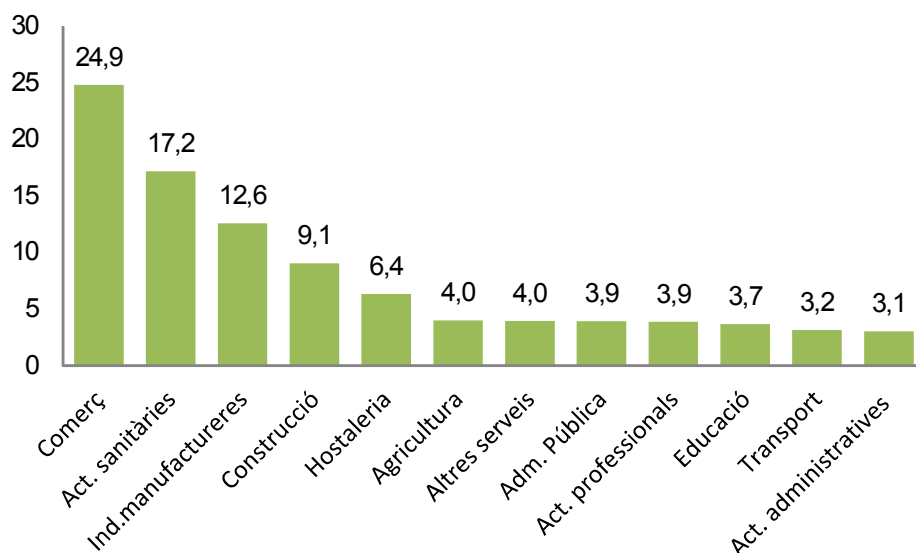


*Font: elaboració pròpia a partir del Dept. Empresa i Ocupació (Generalitat de Catalunya) i INE*

No tenim dades completes sobre l'impacte econòmic de les activitats turístiques a Tortosa. Probablement, el millor indicador és el volum de cotitzants que mou l'activitat més característica i que està disponible de forma individualitzada, com són els cotitzants a la Seguretat Social. A la gràfica adjunta, per exemple, podem veure que els cotitzants als registres de la Seguretat Social (general i autònoms) a la ciutat en aquest subsector, que inclou hotels i restaurants, és del 6,4% sobre el total. El gruix dels cotitzants es localitza en el sector comercial, reforçant el paper de centralització comercial però amb poc pes de l'activitat turística.

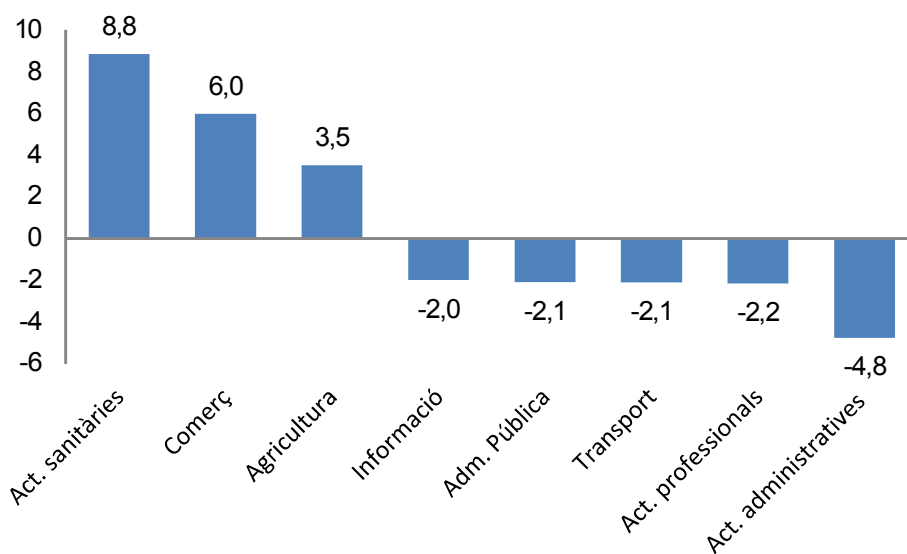
La gràfica 3 expressa la reduïda especialització diferencial en activitats típiques turístiques de la ciutat. En comparar el pes relatiu dels diferents subsectors productius amb la corresponent mitjana existent a Catalunya, es veu que només el comerç té una especialització diferenciada. Ni l'activitat hotelera ni la de restauració apareixen en el llistat.

## **Gràfica 2: Principals activitats econòmiques Tortosa, mitjana 2010, % d'afiliats**



Font: CELIR (2011)

**Gràfica 3: Especialització diferencial Tortosa-Catalunya, mitjana 2010**



Font: CELIR (2011)

Així mateix, i malgrat el pes reduït, l'hostaleria apareix com la gran vàlvula d'escapament actual davant la crisi econòmica actual i ocupacional. Específicament, i amb les dades corresponents al tercer trimestre de 2012, la caiguda dels cotitzants a la ciutat, en termes interanuals del 3%, va conviure amb una aportació de 0,4 punts percentuals *positius* per part del sector hostaler (hotels i restaurants), amb una convivència bastant generalitzada d'aportacions negatives. Cal observar que és una

comparació homogènia amb el mateix trimestre de l'any anterior. Per tant, a més a més de les potencialitats turístiques, hem de subratllar el paper contracíclic d'aquest sector a la ciutat (i de fet, a tot Catalunya).

**Taula 9: Aportacions al creixement interanual cotitzats a la Seguretat Social a Tortosa per subsectors productius, 3r trimestre de 2012.**

	<b>Aportació creixement</b>
Agricultura	-0,1%
Indústria	-0,8%
Construcció	-0,9%
Comerç	-1,2%
Transport	-0,2%
Hostaleria.	0,4%
Serveis empresarials	-0,6%
Serveis col·lectius	0,5%
Resta	-0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>-3,0%</b>

*Font: CELIR (2012)*

En síntesi, el relatiu subdesenvolupament de Tortosa es pot interpretar de diversos punts de vista. Tot seguit, esmentem els més evidents:

1. Caràcter perifèric de Tortosa respecte dels principals mercats emissors locals (turisme català) i de les àrees de concentració turística més grans a Catalunya; parcial desconexió amb mercats turístics limítrofs (País Valencià i Aragó).
2. Caràcter poc enfocat als elements urbans i historicoculturals de l'oferta turística de Tortosa respecte a la promoció turística de les Terres de l'Ebre.

És clar que en aquesta anàlisi s'assumeix que els importants actius culturals de Tortosa, que s'introduiran i es concretaran més endavant, poden tenir un públic potencial més nombrós que l'actual, i contribuir així al desenvolupament turístic i en general a la millora de les condicions socials i econòmiques de la ciutat. No obstant això, cal apuntar el fet que els factors esmentats abans acovardeixen la seva capacitat real d'atracció. Amb el benentès que és molt complicat millorar a curt

termini l'accessibilitat externa de Tortosa en el context dels fluxos turístics externs de Catalunya i les àrees circumdants, aquest informe apunta al fet que la millora del perfil turístic de Tortosa es podria emmarcar en una estratègia bolcada en la millor connexió de l'oferta turística de les Terres de l'Ebre amb la de la ciutat de Tortosa, que cal treballar en tots dos sentits, o sigui, d'una banda, enriquir la proposta cultural de la marca tenint en compte la rellevància de l'oferta de la ciutat (sobretot dels seus actius culturals), i de l'altra, la identificació i promoció d'alguns temes culturals que posicionen Tortosa en un lloc únic no solament en l'àmbit del turisme a les Terres de l'Ebre, sinó del sud de Catalunya en el seu conjunt o del país en general.

### 3.2. Algunes dades existents sobre el perfil del turista a la ciutat

No hi ha dades suficientment representatives sobre el perfil del turista i la seva caracterització a Tortosa, més enllà dels intents per esdeveniments concrets (Farré (2009)). De fet, aquesta és una de les debilitats més importants del turisme a la ciutat. La falta d'informació estadística rigorosa i completa i la seva anàlisi, tot al servei de la presa de decisions en aquest àmbit.

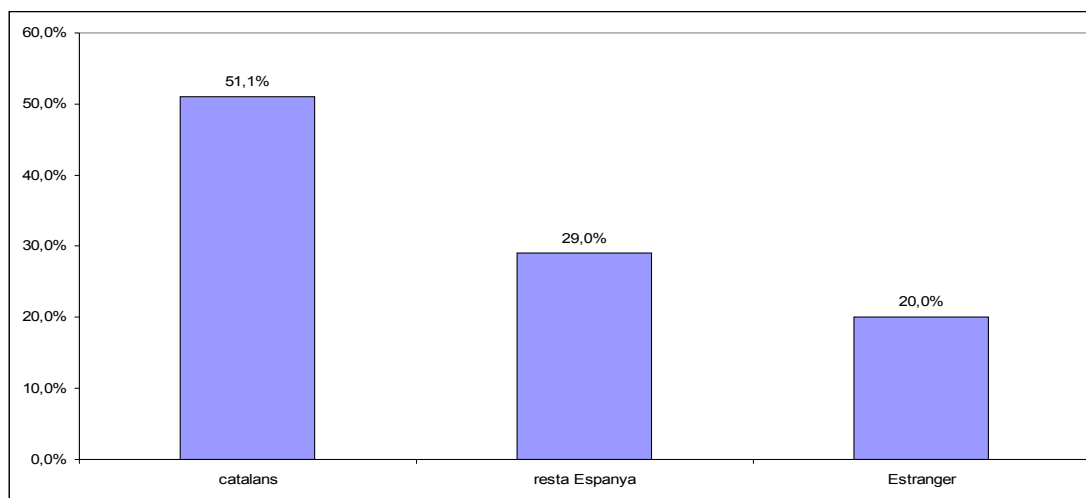
No obstant això, i com acostuma a succeir amb totes les destinacions amb poc desenvolupament de l'aparell estadístic, tenim informació de qualitat procedent de les consultes que els visitants fan a les oficines d'informació turística. També és el cas de Tortosa. En aquest sentit, el consistori té disponibles tres ítems: en primer lloc, per mercats; en segon lloc, per la motivació declarada pels visitants a les oficines, i, finalment, les vies de coneixement de la destinació.

Pel que fa als orígens dels mercats, el gruix dels visitants són catalans, vora la meitat del total, per un 30% d'espanyols (vora la meitat d'aquests del País Valencià) i un 20% d'estrangers (el 41% francesos). La xifra real, però, de visitants, i la seva composició, pot estar esbiaixada per la probabilitat més gran de contacte amb les oficines per part dels turistes estrangers, pel desconeixement més gran del territori que visiten.

Pel que fa a les motivacions del viatge, la majoria declaren que han vingut atrets pels recursos culturals i monumentals de la ciutat (69%). Molt lluny queden les altres motivacions. Probablement no hi ha cap destinació a les Terres de l'Ebre amb aquest rànquing i pes de les motivacions.

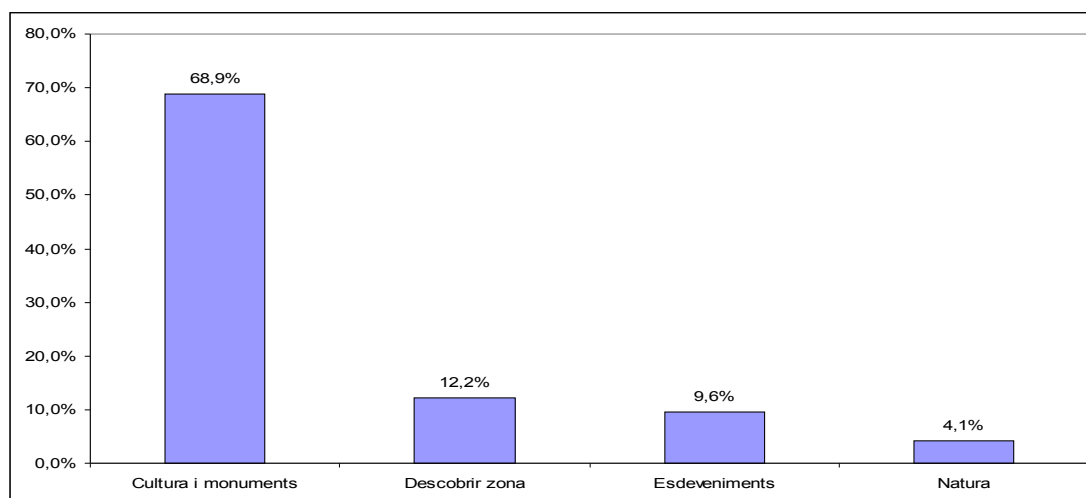
Amb relació a la via de coneixement de la destinació, el 21% l'han obtingut via intermediació turística; un 20% perquè anaven de pas. El 18% procedeix dels mateixos allotjaments turístics, entre els quals, de manera rellevant el Parador.

**Gràfic 4: Visitants a oficines d'informació turística per grans mercats emissors**



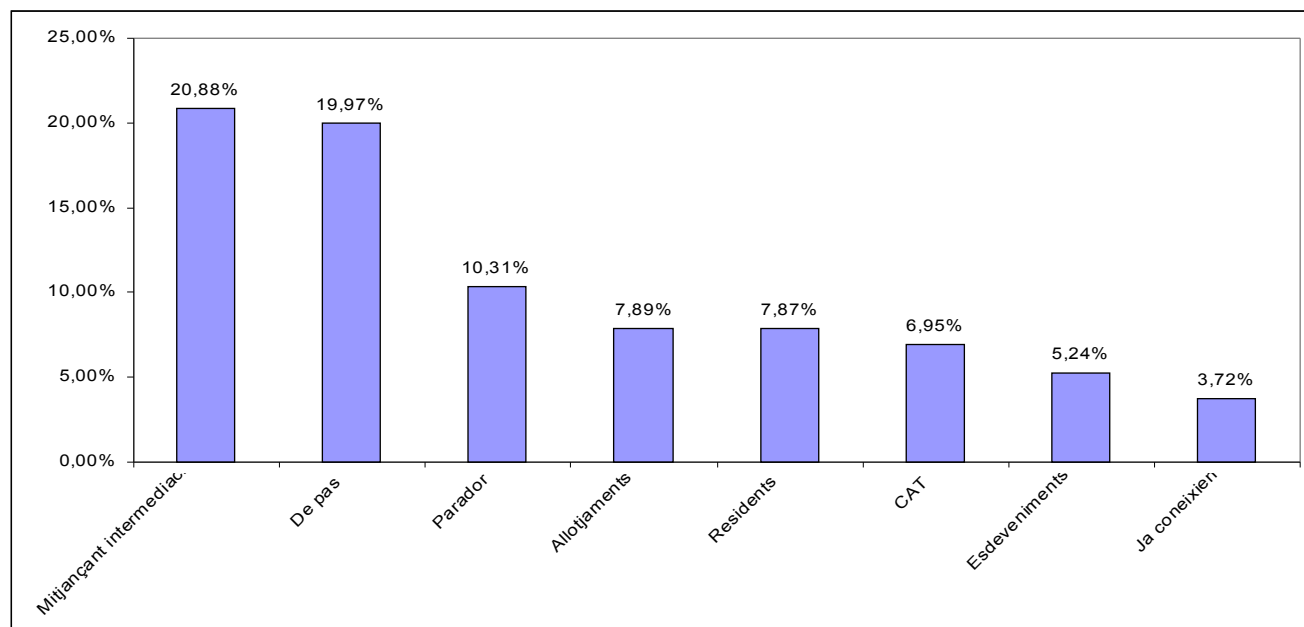
*Font: elaboració pròpia a partir de dades subministrades per l'Ajuntament de Tortosa*

**Gràfic 5: Visitants a oficines d'informació turística per motivacions viatge més significatives**



*Font: elaboració pròpia a partir de dades subministrades per l'Ajuntament de Tortosa*

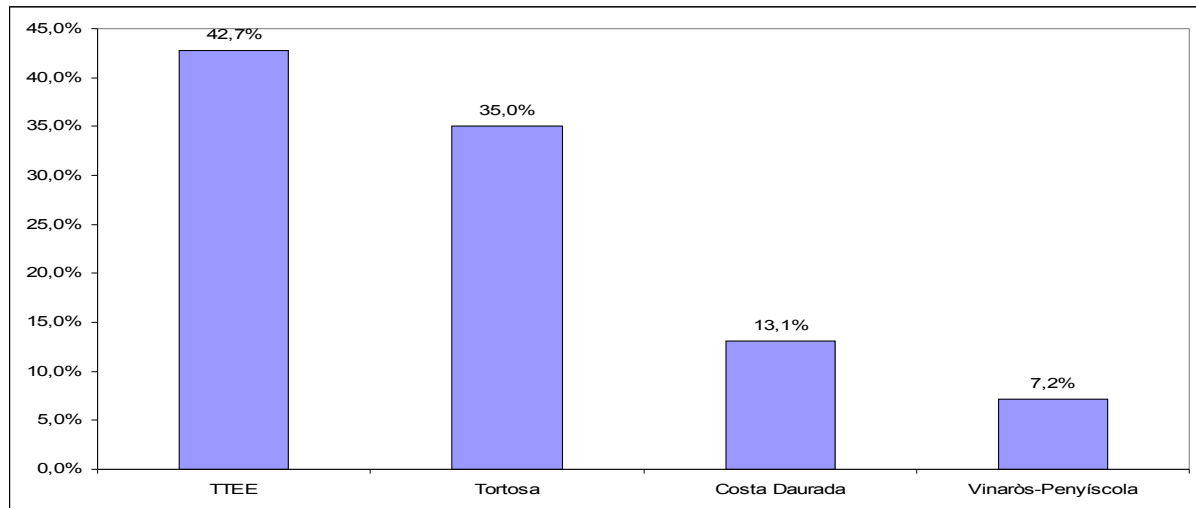
**Gràfica 6: Visitants a oficines d'Informació turística per via de coneixement de la destinació**



*Font: elaboració pròpia a partir de dades subministrades per l'Ajuntament de Tortosa*

Respecte del lloc on s'allotgen, només el 35% ho fan a Tortosa; el 43% a les Terres de l'Ebre; el 13% a Costa Daurada, i el 7% al nord de Castelló.

#### Gràfica 7: Visitants a oficines d'informació turística per lloc d'allotjament



Font: elaboració pròpia a partir de dades subministrades per l'Ajuntament de Tortosa

#### 4. Els atractius turístics i culturals de Tortosa (entre tangible i intangible)

La ciutat de Tortosa reuneix diversos elements en el seu paisatge cultural que inclouen un llegat històric de primera importància, monuments destacats de diferents èpoques, un centre històric eclèctic i una sèrie d'intangibles relacionats amb les seves celebracions tradicionals de caràcter religiós i popular. Tot això encaixa i porta valor en un entorn molt important per la seva evolució històrica i econòmica, el del riu Ebre, i més en general en el paisatge sociocultural de les comarques de les Terres de l'Ebre, entre món rural, vida marinera i esdeveniments històrics d'importància fonamental per a la història de Catalunya. No obstant això, com proposàvem abans, la capacitat d'atracció *real* que puguin tenir aquests elements per a un públic de turistes culturals s'ha de mesurar inevitablement amb la posició de la ciutat en el seu context geogràfic i competitiu.

Tortosa es promou com la Ciutat de les Tres Cultures (musulmana, jueva i cristiana), un rar exemple de convergència en un paisatge cultural complex. De forma molt

cridanera, el seu centre d'acolliment turístic proposa una experiència interpretativa per mitjans digitals (tres personatges de l'època, representants de les tres religions, convertits en hologrames, cadascun sostenint i discutint les seves tesis) que en subratlla els aspectes dialèctics i fins i tot conflictuals.

El ric passat de Tortosa, que es remunta a més de 2.000 anys, li ha valgut la declaració de Conjunt Históricoartístic del nucli antic. Va ser habitada pels ibers, els romans i els visigots, encara que van ser els àrabs els qui van deixar la petjada més important. Del seu patrimoni cultural i arquitectònic destaquen: la catedral, amb tres naus, un bonic claustre i la seva bonica façana barroca; els Reials Col·legis, compostos per tres edificis, que són el conjunt renaixentista més important de Catalunya, i el castell de la Suda, situat en un punt estratègic sobre el qual es domina l'Ebre i ara convertit en Parador Nacional de Turisme.

El tema judaïc li val un lloc destacat en l'àmbit de la Xarxa de Jueries d'Espanya, una xarxa de ciutats amb un important llegat sefardita, organitzades en subitineraris regionals (que en el nord-est d'Espanya la posa en relació amb Girona, Besalú, Barcelona i Palma de Mallorca), que funciona de centre d'investigació i plataforma per a la circulació d'informació sobre el coneixement d'aquest patrimoni i eina per al disseny de productes i experiències turístiques de primer nivell.<sup>2</sup> El patrimoni sefardita consta de diversos monuments i edificis civils i religiosos organitzats a l'entorn del barri jueu de Remolins, l'antiga jueria de la ciutat, com la Casa de Sant Jordi o Antiga Sinagoga, el carreró de l'Esplanada, la torre Cèlio, i el portal dels Jueus o del Ferre. Arran d'aquest patrimoni, s'organitzen ocasionalment a Tortosa esdeveniments culturals i jornades temàtiques de gran interès també per a un públic d'interès especial i estranger.

L'herència àrab es concreta en una sèrie de llocs de valor històric units per rutes (les drassanes de la catedral, el castell de la Suda i la seva necròpoli, i l'antiga moreria (que se superposa en parts a la jueria).

El tema cristià apareix molt vinculat al llegat renaixentista, objecte d'un esforç recent de recuperació i rehabilitació a través del PINCAT, i inclou, al costat de la catedral

---

<sup>2</sup> Vegeu Russo, A.P. i F. Romagosa (2010).



(una de les més importants de Catalunya) i del seu museu tresor, els Reials Col·legis construïts al segle XVI per a l'educació dels moriscos (el de Sant Jaume i Sant Maties) i per a l'educació superior (el de Sant Jordi i Sant Domènec). El primer està considerat com una de les joies del renaixement català, i actualment és la seu de l'arxiu comarcal. Entenem, de fet, que és aquest patrimoni renaixentista el que ha de esdevenir el centre del model de desenvolupament de turisme a la ciutat, per a la seva vàlua comparativa i el tipus de producte.

Finalment, no es pot deixar de costat el patrimoni industrial, el gran exemple d'arquitectura del ferro amb les jàsseres de perfil parabòlic, que s'exemplifica amb el mercat de la ciutat. A més del destacat llegat modernista, amb edificis com les cases Bau, Navàs, Grego i l'escorxador municipal de grans dimensions i acolorida façana amb maó i ceràmica vidrada, que recentment ha acollit la nova seu del Museu de Tortosa Històric i Arqueològic de les Terres de l'Ebre, al barri de Remolins.

Tots aquests temes vertebreren diverses rutes a peu oferides per l'Oficina Municipal de Turisme de la ciutat i altres organitzacions privades, i al seu torn s'enganxen a l'oferta de turisme cultural de demarcacions territorials superiors com el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a les Terres del Ebre, o l'Agència Catalana de Turisme.

Entre els intangibles més important de la ciutat, cal incloure el seu paisatge fluvial, tant per la transcendència del riu Ebre en l'evolució històrica i econòmica de Tortosa i les comarques de les Terres del Ebre, com pels dramàtics esdeveniments històrics de les inundacions de 1907 que van arrasar la ciutat, i més tard la importància estratègica del riu com a escenari de les batalles més cruentes i decisives de la Guerra Civil. A més, cal destacar la importància de la cultura fluvial per al paisatge agrícola de la regió i el llegat en termes de la cultura gastronòmica del territori.

Aquests elements del patrimoni cultural es reviu en ocasió dels diversos esdeveniments, festes i celebracions organitzats per la ciutat, i en particular la Festa del Renaixement, que destaca per la implicació ciutadana en l'esdeveniment i la gran quantitat de visitants que acudeixen a la festa per embadalir els seus sentits en un

entorn ple d'olors, de sabors, de sons i de costums recreats amb la majestuositat de la seva posada en escena i els espectacles organitzats.

Els ciutadans de la capital del Baix Ebre es vesteixen d'època, i els vinguts d'altres regions i països participen en les activitats i actuacions organitzades. Les tavernes es distribueixen per tota la festa per garantir-ne la continuïtat, i als carrers es reviu el comerç de l'època amb la participació dels veïns i comerciants que surten a vendre els seus productes. A l'annex 1 fem una anàlisi descriptiva d'altres referències properes amb esdeveniments similars.

Així, Tortosa, sense cap mena de dubte, té elements culturals que la diferencien en el context del patrimoni cultural català, sobretot si es compara amb ciutats de grandària i importància geogràfiques semblants. El prestigi del seu patrimoni, especialment el renaixentista, la col·loquen en un graó d'interès "temàtic" que a Catalunya només es veu superat per Barcelona, Girona i Tarragona; la seva capacitat d'atracció real, no obstant això, es veu molt condicionada, com dèiem abans, per la ubicació excèntrica. Girona i Tarragona estan en estricte contacte amb mercats turístics importants (la Costa Brava i la Costa Daurada) i a una distància de la capital que fa possible visites diàries per part dels seus residents i dels milions de turistes culturals que visiten Barcelona, una oportunitat de què clarament no gaudeix Tortosa. A l'annex 2 adjuntem una fitxa individual de cadascun dels principals elements de patrimoni cultural de la ciutat.

#### **Taula 10: Relació completa de béns culturals d'interès nacional a Tortosa**

Torre de Tivenys
Catedral de Santa Maria
Castell de la Suda de Tortosa. Castell de Sant Joan
Palau dels Oliver de Boteller
Palau Episcopal
Torre de Pinyol
Reials Col·legis de Sant Lluís i Sant Domènec
Torre d'en Corder o d'en Despuig
Torre de Campredó. Font del Quinto
Torre de Fullola
Torre de Gassià
Torre de la Font del Moro
Torre de la Petja
Torre de la Simpàtica
Torre de Sant Onofre
Torre de Túbal. Punta del diamant
Torre de Vilaseca. Torre de Mingana
Torre del Coll de l'Alba
Torre de Soldevila
Torre del Prior
Muralla i estructures defensives medievals de Tortosa
Torre de la Merla. Torre del Molí de Bitem
Fortificacions modernes de Tortosa, castell de Tenalles, fort d'Orleans, fort de Bonete, fort de la Victòria, fortificacions dorsals de la Suda
Torre de Ribaroja

*Font: Pla estratègic de turisme de les Terres de l'Ebre*

### **Taula 11: Museus**

Museu de Tortosa – Històric i arqueològic de les Terres de l'Ebre
Arxiu Capitular i Tresor de la Seu
Jardins del Príncep- Museu d'escultures
Centre d'interpretació del Renaixement
Centre d'interpretació de la Setmana Santa
Arxiu Històric Comarcal de les Terres de l'Ebre
Museu de l'Ebre

*Font: pàgina web Ajuntament de Tortosa. [www.tortosa.cat](http://www.tortosa.cat)*

## **5. Diagnosi estratègica**

## 5.1. Introducció

El contingut d'aquest apartat és fruit de les reflexions dutes a terme en la fase d'interaccions amb els agents turístics privats de la ciutat de Tortosa, la visita als recursos, i cobreix de forma parcial alguns dels treballs contractats al projecte:

- Anàlisi in situ dels recursos i equipaments productius turístics existents. Ja s'ha realitzat la visita als recursos més rellevants i s'incorporen en l'informe alguns elements de millora en les propostes estratègiques. Una altra part de la memòria estudiarà amb detall els recursos turístics existents.
- Emmarcament del desenvolupament turístic de Tortosa en altres estratègies turístiques, sectorials i territorials. En concret en el Pla estratègic de Turisme de les Terres de l'Ebre, el Pla de Dinamització Turística de les Terres de l'Ebre i la recent (encara no publicada) elaboració de la memòria prèvia del Pla Estratègic Empresarial i per a l'Ocupació de les Terres de l'Ebre amb un capítol destinat als serveis i al turisme.
- Ronda d'entrevistes amb agents qualificats de la ciutat. Aquest és el punt de partida del document, les aportacions dutes a terme pels agents privats de Tortosa. Resta pendent l'aportació dels administracions públiques, si bé en la fase d'elaboració la proposta es complementa amb la participació de les dues administracions que han signat el projecte: l'Ajuntament de Tortosa amb la seva gerència del Pla i la Generalitat de Catalunya.
- Elaboració de productes turístics nous i relacionats amb els existents. La relació de propostes estratègiques preveu el disseny de productes turístics.

S'ha estructurat en una identificació clara amb els objectius esmentats. En el segon apartat es presenten de forma sintètica les opinions dels agents, les seves reflexions i una valoració de l'equip de treball. En el tercer apartat sintetitzem en un DAFO d'un membre de l'equip la situació del turisme a Tortosa. Aquesta diagnosi orienta el següent apartat en què es desenvolupen un conjunt d'actuacions estratègiques proposades per a les properes anualitats.

## 5.2. Participació dels agents privats de turisme de Tortosa

En el marc de les actuacions del Pla de Foment Turístic de Tortosa s'ha constituït una taula de turisme. S'ha interactuat amb els agents privats participants en la taula completada des de la gerència del Pla pels que s'han considerat oportú.

Com a via participativa es va procedir de la següent forma:

- Per format electrònic es va enviar un formulari als catorze agents seleccionats, alguns dels quals eren associacions que agrupen empresaris.
- Es va donar un temps prudencial per contestar l'enquesta.
- Es van convocar els agents a una reunió de treball per consensuar les respostes rebudes.<sup>3</sup>
- La reunió es va realitzar per a cada apartat del DAFO en dues fases. La primera, d'opinió de cada agent; i la segona, de debat obert moderat per l'equip tècnic.

La breu demanda de col·laboració consistia en un formulari dividit en dues parts. La primera part formulava un supòsit a mode de cas pràctic, es demanaven a títol individual les actuacions que farien cadascun dels agents per millorar la situació i quines actuacions demanaven a la resta dels agents. Es va diferenciar un supòsit per a cada tipologia d'agents, i es van diferenciar quatre grups: AV, hoteleria, restauració i activitats complementàries. Es proposava que a la reunió es debatés l'opinió de cadascun dels supòsits pel conjunt dels agents.

La segona part del formulari era comú al conjunt dels agents i consistia en una anàlisi DAFO del turisme a Tortosa.

Dels catorze agents consultats, van respondre el formulari vuit agents, que corresponien a un restaurador, dos hotels, quatre agències de viatges i un agent complementari. Si bé en termes estadístics el grau de resposta es consideraria acceptable, el coneixement personal dels agents i l'explicació prèvia del projecte en la taula de turisme abans esmentada fa que es valori com a relativament escassa. A més a més, els tres agents que representaven agrupacions no van respondre l'enquesta. A la reunió de treball van acudir cinc agents, quatre dels quals representaven agències de viatges, cosa que va suposar la modificació de la dinàmica de la sessió que es va reorientar a la discussió de l'anàlisi DAFO. Es va

---

<sup>3</sup> Es va modificar la data de la reunió a una segona convocatòria per millorar l'assistència.

deixar per a una propera reunió, si es considera oportuna, el debat sobre les propostes de cadascun dels agents.

Sense el debat com a trets més destacats de les fitxes dels casos pràctics podem destacar:

- La coincidència per part dels agents (amb alguna excepció) que els temes proposats eren importants.
- La constant demanda de més interrelació amb els agents, manca de concreció pràctica en la majoria de les respostes.
- La manca de coneixement de productes turístics per oferir i la conseqüent demanda de la seva creació.<sup>4</sup>
- La interrelació necessària del producte Tortosa amb la resta del territori.
- La potenciació de productes propis i singulars de Tortosa i l'ordenació dels existents.
- L'esforç per consolidar-se com a agents receptors per part de les AV, i la identificació dels esforços que s'han fet per part d'alguns agents.
- Polítiques de preus adequades tant en l'oferta com en el repartiment entre els agents.

Respecte a l'anàlisi DAFO, a la taula 12 es mostra el resultat del buidat de les opinions dels agents, incorporades les modificacions que es van produir en el transcurs de la reunió de treball. La notació utilitzada és:

- S'indiquen amb un nombre entre parèntesi els agents que van esmentar la característica al formulari (l'equip ha integrat les característiques coincidents amb denominació diferent).
- S'indiquen amb colors, diferents característiques que apareixen en més d'un lloc del DAFO. I, per tant, els agents la contemplen des d'òptiques diverses.
- Se subratllen les característiques triades de forma consensuada pels agents després de la reunió.
- S'incorporen sense destacar en negreta aspectes que van sorgir a la reunió i no estaven en les respostes prèvies.

---

<sup>4</sup> Dels agents a qui es va preguntar sobre la creació de productes, només un de forma molt sectorial va contestar el formulari.

La reunió de treball va ser molt participada i es va fer palès l'interès i el coneixement dels agents de la situació i les potencialitats del desenvolupament turístic de Tortosa. Destaquem com a conclusions fonamentals de la reunió:

- Com a fortaleces es destaquen la varietat de recursos existents (naturals, gastronòmics, fires, culturals...), en especial els de caràcter patrimonial que són destacats. Es veu l'oferta patrimonial com un conjunt i, si bé hi ha elements destacats, no és veu un recurs primari especial que motivi la visita. Aquesta situació exigeix un esforç en l'ordenació en el temps i en els productes.
- Respecte a les debilitats, hi ha una dispersió més gran de les opinions dels agents. Algunes fan referència a l'oferta, com és el cas dels hotels, o a la inexistència de productes. El context de crisi actual fa difícil que la iniciativa privada engegui aquest tipus d'iniciatives. La reforma pendent del Parador de Tortosa (com a establiment hotelier de referència ) o la creació d'algun petit hotel de luxe semblen bones estratègies per millorar l'oferta complementària.
- Un altre ventall de debilitats fa referència als agents. D'una banda, la seva formació, i la seva actitud envers el turisme. S'han de fer campanyes de sensibilització de la importància del turisme com a activitat de futur creixement a la ciutat i complementària d'altres sectors com el comerç. També es destaca l'escassa coordinació entre els agents. Es considera convenient la participació dels agents en el desenvolupament de les accions estratègiques del PFTT, si més no en una forma informativa apriorística per poder incorporar les seves informacions. Es pot caure, sinó, en una nova desconexió entre les actuacions públiques i el sector privat. L'escàs muscle del sector turístic en la ciutat fa necessari la seva potenciació com a agents que consolidin el desenvolupament turístic; sense la seva vinculació el procés serà ineficient.
- La situació de partida es valora en el transcurs de la reunió com una gran oportunitat. Les possibilitats que hi ha són molt grans, atesa l'escassa oferta existent actualment amb relació als recursos. Torna a fer-se palesa la necessària generació de productes a partir dels recursos existents. El PFTT ha de servir de catalitzador en la generació d'aquests productes.

- De forma genèrica es va reflexionar sobre les oportunitats referides als productes i mercats emergents. Hi va haver acord en les expectatives dels nous tipus de productes (o no tant nous) com el turisme de naturalesa o el turisme cultural amb un creixement notable els darrers anys i que tenen punts forts en el patrimoni de Tortosa, en el parc natural dels Ports (un altre actiu que cal potenciar), el riu Ebre i la Via Verda (aquesta es va valorar com un actiu de connexió del territori prou consolidat). Malgrat que han aparegut com una oportunitat els mercats emergents com el xinès o el rus, es va copsar la dificultat de captació en un futur proper. Un punt a part va ser el mercat jueu, amb la presència d'un call en el nucli antic, un dels agents va reflexionar sobre la dificultat d'atracció per la manca d'elements identificatius. En aquest sentit, en el projecte de rehabilitació del call s'ha de jugar amb la creació d'elements d'atracció per a aquest segment que consolidin un producte diferenciat.
- Respecte a les amenaces, es va identificar l'existència de competidors propers com poden ser Morella, Tarragona i la costa amb estratègies i productes ben definits. Torna, doncs, a fer-se necessària la identificació de trets singulars que diferenciïn l'oferta turística de Tortosa, la seva existència no és identificada pels potencials viatgers.<sup>5</sup>
- Una amenaça també la pot constituir la mateixa indiferència de la societat, ja que no considera Tortosa com un recurs turístic en el qual pot invertir. La presentació de transformacions de ciutats similars pot servir per transformar aquesta amenaça en una oportunitat.
- El medi ambient i la seva protecció sempre apareixen com una amenaça en el desenvolupament de determinades activitats turístiques. A la ciutat de Tortosa es pot diferenciar el seu nucli urbà del seu territori pertanyent a espais naturals. La pendent concessió de Reserva de la Biosfera a les Terres de l'Ebre no incorpora noves restriccions medi ambientals i pot generar nous fluxos de visitants.
- Finalment el tema de les infraestructures sempre genera controvèrsies, es valora com una fortalesa per la seva ubicació estratègica, com una debilitat per la manca de transport públic intern i de connexió amb l'exterior, com una

---

<sup>5</sup> Al llarg de la reunió es van esmentar diferents elements singulars de caràcter patrimonial, gastronòmic, tradicional.



oportunitat en la millora de les xarxes de comunicació i com una amenaça pel possible empitjorament del transport públic. Si bé continua sent un problema fer arribar grups a les Terres de l'Ebre, aquest aspecte depassa els objectius del PFTT. Només de forma indirecta la millora de les projeccions des del punt de vista nacional o internacional pot generar la necessitat d'algun flux constant d'aquestes característiques.

**Taula 12 : Anàlisi DAFO dels agents privats relatiu al turisme de Tortosa**

<p style="text-align: center;"><b><u>Fortaleses</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b><u>Patrimoni històric (5) (un religiós)</u></b> de forma global no un element concret</li> <li>▪ <b>Patrimoni natural (3)</b></li> <li>▪ <b><u>Varietat i qualitat activitats (4)</u></b></li> <li>▪ <b>Gastronomia (prod. agroal) (2)</b></li> <li>▪ <b>Bona ubicació (2)</b></li> <li>▪ <b>Clima</b></li> <li>▪ <b>Tranquil·litat (no massificació)</b></li> <li>▪ <b>Festes i festivals</b></li> <li>▪ <b>Nucli comercial ???</b></li> <li>▪ <b>Llocs propers interessants</b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Debilitats</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b><u>Nucli antic deteriorat (4)</u></b> <b>(immigració 1)</b></li> <li>▪ <b><u>Escasa coordinació agents (4)</u></b></li> <li>▪ <b><u>Vies de comunicació allunyades i transport (3)</u></b></li> <li>▪ <b><u>Poca projecció nac i int (2)</u></b></li> <li>▪ <b><u>Manca orientació turisme (horaris...) (2)</u></b></li> <li>▪ <b>Poc producte (2)</b></li> <li>▪ <b><u>Hotels</u></b></li> <li>▪ <b><u>Formació</u></b></li> <li>▪ <b>Informació en llengües</b></li> <li>▪ <b>Aparcament</b></li> <li>▪ <b>Manca de crèdit</b></li> <li>▪ <b><u>Desconnexió resta territori</u></b></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>Oportunitats</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b><u>Mercats emergents (3) + call jueu (2) (qualitat)</u></b></li> <li>▪ <b>Productes emergents (natura, cultura..) (2) + via verda (2)</b></li> <li>▪ <b>Festes i festivals (2)</b></li> <li>▪ <b>Pocs competidors ( 2)</b></li> <li>▪ <b><u>Noves formes de turisme i productes esportius 1,</u></b></li> <li>▪ <b>Campus universitari</b></li> <li>▪ <b><u>Clima a països freds</u></b></li> <li>▪ <b><u>Millora transports públics</u></b></li> <li>▪ <b><u>Altres (preus lloguers, comerç, museus)</u></b></li> <li>▪ <b><u>Situació de partida molt baixa (no havia aparegut a les contestacions prèvies)</u></b></li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Amenaces</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Competidors (5) <u>places properes</u> (2)</b></li> <li>▪ <b>Indiferència (no fer res) (3) <u>Actitud</u></b></li> <li>▪ <b>Debilitat mercats</b></li> <li>▪ <b><u>Empitjorament clima estiu</u></b></li> <li>▪ <b>Canvis polítics</b></li> <li>▪ <b>Productes diferents resta territori</b></li> <li>▪ <b><u>Empitjorament del transport públic</u></b></li> <li>▪ <b><u>Rendibilitat nous negocis</u></b></li> <li>▪ <b><u>Mediambient (no havia aparegut a les contestacions prèvies)</u></b></li> </ul>

*Font: elaboració pròpia a partir de les respostes i opinions dels agents.*

### 5.3. Diagnosi global de l'equip

<p><u>Fortaleses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un llegat històric i arquitectònic de primer ordre</li> <li>• Elements diferenciadors respecte a l'oferta cultural catalana (tema renaixentista, llegat sefardita, barreja cultural, paisatge fluvial, festes, etc.)</li> <li>• Centre principal d'una regió turística (Terres de l'Ebre) a l'alça i poc desenvolupada i massificada pel turisme</li> <li>• Presència d'un parador nacional en lloc històric</li> <li>• Proximitat amb zones vinícoles en gran expansió (DOQ Priorat i DO Terra Alta)</li> </ul>	<p><u>Debilitats</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicació perifèrica i desconnectada dels mercats turístics de proximitat</li> <li>• Caràcter urbà i posició d'interior en un territori amb vocació de turisme de costa i en espais naturals</li> <li>• Baixa qualitat urbana, disseny urbà discontinu</li> <li>• Escassa infraestructura turística, sobretot restaurants amb certificacions de qualitat</li> </ul>
<p><u>Oportunitats</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciatives importants per part de l'Administració pública en la recuperació i posada en valor del seu patrimoni (Museu de la Ciutat, Festa del Renaixement, aplicació de la llei de barris per a la recuperació de les zones degradades del nucli històric)</li> <li>• Possibilitat d'acoblar vi, gastronomia i turisme cultural de qualitat per a un públic expert i sofisticat</li> <li>• Proximitat amb zones turístiques de costa que exigeixen una certa diversificació de producte</li> </ul>	<p><u>Amenaces</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persistència de la crisi i retallades als pressupostos per a rehabilitació i promoció</li> <li>• Canvis de tendència al mercat turístic (impulsats per la crisi) cap a segments menys atents als temes culturals</li> <li>• Incapacitat d'adaptar i de reenforçar l'oferta cultural a un públic no local</li> </ul>

*Font: elaboració pròpia*

## **6. Una proposta estratègica a mitjà i llarg termini: arquitectura estratègica turística a Tortosa**

### 6.1. Elements generals

La qualitat de la planificació turística i cultural són molt importants per a Tortosa. Superar la barrera de l'accessibilitat, posicionar-se com a centre d'importància primària en un context regional no pròpiament bolcat al turisme cultural i aprofitar els seus actius per desenvolupar una economia turística de caràcter “urbà” amb una recaiguda esperada sobre els serveis comercials, residencials i culturals per a la ciutadania, exigeix un esforç rellevant de “mobilització”, comunicació i posada en valor d'aquests recursos, que no sempre està a l'abast d'organitzacions turístiques municipals o fins i tot comarcals.

El context favorable en aquest sentit és el repte de la diversificació, tant en base temàtica com territorial, que es planteja en diferents documents de política turística com en el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya (2012-2020), de recent aprovació, o l'anterior edició 2005-2010. D'aquest punt de vista, recuperar i posar en valor una peça important del paisatge cultural de Catalunya com a Tortosa i el seu llegat històric i arquitectònic, encaixa amb el repte d'afavorir el desenvolupament d'una activitat turística de gran valor afegit fora de les àrees més congestionades del turisme de masses del litoral català. Tortosa pot aspirar a ser centre de turisme de patrimoni autònom de primer nivell, del període renaixentista, i alhora recuperar un paper de primacia territorial en el context de l'oferta turística típica de les Terres de l'Ebre.

Per arribar a ser-ho, podem apuntar en aquest apartat algunes actuacions de valor estratègic; no totes a l'abast de les autoritats municipals o comarcals, però sí actuacions en què poden exercir un paper més actiu en la negociació d'un enfortiment de la posició competitiva de la ciutat en el disseny i planificació del turisme català. A saber:<sup>6</sup>

- La proposta turisticocultural de Tortosa hauria d'arribar a uns mercats generalistes (per exemple, els turistes de les Terres de l'Ebre —especialment les àrees de

<sup>6</sup> Aquestes actuacions que ara es revisen ara es concreten, conjuntament amb moltes altres, a la graella estratègica que detallem en l'apartat 6.4.

costa i el parc natural del Delta de l'Ebre, de la Costa Daurada, i de la Costa Azahar de Castelló) per augmentar la capacitat d'atracció de turisme que no pernocta a la ciutat però que la pot visitar durant el dia i així arribar a enfortir la seva oferta cultural i comercial i gaudir d'una demanda "flotant" potencialment molt elevada. Per fer això, cal estudiar les necessitats i inquietuds dels estiuejants en aquestes zones, i captar-ne l'atenció amb una proposta que s'adapti a les condicions de les seves estades quant a durada de la visita, accessibilitat, disseny de productes i capacitat d'acolliment i interpretació. Òbviament, això s'haurà de negociar amb les autoritats i els gestors turístics competents en aquestes àrees per convèncer-los del caràcter complementari i del valor afegit de poder integrar la proposta d'activitats a Tortosa a les ja existents.

- A més, Tortosa pot aspirar a atreure uns mercats més específicament caracteritzats com a turistes culturals i de patrimoni, utilitzant la capacitat hotelera existent o més aviat reforçant-la (per exemple, a través de l'adaptació d'espais no gairebé ocupats en el nucli antic com a residències turístiques no hoteleres). La condició per poder arribar a atreure aquest tipus de fluxos és continuar l'obra ja començada de recuperació del llegat històric i arquitectònic temàticament vinculat tant a l'època medieval (jueva i àrab) com a la renaixentista, i millorar la seva comunicació en clau universal: per exemple, a través del desenvolupament d'uns instruments interpretatius, fins i tot digitals, en línia i portables, que puguin familiaritzar un públic no local amb la importància d'aquest llegat.
- Al costat d'aquestes operacions de màrqueting, Tortosa pot millorar el disseny d'espais públics en l'entorn dels monuments més importants (un tema més crític en la proximitat de la seva catedral i al barri de Remolins) i enfortir la imatge "urbana", de qualitat, promovent la recuperació d'habitatges d'ús turístic i espais comercials en aquestes àrees, seguint els esforços ja arrancats en l'àrea dels Reials Col·legis.
- És clar que la Festa del Renaixement, com les activitats públiques de la Xarxa de Jueries, i les rutes literàries, representen en si mateixes un esforç d'èxit per mobilitzar els intangibles de la ciutat i conscienciar la ciutadania, especialment catalana, sobre la seva transcendència; caldria poder aconseguir un públic internacional a través d'un esforç suplementari de programació, disseny i

promoció d'aquestes activitats, i això té molt a veure amb la capacitat de fer xarxa amb organismes i comunitats internacionals.

- Finalment, es podria potenciar la creació de rutes temàtiques a les Terres de l'Ebre que utilitzin Tortosa com a *punt de sortida* i centre interpretatiu: el tema enogastronòmic, el literari i l'històric relacionats amb la Guerra Civil, i el llegat àrab i sefardita es presentarien en aquest sentit com les opcions més prometedores. En particular, el primer exigeix un esforç de connexió i coordinació, per exemple amb la DO Terra Alta i els productors d'especialitats típiques locals, per poder presentar Tortosa com la “capital enogastronòmica” del Sud de Catalunya i, com es fa amb èxit en altres països (per exemple a Itàlia, a la zona de Langhe-Monferrato-Rotero al Piemont, al Ragusà a Sicília, o a Perugia, capital italiana de la xocolata i del jazz), poder lligar aquesta posició amb el desenvolupament d'esdeveniments culturals entretinguts que vinculin menjar a experiències artístiques i literàries.

## 6.2. Els elements patrimonials culturals com a nucli principal de l'estratègia turística: la base del model

L'*Atles turístic de Catalunya*, com a instrument utilitzable com a referència del potencial del mercat de Tortosa com a destinació, en l'apartat en què classifica els recursos quant al posicionament i visibilitat en guies turístiques, segons un “índex d'impacte”, Tortosa surt com a seu de patrimoni històric, conjuntament amb un nombre no elevadíssim d'altres centres urbans catalans, en raó de dos actius: el palau episcopal (que surt amb rang 35, i índex d'impacte 2,65) i la catedral (rang 41 i índex d'impacte 2,47). Entre d'altres centres comparables, i limitant-nos a la categoria de monuments del patrimoni històric, Girona inclou diversos monuments (la catedral de Girona al n. 7 amb 4,26; el monestir de Sant Pere de Galligants amb 3,06; els Banys Àrabs amb 2,96, etc.). Tarragona surt al n. 12 (catedral de Tarragona, índex d'impacte 3,83), l'església de Santa Maria de la Seu d'Urgell al n. 21 (3,16), la Plaça Major de Vic al n. 38 (2,53), la Paeria de Lleida al n. 54 (2,20), el castell de Sant Ferran de Figueres al n. 62 (2,06), la basílica de Santa Maria de Manresa al n. 79 (1,88).

Aquestes dades són elaborades a la base de les referències d'aquests llocs en quatre guies turístiques populars, la *Guia verda Michelin de Catalunya* (2006), la *Guia verda Michelin d'Espanya* (2007), la *Guia blava de Catalunya* (2008), la *Guia Lonely Planet d'Espanya* (2007). En el conjunt, s'aprecia un posicionament de Tortosa com a centre d'atracció de tercer rang, darrere de Barcelona, les ciutats de segon rang (incloent les capitals provincials i Vilafranca, Manresa, Vic i Figueres) i al mateix nivell que Terrassa, Sitges, Berga, la Seu (segons les guies Michelin) mentre que la *Lonely Planet* la posa al mateix nivell que Tarragona i Figueres i per damunt de Lleida.

A partir d'aquestes dades, semblaria que Tortosa té recursos que li permetrien poder competir al mateix nivell que altres centres com Girona o Figueres en l'atracció de turistes culturals amb un interès especial en el patrimoni de l'època medieval renaixentista.<sup>7</sup> Però, d'altra banda, actualment la ciutat no aconsegueix generar un volum anàleg de visites, i se situa, per exemple, per sota de Vic, la Seu, Manresa, o Reus quant a "funció turística". Ja hem esmentat possibles raons "estructurals" d'aquest gap, quant al caràcter "perifèric" i l'escassa accessibilitat en el sistema turístic català tant en termes absoluts com en relació amb les majors àrees-destinació. Però mirant l'evidència aportada en l'*Atles de turisme de Catalunya*, podem esmentar també una certa falta d'un element clarament identificador com a *flagship* (la jueria de Girona o el Museu Dalí de Figueres); certa diversitat de recursos culturals cap a estils i temes de la cultura intangible (com en el cas de Tarraco Viva a Tarragona); l'absència d'espais públics emblemàtics com la Plaça Major de Vic, i d'una oferta comercial de qualitat com en el cas de la Seu. No és que aquests no hi siguin presents. Malgrat la seva absència en l'*Atles*, Tortosa sí que té patrimoni modernista industrial, actius de la cultura material del territori, esdeveniments culturals de certa espessor i, des d'aquest any, un museu d'història *state-of-the-art*, però potser aquests no estan suficientment orientats i comunicats cap a un públic turístic, fins i tot mirant a simples temes d'imatge i encaix urbà.

---

<sup>7</sup> A l'annex 2 figuren fitxes descriptives sobre els principals recursos tortosins en aquest àmbit.

Donades les potencialitats de mercat i els recursos existents entenem que ha de ser, en efecte, el Patrimoni Històric-Cultural de la ciutat, exemplificat en els recursos situats en el seu casc antic, el centre del model de desenvolupament turístic de la ciutat. Destacan especialment per a la seva vàlua la Catedral, els Reals Col·legis i les Muralles. Aquest recursos no hi son presents de manera equivalent a la resta de destinacions ebrenques. De fet, Tortosa, amb aquesta estratègia, esdevé un complement perfecte per a la resta de productes turístics territorials, basats en la cultura del vi, agroturisme, sol i platja, natura i esdeveniments històrics. En l'Annex 2 s'han elaborat fitxes descriptives qualitatives dels principals elements patrimonials existents, és a dir: la Catedral de Santa Maria, el Castell de la Suda, els Reials Col·legis de Sant Jaume i Sant Maties, la Muralla i Fortificacions, l'Escorxador o el Mercat Municipal.

Òbviament aquesta proposta no exclou la necessitat d'establir una pluralitat d'estratègies en relació a d'altres productes. L'arquitectura estratègica detallada a la secció 6.4. així ho posa de manifest. No obstant, entenem que, estrictament, per consideracions d'eficiència i mercat s'haurien de prioritzar les actuacions a curt, mig i llarg terme relacionades amb aquest àmbit, ja sigui amb actuacions directes sobre el propi patrimoni com pel que fa a la seva difusió, promoció e informació.

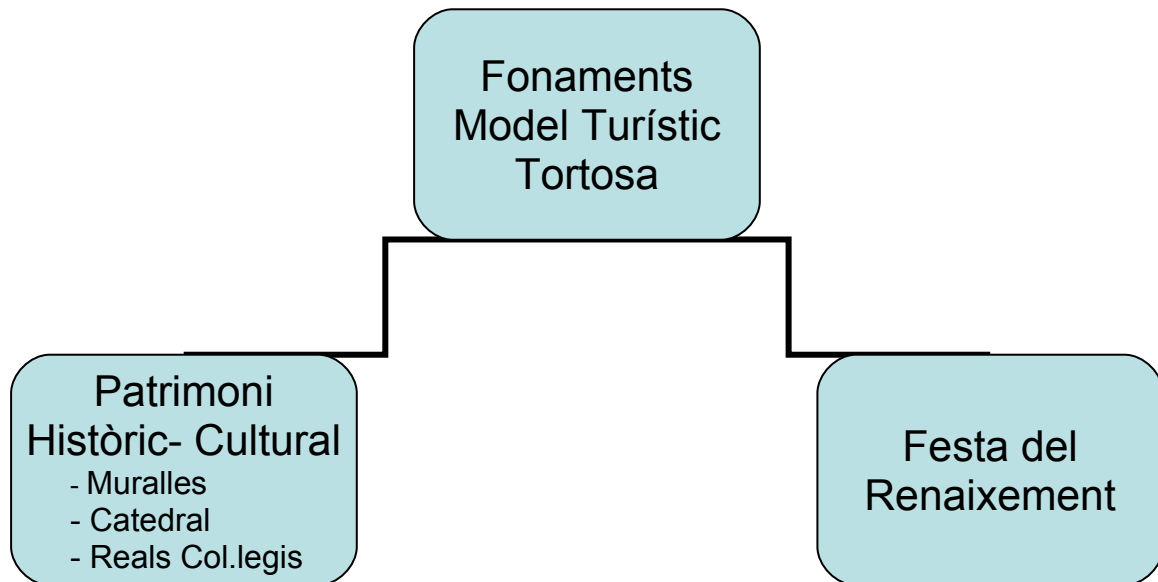
Entenem, fins i tot, que la categoria d'aquests recursos i la seva ubicació central a la ciutat, fan factible el pròposit de realitzar la sol·licitud per a que el centre històric de Tortosa sigui declarat Patrimoni Mundial de la UNESCO. En l'Annex 3 i 4 d'aquest document es descriu i reflexiona amb més detall sobre aquesta possibilitat. De tota manera, s'ha de subratllar que, donades les condicions dels recursos actuals i, de manera particular, pel que fa a les muralles i fortificacions, aquesta és una estratègia de llarg terme però que caldria començar a treballar ja, sobretot pel que fa a les inversions de restauració i valorització que caldria esmerçar.

En aquest nucli del model caldria incorporar el gran esdeveniment turístic que el posa en valor com és la Festa del Renaixement. Patrimoni i Festa són la clau del volta de l'èxit de Tortosa com a destinació turística futura. A continuació es detalla la significació d'aquest esdeveniment. D'altra banda, la ubicació d'aquests elements



clau del model en la proposta d'arquitectura estratègica general explicitada en la secció 6.4. es produeix a l'objectiu 1.1.

**Diagrama 1: Bases del Model Turístic de Tortosa**



*Font: elaboració pròpia*

### 6.3. Renaixement i festa

En particular entenem que la valorització turística del patrimoni renaixentista ha de concentrar una atenció preferent en l'estratègia de la ciutat i, en particular, la Festa del Renaixement, la qual presenta un conjunt de punts forts:

- Actualment és l'esdeveniment turístic més important de la ciutat i té tradició en les edicions realitzades.
- A la majoria de les destinacions estudiades és un element fonamental, cosa que suposa un atractiu de l'element renaixentista (vegeu annex 1).
- El patrimoni renaixentista de Tortosa és el més important de Catalunya i es troba en bon estat de conservació.

- Nucli de recorregut amb baixa dificultat, recursos força agrupats i, per tant, apte per a tots els públics.
- Els mercats potencials intern i català o de comunitats properes tenen Tortosa com a destinació més propera sense competidors per a estades de curta durada.
- Existència d'imaginari propi i esdeveniments i personatges històrics rellevants.
- Complicitat per part del conjunt de la ciutadania amb gran participació a la festa i grups de recreació propis de la ciutat.

Entenem que, en aquest espai, es presenten moltes oportunitats que es poden desenvolupar en el futur:

- ✓ Dinamitzar la resta de l'any el fenomen de la festa i el valor del patrimoni renaixentista.
- ✓ Programar de forma transversal les activitats adreçades al públic.
  - Àrea de Turisme
  - Activitats familiars
  - Àrea de Cultura
  - Activitats adults
  - Àrea d'Educació
  - Activitats escoles i instituts
  - Festa Renaixement
- ✓ Crear un producte musical que acompanyi la festa de recreació històrica (Festa del Renaixement, Festival de Música Renaixentista) que potenciï les institucions musicals tan identitàries del territori, professorat i alumnat del conservatori, músics de bandes, etc.
  - Exemple, però, de músic medieval:
    - <<http://www.earlymusicbesalu.com/?lang=ca>>
  - Exemple de medieval i renaixentista format curs
    - <[http://www.culturalcomes.net/ficha.php?id\\_evento=122](http://www.culturalcomes.net/ficha.php?id_evento=122)>
- ✓ Crear un personatge que s'identifiqui amb la Festa del Renaixement i serveixi de guia en totes les visites turístiques: un bufó.

- ✓ Allargar la marca de la Tortosa renaixentista durant tot l'any. En tots els indrets que estiguin implicats a l'itinerari turístic ha de sonar música renaixentista.

#### 6.4. Arquitectura estratègica

En aquest apartat es detallen els elements fonamentals i la seva concreció que haurien de conformar l'esquelet del model estratègic turístic per a Tortosa en els propers anys. Comencem amb els elements més generals, associats a la missió i als principis per continuar amb el detall de les actuacions plantejades. Entenem que a curt i mitjà termini totes les actuacions haurien de ser consistents en algunes d'aquestes propostes.

##### ➤ **La missió**

La missió de l'estratègia consisteix en el *desenvolupament del turisme a Tortosa perquè la ciutat esdevingui una destinació turística de primer ordre en l'àmbit català, amb criteris de sostenibilitat i amb l'aprofitament òptim dels recursos turístics disponibles.*

##### ➤ **Principis estratègics**

- *Connectivitat*: Tortosa com a destinació turística oberta i connectada amb d'altres destinacions turístiques territorials. Coordinació interinstitucional. Turisme i Territori.
- *Complementarietat*: el conjunt de recursos existents es complementen per poder generar un producte turístic de primer ordre.
- *Coordinació*: la necessària coordinació entre el sector públic i el privat . Amb una participació activa del sector privat en les decisions i en les accions.
- *Integrat*: on apareguin totes els aspectes de l'activitat turística i del producte turístic.

- *Selecció i priorització*: concentració en projectes rendibles, especialment a mitjà i llarg termini. Per tant, cal realitzar una tria, no es pot fer tot.
- *Sostenibilitat*: garantir la sostenibilitat del conjunt d'actuacions i en especial les referides amb els recursos naturals.
- *Cofinançament*: recerca de fonts de finançament complementàries relacionades amb el sector turístic i amb el desenvolupament local.
- *Integració*: coordinació amb estratègies globals de caràcter turístic i territorial.

➤ **Línies estratègiques. Elements d'incidència i actuacions**

Es presenten a continuació de forma sintètica les línies estratègiques, els objectius de cada línia i un seguit d'actuacions concretes en què es valoren el període adequat d'execució, el grau de prioritat i l'orientació pressupostària.

**Línia estratègica 1: Productes i recursos**

**Objectiu: 1.1. Consolidació del turisme cultural i patrimonial**

<b>Actuació: 1.1.1. Disseny de rutes específiques</b>		
<b>Descripció:</b> elaboració d'un conjunt d'itineraris temàtics segons els períodes històrics i monumentals de la ciutat de Tortosa que especifiquin durada estimada i els monuments visitats. Per exemple: ruta renaixentista. S'incorporaran als mecanismes de comunicació i senyalització posteriorment indicats.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
1r semestre 2013	Molt alt	Nul, potser realitzat pel personal intern. Pendent de traduccions.

<b>Actuació: 1.1.2. Creació de passarel·les turístiques</b>		
<b>Descripció:</b> prioritització en la millora i en el manteniment dels carrers marcats pels itineraris turístics principals, els que lliguen amb els productes turístics principals. Millora de la satisfacció del visitant. Produeix un efecte de "spillover" (taca d'oli) sobre la resta de l'espai.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014 i llarg termini	Alt	Molt alt. Excedeix el pressupost del PFTT. Vinculat al PINCAT, i s'haurien de cercar noves vies de finançament d'aquest estil.

<b>Actuació: 1.1.3. Creació d'espectacles per a la Festa del Renaixement</b>		
<b>Descripció:</b> ajut a la creació de grups d'animació de la ciutat i a la creació d'espectacles per a la Festa del Renaixement. Es potenciaran els que aportin caràcter vivencial, participatiu i clarament identificats amb la recreació històrica.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Alt	Mitjà-baix. Pot ser coparticipat amb el pressupost de la Festa del Renaixement.

<b>Actuació: 1.1.4. Extensió de la Festa del Renaixement</b>		
<b>Descripció:</b> aprofitar el reconeixement i la valoració de la Festa per realitzar festes de petit format de caràcter temàtic al llarg de l'any. En una primera fase aprofitar els elements més significats i reconeguts (p. ex.: abanderats) com a element d'atracció.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Estiu 2013, estiu 2014	Mitjà-alt	Mitjà. Es pot preveure un ingrés per part dels agents privats que se'n beneficiïn tipus tavernes.

<b>Actuació: 1.1.5. Festa del Renaixement</b>		
<b>Descripció:</b> consideració de la Festa com l'actiu més important d'atracció turística de la ciutat. Per tant, a part de les millores de les dues actuacions anteriors considerem que s'ha de potenciar i valorar la pròpia celebració. Això suposa un esforç pressupostari que s'ha de preveure i prioritzar. En cas contrari es corre el risc de la desafecció i de la pèrdua del valor assolit per la seva singularitat (hi ha moltes festes de recreació històrica).		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013 i següents	Molt alt	Pressupost de la Festa

<b>Actuació: 1.1.6. Captació del turisme jueu</b>		
<b>Descripció:</b> s'ha de fer un estudi de la viabilitat de la captació dels turistes jueus. Es recomana fer una recerca prèvia d'elements de la seva cultura i la possibilitat de la seva incorporació als productes turístics de la ciutat i en concret al call jueu. No exclou el disseny d'una ruta temàtica de l'actuació 111, el que es vol és dotar-la d'interès per a un públic objectiu molt específic i d'alt poder adquisitiu.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Mitjà	Mitjà. Estudi i posada en valor dels recursos.

<b>Actuació: 1.1.7. Pla Director de Muralles</b>		
<b>Descripció:</b> ja té un projecte. El PFTT ha de posar en valor turístic el recurs singular i força desconegut.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Desconegut, pendent del que determini el Pla Director de Muralles.

<b>Actuació: 1.1.8. Revisió i modernització de la museïtzació</b>		
<b>Descripció:</b> fer adaptacions als espais museístics oberts recentment a la ciutat amb la incorporació d'elements d'atracció per a la visita. Fer un estudi de la viabilitat dels equipaments. La visita als espais ha mostrat la potencialitat dels recursos i la poca orientació turística de turisme vivencial i identitari que incorporen. Una excepció parcial és el nou museu de Tortosa.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Mitjà. L'estudi de viabilitat pot suposar el tancament d'algun espai.

<b>Actuació: 1.1.9. Reconeixement producte turisme cultural</b>		
<b>Descripció:</b> engegar el procediment administratiu per aconseguir el reconeixement per a la ciutat com a destinació de turisme cultural atorgada per la Generalitat. Estudiar les destinacions que tenen el reconeixement.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Cost dels tràmits, ja que la sol·licitud es faria a càrrec del personal del PFTT i la regidoria de Turisme.

<b>Actuació: 1.1.10. Sol·licitud Reconeixement Tortosa com a Patrimoni Mundial de la UNESCO</b>		
<b>Descripció:</b> Reflexionar, dissenyar i engegar el procediment administratiu per aconseguir el reconeixement per a la ciutat com a Patrimoni Mundial de la UNESCO, centrat en el Patrimoni Històric-Cultural de la ciutat. A curt terme, es recomana la creació d'una Comissió d'Experts que disseny el procediment més adequat		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Alt	La sol·licitud portaria un cost limitat. El cost principal estaria associat amb la necessitat de millorar els recursos patrimonials, com és el cas de les muralles.

## Objectiu: 1.2. Potenciació de la navegació fluvial

<b>Actuació: 1.2.1. Adequació del riu al trànsit d'embarcacions</b>		
<b>Descripció:</b> determinar la tipologia d'embarcacions (calat, eslora...) que poden navegar pel riu. Determinar zones de navegació. Garantir el trànsit tot l'any per a les característiques abans prefixades.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Continu	Alt	No és competència de Tortosa, atribució i pressupost a càrrec de l'IDECE.

<b>Actuació: 1.2.2. Construcció del port fluvial</b>		
<b>Descripció:</b> projecte d'execució d'un port fluvial a Tortosa. Ubicació cèntrica, amb accés al nucli urbà. Determinació dels serveis que cal incorporar: gasoil, serveis, dimensions... Característiques tècniques en funció de la tipologia d'embarcacions que en facin ús.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà-alt	Molt alt. S'ha de buscar col·laboració en els agents privats que en facin ús o prestin els serveis.

<b>Actuació: 1.2.3. Posada en servei del llagut</b>		
<b>Descripció:</b> concurs per a la prestació del servei del llagut en el tram del riu pròxim a Tortosa. Es valorarà la singularitat, l'ambientació i la diversitat del producte. Estudi de viabilitat a mitjà termini.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Mitjà-baix	Baix. Adaptació del llagut si no està realitzada. Es pot valorar un ajut en el període d'inici de l'activitat.

<b>Actuació: 1.2.4. Pla de navegació fluvial</b>		
<b>Descripció:</b> estudi d'experiències en el trànsit de rius navegables per a una estratègia a llarg termini de nous productes fluvials. En una primera fase coordinació amb altres productes ja existents: embarcacions d'esbarjo, de passeig, de transport de passatgers, de pesca, piragües, embarcacions de rem...		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà	Baix

### Objectiu: 1.3. Productes de naturalesa

<b>Actuació: 1.3.1. Connectivitat de la Via Verda</b>		
<b>Descripció:</b> adequació dels accessos des de les arribades a Tortosa fins a la Via Verda i enllaços de tot el recorregut. Creació de punt de zones de servei si es considera oportú.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Mitjà

<b>Actuació: 1.3.2. Posada en valor del parc natural dels Ports</b>		
<b>Descripció:</b> incorporació de l'actiu parc al conjunt de recursos de Tortosa. Suport als reconeixements futurs com la Reserva de la Biosfera i Parc Nacional.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Segon semestre 2013	Alt	Mitjà. Adequació d'itineraris.

<b>Actuació: 1.3.3. Disseny de productes de naturalesa actius</b>		
<b>Descripció:</b> suport als projectes de turisme actiu en el marc de la sostenibilitat i respecte al medi ambient.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013 i següents	Mitjà	A càrrec d'agents privats, cercar fons d'ajut per crear nous productes.



## Objectiu: 1.4. Altres productes i recursos

<b>Actuació: 1.4.1. Participació en les festes temàtiques</b>		
<b>Descripció:</b> selecció del conjunt de festes i esdeveniments de Tortosa potencials de convertir-se en productes turístics. Pautes d'orientació per a la seva consolidació i valoració del component turístic.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Mitjà. Donar suport al disseny de les iniciatives i difusió.

<b>Actuació: 1.4.2. Calendari de fires especialitzades</b>		
<b>Descripció:</b> estudi de les possibilitats de convertir Tortosa en una destinació organitzadora d'esdeveniments. Tria de les possibles fires, reunions i congressos idonis perquè es realitzin a la ciutat.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Mitjà	Regidoria de Fires, ajut en la promoció.

<b>Actuació: 1.4.3. Vinculació amb altres productes propers</b>		
<b>Descripció:</b> disseny de productes que ofereixin Tortosa com a recurs principal o secundari d'altres recursos de les Terres de l'Ebre o de territoris propers com el Priorat, el Matarranya o el Baix Maestrat. Cal veure els llocs propers com a béns complementaris i no com a substitutius de Tortosa. Un exemple pot ser el Camí de Sant Jaume.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Final 2013	Molt alt	Baix. Campanyes conjuntes.

<b>Actuació: 1.4.4. Elaboració de productes turístics integrats</b>		
<b>Descripció:</b> creació de productes turístics que incorporin al conjunt dels agents: restauradors, hotelers, AV i recursos complementaris. Poden ser de caràcter general o vinculats a alguna activitat. Contemplar avantatges de l'oferta conjunta. Requereix un esforç per part dels agents privats en el disseny del producte per a la posada en comú.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Nul, a càrrec del PFTT i del personal de turisme.

## Línia estratègica 2: Serveis complementaris

### Objectiu: 2.1. Potenciació d'elements singulars d'hoteleria i restauració

<b>Actuació: 2.1.1. Recerca de reconeixements de qualitat gastronòmica</b>		
<b>Descripció:</b> suport en la recerca de reconeixements externs, especialment alguna estrella Michelin o guia gastronòmica.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà	Molt baix

<b>Actuació: 2.1.2. Obertura i manteniment d'hotels singulars i de gran qualitat</b>		
<b>Descripció:</b> millora de la qualitat mitjana dels hotels. Reforma del Parador. Recerca d'inversions d'algun hotel de categoria alta que aportí valor a la ciutat. Facilitar reformes en els hotels existents.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Alt	Baix, segons disponibilitat.

<b>Actuació: 2.1.3. Elaboració calendari de jornades gastronòmiques</b>		
<b>Descripció:</b> elaboració amb el col·lectiu de restauradors d'un calendari de les jornades gastronòmiques que sigui coherent i distribució.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Mitjà	Mitjà-baix, despeses de promoció compartides amb els agents privats.

## Objectiu: 2.2. Pla d'accessibilitat

<b>Actuació: 2.2.1. Millora de les connexions ferroviàries</b>		
<b>Descripció:</b> millores en doble via, freqüència, velocitat, estacions i intermodalitat (amb autobús) des de l'estació de l'Aldea.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Molt alt	Extern

<b>Actuació: 2.2.2. Millores de les carreteres</b>		
<b>Descripció:</b> desdoblament C-12 i A-7 des de l'Hospitalet		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Alt	Extern

<b>Actuació: 2.2.3. Disseny del mapa d'aparcaments per a usos turístics</b>		
<b>Descripció:</b> planejament aparcament vora RT principals i aparcaments dissuasoris si es considera oportú.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Alt	Mitjà

<b>Actuació: 2.2.4. Accessibilitat a les oficines d'informació turística</b>		
<b>Descripció:</b> indicacions i aparcament als centres d'informació turística, disseny i elaboració. Especialment a l'oficina de referència.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Molt alt	Alt. Compartit amb la Regidoria d'Obres Públiques.

### Objectiu: 2.3. Valoració dels productes locals

<b>Actuació: 2.3.1. Elaboració i prioritització del llistat de productes gastronòmics locals</b>		
<b>Descripció:</b> inventari de productes gastronòmics típics de Tortosa i tria dels que es volen posar en valor. Incorporació a l'oferta gastronòmica local.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà	Nul. A càrrec del personal de la regidoria.

<b>Actuació: 2.3.2. Potenciació del comerç i dels productes d'artesania local</b>		
<b>Descripció:</b> ídem que els productes gastronòmics i a més a més la seva facilitació en la distribució.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà	Mitjà. Consideració d'ajuts als que es considerin per comercialitzar-los.

### Línia estratègica 3: Promoció i comercialització

#### **Objectiu: 3.1. Captació de turistes d'altres mercats**

<b>Actuació: 3.1.1. Atracció de turistes de la Costa Daurada i Camp de Tarragona</b>		
<b>Descripció:</b> campanya de captació en el mercat indicat per aconseguir visitants.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013 i següents	Alt	Mitjà. Visites als proveïdors i fullets publicitaris.

<b>Actuació: 3.1.2. Atracció del turista intern</b>		
<b>Descripció:</b> campanya de captació en el mercat de les Terres de l'Ebre per aconseguir turistes que visitin Tortosa.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013 i següents	Alt	Mitjà. Visites als proveïdors i fullets publicitaris.

<b>Actuació: 3.1.3. Atracció turisme de Barcelona i zona d'influència</b>		
<b>Descripció:</b> campanya de captació en el mercat indicat per aconseguir visitants.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014 i següents	Alt	Mitjà. Visites als proveïdors i fullets publicitaris.

## Objectiu: 3.2. Disseny de mecanismes de promoció

<b>Actuació: 3.2.1. Increment de presència en fires</b>		
<b>Descripció:</b> campanya per posicionar Tortosa com a destinació complementària en el mercat nacional i estranger. Aprofitar els mecanismes de promoció d'organismes supramunicipals i vendre Tortosa.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014 i següents	Alt	Mitjà. Estada en determinades fires.

<b>Actuació: 3.2.2. Disseny de campanyes publicitàries</b>		
<b>Descripció:</b> elaboració d'una campanya que atregui visitants per les potencialitats de Tortosa. Que sigui potent i en molts mitjans.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Alt	Alt. Elaboració per part de professionals i la difusió en mitjans.

<b>Actuació: 3.2.3. Participació en exposicions</b>		
<b>Descripció:</b> exposició itinerant, prevista. Ha d'anar acompanyada d'una bona campanya i actuacions... S'han de valorar els resultats per a la repetició en properes anualitats.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Alt

<b>Actuació: 3.2.4. Reforçament de la imatge turística</b>		
<b>Descripció:</b> consolidació de la destinació Tortosa i el seu encaix en marques existents com Terres de l'Ebre, Catalunya.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Baix	Molt alt

<b>Actuació: 3.2.5. Presència en la promoció d'organismes supralocals</b>		
<b>Descripció:</b> accions per tenir presència significativa en guies i webs de Turisme de Generalitat de Catalunya, Barcelona i Costa Daurada.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Nul

### Objectiu: 3.3. Instruments de comercialització

<b>Actuació: 3.3.1. Creació de paquets turístics</b>		
<b>Descripció:</b> elaboració de productes combinats que es comercialitzin i garanteixin l'increment de la durada de l'estada a Tortosa.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Molt alt	Mitjà, compartit amb agents privats.

<b>Actuació: 3.3.2. Potenciació de la Tortosa Card</b>		
<b>Descripció:</b> campanya per facilitar i incrementar-ne l'ús, conscienciació dels agents.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Mitjà-alt	Molt baix

### Objectiu: 3.4. Incorporació de l'ús de les noves tecnologies

<b>Actuació: 3.4.1. Remodelació WEB</b>		
<b>Descripció:</b> inclusió de gestor de continguts i Responsive Design (disseny que s'adapti a qualsevol dispositiu). Aquest web tindrà una base de dades amb totes les aplicacions per tenir sincronitzades totes les dades. Hem de tenir en compte que actualment molts usuaris visualitzen els webs amb telèfons intel·ligents i tauletes tàctils. Inclusió de centrals de reserves, cosa que suposa vinculació dels agents.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Alt

<b>Actuació: 3.4.2. Guia turística per a mòbil</b>		
<b>Descripció:</b> creació d'una guia turística mòbil iPhone i Android sincronitzada amb el gestor de continguts del web. Tots els elements turístics georeferenciats per poder utilitzar el GPS dels telèfons intel·ligents i tauletes tàctils.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Alt	Alt

<b>Actuació: 3.4.3. Integració a les xarxes socials i a mecanismes participatius 2.0 i 3.0</b>		
<b>Descripció:</b> creació de perfils de seguidors per informar de les activitats turístiques. Només informació tècnica.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	alt	Molt baix, seguiment i actualització a càrrec del personal.

<b>Actuació: 3.4.4. Audioguia mòbil</b>		
<b>Descripció:</b> visualització dels llocs on hi hagi rutes predefinides i tots els recursos turístics georeferenciats amb imatges, MP3 o vídeos.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà	Mitjà-alt (ja s'ha generat la geolocalització).

<b>Actuació: 3.4.5. Pla de màrqueting digital</b>		
<b>Descripció:</b> pla per posicionar el web a curt termini i en períodes de mes ocupació, així com a mitjà i llarg termini. Accions de gestor de comunitats en línia per utilitzar el màrqueting en les xarxes socials i controlar la reputació en línia. Blogtrip per promocionar Tortosa a les xarxes socials utilitzant blocs d'influència. Màrqueting per correu electrònic: butlletí turístic amb agenda i notícies de la setmana. Integració en diferents mercats web del sector (TripAdvisor, Booking, etc.). Anàlisi web per mesurar tots els resultats i les accions de màrqueting esmentades anteriorment. Si s'opta per aquesta via de control es pot eliminar algun control en la informació.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Molt alt



## Línia estratègica 4: Informació

### Objectiu: 4.1. Redisseny de la senyalització

<b>Actuació: 4.1.1. Revisió de la senyalització d'accés</b>		
<b>Descripció:</b> senyalització de les vies que prioritzin les potencialitats turístiques de Tortosa.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	alt	Extern. En cas de ser intern, alt.

<b>Actuació: 4.1.2. Coordinació de la senyalització interna</b>		
<b>Descripció:</b> d'acord amb el disseny d'itineraris que en facilitin el seguiment.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà-alt	Alt

<b>Actuació: 4.1.3. Uniformització de la senyalització dels recursos</b>		
<b>Descripció:</b> uniformar la tipologia de la informació in situ dels recursos, i incorporar alguna breu descripció.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Alt	Alt. En funció dels recursos que se senyalitzin.

## Objectiu: 4.2. Coordinació de la informació

<b>Actuació: 4.2.1. Fusió dels diferents formats informatius</b>		
<b>Descripció:</b> recerca de la coherència entre els suports, paper, web... que orientin en la línia estratègica i siguin coincidents. Prèviament s'han revisat tots els formats.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Mitjà	Ja determinat en altres partides

<b>Actuació: 4.2.2. Elaboració d'una agenda integrada d'activitats anuals</b>		
<b>Descripció:</b> determinació de les activitats turístiques per a la inclusió i la seva prioritització en la difusió externa.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Mitjà	Baix. Inclusió en el web, fullet específic si es considera oportú.

### Objectiu: 4.3. Instal·lació de nous mecanismes d'informació

<b>Actuació: 4.3.1. Ampliació de la connectivitat informàtica en els recursos turístics</b>		
<b>Descripció:</b> potenciació de l'ús de les noves tecnologies en els RT, per gestionar-los i sempre que sigui possible per a l'usuari.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013 i següents	Alt	Mitjà-alt, en els recursos de gestió municipal.

<b>Actuació: 4.3.2. Instal·lació de la fibra òptica al museu</b>		
<b>Descripció:</b> arribada de la fibra òptica i la gestió del seu ús al museu.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Alt

<b>Actuació: 4.3.3. Incorporació de tècniques de geolocalització</b>		
<b>Descripció:</b> incorporació dels recursos turístics per a la seva localització en diferents plataformes d'MB, Ipod... Ha d'anar combinat amb explicacions. Es poden incorporar pistes al web.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Alt. Per determinar per experts.

<b>Actuació: 4.3.4. Realitat augmentada</b>		
<b>Descripció:</b> visualització dels llocs d'interès de la ciutat per aquesta tècnica. Es pot incorporar alguna de les noves tecnologies explicades, per exemple l'aplicació a l'MB.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Mitjà	Mitjà

<b>Actuació: 4.3.5. Instal·lació de panells informatius tàctils</b>		
<b>Descripció:</b> instal·lació de panells informatius dinàmics i tàctils al centre de la ciutat com a elements de localització i guiatge.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Mitjà-alt. Per determinar per experts.

## Línia estratègica 5: Seguiment i avaluació

### **Objectiu: 5.1. Activació de mecanismes de captació i recollida de la informació**

<b>Actuació: 5.1.1. Seguiment de l'ocupació dels establiments hotelers</b>		
<b>Descripció:</b> trucada periòdica per controlar el grau d'ocupació als establiments d'hoteleria.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Mitjà	Nul, a càrrec del personal.

<b>Actuació: 5.1.2. Seguiment assistència activitats</b>		
<b>Descripció:</b> control addicional de l'assistència a activitats programades.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Baix. Personal intern i algun reforç en cas necessari.

<b>Actuació: 5.1.3. Registre dels turistes</b>		
<b>Descripció:</b> control en les oficines de turisme dels visitants.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Alt	Nul, a càrrec del personal.

<b>Actuació: 5.1.4. Monitoratge i avaluació del PFTT</b>		
<b>Descripció:</b> seguiment de l'eficàcia de les actuacions del Pla amb el disseny dels indicadors de mesura.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Molt alt	Baix. Equip que dissenyi el mecanisme de control i avaluació de la informació.

## Objectiu: 5.2. Realització d'estudis tècnics

<b>Actuació: 5.2.1. Anàlisi de caracterització de la demanda</b>		
<b>Descripció:</b> enquesta per controlar el perfil del turista i la seva evolució. Onada 2013 i 2014.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Alt	Mitjà-baix. Enquestador/a, disseny, anàlisi.

<b>Actuació: 5.2.2. Anàlisi de motivació, satisfacció i lleialtat</b>		
<b>Descripció:</b> enquesta per esbrinar el grau de satisfacció i la seva evolució. Onada 2013 i 2014.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Molt Alt	Mitjà-baix. Enquestador/a, disseny, anàlisi.

<b>Actuació: 5.2.3. Estudis de mercats i productes específics</b>		
<b>Descripció:</b> estudis futurs de mercat		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Mitjà	Mitjà-baix. Enquestador/a, disseny, anàlisi.

## Línia estratègica 6: Governança, finançament i societat

### **Objectiu: 6.1. Canvis en el paper del turisme en l'Administració local**

<b>Actuació: 6.1.1. Reorganització de les regidories</b>		
<b>Descripció:</b> proposta de fusió de Turisme, Cultura i Festes, per a una acció conjunta, en una primera fase major grau de relació entre les regidories.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Llarg termini	Molt alt	Nul

<b>Actuació: 6.1.2. Potenciació en l'organització de l'Administració</b>		
<b>Descripció:</b> major pes dels RH destinats al turisme. Importància de la regidoria en el consistori.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Alt	Distribució interna

<b>Actuació: 6.1.3. Increment en l'assignació</b>		
<b>Descripció:</b> increment de la distribució percentual en anualitats posteriors al 2014 per al turisme com a sector estratègic.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2015	Molt alt	Distribució interna

<b>Actuació: 6.1.4. Fonts de finançament</b>		
<b>Descripció:</b> recerca de fonts complementàries de l'Administració per al turisme. Pot compensar l'acció anterior com ho fa temporal el PFTT. Algun membre del personal de la regidoria s'hauria d'especialitzar en aquesta tasca.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Molt alt	Distribució interna

## Objectiu: 6.2. Relació del turisme amb el conjunt de la ciutat

<b>Actuació: 6.2.1. Paper del turisme en el Pla Estratègic de la ciutat</b>		
<b>Descripció:</b> elaboració d'un pla estratègic de la ciutat en què es determini el paper estratègic que ha de jugar el sector turístic. Ajut a la conscienciació dels canvis formulats a l'objectiu 6.1.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
Indeterminat	Molt Alt	Extern. L'elaboració del Pla

<b>Actuació: 6.2.2. Obtenció de l'etiqueta de municipi turístic</b>		
<b>Descripció:</b> reconeixement extern que situï al municipi en el mapa de destinacions turístiques		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Nul. Informe a càrrec del PFTT

### **Objectiu: 6.3. Millora de la qualitat en la prestació del servei**

<b>Actuació: 6.3.1. Campanya de sensibilització del turisme en la societat</b>		
<b>Descripció:</b> fer arribar la proposta de canvi en l'orientació de la ciutat envers al turisme al conjunt de la societat. Fer difusió de les actuacions del Pla i de propostes, fer participar als agents privat en el disseny del pla, que el facin seu, en siguin partícips. Els resultats del comportament s'obtindran a llarg termini.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Baix. Reunions, alguna conferència, casos d'èxit.

<b>Actuació: 6.3.2. Disseny de productes formatius</b>		
<b>Descripció:</b> detecció de mancances i proposta de productes formatius per a col·lectius específics.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Molt alt	Mitjà. Ajut a la realització dels cursos.



## Línia estratègica 7: Cooperació i coordinació

### Objectiu: 7.1. Cooperació amb altres instruments estratègics

<b>Actuació: 7.1.1. Integració en el Pla Estratègic de Turisme de Catalunya</b>		
<b>Descripció:</b> coordinació d'estratègies entre els plans.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Alt	Nul, a càrrec de la gerència del PFTT.

<b>Actuació: 7.1.2. Integració en el Pla Estratègic de Turisme de les Terres de l'Ebre</b>		
<b>Descripció:</b> coordinació d'estratègies entre els plans.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Alt	Nul, a càrrec de la gerència del PFTT.

<b>Actuació: 7.1.3. Integració en el Pla Estratègic de les Terres de l'Ebre</b>		
<b>Descripció:</b> integració un cop finalitzat el Pla de les Terres de l'Ebre en què Tortosa representa el seu paper de capitalitat.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Nul, a càrrec de la gerència del PFTT.

<b>Actuació: 7.1.4. Relació amb altres accions estratègiques del municipi</b>		
<b>Descripció:</b> integració en les polítiques municipals, ja s'ha vist que moltes actuacions tenen a veure amb altres regidories.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Molt alt	Nul

## Objectiu: 7.2. Cooperació publicoprivada

<b>Actuació: 7.2.1. Potenciació de la Taula de Turisme</b>		
<b>Descripció:</b> participació activa en el desenvolupament del PFTT del conjunt d'agents i en particular dels privats. També en la presa de decisions.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013-2014	Molt Alt	Nul

<b>Actuació: 7.2.2. Participació financera dels agents privats en les polítiques públiques turístiques</b>		
<b>Descripció:</b> en la mesura de l'èxit de les actuacions, participació dels agents privats del seu finançament. Importància dels indicadors de les activitats.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Negatiu, part del cost és extern.

### Objectiu: 7.3. Relació amb altres administracions locals

<b>Actuació: 7.3.1. Creació de productes conjunts</b>		
<b>Descripció:</b> vinculació dels productes de Tortosa amb els municipis més propers		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Molt alt	Alt. Disseny dels materials

<b>Actuació: 7.3.2. Promoció conjunta</b>		
<b>Descripció:</b> treballen la creació de projectes de promoció conjunta		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Alt	Baix. Aprofitament de sinergies

### Objectiu: 7.4. Relació amb altres administracions supramunicipals

<b>Actuació: 7.4.1. Creació de xarxes relacionals</b>		
<b>Descripció:</b> participació en els debats en el marc dels organismes amb competències turístiques, Diputació, Consell Comarcal i Generalitat de Catalunya.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2013	Alt	Nul

<b>Actuació: 7.4.2. Incorporació dels recursos turístics de Tortosa</b>		
<b>Descripció:</b> incorporació dels canvis produïts i de les potencialitats de Tortosa i posicionament en lloc preferent de la promoció turística.		
<b>Termini d'execució</b>	<b>Grau de prioritat</b>	<b>Esforç pressupostari</b>
2014	Molt alt	Nul, a càrrec dels altres organismes.

### 6.5. Projecte emblemàtic

El conjunt d'actuacions s'han presentat de forma individual per facilitar-ne la inclusió en objectius estratègics. Ja s'ha comprovat en el mateix discurs que moltes estaven relacionades. Algunes s'han de realitzar de forma conjunta i altres de forma seqüencial. L'articulació del conjunt d'estratègies ha de ser capaç finalment de generar productes integrats que siguin capaços d'atreure el turista potencial. Aquests projectes han d'aportar una grau de singularitat addicional. Cal la inclusió en el marc del PFTT d'algun projecte emblemàtic. A continuació presentem un bon exemple d'aquest tipus de projectes que recullen un bon grapat dels principis i

objectius estratègics analitzats, a la vegada que pot gaudir d'un finançament extern (i. e. fons europeus).

**Projecte: THE TORTOSA MULTICULTURAL EXPERIENCE (rutes guiades interactives a Tortosa)**

L'Àrea de Turisme de Tortosa – Tortosa Turisme va implementar fa uns quants anys la reconstrucció digital d'un debat a través de personatges virtuals de les tres cultures, fets hologrames, que expliquen als turistes els seus punts de vista en un interfície multiidioma. Es tractava d'una eina interpretativa i pedagògica formidable, que però era situada al Centre d'Acollida Turística, als afores de la ciutat, i — físicament i semànticament, atès el caràcter força “anodí” del centre— quedava desconnectada de l'entorn sociocultural on es desenvolupen els fets objecte de les narracions dels tres personatges. La seva transposició en el nou Museu de Tortosa segurament ofereix més oportunitats perquè els visitants en segueixin les pistes en l'entorn cultural de la ciutat.

Per tant, Tortosa Multicultural Experience es proposa com l'extensió 2.0 d'aquest instrument pedagògic, en què, després d'assistir al diàleg intercultural al Museu de Tortosa (que es convertirà al centre de comandament i gestor d'aquest nou producte), els tres personatges-hologrames es podran instal·lar a petició dels visitants com a aplicació fora de línia dotada de senyal wifi en els telèfons intel·ligents o tauletes tàctils i els guiaran per la ciutat en tres rutes temàtiques que abordaran diversos aspectes de l'herència de cadascuna de les tres religions en la malla urbana, monuments i edificis emblemàtics, sabors, esdeveniments i paisatges de la ciutat fins a portar-los en itineraris entorn de la ciutat per reconstruir la seva relació amb el territori.

Els itineraris gaudiran de cert nivell d'interactivitat fins a incorporar elements de *gaming* (caça al tresor virtual en un entorn material i cultures) segons el model de l'experiència precedent del videojoc aplicat a la descoberta del patrimoni cultural d'una ciutat, Ratisbona a Alemanya (Rexplorer, vegeu: <<http://www.youtube.com/watch?v=zuefbtngqwg>>).

Una ulterior característica del TME podria ser la possibilitat de descarregar les rutes i activitats fetes a la ciutat com a “record virtual”, multiformat i multiidioma, fàcilment exportable a les xarxes socials.

Es tracta de un projecte tecnològic que necessitaria un esforç d'inversió no gaire ingent i que podria dur-se a terme aprofitant una de les subvencions nacionals o europees (p. ex. Programa Cultura de la UE, suport financer DG Empresa-Turisme, etc.) per transformar en sentit *smart* els territoris amb desavantatges.

**Prioritat: elevada**

**Impacte Pressupostari: 30.000 (el gruix finançable amb fonts externes)**

**Actuació: 2014**

## 7. Propostes per al Pla d'Acció 2013 i 2014 en el marc del Pla de Foment

Recollim a continuació en la taula resum el llistat d'actuacions per a les anualitats 2013 i 2014 ordenades per grau de prioritat. Destaquem les que requereixen assignació pressupostària. Recordem que els recursos disponibles<sup>8</sup> en el marc del PFTT haurien d'assolir el màxim de les actuacions previstes. La concreció final del pressupost de cadascuna de les actuacions en determinarà l'execució.

<b>Anualitat 2013</b>		
<b>ACTUACIÓ</b>	<b>PRIORITAT</b>	<b>PRESSUPOST</b>
1.1.1. Disseny de rutes específiques	Molt alta	A càrrec del personal
1.1.5. Festa del Renaixement	Molt alta	Extern
<b>1.1.8. Revisió i modernització de la museïtzació</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Mitjà</b>
1.3.1. Connectivitat de la Via Verda	Molt alta	Mitjà
1.4.4. Elaboració productes turístics integrats	Molt alta	A càrrec del personal
<b>2.2.4. Accessibilitat a les oficines d'informació turística</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Alt, compartit amb OOPP</b>
<b>3.2.3. Participació en exposicions</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Alt</b>
3.2.5. Presència promoció d'organismes supralocals	Molt Alta	Nul
<b>3.3.1. Creació de paquets turístics</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Mitjà, compartit amb agents privats</b>
<b>3.4.1. Remodelació del web</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Alt</b>
<b>4.3.2. Instal·lació fibra òptica al museu</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Alt</b>

<sup>8</sup> Recursos disponibles període 2013-2014 : 470.000 (550000-80000 cost gerent)

<b>5.2.2. Anàlisi motivació satisfacció i lleialtat</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Mitjà-baix</b>
<b>6.3.1. Campanya de sensibilització del turisme en la societat</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Baix</b>
<b>6.3.2. Disseny de productes formatius</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Mitjà</b>
7.1.4. Relació amb altres accions estratègiques del municipi	Molt alta	Nul
7.2.1. Potenciació de la Taula de Turisme	Molt alt a	Nul
<b>1.1.3. Creació d'espectacles de l'FR</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà- Baix</b>
1.2.1 Adequació del riu al trànsit d'embarcacions	Alta	Extern
<b>1.3.2. Posada en valor del parc dels Ports</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>2.2.3. Disseny del mapa d'aparcaments per a usos turístics</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.1.1. Atracció turistes de la CD i Camp de Tarragona</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.1.2. Atracció del turista intern</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.2.2. Disseny de campanyes publicitàries</b>	<b>Alta</b>	<b>Alt</b>
<b>3.4.2. Guia turística per mòbil</b>	<b>Alta</b>	<b>Alt</b>
<b>3.4.3. Integració a xarxes socials i mecanismes participatius</b>	<b>Alta</b>	<b>Molt Baix</b>
<b>4.1.3. Uniformització de la senyalització de recursos</b>	<b>Alta</b>	<b>Alt</b>
4.2.1. Fusió dels diferents formats informatius	Alta	Altres partides
<b>4.3.1. Ampliació connectivitat informàtica dels RT</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà-alt</b>
5.1.3. Registre de turistes	Alta	Nul
<b>5.2.1. Caracterització de la demanda</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà-baix</b>
6.1.2. Potenciació en l'organització de l'Administració	Alta	Nul
7.1.1. Integració en el PETC	Alta	Nul
7.1.2. Integració en el PET TE	Alta	Nul
7.4.1. Creació de xarxes relacionals	Alta	Nul
<b>1.1.4. Extensió de l'FR</b>	<b>Mitjana-Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.3.2. Potenciació de la Tortosa Card</b>	<b>Mitjana- Alta</b>	<b>Molt baix</b>
<b>1.1.6. Captació del turisme jueu</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Mitjà</b>
1.3.3. Disseny de productes de naturalesa actius	Mitjana	Nul
<b>2.1.3. Elaboració calendari de jornades gastronòmiques</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Mitjà-baix</b>
<b>4.2.2. Elaboració d'una agenda integrada d'activitats anuals</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Baix</b>
5.1.1. Seguiment de l'ocupació dels establiments hotelers	Mitjana	Nul
<b>1.2.3. Posada en servei del llagut</b>	<b>Mitjana-baixa</b>	<b>Baix</b>

Nota: en negreta actuacions amb impacte pressupostari destacable

<b>Anualitat 2014</b>		
<b>ACTUACIÓ</b>	<b>PRIORITAT</b>	<b>PRESSUPOST</b>
<b>1.4.3. Vinculació amb altres productes propers</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Baix</b>
<b>5.1.4. Monitorització i avaluació del PFTT</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Baix</b>
6.1.4. Fonts de finançament	Molt alta	Nul
<b>7.3.1. Creació de productes conjunts</b>	<b>Molt alta</b>	<b>Baix</b>
7.4.2. Incorporació dels RT de Tortosa	Molt alta	Nul
<b>1.1.2. Creació de passarel·les turístiques</b>	<b>Alta</b>	<b>Molt alt (urbanisme)</b>
<b>1.1.7. Pla Director de Muralles</b>	<b>Alta</b>	<b>Desconegut (molt alt)</b>
<b>1.1.9. Reconeixement producte turisme cultural</b>	<b>Alta</b>	<b>Baix</b>
<b>1.4.1. Participació en les festes temàtiques</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.1.3. Atracció del Turisme de BCN i zona d'influència</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.4.5. Pla de màrqueting digital</b>	<b>Alta</b>	<b>Molt alt</b>
4.1.1. Revisió senyalització d'accés	Alta	Extern
<b>4.3.3. Incorporació de tècniques de geolocalització</b>	<b>Alta</b>	<b>Alt</b>
<b>4.3.5. Instal·lació panells informatius tàctils</b>	<b>Alta</b>	<b>Mitjà-alt</b>
<b>5.1.2. Seguiment assistència activitats</b>	<b>Alta</b>	<b>Baix</b>
6.2.2. Obtenció de l'etiqueta de municipi turístic	Alta	Nul
7.1.3. Integració en el PETE	Alta	Nul
7.2.2. Participació financera agents privats	Alta	Negatiu
<b>7.3.2. Promoció conjunta</b>	<b>Alta</b>	<b>Baix</b>
<b>1.2.2. Construcció del port fluvial</b>	<b>Mitjana- alta</b>	<b>Molt alt ; Compartit.</b>
<b>4.1.2. Coordinació senyalització interna</b>	<b>Mitjana -alta</b>	<b>Alt</b>
<b>1.2.4. Pla de navegació fluvial</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Baix</b>
<b>2.1.1. Recerca de reconeixements de qualitat gastronòmica</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Molt baix</b>
2.3.1. Elaboració i prioritització del llistat de productes gastronòmics locals	Mitjana	Nul
<b>2.3.2. Potenciació del comerç i productes locals</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Mitjà</b>
<b>3.4.4. Audioguia mòbil</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Mitjà-alt</b>
<b>4.3.4. Realitat augmentada</b>	<b>Mitjana</b>	<b>Mitjà</b>

Nota: en negreta actuacions amb impacte pressupostari destacable. Un conjunt d'activitats no estan incorporades a la taula, ja que no tenen un termini d'execució determinat o no excedeixen el del PFTT .

## 8. Síntesi

El present informe, que s'emmarca dins el programa d'actuació del Pla de Foment Turístic de Tortosa, ha tingut, com a gran objectiu, plantejar una arquitectura estratègica per al futur desenvolupament del sector turístic a la ciutat, que es podria qualificar en aquests moments com de merament incipient. D'aquestes propostes neixen, per exemple, més d'una setantena d'actuacions amb una àmplia diversitat de prioritats i materialitzacions pressupostàries. No hem volgut assenyalar solament actuacions a curt termini (per exemple, per al 2014), ja que aquestes obligadament s'han de contextualitzar en un model global d'actuació, que hem tractat de perfilar en aquest document. Més enllà d'aquestes recomanacions i, probablement de moltes més que podrien aparèixer, voldríem assenyalar en aquesta secció algunes d'aquestes idees força en relació amb aquest procés i camí que s'han d'emprendre per situar la ciutat en el mapa turístic català d'una manera adequada.

- ✓ La ciutat té recursos, en particular d'índole cultural i patrimonial, per esdevenir la gran destinació patrimonial de les Terres de l'Ebre i d'obligada visita per al mercat nacional.
- ✓ Malgrat el que hem dit anteriorment, creiem que, per donar més força al producte, cal portar a terme estratègies d'integració amb d'altres destinacions i productes complementaris. En aquest sentit, les destinacions costaneres i interiors haurien de combinar-se amb la ciutat per formar productes integrats. En aquest sentit, entenem que Tortosa, com a destinació turística, no s'entén sense la involucració d'altres destinacions, amb un enriquiment de producte mutu. De fet, entenem que l'estratègia turística de les Terres de l'Ebre, en gran mesura, es fonamenta, crucialment, en el desenvolupament de Tortosa com a destinació preferent.
- ✓ Falta conformar productes i itineraris conceptuals a partir d'aquests recursos de la ciutat.
- ✓ És cabdal la implicació dels agents privats en el disseny de la política local en aquest àmbit i en els propis productes. I això no només té a veure amb la consolidació i l'enfortiment de la Taula Local de Turisme, com a element de discussió i participació activa dels agents privats, sinó també se'n reclama la participació financera.



- ✓ Cal millorar el disseny del sistema d'informació turística, no només en termes de localització i racionalització de les oficines, sinó també amb la posada en marxa efectiva d'instruments TIC (web, aplicacions mòbils, geolocalització, xarxes socials, etc.).
- ✓ Cal aplicar instruments moderns de comercialització i màrqueting de producte.
- ✓ Cal continuar avançant en la regeneració del centre urbà com a element bàsic per millorar la imatge de la ciutat davant els potencials turistes/excursionistes.
- ✓ Cal dotar-se d'un sistema modern de captació d'informació estadística i d'anàlisi tècnica com a instruments al servei de la presa de decisions públiques.
- ✓ Cal aprofitar, al màxim, les fonts externes disponibles per finançar projectes i actuacions en aquest àmbit per part de l'Estat i de la Unió Europea (i. e. FEDER).
- ✓ Cal incidir en la millora necessària de les infraestructures d'accessibilitat a la ciutat. En particular, la prioritat és la millora en la infraestructura i en els serveis ferroviaris, així com la intermodalitat de les estacions (i. e. Aldea). D'altra banda, la continuació de l'A-7 des de l'Hospitalet de l'Infant i el desdoblament de la C-12 són inversions també ineludibles.
- ✓ Cal desenvolupar i consolidar xarxes relacionals intenses amb d'altres administracions públiques, tant de manera horitzontal com vertical (Consell Comarcal però sobretot Diputació TGN i Generalitat de Catalunya).
- ✓ I cal continuar avançant, de manera ferma, en la prioritització política i pressupostària d'aquest àmbit en l'Administració municipal.

## Referències

CELIR (2011), *Fitxa local Tortosa*.

CELIR (2012), *Butlletí de conjuntura local de les Terres de l'Ebre*. Tercer Trimestre de 2012.

DURO, J.A.; RODRÍGUEZ, D. (2011), *Estimació del PIB turístic per Catalunya, marques i comarques, 2005-2010*, Departament d'Empresa i Ocupació, Generalitat de Catalunya

FARRÉ, F.X. (2009), *Impacte econòmic de la Festa del Renaixement de Tortosa*, Ajuntament de Tortosa.

RUSSO, A.P.; ROMAGOSA, F. (2010). "The Network of Spanish Jewries: in praise of connecting and sharing heritage". *Journal of Heritage Tourism* 5(2): 141-156.

## **Annex1: Anàlisi descriptiva d'algunes destinacions amb esdeveniments renaixentistes**

- Les festes del Renaixement a Úbeda i Baeza, a la Comunitat Autònoma d'Andalusia.

L'any 2013 es commemora el desè aniversari de la declaració d'Úbeda i Baeza com a ciutats Patrimoni de la Humanitat.

Se celebren al mes de juliol, es presenten conferències, visites turístiques temàtiques sobre el Renaixement a Úbeda, cercaviles, concerts de bandes, un espai dedicat a tavernes i mercat, recreacions dels usos i costums de l'època i danses. Hi ha activitats paral·leles a la programació.

Amb aquesta programació es pretén “recordar i implicar els ciutadans en la distinció que fa nou anys va atorgar la UNESCO, amb unes festes dirigides a tots els públics i que repassen diferents aspectes històrics i culturals” com ara la recuperació i conservació del patrimoni artístic, les comunitats jueves a Úbeda o els noms il·lustres del Renaixement.

Per què aquesta declaració? Úbeda i Baeza, situades al centre de Jaén, mostren tot l'esplendor del Renaixement d'Andalusia dels segles <sup>xvi</sup> i <sup>xvii</sup>. Són un exemple únic de la introducció dels cànons renaixentistes a Espanya, els seus carrers d'esglésies, palaus i cases senyoriales mostren el model urbanístic, de clares influències italianes d'Andrés de Vandelvira, un dels arquitectes més prestigiosos de l'època. El poeta universal Antonio Machado va escriure la “reina” i la “senyora” referint-se a Úbeda i Baeza, joies renaixentistes.

- Les festes del Renaixement del Loira, a França

Amb excursions d'una jornada a Tours, al castell d'Amboise i la ruta dels castells del Loira.

Una excursió en la qual es pot descobrir un museu únic al món, que presenta les múltiples obres mestres dels *compagnons* de la tornada a França, on es visita el castell d'Amboise i el castell de les festes del Renaixement.

El parc Leonardo da Vinci al Clos Lucé, la casa de Leonardo da Vinci, permetran entrar al visitant en l'univers de Leonardo: el seu art i les seves visions. Per tant, una atracció de primeríssim ordre en la història del Renaixement.

- Les festes del Renaixement de Florència, a Itàlia

El nucli històric de Florència és un autèntic museu a l'aire lliure per la seva estructura tan particular i pel valor arquitectònic dels edificis. Les esglésies, els palaus, els carrerons, els carrers i els tallers d'artesanía, construïts des de l'edat mitjana fins avui, fan que Florència sigui artísticament única al món. Alguns dels monuments més famosos són la catedral, el baptisteri i la torre del campanar, el Palau Vell i Pont Vell, que amb el seu romanticisme és un dels símbols de Florència. Florència és una ciutat que manté viu el seu passat, celebrant encara les festes antigues. Cada mes hi ha commemoracions d'antigues arrels. No obstant això, Florència no viu només del seu passat, els teatres fan una programació molt variada, de prosa a espectacles còmics de revista; de lírica a dansa. Per exemple, al maig i juny se celebra el famós festival del Maggio Musicale Fiorentino. A més, la capital toscana organitza molts concerts rock i pop d'àmbit internacional. Florència, cada any, organitza també importants exposicions de pintures i escultures, antigues, modernes i contemporànies. A la zona d'exposicions de la Fortalesa (Fortezza), s'organitzen importants congressos, exposicions de moda, com Pitti Immagine, i populars mostres mercat com la Fira dels Artesans. Finalment, al juny, se celebra, a l'Stazione Leopolda Fabbrica Europa, kermesse, on artistes de tot el món es confronten al teatre, la música i les arts gràfiques.

- La festa del Renaixement de Xàtiva, al País Valencià

La festa del Renaixement i els Borja arrenca amb la inauguració del I Simposi Internacional Ciutat de Xàtiva.

Al mes d'abril de l'any 2011, el I Simposi Internacional Ciutat de Xàtiva sobre el Renaixement compta amb ponències i taules rodones formades per prestigiosos experts que tracten quatre àmbits: el religiós, el cultural, arts plàstiques i arquitectura. L'objectiu és posar en valor l'important llegat de Xàtiva i consolidar un producte turístic basat en la cultura i història valenciana, el Renaixement a Xàtiva, l'època de màxima esplendor de la ciutat dels Borja, en què es van construir importants monuments arquitectònics. No s'organitza cap festa de recreació històrica específica, encara que a la difusió apareix com a tal. Segons fonts consultades a

l'Ajuntament de Xàtiva, era una iniciativa privada i no es preveu que tingui continuïtat.

- La Fête du Roi de l'Oiseau de Le Puy-en-Velay, a França.

A partir de l'antiga tradició del segle <sup>XVI</sup> del Concurs de tir del Rei per coronar el millor arquer de la ciutat, des de 1986 la ciutat de Puy-en-Velay reviu la Festa del Renaixement cada tercer cap de setmana de setembre. Aquest festival presenta escenes acolorides i sons brillants amb un objectiu, apropar l'anomenada alta cultura a l'expressió popular, a través de l'associació de la bellesa arquitectònica de la ciutat amb les representacions artístiques. La festa està dividida en àmbits temàtics, com el paper, la poesia i literatura o la música antiga, però destaquen els de diferents oficis i el dels vins, i crea un apartat com el d'enologia o com el d'herbes medicinals i aromàtiques, de gran atracció per als visitants.

## Annex 2: Fitxes dels principals recursos patrimonials i culturals de Tortosa

<b>COMARCA:</b> BAIX EBRE	<b>POBLACIÓ:</b> TORTOSA	<b>BÉ CULTURAL:</b> CATEDRAL DE SANTA MARIA	<b>N. REGISTRE:</b> 1/13/12
<b>TIPOLOGIA:</b> ARQUITECTÒNIC	<b>TIPUS DE PROTECCIÓ:</b> BCIN	<b>DATA DECLARACIÓ:</b> 04/06/1931	
<b>LEGISLACIÓ:</b> 9/1993 DEL 30 DE SETEMBRE DE PATRIMONI CULTURAL CATALÀ		<b>TITULARITAT:</b> PÚBLICA	
<p><b>DESCRIPCIÓ DEL BÉ:</b> La catedral de Tortosa és un gran exemple del gòtic religiós català. Segons algunes fonts, hi havia hagut un temple romà, més tard una basílica visigòtica i, durant l'expansió sarraïna, una mesquita. Després de la conquesta cristiana, es va construir una catedral romànica, que seria el precedent més immediat de l'actual catedral gòtica. Aquesta fou iniciada per l'absis, al segle XIV, i finalitzada per la façana barroca al s. XVIII. La planta general de la seu és del mestre Antoni Guasch (1345), i la traça exterior de l'absis de Benet Basques, de Montblanc. L'edifici gòtic, començat en un concepte francès —tant als finestrals com al sistema d'arcbotants—, es reduí després a la planta de sala catalana. Té doble deambulatori i origina tres naus, les dels extrems resten dividides pels contraforts i formen capelles. La façana, traçada pel basc Martín d'Avaria (1625), s'aixeca com una muralla impressionant barroca sense altre buit que l'enorme porta. El retaule de la transfiguració és obra del taller de Jaume Huguet. També es pot visitar l'exposició permanent amb els fons patrimonials.</p>			
<b>CARACTERÍSTIQUES:</b>			
<b>DATACIÓ:</b> XIV – XVII XVII – XVIII	<b>ESTIL:</b> GÒTIC - BARROC	<b>CONSERVACIÓ:</b> En bon estat	
<b>ACCESSIBILITAT:</b> S'hi accedeix a peu			
<b>RECURS TURÍSTIC:</b> Representa un recurs turístic de NIVELL 1/ <i>Exposició permanent</i> NIVELL 1			
			
<b>ANNEX GRÀFIC:</b>			
<b>BIBLIOGRAFIA:</b> < <a href="http://www.gencat.cat">www.gencat.cat</a> >, < <a href="http://www.tortosaturisme.cat">www.tortosaturisme.cat</a> >, < <a href="http://www.bisbattortosa.org">www.bisbattortosa.org</a> >.			


<b>COMARCA:</b> BAIX EBRE	<b>POBLACIÓ:</b> TORTOSA	<b>BÉ CULTURAL:</b> LAN. REGISTRE: SUDA DE TORTOSA 1/1/12
<b>TIPOLOGIA:</b> ARQUITECTÒNIC	<b>TIPUS DE PROTECCIÓ:</b> BCIN	<b>DATA DECLARACIÓ:</b> 05/05/1949
<b>LEGISLACIÓ:</b> 9/1993 DEL 30 DE SETEMBRE DE PATRIMONI CULTURAL CATALÀ		<b>TITULARITAT:</b> PÚBLICA
<p><b>DESCRIPCIÓ DEL BÉ:</b> També anomenat castell de Sant Joan. Actualment al castell de la Suda hi ha instal·lat un parador nacional de turisme. Ja en època romana va ser utilitzat com a fortalesa, ja que era de l'acròpoli de Dertosa, mentre que el lloc que avui ocupa la catedral era el fòrum. L'alçada de les muralles de la Suda la feien una fortificació gairebé inexpugnable.</p>		
<b>CARACTERÍSTIQUES:</b>		
<b>DATACIÓ:</b> SEGLES XVII – XVIII , MITJAN SEGLE XX	<b>ESTIL:</b> MEDIEVAL	<b>CONSERVACIÓ:</b> En bon estat
<b>ACCESSIBILITAT:</b> S'hi accedeix fàcilment.		
<p><b>RECURS TURÍSTIC:</b> Representa un recurs turístic de NIVELL 1. Caminar pel passeig de les fortificacions, contemplar el patrimoni històric, allotjar-se o fer ús del servei de restauració i visualitzar la panoràmica de la ciutat, són alguns dels seus atractius.</p>		
		
<b>ANNEX GRÀFIC:</b>		
<b>BIBLIOGRAFIA:</b> <www.gencat.cat> i <www.tortosaturisme.cat>		

<b>COMARCA:</b> BAIXEBRE	<b>POBLACIÓ:</b> TORTOSA	<b>BÉ CULTURAL:</b> REIALS COL·LEGIS DE SANT JAUME I SANT MATIES	<b>N. REGISTRE:</b> 1/2/12
<b>TIPOLOGIA:</b> ARQUITECTÒNIC	<b>TIPUS DE PROTECCIÓ:</b> BCIN	<b>DATA DECLARACIÓ:</b> 14/11/1974	
<b>LEGISLACIÓ:</b> 9/1993 DEL 30 DE SETEMBRE DE PATRIMONI CULTURAL CATALÀ		<b>TITULARITAT:</b> PÚBLICA	
<b>DESCRIPCIÓ DEL BÉ:</b> Magnífic conjunt integrat pel col·legi de Sant Jaume i Sant Maties, el col·legi de Sant Jordi i Sant Domènec i l'església de Sant Domènec. Foren construïts al segle XVI per formar els moriscos i conversos en la cultura cristiana. Una característica comuna dels tres monuments són les seves portalades retaule amb l'ús dels tres ordres clàssics: dòric, jònic i corinti. Destaca l'estructura italiana, única al país, del pati de Sant Jaume i Sant Maties amb un fris escultòric únic, on es representen els membres de la casa catalanoaragonesa, des de Ramon Berenguer IV fins a Felip IV. Es tracta de la millor arquitectura renaixentista civil de Catalunya. Actualment l'arxiu es troba ubicat a l'edifici del col·legi de Sant Jaume i Sant Maties.			
<b>CARACTERÍSTIQUES:</b>			
<b>DATACIÓ:</b> SEGLE XVI	<b>ESTIL:</b> RENAIXENTISTA	<b>CONSERVACIÓ:</b> En bon estat	
<b>ACCESSIBILITAT:</b> S'hi accedeix fàcilment. Peatonal. Recurs turístic NIVELL 2.			
<b>RECURS TURÍSTIC:</b> Representa un recurs turístic de NIVELL 1. A. Església de Sant Domènec. Centre d'interpretació del Renaixement (CIR). B. Pati de Sant Jaume i Sant Maties. Patrimoni històric, realització de concerts i visites teatralitzades, visites didàctiques per a tots els públics.			
<b>ANNEX GRÀFIC:</b>			
			
<b>BIBLIOGRAFIA:</b> < www.gencat.cat>, <www.tortosaturisme>			



<b>COMARCA:</b> BAIX EBRE	<b>POBLACIÓ:</b> TORTOSA	<b>BÉ CULTURAL:</b> MURALLA FORTIFICACIONS	<b>N. REGISTRE:</b> 11/5/12
<b>TIPOLOGIA:</b> ARQUITECTÒNIC	<b>TIPUS DE PROTECCIÓ:</b> BCIN	<b>DATA DECLARACIÓ:</b> 1949	
<b>LEGISLACIÓ:</b> BOE, 5,5, 49. CATÀLEG MONUMENTS I CONJUNTS HISTORICOARTÍSTICS DE CATALUNYA		<b>TITULARITAT:</b> Pública	
<b>DESCRIPCIÓ DEL BÉ:</b> Sis quilòmetres i mig de muralles, baluards i fortificacions de la ciutat integrats a la ruta del castell de la Suda, testimoni arquitectònic de la ciutat andalusí que conté l'únic cementiri àrab al descobert de tot Catalunya. L'itinerari és practicable en una primera fase i comprèn les Avançades de Sant Joan, el castell de la Suda, els Jardins del Príncep, el passeig de Ronda i la torre del Célio. Tortosa té un dels conjunts emmurallats més extensos i singulars del sud d'Europa.			
<b>CARACTERÍSTIQUES:</b>			
<b>DATACIÓ:</b> XIV-XVIII Diferents períodes històrics	<b>ESTIL:</b> ARQUITECTURA MILITAR	<b>CONSERVACIÓ:</b> Bon estat de conservació dependent del tram	
<b>ACCESSIBILITAT:</b> Accés amb dificultat mitjana i alta dependent del tram			
<b>RECURS TURÍSTIC:</b> Recurs turístic NIVELL 1.			
<b>ANNEX GRÀFIC:</b> 			
<b>BIBLIOGRAFIA:</b> < <a href="http://www.gencat.cat">www.gencat.cat</a> >, < <a href="http://www.tortosaturisme.cat">www.tortosaturisme.cat</a> >.			

<b>COMARCA:</b> BAIX EBRE	<b>POBLACIÓ:</b> TORTOSA	<b>BÉ CULTURAL:</b> ESCORXADOR	<b>N. REGISTRE:</b> 1/6/12
<b>TIPOLOGIA:</b> ARQUITECTÒNIC	<b>TIPUS DE PROTECCIÓ:</b> BCIN	<b>DATA DECLARACIÓ:</b>	
<b>LEGISLACIÓ:</b> 9/1993 DEL 30 DE SETEMBRE DE PATRIMONI CULTURAL CATALÀ		<b>TITULARITAT:</b> Pública	
<b>DESCRIPCIÓ DEL BÉ:</b> Aquest edifici, que forma part del modernisme tortosí, destaca per la seva decoració i joc d'arcades i finestres així com pel sistema de pilars. A la façana predomina el maó vist combinat amb manises i teula vidriada, que li donen un aspecte colorista. En l'obra de Pau Monguió, l'arquitecte autor de l'edifici, es manifesta la influència de l'arquitectura mudèjar, localitzada també a Terol. Es distribueix en diferents pavellons expositius i carrers interiors de gran amplitud.			
<b>CARACTERÍSTIQUES:</b>			
<b>DATACIÓ:</b> SEGLE xx. 1905-1908	<b>ESTIL:</b> MODERNISTA.	<b>CONSERVACIÓ:</b> Bon estat de conservació	
<b>ACCESSIBILITAT:</b> Fàcil accés			
<b>RECURS TURÍSTIC:</b> Actual seu del Museu de Tortosa, Històric i Arqueològic de les Terres de l'Ebre. Amb una retrospectiva de la història de la ciutat i del territori des dels seus orígens. Disposa de sala d'exposicions permanent, sala de reserva i sala d'exposicions temporals Antoni Garcia. Recurs turístic NIVELL 1.			
			
<b>ANNEX GRÀFIC:</b>			
<b>BIBLIOGRAFIA:</b> <www.gencat.cat>, <www.tortosaturisme.cat>			

<b>COMARCA:</b> BAIX EBRE	<b>POBLACIÓ:</b> TORTOSA	<b>BÉ CULTURAL:</b> MERCAT MUNICIPAL	<b>N. REGISTRE:</b> 1/4/12
<b>TIPOLOGIA:</b> ARQUITECTÒNIC	<b>TIPUS DE PROTECCIÓ:</b> BCIL	<b>DATA DECLARACIÓ:</b> 1990	
<b>LEGISLACIÓ:</b> 9/1993 DEL 30 DE SETEMBRE DE PATRIMONI CULTURAL CATALÀ		<b>TITULARITAT:</b> PÚBLICA	
<b>DESCRIPCIÓ DEL BÉ:</b> Obra d'execució agosarada de Joan Torras i Guardiola, conegut com l'Eiffel català, construït de 1884 a 1887. Les elegants façanes exteriors destaquen per la seva harmonia de colors i proporcions. A l'interior del mercat destaquen 14 jàsseres de perfil parabòlic de ferro treballades en gelosia, les quals no s'han igualat posteriorment. Cobrí la llum de 26 m del mercat combinant solidesa i estructura visible. Per tant, la solució estructural del cobriment de Joan Torras i la seva diàfana nau són el que fan que el Mercat de Tortosa desperti gran interès i es diferenciï d'altres mercats del segle XIX. Les façanes nord i sud acullen l'escut de la ciutat amb la inscripció <i>Fidelissima, Et exemplaris, Civitas, Dertusae, 1886.</i>			
<b>CARACTERÍSTIQUES:</b>			
<b>DATACIÓ:</b> SEGLE XIX	<b>ESTIL:</b> ECLECTICISME, arquitectura del ferro	<b>CONSERVACIÓ:</b> En bon estat	
<b>ACCESSIBILITAT:</b> S'hi accedeix fàcilment			
<b>RECURS TURÍSTIC:</b> Representa un recurs turístic de NIVELL 2, pel que fa a l'arquitectura. S'afegeix l'interès popular pels productes gastronòmics d'un territori eminentment agrícola i la qualitat dels seus productes, recurs de NIVELL 3.			
<b>ANNEX GRÀFIC:</b>			
			
<b>BIBLIOGRAFIA:</b> < <a href="http://www.gencat.cat">www.gencat.cat</a> >, < <a href="http://www.turismetortosa.cat">www.turismetortosa.cat</a> > Gil Duran, Núria. El mercat de Tortosa a <i>Joies del modernisme</i> . Francesc Fontbona (Dir). Enciclopèdia Catalana. Barcelona, 2011. pp. 62-63.			

**Annex 3: El Comitè de la UNESCO per a al concessió de l'etiqueta de Patrimoni de la Humanitat considera que un bé té valor universal excepcional si compleix un o més dels següents criteris.<sup>9</sup> Es podria incloure Tortosa?**

Els béns proposats han de:

- (i) representar una obra mestra del geni creador humà;
- (ii) testificar un intercanvi de valors humans considerable, durant un període concret o en una àrea cultural del món determinada, en els àmbits de l'arquitectura o la tecnologia, les arts monumentals, la planificació urbana o la creació de paisatges;
- (iii) aportar un testimoni únic, o si més no excepcional, sobre una tradició cultural o una civilització viva o desapareguda;
- (iv) ser un exemple eminentment representatiu d'un tipus de construcció o de conjunt arquitectònic o tecnològic, o de paisatge que il·lustri un o diversos períodes significatius de la història humana;
- (v) ser un exemple destacat de formes tradicionals d'assentament humà o d'utilització de la terra o de la mar, representatives d'una cultura (o de diverses cultures), o d'interacció de l'home amb el medi, sobretot quan aquest s'ha tornat vulnerable a causa del impacte provocat per canvis irreversibles;
- (vi) estar directament o materialment associat amb esdeveniments o tradicions vives, idees, creences o obres artístiques i literàries que tinguin una importància universal excepcional. (El Comitè considera que aquest criteri s'hauria d'utilitzar preferentment de manera conjunta amb els altres criteris);
- (vii) representar fenòmens naturals o àrees de bellesa natural i importància estètica excepcionals;
- (viii) ser exemples eminentment representatius de les grans fases de la història de la terra, inclòs el testimoni de la vida, de processos geològics en curs en l'evolució de les formes terrestres o d'elements geomòrfics o fisiogràfics significatius;
- (ix) ser exemples eminentment representatius de processos ecològics i biològics en curs en l'evolució i el desenvolupament dels ecosistemes terrestres, aquàtics, costaners i marins i les comunitats de vegetals i animals terrestres, aquàtics, costaners i marins;

---

<sup>9</sup> <<http://www.patrimonio-mundial.com/seleccion.htm>>. [En línia] Consultat el 30 de gener de 2013.

(x) contenir els hàbitats naturals més representatius i més importants per a la conservació in situ de la diversitat biològica, compresos aquells en els que sobreviuen espècies amenaçades que tenen un valor universal excepcional des del punt de vista de la ciència o de la conservació.

A més d'aquests criteris, qualsevol bé per al qual es pretengui la inscripció, haurà de reunir dues condicions prèvies:

- Respondre en la seva concepció, materials i execució al valor d'autenticitat.
- Gaudir de protecció jurídica i mecanismes de gestió adequats per assegurar la seva conservació.

En alguns casos, les indicacions del Comitè procuren formular amb més detall els requisits exigibles. Per exemple, per a les "ciutats mortes" se subratlla la necessitat d'una inscripció integral del lloc arqueològic urbà que evocui les funcions múltiples i connexes de la ciutat desapareguda. Les "ciutats històriques" s'han d'imposar per la seva qualitat arquitectònica, amb la seva abstracció de la seva funció de símbol històric que per si mateix no podria justificar la inscripció. Per incloure els "centres històrics" i els "barris històrics", cal que la seva densitat i qualitat monumental siguin reveladores d'una ciutat d'interès excepcional. Per a la inclusió de monuments aïllats o realitzacions urbanístiques limitades en l'espai, el seu valor universal ha de justificar sense que es faci extensiva la seva inscripció a la ciutat on es trobin radicats.

Pel que fa als llocs o paisatges culturals, els béns seleccionats han de tenir entitat suficient per representar la totalitat del paisatge cultural que il·lustren, és possible també proposar zones associades a grans línies o xarxes de transport i comunicació.

El Comitè intenta aconseguir un equilibri més gran entre els béns culturals i naturals, i la seva distribució geogràfica. Es podria incloure Tortosa?

De forma prioritària s'ha d'avaluar si la ciutat de Tortosa es podria incloure. Després d'analitzar totes les ciutats, nuclis antics i monuments declarats per la Unesco, tant els que hem visitat com els que no, podem asseverar que Tortosa té tots els ingredients necessaris per tal que aquesta declaració sigui possible. Ara bé, aquesta afirmació conté alguns impediments que fan que encara no pugui ser una realitat en

l'actualitat. No és factible a curt termini, però sí té probabilitats a mitjà i llarg termini. Treballant amb una profunda rehabilitació del casc antic, actuacions del Pla Director de muralles, etc. podria ser factible.

Els grans potencials de la ciutat són per una banda, un dels recintes emmurallats més importants de la península Ibèrica, amb més de 6,5 quilòmetres de perímetre, la Catedral i els edificis del Renaixement. O dit d'una altra forma, el casc antic, un dels quatre nuclis antics més grans de Catalunya, declarat d'interès nacional i les muralles.

En particular, es proposa la *creació d'una comissió d'experts*<sup>10</sup> per tal que es pugui treballar envers a aquest objectiu, sense defallir i tenint clars els terminis, que no són àgils i breus, més bé han de ser rigorosos i constants des de l'administració local i comptant amb l'assessorament d'experts amb la gestió de Patrimoni de la Humanitat<sup>11</sup> i amb la Universitat, així com amb el teixit associatiu implicat de forma activa amb l'àmbit patrimonial.

Cal saber que en moltes ocasions, per exemple la declaració de Tarragona, o la de Úbeda i Baeza, no s'ha atorgat en la primera oportunitat, per tant, una vegada s'incoa l'expedient i s'activa el procés, el comitè redacta posteriorment els futurs requeriments que l'equip d'organització de la declaració ha de seguir revisant i millorant.

Malgrat que aparentment sembli que l'actuació per aconseguir la declaració de la Unesco sigui patrimonial, mitjançant la gestió i la conservació de l'esmentat patrimoni cultural, pot esdevenir nogensmenys, el gran futur de l'economia turística de la ciutat de Tortosa.

---

<sup>10</sup> La creació d'una comissió d'experts que dissenyin a curt i llarg termini una planificació estratègica de la candidatura de la ciutat de Tortosa a la declaració de Patrimoni de la Humanitat per la Unesco.

<sup>11</sup> L'experiència que tenim més propera és la de Tarragona, declarada Patrimoni de la Humanitat l'any 2000. Conjunt Arqueològic de Tarraco. El 1995 Tarragona va presentar la candidatura perquè el seu conjunt arqueològic fos declarat Patrimoni de la Humanitat i inclòs al llistat de la UNESCO. El 30 de novembre del 2000 el conjunt arqueològic de Tarragona, però també monuments situats a Altafulla, Constantí i Roda de Berà –la Tarraco romana– fou inclòs a la llista de monuments Patrimoni de la Humanitat. A [www20.gencat.cat/.../Tarragona/.../tarracopat.pdf](http://www20.gencat.cat/.../Tarragona/.../tarracopat.pdf). [En línia] Consultat el 29 de gener de 2013.

#### **Annex 4: Per què Úbeda i Baeza van ser declarades Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO l'any 2003?**

La desbordant bellesa arquitectònica i paisatgística d'aquestes dues viles ha estat enaltida per poetes i escriptors de talla universal, de Miguel de Cervantes a Sant Joan de la Creu, passant per Antonio Machado, García Lorca o Luis de Góngora.<sup>12</sup>

Al centre de la comarca de la Loma, a Jaén, les dues ciutats deuen gran part de la seva esplendor a l'arquitecte Andrés de Vandelvira, autor, entre altres, d'obres de la grandesa de la catedral de Baeza o l'Hospital de Sant Jaume d'Úbeda.

El perímetre declarat com a Patrimoni de la Humanitat se circumscriu als conjunts monumentals existents al voltant de la plaça Vázquez de Molina d'Úbeda i de la plaça de Santa Maria i l'eix Seminari-Universitat de Baeza.

Tots dos, amb una superfície global de 5,4 hectàrees, representen la màxima expressió de l'Humanisme en termes urbans i arquitectònics.

La morfologia urbana de les dues petites ciutats d'Úbeda i de Baeza, al sud d'Espanya, es remunta al segle IX àrab i a la Reconquesta al segle XIII. Un avenç important es va produir al segle XVI, quan les ciutats van ser objecte de reformes al llarg de les línies del Renaixement.

#### **Conjunts monumentals renaixentistes d'Úbeda i Baeza<sup>13</sup>**

Criteri (ii): els exemples del segle XVI de disseny arquitectònic i urbà d'Úbeda i de Baeza van representar un paper decisiu en la introducció de les idees del Renaixement a Espanya. A través de les publicacions d'Andrea Vandelvira, l'arquitecte principal del projecte, aquests exemples també van ser difosos a Amèrica Llatina.

Criteri (iv): les àrees centrals d'Úbeda i Baeza constitueixen excel·lents exemples primerencs del renaixement cívic d'arquitectura i urbanisme a Espanya al segle XVI.

---

<sup>12</sup> <<http://elpais.com/diario/2003/07/04/andalucia.html>> [En línia] Consultat el 30 de gener de 2013.

<sup>13</sup> Úbeda i Baeza, informació oficial UNESCO sobre patrimoni de la humanitat. A <[www.unesco.org](http://www.unesco.org)> [En línia] Consultat el 30 de gener de 2013.

Els dos petits pobles, Úbeda i Baeza, a uns 10 km l'un de l'altre, es troben al sud d'Espanya entre les regions de Castella i Andalusia, al vessant nord de la vall del riu Guadalquivir. Com que estan a la frontera de les dues regions, les ciutats han assumit un caràcter de contrastos, que es reflecteix en el teixit urbà que és d'origen àrab i andalús i amb influències del nord.

Ambdues ciutats van prosperar durant un temps al segle XVI, que han sobreviscut fins als nostres dies. Són un exemple excepcional de la distribució de les funcions urbanes, de manera que la suma del lloc monumental de Baeza (pública, eclesiàstica i educativa) i d'Úbeda (aristocràtica i palaus) conformen un complet programa de Renaixement urbà d'alta qualitat arquitectònica.

Úbeda és gairebé quadrada, amb el lloc de l'alcàsser a la cantonada sud-est, que va romandre sense ús específic. A partir d'aquí es va estendre pels carrers cap a les portes de la ciutat. L'enfocament medieval de la ciutat era la mesquita, convertida a l'església catedral i el mercat al centre de la zona urbana. Encara hi ha diverses esglésies i convents medievals, construïts en estil gòticomudèjar.

Tant Úbeda com Baeza tenen orígens antics. Amb la conquesta àrab del segle VIII, es van convertir en fortaleses, que ràpidament van atreure un assentament urbà fortificat amb un disseny característic de carrers irregulars estrets. Úbeda va ser la Betula ibèrica, l'Ebdete romana, i l'àrab Obdaz o Obdazza. Va ser conquerida pels cristians de l'exèrcit de Ferran III el 1233-1234, i va representar un paper com a fortalesa fronterera després de la caiguda de Granada el 1492. Baeza va ser un assentament menor en l'època dels romans (Beatia o Biatia), però va guanyar importància sota la dominació àrab. Va ser presa pels cristians el 1226-1227, i es va mantenir un lloc d'exèrcits invasors.

En l'època musulmana, fins al segle XIII, ambdues ciutats tenien el seu alcàsser, la ciutadella que va ser també la residència del governador. Fora de la ciutadella es va projectar una àrea urbana que estava envoltada per murs de defensa. La xarxa de carrers es va construir orgànicament, i uneix la ciutadella amb les portes de la ciutat. Al centre de la ciutat hi havia la mesquita, i al costat probablement el mercat. Fora de les muralles de la ciutat hi va haver petits assentaments. En aquest període, les dues ciutats van obtenir la forma bàsica que des de llavors s'ha mantingut.



## **Membres de l'equip tècnic**

JUAN ANTONIO DURO actualment és catedràtic d'Economia del Departament d'Economia de la URV i responsable del grup d'investigació GRIT, reconegut per la Generalitat de Catalunya. Ha estat secretari de l'Escola de Turisme i Oci d'aquesta universitat i actualment té el càrrec de director de la Càtedra d'Economia Local i Regional, la qual centra la seva anàlisi en el sector turístic, el medi ambient i l'anàlisi territorial. Disposa d'experiència en l'àmbit de l'anàlisi medioambiental, l'anàlisi turística i territorial. Les seves publicacions aborden l'anàlisi internacional dels factors medioambientals, tant d'emissions de CO<sub>2</sub> com de consums energètics —Duro, Alcántara i Padilla (2010), Duro i Padilla (2008), Duro i Padilla (2006) i Duro i Alcántara (2004)—; ha abordat l'anàlisi de l'estacionalitat turística (DURO 2008), de la seva capacitat de generació d'ocupació (DURO & RODRIGUEZ 2010) i la valoració ambiental de béns turístics (FARRÉ & DURO 2010 ), i té experiència en la modelització de la demanda turística (Índex UAB d'Activitat Turística 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 i 2011). Ha treballat en planificació estratègica territorial, centrada en l'àmbit econòmic i turístic (Pla Estratègic del Camp de Tarragona) i per a diverses administracions públiques (i.e. Ministeri d'Indústria, Dept. d'Innovació (Gencat), Diputació de Tarragona, etc.). Ha dirigit recentment l'estudi *Estimació del PIB turístic per Catalunya per marques i comarques 2005-2008*, el 2010, encarregat per la DG de Turisme de la Generalitat de Catalunya, i el 2009 va construir el PIB turístic de les Terres de l'Ebre per al període 2003-2007, per encàrrec dels Serveis Territorials a Terres de l'Ebre del Departament d'innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

FRANCESC XAVIER FARRÉ és professor d'economia a la Universitat Rovira i Virgili, membre del GRIT (Grup de Recerca d'indústria i Territori) i sotsdirector del campus de les Terres de l'Ebre de la URV. Les seves línies d'investigació inclouen la valoració de béns mediambientals, l'impacte econòmic d'activitats turístiques i el coneixement de la demanda turística. S'ha de destacar el seu estudi sobre *El valor del parc natural del Delta de l'Ebre* (2008) i l'estudi *L'impacte econòmic de la Festa del Renaixement* (2010). Ha format part de l'equip d'investigació que acaba de realitzar l'estudi *Estimació del PIB turístic de les Terres de l'Ebre per al període 2003-2007* per encàrrec dels Serveis Territorials a les Terres de l'Ebre del Departament d'innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

ANTONIO PAOLO RUSSO és professor agregat al Departament de Geografia de la Universitat Rovira i Virgili i membre del Grup de Recerca GRATET. Té múltiples publicacions i projectes institucionals relacionats amb l'anàlisi de destinacions turístiques i és expert en turisme urbà i cultural. Actualment és director científic del Parc Científic de Turisme.

NÚRIA GIL DURAN és professora del Departament d'Història i Història de l'Art de la Universitat Rovira i Virgili i responsable de l'Antena Cultural de la URV Tortosa de la URV. Experta en patrimoni, cultura i turisme, ha treballat en diferents projectes patrimonials, ha coordinat cursos i publicacions en aquest àmbit, destaca la coordinació i redacció del Pla Estratègic de Cultura de les Terres de l'Ebre de la Generalitat de Catalunya (2010) i l'opuscle *Turisme cultural a les Terres de l'Ebre* (2008) de la Diputació de Tarragona.