

RECOMANACIONS ESTRATÈGIQUES PEL TURISME D'ALCOVER



PATRONAT DE TURISME
DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA



COSTA DAURADA



PARC CIENTÍFIC I TECNOLÒGIC
TURISME I OC

Aquest estudi forma part del **Servei d'Assistència Municipal en Turisme** promogut pel Patronat de Turisme i el Servei d'Assistència Municipal de la Diputació de Tarragona i realitzat per la Fundació del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya.

DIRECCIÓ DEL PROJECTE

Salvador Anton Clavé

COORDINACIÓ I REALITZACIÓ

Jaume Salvat Salvat

Lara Roca

Juny 2017

ÍNDEX

1. ANÀLISI TERRITORIAL I TURÍSTICA.....	3
1.1. PRESENTACIÓ	4
1.2. ÀMBIT TERRITORIAL	5
1.3. ANÀLISI OFERTA TURÍSTICA.....	9
1.4. DEMANDA TURÍSTICA.....	24
2. BENCHMARKING	37
3. MATRIU DAFO	50
4. SITUACIÓ D'ESTRATÈGIA	64
5. ÀMBIT DE DESPLEGAMENT DELS EIXOS ESTRATÈGICS	66
5.1. OBJECTIUS ESTRATÈGICS	67
5.1. EVOLUCIONAR EL MODEL TURÍSTIC D'ALCOVER.....	70
5.2. RE-EVOLUCIONAL EL MODEL TURÍSTIC D'ALCOVER.....	75



ANÀLISI TERRITORIAL I TURÍSTICA



1.1. PRESENTACIÓ

La Diputació de Tarragona té la voluntat de dotar els municipis d'interior de la demarcació d'instruments que els permetin impulsar un desenvolupament racional de les activitats turístiques i, amb aquesta finalitat, dóna suport a través del Patronat de turisme i del Servei d'Assistència als petits Municipis, a aquells municipis que requereixen d'un recolzament estratègic per al desenvolupament d'aquestes activitats.

El municipi d'Alcover ja es va beneficiar d'aquest suport l'any 2003 amb la redacció del document "*Estratègies per al desenvolupament del turisme al municipi d'Alcover*", realitzat pel Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics de la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona.

En aquesta ocasió, es requereix l'elaboració d'una anàlisi de la situació del turisme d'Alcover que sintetitzi la diagnosi i actualitzi els documents anteriors de planejament que afecten al municipi amb l'objectiu final d'orientar una estratègia.

La sol·licitud es cenneix a la diagnosi tot i que el seu tractament crític i metodològic permet definir les línies estratègiques més adequades pel municipi i que millor responguin als objectius però en cap cas es planteja un pla d'acció.

1.2. ÀMBIT TERRITORIAL

El terme municipal d'Alcover, de 46 km² està situat en la zona de contacte entre les Muntanyes de Prades i el Camp de Tarragona, al sector de ponent de l'Alt Camp i al límit amb les comarques del Baix Camp i el Tarragonès.



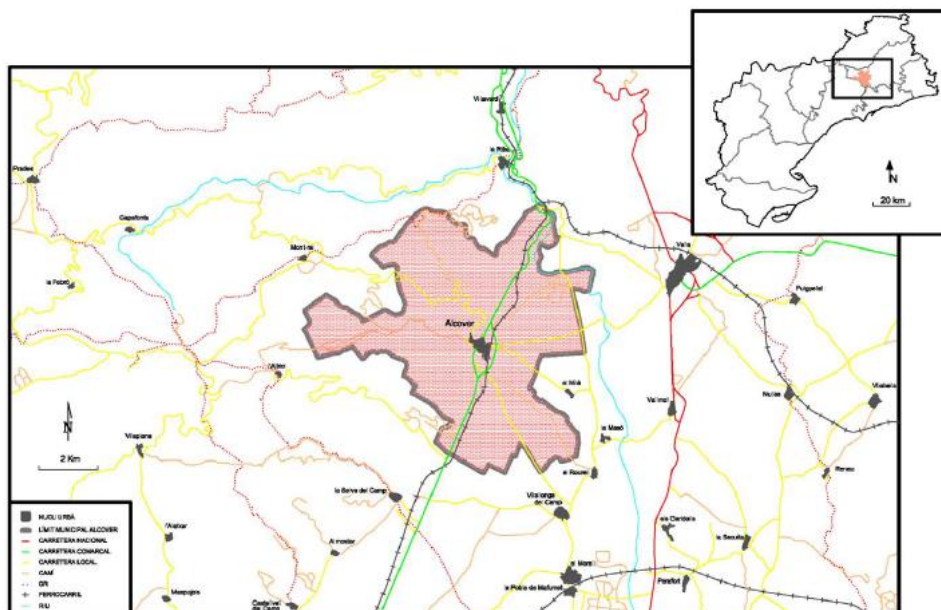
El municipi d'Alcover limita amb Mont-ral (NO), la Riba (N), Valls (E), el Milà, la Masó i el Rourell (SE) de l'Alt Camp, i amb els municipis de Vilallonga del Camp (Tarragonès) i La Selva del Camp (Baix Camp) al sud del municipi.

A Alcover s'hi pot arribar per la carretera C-14 des de Reus, direcció Montblanc, des de Valls per la C-37, i per les carreteres de la xarxa comarcal i local TV-7221 des de Vilallonga del Camp passant pel Rourell, la Masó i el Milà, TV-7222 directa de Vilallonga del Camp a Alcover, i TV-7041 des de Mont-ral. També es pot arribar a Alcover a través de la xarxa ferroviària Tarragona-Lleida.

Segons les dades de l'Idescat, Alcover compta amb 5.095 habitants l'any 2016. Des dels anys 50 dels s. XX hi ha un important creixement de població sols interromput per un petita recessió als anys 80. El creixement dels darrers anys és fruit del pas de segones a primeres residències de les urbanitzacions, generalment de gent que prové de Reus.

Dintre del sector econòmic la indústria té un pes important a Alcover. La indústria tradicional ha estat substituïda per les pedreres i els materials de construcció, però també destaquen el sector químic, la confecció, els olis i la fusteria industrial. Un fet important és la creació del polígon industrial que ha augmentat la oferta en aquest sector.

Tot i que el sector dels serveis és el més important després de la indústria, el sector agrari té un alt percentatge de dedicació molt per sobre de la mitjana de l'Alt Camp i de Catalunya. A l'agricultura l'avellana és el conreu per excel·lència malgrat la dificultat del sector, mentre que la vinya ha desaparegut i l'olivera torna a guanyar terreny. Amb l'augment de les zones de regadiu per l'explotació de nous pous, s'ha donat un creixement del conreu dels fruiters i de l'horta. També en el sector agrari hi ha representades granges dedicades a la cria de bestiar: aviram, porcí i oví.



1.2.1. Factors socioeconòmics

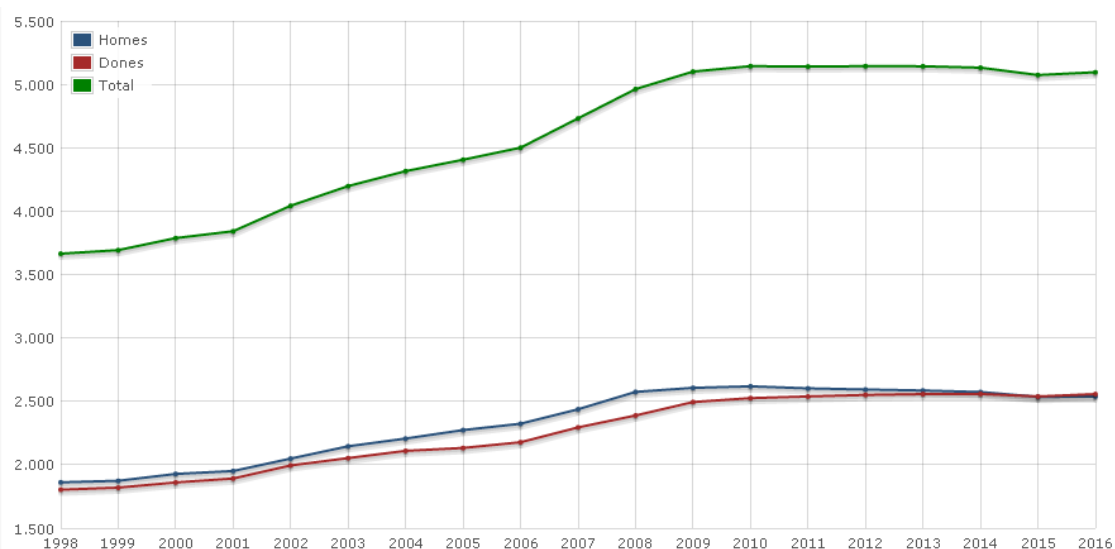
L'estudi d'aquests factors socioeconòmics cal tenir-lo en compte a l'hora d'elaborar la DAFO. L'anàlisi dels factors socioeconòmics s'ha centrat en quatre aspectes principals:

- L'evolució de la població.
- L'estructura per edats i sexe.
- La població ocupada per sectors d'activitat.

L'evolució de la població

L'anàlisi de l'evolució de la població ens ajuda a definir la situació actual i ens deixa entreveure quina és la tendència a que pot arribar en un futur proper.

Figura 1. Padró municipal d'habitants per sexe. 1998-2016



Font. idescat

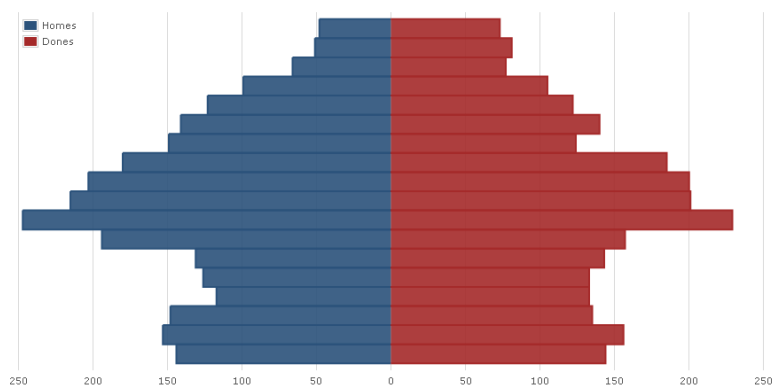
L'evolució de la població a Alcover ens mostra un fort creixement a primers del segle XXI i a partir del 2010 es manté fins al 2014 on disminueix lleugerament i els darrers anys 2015 i 2016 es manté. Passa el mateix amb la tendència de l'Alt Camp, on al 2013 pateix una lleugera pèrdua de població que arribarà fins al 2016.

L'estructura per edats i sexe

Les piràmides de població són unes representacions semblants a instantànies fotogràfiques de l'estructura per edat i sexe de la població d'un lloc concret i en un moment determinat.

Però també, a través del seu perfil es pot deduir la incidència demogràfica que, aproximadament al llarg de 70-80 anys, han tingut sobre ella diversos esdeveniments històrics. Encara més, a partir de la seva forma i tenint en compte les tendències actuals, es poden formular hipòtesis de la seva evolució en un futur immediat.

Figura 2. Població per sexe i edat quinquennal



Font. idescat

La piràmide d'Alcover ens mostra la tendència a l'envelliment de la població, en un passat proper, i la recuperació actual que es pot apreciar en l'augment de població dels grups d'edat entre 0 i 9 anys, diferent de la tendència comarcal de continu estrenyiment per la base. L'índex d'envelliment a Alcover és de 112 vells per cada 100 joves, menor que el de la comarca de l'Alt Camp que és de 137 vells per cada 100 joves.

En el quadre següent es representen tres elements: en un primer pla la població d'Alcover per grup d'edat, una altre que correspon a la de l'Alt Camp, que ens permet establir comparacions del municipi amb la comarca, i finalment, la població de Catalunya per grups d'edat.

Quadre 1. Població per grups d'edat

POBLACIÓ PER GRUPS D'EDAT			
INTERVAL	ALCOVER	ALT CAMP	CATALUNYA
De 0 a 14 anys	880	7.197	1.182.716
De 15 a 64 anys	3.348	29.104	4.963.773
De 65 a 84 anys	724	6.620	1.149.403
De 85 anys i més	121	1.385	212.214
Total	5.073	44.306	7.508.106

Font. idescat

El grup de joves (0 a 14 anys) representa el 17% de la població mentre en el 2001 representava el 15%, el grup d'adults (15 a 64 anys) és del 65% i al 2001 era del 66% i del grup de gran (més de 65 anys) és el 16 % mentre al 2001 era del 17%. Tot això indica que la població creix per la incorporació de gent forastera per l'oferta.

Aquesta estructura de la població ens porta a pensar que en les properes generacions possiblement hi hagi un augment de la població jove perquè els grups que ha experimentat un augment més gran corresponen als grups dels joves, mentre els grups adults i de gent gran han disminuït lleugerament.

Població ocupada per sectors d'activitat

En quant als factors econòmics, al 2015 a Alcover hi predomina el sector indústria seguit del sector serveis, sector que ha crescut sobretot en detriment sobretot del sector agrari i de la construcció. El sector serveis és el que indica el grau de desenvolupament d'un indret, a Alcover es dona un lent però continuat creixement d'aquest sector. Tot i així registra el sector amb més nombre d'aturats al municipi, seguit de la indústria i la construcció. De la mateixa manera que l'Alt Camp registra el major nombre d'aturats en el sector dels serveis, seguit de la indústria i de l'agricultura.

Quadre 2. Atur registrat, per sectors, mitjanes anuals 2015

ATUR REGISTRAT, PER SECTORS MITJANES ANUALS 2015		
SECTOR	ALCOVER	ALT CAMP
Agricultura	28,3	311,6
Indústria	63,4	555,5
Construcció	40,5	288,3
Serveis	206,2	2015,7
Sense ocupació anterior	31,6	205,3
Total	370	3.421

Font. idescat

1.3. ANÀLISI OFERTA TURÍSTICA

1.3.1. Identificació dels recursos

Per a la identificació de recursos elaborat pel projecte s'ha establert una tipologia de recursos, aquesta classificació distribueix els recursos en categories i tipologies. Les cinc categories bàsiques que se'n desprenen són:

CATEGORIA 1: RECURSOS NATURALS O PAISATGÍSTICS

CATEGORIA 2: RECURSOS CULTURALS I MONUMENTALS

CATEGORIA 3: RECURSOS ARTESANS I GASTRONÒMICS

CATEGORIA 4: FOLKLORE, FESTES I ESDEVENIMENTS PROGRAMATS

CATEGORIA 5: RECURSOS INTANGIBLES I REFERENCIALS

RECURSOS NATURALS - PAISATGÍSTICS

En el projecte “Estratègies per al desenvolupament del turisme al municipi d'Alcover” del 2003 es van identificar 6 recursos naturals i paisatgístics, la Vall del riu Glorieta que inclou el conjunt dels recursos naturals d'Alcover: el Niu de l'Àliga, la Font Fresca, el Calvari, l'Ermita de les Virtuts i les Escales de la Glòria, i 50 recursos culturals i monumentals. S'ha de tenir en compte que els recursos naturals tenen una gran importància malgrat ser escassos en nombre. La Vall del riu Glorieta permet un itinerari anomenat Ruta del Glorieta Alcover-Mont-ral. El recorregut senyalitzat ofereix tres possibilitats diferents. El **camí de la sèquia del molí de Forès** o el **camí del molí del Glorieta** de dificultat baixa i circulars; i el **camí ral d'Alcover a Mont-ral** de dificultat mitja-alta, especialment en el tram que va de la bassa de la central a les Fonts del Glorieta.

Recentment l'Ajuntament d'Alcover ha recuperat una part de l'antiga xarxa de camins que comunicaven pobles i indrets, ara fa uns anys, i que, amb el pas del temps, han quedat en desús i abandonats. Aquest és el cas del **camí del Rourell**, conegut també com a camí dels Quints, que ha recuperat el seu traçat i que forma part d'un nou itinerari de natura senyalitzat, d'una distància aproximada de 4 Km, de trajectòria circular i de dificultat baixa. Aquestes rutes inclouen la resta dels recursos naturals i diversos antics molins fariners i paperers.

Quadre 3. Classificació dels recursos naturals i paisatgístics.

Nom del recurs	
La Vall del riu Glorieta	Muntanyós
Niu de l'Àliga	Altres manifestacions aquàtiques
Font Fresca	Altres manifestacions aquàtiques
El Calvari	Paisatgístics i d'observació
Ermita de les Virtuts	Paisatgístics i d'observació
Escales de la Glòria	Paisatgístics i d'observació

Font. Elaboració pròpia

RECURSOS CULTURALS - MONUMENTALS

En quant als recursos culturals i monumentals destaquen els vestigis i testimonis vius de la història del municipi. Ofereix un itinerari urbà “Una passejada en el temps” que té com a principals objectius mostrar d’una banda, el llegat arquitectònic i històric que avui encara es conserva i, per altre banda, contribuir a revaloritzar-lo com a patrimoni cultural.

Aquest itinerari pel centre històric de la vila s’estructura a partir de cinc trams, que marquen el recorregut pels indrets més idíl·lics.



- **Portal de la Saura i carrer de l'Índia**

Es comença el recorregut davant el mateix Museu Municipal. Es passa pel portal medieval de la Saura (2), que donava accés a la vila a tots aquells que hi arribaven venint de Reus. Abans, però, cal recular i situar-nos al carrer de l'Índia (1), indret on probablement hi havia hagut l'antic call jueu, bastit primerament fora de la muralla.
- **Carrer major, església vella i portal de Sant Miquel**

Ens endinsem de ple al carrer Major (3), on trobarem la font Vella (4) i l'església romànica de Santa Maria, avui coneguda com església Vella (5). I mentre caminem pel carrer Major, arribem al final del tram, on trobem l'altre accés a la vila venint del camí de Montblanc, el portal de Sant Miquel (6). Ens aturem ara al carrer de la Bretxa (7), el nom del qual ens recorda un esdeveniment important succeït durant la guerra civil catalana.
- **Les places**

Arribem a la plaça Vella (8), centre neuràlgic de la vila medieval. Deixarem ara enrere l'època medieval per entrar de ple en l'època daurada dels alcoverencs: els segles XVI i XVII. A la plaça Nova (9), hi destaquen força elements i estructures renaixentistes, ben visibles en un edifici tan emblemàtic com la Casa de la Vila, construïda entre els anys 1551 i 1553.
- **Carrer del rec i església Nova**

Seguirem la nostra passejada fins a trobar el carrer del Rec (10), un nom que li ve donat perquè hi passava l'antic rec que abastia d'aigua la vila en època medieval; avui és el nervi principal del poble. Des d'aquest indret ens sorprendrà descobrir, al capdamunt, la imatge imponent d'un gran edifici amb el campanar inacabat: l'església Nova (11), construïda entre els anys 1594 i 1630.

- L'abadia i ca Cosme

Descobrim, enmig d'un petit carreró, el sorprenent edifici conegut com l'Abadia (12), una de les joies arquitectòniques de l'època daurada d'Alcover, construïda per Pere Blai, l'any 1618. Juntament amb ca Cosme (14), que veurem més endavant, és l'últim exponent de la magnificència del Renaixement a Alcover. I en aquest darrer tram també s'hi inclou el mateix museu, ca Batistó (13), una casa noble construïda l'any 1661 per encàrrec de la família Andreu, fruit de la vitalitat econòmica de l'època.

Altres recursos culturals i monumentals són els següents:

- Convent de les Arts

El Convent de Santa Anna és un monument protegit com a bé cultural d'interès nacional a les afores de la vila, sota la muntanya del Calvari, al km. 1 de la carretera de Mont-ral.



Després de la seva restauració, ha esdevingut un equipament educatiu-cultural, amb un component de residència, destinat tant a creadors professionals com a estudiants d'alguna branca de les arts. A més a més ofereix una programació artística variada per a tots els públics i una carnet d'abonat que compte amb una sèrie d'avantatges pels seus usuaris.

- Sota coberta de l'església Nova i Campanar

L'edifici històric de l'església Nova o de l'Assumpció, construït a finals del segle XVI, amb el pas del temps s'aniria ampliant i restaurant fins arribar a la fisonomia actual. Entrat el segle XXI, però, el mal estat de conservació de l'edifici i la degradació dels materials constructius en feien perillar l'estructura. Sortosament, s'aconseguiria fa uns anys el finançament necessari per a realitzar-hi un rigorós treball de restauració (2005-2010) que permetria la rehabilitació de les cobertes de les capelles laterals, la restauració de les façanes superiors de la nau, la consolidació dels contraforts greument afectats per filtracions d'aigua i vegetació, etc. Tanmateix, la recuperació dels passos interiors de l'edifici han permès obrir al visitant un interessant recorregut, passant a través dels espais de les cobertes, l'escala de cargol de la capçalera, la sala sustentada per pilastres sobre les voltes de la nau, acabant en el recorregut en vertical dels diferents nivells interiors del campanar.

Un itinerari seqüencial i historiat per uns espais inèdits i desconeguts que mostren l'estructura arquitectònica, la història constructiva i la comprensió del monument en la seva globalitat. Per concertar una visita, s'ha de contactar amb el museu municipal.



- Ermita del Remei

L'actual Santuari de la Mare de Déu del Remei, d'estil Barroc, va ser construït a la segona meitat del s. XVIII (1761-1772) treballant-hi artistes i mestres d'obres de renom com Francesc Thomàs (Montblanc), Josep March (Alcover) o Lluís Bonifàs (Valls). La nau consta d'un tram curt, on s'aixeca el cor, i un creuer poc prominent en el qual se situa una cúpula sobre petxines. Els elements que li atorguen la seva fisonomia particular venen limitats per dues torres circulars a cada angle, més amunt de la teulada. La guerra civil va comportar la pèrdua de bona part del patrimoni escultòric i ornamental de l'edifici deixant-la en l'estat actual. Posteriorment, l'artista d'ascensió alcoverenca, Francesc Domingo va pintar-hi tres figures bíbliques femenines, simbolitzant la Mare de Déu, que n'acompanyen una altra de preexistent, destacant la imatge de la verge, reproducció de l'original d'evident estil barroc. L'actual imatge de la Mare de Déu del Remei és còpia idèntica de l'original, de la qual se'n conserven fragments pujant al cambril.



- Mas de Forès

Mas de Forès és avui dia el punt de trobada de molts excursionistes per endinsar-se a la Vall del riu Glorieta, tot recorrent l'antic camí recuperat d'Alcover a Mont-ral. L'espai al voltant del molí de Dalt esdevé un punt estratègic en quant rep durant l'any un flux important de visitants que fan ús de les instal·lacions de lleure i dels serveis que ofereix el municipi d'Alcover: punt d'informació, aparcament vigilat de pagament, lavabos, zona de lleure i picnic. El Mas de Forès acull actualment un projecte de la Fundació Ginac, que, entre altres activitats, hi realitza una engrescadora proposta educativa.



- Monument Espai Lineal

Anton Roca, artista originari d'aquest poble avui resident a Itàlia va dissenyar, a partir del desplegament d'una línia en l'espai, una estructura tridimensional que crea al mateix temps un espai interior amb quatre punts de visualització diferents que es modifiquen segons el moviment del públic. Aquesta línia li permet juxtaposar el sentit històric del recorregut existencial del president afusellat Lluís Companys. Una línia incompleta, incabada, que confronta uns ideals col·lectius a una vida truncada. Un dels braços tallats de l'escultura i suspès en l'espai inclou la frase de Companys: "Tornarem a lluitar, tornarem a sofrir, tornarem a vèncer". El visitant se



situa sota aquesta nota i completa el braç de l'escultura convertint-se en part integrant de l'obra. En la seva intimitat, la part interna de l'estructura ens remet al vermell de les quatre barres. Espai lineal és un monument en què modernitat i ordre simbòlic han trobat la seva correspondència.

Quadre 4. Classificació dels recursos culturals i monumentals

Nom del recurs	
Església Vella o de la Sang o "Mesquita"	Edificacions religioses
Església de la Plana	Edificacions religioses
Església de Sant Miquel	Edificacions religioses
Convent de les Arts	Edificacions artístiques
Capella del Santíssim Sacrament	Edificacions religioses
Ermita del Remei	Edificacions religioses
Església Nova o de l'Assumpció	Edificacions religioses
Casa de la Vila	Edificacions civils
Centre històric	Edificacions civils
Muralla i torres de la muralla	Edificacions militars
Portal de Sant Miquel	Edificacions militars
Portal de la Saura	Edificacions militars
Plaça Nova	Obres tècniques
Plaça Vella	Obres tècniques
Casa del metge Lluís Domingo	Obres tècniques
Monument commemoratiu del 8è centenari del títol de Vila (1966)	Obres tècniques
Pont del moros	Obres tècniques
Arc (de la Plana)	Obres tècniques
Fàbrica de teixits del Sr Prous	Etnològics
Barri Jueu	Etnològics
Casa de l'Abadia	Etnològics
Ca Cosme	Etnològics
Cooperativa agrícola	Etnològics
Molins de Tarrès	Etnològics
Cal Serra	Etnològics
Mas Monravà	Etnològics
Molí del Pont dels moros	Etnològics
Molí de la Plana	Etnològics
Molí del Groc	Etnològics
Mas de Forès	Etnològics
Mas Gassol	Etnològics
Mas la Parellada	Etnològics
Ca Batistó	Etnològics
Font Vella	Etnològics
Font del Lleó	Etnològics
Cal Groc	Etnològics
Museu Municipal d'Alcover	Museu
Monument Espai Lineal	Monument

Font. Elaboració pròpia

RECURSOS ARTESANS I GASTRONÒMICS

Com ja s'ha comentat anteriorment, per a cadascun dels recursos identificats de les categories 3, 4 i 5 s'ha elaborat en els apartats i subapartats següents:

Quadre 5. Classificació dels recursos artesans i gastronòmics

Artisans
Pedra d'Alcover
Gastronòmics
DOP Avellana de Reus
Oli DOP de Siurana
El Barrot
Coques de sucre
Enciam amb romesco
"Cubanos" de Ca Sendra
Calçotada
Mercat setmanal

Font. Elaboració pròpia

- **Característiques dels recursos**

- **Descripció**

La gastronomia cada cop adquireix major importància com a complement turístic, forma part dels costums i de la cultura d'un indret, per tant, l'oferta gastronòmica suposa un valor afegit a la demanda turística, a la vegada que potencia els productes locals, i en aquest cas, l'agricultura, però en el cas de la calçotada no resulta tant sols un complement turístic, sinó que arriba a ser el motiu de desplaçament al menys a nivell regional.

- **Valoració dels recursos**

- **Importància actual**

Actualment, dels recursos artesans i gastronòmics, destaquen l'oli DOP Siurana de la cooperativa agrícola i d'una empresa familiar, La Cabana d'Alcover, que elaboren oli d'oliva verge extra ecològic. També és important la producció d'avellanes amb empreses com Paño. En quant a les festes i esdeveniments programats, és molt important la Fira dels Bandolers, els tres tombs, les calçotades i el mercat setmanal.

FOLKLORE, FESTES I ESDEVENIMENTS PROGRAMATS

En el cas d'Alcover no ha estat possible xifrar el nombre aproximat de visitants a les festes, totes elles de caràcter local a excepció de la Fira de Bandolers que ja compte amb 14 edicions, amb prop de 15.000 visitants en la darrera edició i amb una cinquantena de actes programats per a tots els públics.

Quadre 6. Classificació del folklore, festes i esdeveniments programats

Gener	
Variable 5	Recollida de Cartes Reials Cavalgada de Reis
Febrer	
Variable	Tres Tombs - Sant Antoni
Variable	Carnaval
Abril	
23	Sant Jordi
Variable	Setmana Santa
Maig	
2n diumenge	Festa de la Verge del Remei
Juny	
Variable	Corpus
23	Revetlla de Sant Joan
Variable	Diada de les entitats
Juliol	
Variable	Nits a la fresca
Variable	Sant Cristòfol
Variable	Setmana de la Joventut
Agost	
Variable	Milla Urbana
15	Mare de Déu d'Agost
16	Sant Roc
Setembre	
Variable	BTT Vall del Glorieta
11	Diada Nacional de Catalunya
Octubre	
2n cap de setmana	Fira de Bandolers
3n cap de setmana	Festa Major
Desembre	
26	Cagada del tió més llarg del món
Variable	Parc Infantil de Nadal

Font. Elaboració pròpia

RECURSOS INTANGIBLES I REFERENCIALS

Referent als recursos intangibles i referencials d'Alcover destaca sobretot l'*Alcoveria Brevis* que actualment es troba exposada al Museu municipal.

Quadre 7. Classificació de recursos intangibles i referencials

Intangibles
Alfons II d'Aragó i I de Catalunya
Ramón Barbera i Boada
Plàcid Vidal i Rosich
Cosme Vidal i Rosich, Josep Aladem
Antoni Isem i Arnau
Anton Català i Gomis
Referencials
<i>Alcoveria Brevis</i>

Font. Elaboració pròpia

1.3.2. Equipaments i serveis

Els equipaments i serveis locals fan una funció de suport a l'activitat turística. Així com és necessari tenir en compte els recursos per avaluar les activitats turístiques presents i preveure o encaminar les futures, els equipaments i serveis són essencials per a complementar l'oferta de recursos turístics i per oferir al visitant la possibilitat de satisfer les necessitats derivades de la visita. Per aquesta raó, aquells equipaments i serveis que estan relacionats amb el lleure, la restauració i l'allotjament es consideren de forma especial. L'inventari d'equipaments i serveis permet detectar els dèficits existents. Per aquest motiu analitzarem l'inventari realitzat a *Estratègies per al desenvolupament del turisme al municipi d'Alcover* i l'actualitzarem.

• **Tipologia d'equipaments**

Per realitzar l'inventari es va partir d'una classificació que distribueix en categories els equipaments i serveis, que a la vegada són classificats en diferents tipologies. Així, la distribució dels equipaments i serveis correspon a quatre categories:

- Allotjament
- Restauració
- Equipament comercial d'interès turístic
- Equipament de potencial ús turístic

El més significatiu d'aquesta classificació és la separació dels equipaments relacionats amb la restauració i l'allotjament de la resta dels equipaments. Els establiments de restauració i allotjament, per la seva clara vocació turística, mereixen un tractament diferenciat de la resta d'equipaments i serveis. Així, a l'inventari es tracten de manera separada i diferenciada.

ALLOTJAMENT

Quadre 8. Allotjament

ALLOTJAMENT		
NOM	TIPUS	Nº PLACES
Hotel Nou	Hotel *	92
Mas Corbella	Masoveria (3 espigues)	15
Mas de Vilella	Masoveria	12
Mas Rosich	Habitatge d'ús turístic	6
Cal Toni	Habitatge d'ús turístic	10
Hort de la Cinteta	Habitatge d'ús turístic	11

Font. Elaboració pròpia

Pel que fa a l'Hotel Nou, situat al costat de l'estació de tren, era l'únic establiment hotelier de l'inventari inicial i es troba actualment operatiu. Segons les opinions al Tripadvisor, tenen uns serveis mínims i bàsics i hi ha una mala connexió a Internet. Destaquen més positivament la restauració de l'hotel.

Nous establiments hotelers són 2 masoveries situades a la porta d'entrada a la Vall del riu Glorieta i 3 habitatges d'ús turístic que es troben a prop del Convent de les Arts, a 10 minuts a peu del casc antic d'Alcover.

En el cas del Mas Corbella, destacar que són tres establiments diferents que es poden llogar per separat o conjuntament. Té la distinció de 3 espigues i té una capacitat considerable per ser un establiment de turisme rural.

El Mas de Vilella, és de lloguer íntegra i també té una capacitat com el Mas Corbella. El problema més gran que presenta aquest establiment és l'accés ja que el primer tram és de 3 km per carretera asfaltada però després s'ha de recórrer un camí de terra de 2.5 km i passat el riu Glorieta s'endinsa en el camí particular que pertany al mas de Vilella.

Del 3 habitatges d'ús turístic, Cal Toni i l'Hort de la Cinteta es lloguen sencers i tenen una capacitat considerable i en canvi, el Mas Rosich es pot llogar sencer però també per habitacions, i aquest té menys capacitat amb un màxim de 6 persones.

La **demanda** d'allotjament d'Alcover està lligada a dos motius diferenciats:

- De dilluns a dijous la clientela que hi predomina són viatjants i comercials que treballen a la zona.
- Durant els caps de setmana i els mesos de juliol i agost la clientela està formada per grups o famílies que troben en Alcover un lloc estratègic per a la realització de rutes i activitats diverses a la Costa Daurada: ruta del Cister, Port Aventura, platja, etc.



RESTAURACIÓ

En el municipi d'Alcover s'han identificat 20 establiments de restauració: 8 bars, 5 bar restaurant, 4 restaurants, una cafeteria i 2 pizzeries. De l'inventari inicial, només hi havia 11 establiments de restauració, per tant, podem observar com s'ha doblat el nombre d'establiments en els darrers anys. Sobretot han augmentat el nombre de bar-restaurant i els bars.

Els establiments de restauració destacats són:

Restaurant El Álamo:

Aquest establiment fundat fa 40 anys ofereix una cuina catalana i aragonesa molt extensa i variada. L'oferta gastronòmica d'aquest restaurant es basa en una cuina mediterrània de mercat, tradicional amb un toc d'innovació. És molt famós per les calçotades. També ofereix un servei de càtering i d'esdeveniments donat que disposa de unes instal·lacions idònies i també d'un espai exterior considerable. Disposen de carta de vins.



Restaurant K l'ermità:

Aquest restaurant familiar té els seus orígens fa 37 anys a l'ermita del Remei però en fa disset que es van traslladar al nou restaurant, molt a prop de l'ermita. Ofereixen també un menú de calçots i un menú de degustació a part del menú del dia i la carta. Disposen de carta de vins.



Restaurant Mas Bueria:

La cuina d'aquest restaurant és casolana i catalana. Una de les seves especialitats són els calçots. Disposen de carta de vins.



Bar Restaurant Ermita del Remei:

Restaurant situat a l'Ermita del Remei, amb un entorn natural que l'envolta ofereix una cuina mediterrània de qualitat. Recentment han canviat la gerència i han fet reformes a l'establiment. Les valoracions a Tripadvisor són molt positives.



Mas Rosich a la nostra Restaurant i Pub musical

Restaurant dirigit per tres graduats del Basque Culinary Center que va obrir a principis del 2017 amb una aposta per la cuina catalana de qualitat i proximitat.

1.4. Equipaments comercials d'interès turístic

Seguint el criteri segons el qual són d'interès turístic tots aquells establiments comercials que tinguin a la venda productes de producció local o aquells que presenten algun interès especial vers al turisme, a Alcover se n'han identificat 11.

Quadre 9. Equipaments comercials d'interès turístic

EQUIPAMENTS COMERCIALS D'INTERÈS TURÍSTIC	
NOM	TIPUS
Agència de viatges Alitis	Agència de viatges
Cooperativa	Agrobotiga
Fleca Ca la Montse	Forn de pa
Forn de pa i pastisseria Can Tomàs	Forn de pa i pastisseria
Forn de pa i pastisseria Casa Fornet	Forn de pa i pastisseria
Forn de pa i pastisseria Fonts del Glorieta	Forn de pa i pastisseria
Forn de pa i pastisseria Forn Nou	Forn de pa i pastisseria
Forn de pa i pastisseria Vicenç Feliu	Forn de pa i pastisseria
La Casa de la Mel	Botiga apícola
Menjar cuinat, embotits & rebost Com a Casa	Botiga rebost
Pastisseria i Cubanos Cal Sendra	Pastisseria

Font. Elaboració pròpia

Les característiques més destacades dels equipaments comercials d'Alcover en relació al turisme són les següents:

- Tots els establiments s'ubiquen al nucli urbà d'Alcover.
- Entre els locals comercials, la Casa de la Mel, destaca també pel museu que ofereix una de les col·leccions privades més importants de Catalunya, on el visitant es podrà introduir en el món de les abelles, veure els utensilis per la recol·lecció, aprendre el procés d'extracció de la mel i degustar els seus productes.

1.3.3. Equipaments de potencial interès turístic

Els equipaments de potencial ús turístic són aquells que poden oferir un servei complementari a l'activitat turística.

S'han identificat 4 equipaments amb un potencial ús turístic a Alcover, tres dels quals n'és responsable l'Ajuntament d'Alcover i la Piscina que és de la Societat Cercle d'Amics.

Quadre 10. Equipaments de potencial interès turístic

EQUIPAMENTS DE POTENCIAL INTERÈS TURÍSTIC	
NOM	TIPUS
Pavelló Municipal d'Esports	Pavelló
Pavelló de les Escoles	Pavelló
Camp Municipal d'Esports	Altres equipaments
Piscina Municipal Coberta. Piscina, Gimnàs, Pàdel...	Piscina

Font. Elaboració pròpia

En quan al Pavelló Municipal d'Esports i el Pavelló de les Escoles, ambdós donen prioritat d'ús als clubs i entitats d'Alcover i per la resta d'usuaris, s'ha de contactar amb l'ajuntament.

En quan al camp municipal, el club local de futbol CE Alcover en té prioritat d'ús. La resta d'usuaris s'han de posar en contacte amb l'ajuntament. Té una capacitat de 500 persones de públic, data dels anys 80 i des d'aleshores ha anat incorporant millores. Com l'ampliació de la zona, la construcció del camp de futbol 7, la construcció de grades amb blocs al lateral nord, una pista poliesportiva, la rehabilitació dels vestuaris antics, la instal·lació de la gespa artificial al camp de futbol 11 i la construcció d'una marquesina a les grades.

1.3.4. Resum

Un cop identificats els recursos turístics principals i els equipaments i serveis que en l'actualitat articulen l'activitat turística a Alcover, podem dir que ens trobem davant d'un municipi amb elements naturals de gran valor paisatgístic i cultural, una etnologia i una cultura pròpies i amb una geologia diferenciada definida pels fòssils trobats els quals té la custòdia el Museu Municipal. També destaca per la anomenada que esta agafant algunes de les seves festes com és la Fira dels Bandolers i amb personatges il·lustres que dignifiquen el municipi.

Destacar també la importància dels serveis i equipaments bàsics tant a nivell de salut, educatiu com esportiu, la qual cosa el dota d'importants atractius residencials donades les bones comunicacions. Per altre banda es detecten importants dèficits amb infraestructura turística pel que fa a la qualificació dels establiments o l'oferta d'activitats turístiques.

- **Localització**

A Alcover tots els recursos naturals es troben fora del nucli urbà. Respecte als recursos culturals i monumentals, el 45,7% es situa fora del nucli urbà, on es localitzen la major part de molins i masos. La resta es troba dintre el nucli.

- **Organisme responsable**

L'organisme responsable dels recursos naturals és l'Ajuntament, per tant són de domini públic. En el cas dels recursos culturals i monumentals l'Ajuntament d'Alcover és propietari de poc més de la meitat dels recursos, la resta són de propietat privada.

- **Qualitat de l'accés**

En els recursos naturals la qualitat del accés per la Vall del riu Glorieta molt bona a excepció de la Font Fresca amb un accés excel·lent. La qualitat d'accés a la resta de recursos naturals es considera regular. Pel que fa als recursos culturals, els situats dintre el centre històric es considera que tenen un accés entre bo i regular depenen de l'amplada del carrer, mentre que els situats a l'eixample i al costat de les principals vies de comunicació tenen un accés excel·lent. Tant sols el Molí Groc es pot considerar que té un accés dolent.

- **Regulació de l'accés fins al recurs**

En els recursos naturals i en els monumentals la regulació de l'accés és lliure en tots els casos excepte el Niu de l'Àliga on trobem una cadena abans d'arribar per impedir la circulació de vehicles. Al Mas de Forès, l'aparcament està regulat i es pagant un tiquet de 5€ i passades les 16h de 3€. En quan a l'aparcament a l'Ermita del Remei, està restringit excepte pels residents a Alcover i pel clients del restaurant Ermita del Remei.

- **Regulació de la visita al recurs**

Tant els recursos naturals com els culturals la visita és lliure i gratuïta a excepció del Museu d'Alcover, del Convent de les Arts i de la sota coberta i el campanar de l'església nova. Tots

aquests, a més a més de la ruta urbana ofereixen el servei de visita guiada amb concertació prèvia.

- **Senyalització direccional**

S'ha considerat que la senyalització direccional dels edificis més emblemàtics d'Alcover: l'Ajuntament, l'església de l'Assumpció, l'ermita del Remei, el Museu Municipal i la Vall del riu Glorieta, és bona, mentre que és inexistent alguns dels recursos naturals i culturals.

- **Senyalització informativa**

En la majoria dels recursos naturals i culturals la senyalització informativa és bona, i es considera que es pot millorar en la resta.

- **Servei d'informació**

Es considera que els servei d'informació del 15% dels recursos d'Alcover és excel·lent, corresponent aquests a la Vall del riu Glorieta, el Museu Municipal que a la vegada acull l'oficina de turisme, l'Ajuntament, l'Església de l'Assumpció, l'Ermita del Remei i el Mas de Forès. Amb qualificació bona hi ha el 20% dels recursos culturals i naturals, mentre que és regular el 27% que corresponen a la major part de molins i masies. En la resta dels recursos és inexistent el servei d'informació.

En quan al servei d'informació online dels recursos d'Alcover, destacar que és molt extensa ja que disposa d'una web de turisme, a més a més de la informació que la web de l'ajuntament proporciona i de la web del museu que també aporta molta informació al visitant.

- **Adequació turística del recurs**

S'ha considerat que els recursos naturals i culturals d'Alcover tenen una adequació turística bona, ja que són productes que s'utilitzen turísticament, com són la Vall del riu Glorieta, amb els recursos naturals que inclou, i el Museu Municipal. De la resta de recursos, alguns no tenen adequació turística però d'altres que formen part del circuit de visites guiades sí tenen molta adequació ja que estan pensats pels turistes.

- **Equipaments i serveis**

- Oferta d'allotjament i restauració

Els recursos culturals i monumentals que es troben a prop de l'oferta d'allotjament i restauració del municipi són tots aquells que es localitzen dintre del nucli urbà o a prop d'aquest. Pel que fa a la Vall del riu Glorieta, hi ha dues cases rurals que es troben passat el Mas de Forès, i l'ermita del Remei disposa de bar-restaurant.

- Oferta complementaria. L'oferta complementaria dels recursos naturals i culturals d'Alcover és la següent: A l'ermita del Remei podem gaudir d'àrea de picnic, barbacoes i font. També existeix una agrobotiga a la Cooperativa i de la Casa de la Mel. Dintre el nucli urbà, també podem trobar biblioteca, arxiu, museu, piscina municipal i diverses instal·lacions esportives. A més és important l'activitat comercial que es desenvolupa al municipi.

- **Aprofitament turístic**

Els recursos amb més aprofitament turístic són els recursos naturals de la Vall del riu Glorieta juntament amb el Mas de Forès i l'ermita del Remei; el Museu Municipal, la Casa de la Mel i aquells recursos culturals del nucli antic que passen per la ruta urbana d'Alcover. Parcialment aprofitat, per la manca d'adequació, trobem les masies i els molins, així com alguns dels

recursos culturals del centre històric, mentre que els no aprofitats són per motius derivats de la propietat.

Sobre **el Museu Municipal** cal dir que, el van visitar un total de 8.142 persones l'any 2016, xifra que suposa un augment del 9,31% respecte l'any anterior. Es tracta de la xifra més important mai assolida pel Museu.

L'increment s'ha produït de manera notable en totes les visites guiades que s'ofereixen des del Museu. Les visites guiades al Museu han augmentat amb un 27% respecte l'any anterior. Les visites en família van pujar un 5%.

- **Museu d'Alcover, museu enregistat.** En un context com l'actual i tractant-se d'un museu local, enregistrar-se és tota una fita i un reconeixement a un treball i a una trajectòria d'anys. El museu d'Alcover, fundat l'any 1967, estava reconegut fins ara com una col·lecció d'interès públic, és a dir, comptava amb una categoria inferior a la de museu oficial. Actualment dins del catàleg de museus de la Generalitat de Catalunya poc més d'un centenar consten com a museu enregistat.
- **Funció educativa.** En els darrers anys, han treballat per crear un projecte educatiu relacionat amb la col·lecció de fòssils marins, únics al món. L'objectiu és generar coneixement, democratitzar la cultura i fer-la accessible al públic més jove i als nens, com un valor a potenciar dins de la seva etapa de formació. El projecte pedagògic per a les escoles comprèn un seguit de propostes didàctiques adaptades als diferents nivells educatius.

També cal ressaltar que al 2016 van pujar les visites guiades pel nucli antic (ruta urbana) amb un 14% respecte el 2015. Un altre punt d'interès pels visitants, és la visita guiada al convent de les Arts, va pujar un 4,5%. Finalment, la visita a l'Església Nova, va pujar un 1,5%.

• **Utilització actual**

Molts dels recursos culturals i monumentals no tenen una funció turística i el seu ús està relacionat a la funció atribuïda en el moment de la seva creació. Malgrat això són recursos que complementen altre recursos i poden contribuir a generar un atractiu i complet paquet turístic.

- Tots els recursos naturals i paisatgístics estan utilitzats, actualment, per excursionistes. Sovint es creen aglomeracions.
- L'Església Vella s'utilitza per a realitzar concerts a l'estiu.
- El Museu Municipal realitza exposicions permanents i temporals. Ofereix dues temàtiques: la vida burgesa i els fòssils marins. En aquesta darrera, hi ha l'opció de realitzar un taller educatiu. També realitzen diverses activitats educatives i lúdiques durant tot l'any.
- La major part dels edificis del nucli urbà, masies i molins són propietats privades amb ús exclusiu d'habitatge i altres abandonats. S'ha recuperat el Mas de Forès, de propietat municipal, com a punt de partida de la Vall del riu Glorieta i la seva gestió la realitza la Fundació Ginac per al manteniment i vigilància de l'àrea recreativa i dels edificis annexos. Amb aquest projecte la fundació vol aproximar i impulsar múltiples serveis i activitats que suposin una millora de la qualitat de vida de les persones amb discapacitat i/o trastorn mental. Un grup de persones de diferents serveis realitzen

activitats a Alcover, aprofitant els recursos existents, i integrant-se en l'entorn: compren en les botigues d'Alcover, utilitzen els serveis comunitaris, participen al mercat municipal amb els nostres productes, i fins i tot tenen un programa a Ràdio Alcover. Mas de Forès els hi ha ofert la possibilitat de tenir una llar amb suport i la possibilitat de realitzar formació per a les persones amb trastorn mental, en les especialitats de jardineria, manteniment i agricultura ecològica; també els hi ha permès crear ocupació en activitats forestals, l'elaboració d'un projecte per a la recuperació d'un jardí botànic i la creació d'horts de cultiu ecològic.

- A l'Ajuntament s'hi realitzen actes i serveis municipals.
- L'Església Nova o de l'Assumpció, l'Ermita del Remei, la Capella del Santíssim Sacrament, Església de Sant Miquel i Església de la Plana tenen una funció bàsica de culte i ofici de ritus religiosos. Però cal dir que amb les visites guiades, hi ha hagut un aprofitament turístics d'aquesta tipologia de recursos.

- **Conflictes d'ús**

Els conflictes identificats en els recursos naturals i culturals d'Alcover són els següents:

- Els conflictes derivats de la propietat afecten tots aquells recursos de titularitat privada.
- La fragilitat dels espais naturals. Per evitar les aglomeracions s'ha restringit l'accés fins a l'ermita del Remei, per tant, els vehicles han d'aparcar al Mas de Forès.

1.4. DEMANDA TURÍSTICA

El present capítol s'ha dividit en dues parts diferenciades:

1. *La demanda actual*: apartat on s'analitza a partir de diverses fonts les principals característiques de la demanda actual del municipi.
2. *La demanda potencial*: apartat on es descriuen els principals segments potencials als quals Alcover ha d'aspirar atraure en un futur.

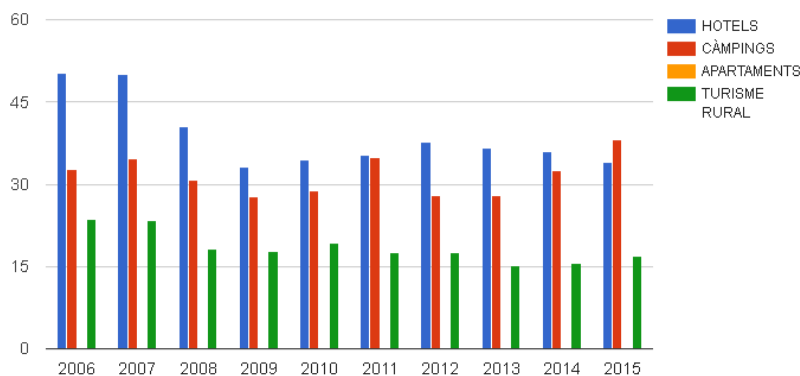
1.4.1 Característiques de la demanda actual Costa Daurada

La confecció de l'informe de demanda actual s'ha basat en la demanda de la Costa Daurada de la zona d'interior. A més s'ha tingut en compte les dades obtingudes a partir de les enquestes qualitatives sobre el tipus de client realitzades amb les dades sobre els visitants al Museu municipal.

En quan a l'evolució de la taxa d'ocupació a la zona d'interior de la Costa Daurada, podem observar com en el turisme rural la crisi va afectar considerablement tot i que en els últims anys hi ha hagut una lleugera recuperació. En el cas del càmpings, l'ocupació s'ha anat mantenint bastant i en els darrers anys ha augmentat progressivament. Finalment, l'ocupació en els hotels ha disminuït força comparant amb els anys 2006-2007.

Aquesta disminució en general de l'ocupació comparant amb els anys 2006-2007 es deu a que el turisme d'aquesta zona és més aviat familiar i de proximitat (turisme nacional), per tant, durant els anys de crisi i posteriorment, aquest segment ha patit força la situació econòmica del moment i això es reflecteix en la disminució de la ocupació dels darrers anys.

Figura 3. Anual zona interior Costa Daurada. Taxa d'ocupació sobre places en oferta

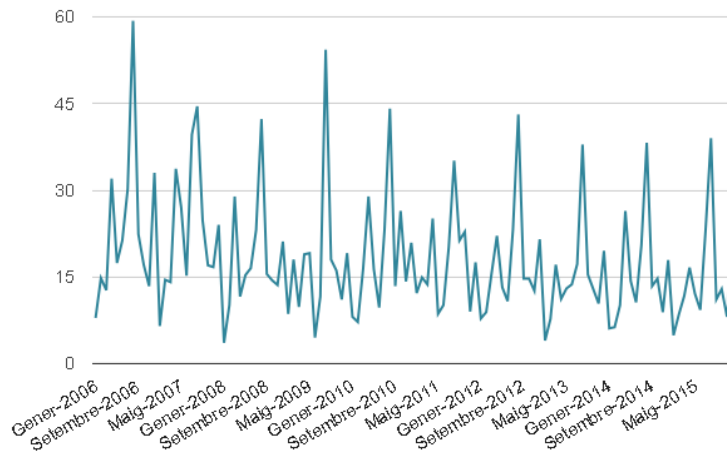


Font. Elaboració pròpia

Allotjament rurals

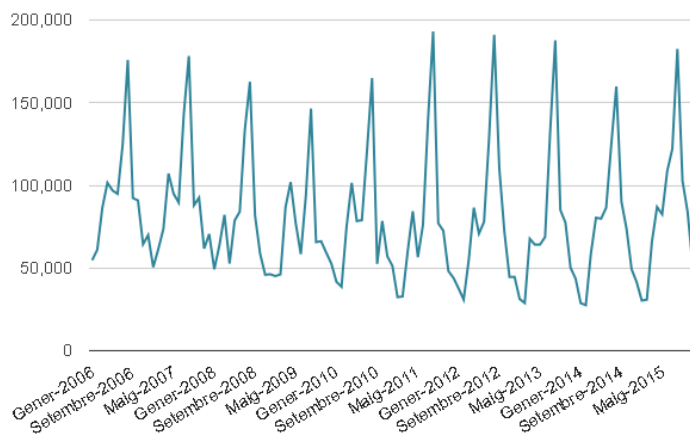
L'aparició de les residències – cases de pagès va tenir un considerable increment en els anys anteriors al 2007 en el conjunt de Catalunya i també a l'interior de la Costa Daurada però en els darrers anys la taxa d'ocupació en aquest tipus d'establiments s'ha mantingut tal com mostra el gràfic següent:

Figura 4. Anual zona interior Costa Daurada. Turisme rural. Taxa d'ocupació sobre places en oferta



Font. Elaboració pròpia

Figura 5. Mensual zona interior Costa Daurada. Total allotjaments turístics. Pernotacions globals



Font. Elaboració pròpia

En el gràfic anterior, podem observar com del 2011 al 2013 hi ha haver el nombre més elevat de pernoctacions globals a la zona d'interior de la Costa Daurada. Destaquem també que després d'una davallada al 2014, s'ha recuperat considerablement al 2015. Per tant, podem constatar que Alcover possiblement també es mantinguin aquest número de pernoctacions globals del 2015.

En relació al perfil demogràfic de la demanda en aquesta zona es base en les dades recollides dels hotels, càmpings i allotjaments rurals a l'estiu (juliol, agost i setembre).

Perfil: edat

En el quadre sobre l'anàlisi del perfil d'edat d'aquesta zona, destaquem com des del 2006 fins el 2016 hi ha hagut un augment considerable als grups d'edat de 35 a 44 anys i els de 55 a 64 anys i el 2016 han augmentat força els de 55 a 64 anys i han disminuït lleugerament el grup de 35 a 44 anys. Per contra, ha disminuït els grups d'edat de 15 a 24 anys, de 25 a 34 anys i els de més de 64 anys mentre que els de 45 a 54 anys ha augmentat.

En quant a l'origen de la demanda, trobem desglossat els turistes catalans per províncies, els turistes de la resta de l'Estat i els turistes estrangers. Com podem observar, des del 2006 fins el 2016 el turista català ha disminuït menys en el cas de Lleida, sobretot degut a la disminució també del turistes provinents de la província de Barcelona.

Comparant el 2015-2016, el turista de Barcelona ha augmentat, el de Tarragona ha baixat lleugerament, ha augmentat considerablement el de Lleida i el provinent de la província de Girona han disminuït.

Els turistes de la resta de l'estat, han augmentat però en menys mesura que els turistes estrangers. Comparant el 2015-2016, a la resta de l'estat ha augmentat lleugerament mentre que els estrangers han baixat força.

Quadre 11. Grups d'edat de la demanda a la zona interior Costa Daurada

Any	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
De 15 a 24 anys	3.30%	13.10%	8.70%	4.80%	2.40%	0.70%	0.90%	3.50%	1.90%	5.10%	2.20%
De 25 a 34 anys	20.50%	12.50%	15.00%	14.90%	8.20%	8.00%	8.30%	8.70%	6.80%	13.80%	10.60%
De 35 a 44 anys	22.80%	32.10%	23.50%	29.50%	24.80%	24.40%	28.30%	32.70%	33.80%	31.80%	30.80%
De 45 a 54 anys	16.00%	19.60%	26.30%	10.20%	21.20%	19.20%	33.10%	30.70%	32.50%	27.50%	31.10%
De 55 a 64 anys	13.20%	14.80%	14.40%	20.60%	11.40%	13.20%	15.10%	7.70%	11.50%	14.60%	17.00%
Més de 64 anys	24.20%	7.90%	12.10%	20.00%	32.00%	34.40%	14.30%	16.70%	13.50%	7.20%	8.30%
Base	104	129	125	158	88	104	140	106	144	169	161

Font: Observatori de turisme de Catalunya

Quadre 12. Origen de la demanda a la zona interior Costa Daurada

Any	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Estrangers	3.70%	12.10%	16.10%	12.00%	8.00%	8.90%	18.40%	11.60%	20.30%	27.30%	16.90%
Barcelona	48.00%	31.20%	32.60%	57.00%	55.80%	56.80%	35.40%	37.20%	38.70%	23.40%	28.10%
Tarragona	22.20%	6.60%	11.00%	11.30%	10.00%	18.30%	20.90%	22.90%	14.10%	23.50%	18.70%
Lleida	7.90%	6.70%	8.60%	9.70%	2.80%	9.40%	9.30%	2.00%	6.00%	3.00%	12.50%
Girona	1.80%	1.70%	1.60%	1.90%	1.00%	0.00%	2.00%	0.70%	2.50%	2.30%	1.60%
Resta Estat	16.40%	41.70%	30.10%	8.10%	22.40%	6.60%	14.00%	25.60%	18.40%	20.50%	22.20%
Base	103	130	124	157	88	104	140	109	143	169	157

Font: Observatori de turisme de Catalunya

1.4.2. Demanda Museu d'Alcover

En aquest apartat s'analitzen les característiques de la demanda d'Alcover. El museu d'Alcover exerceix la funció de punt d'informació turístic ja que no existeix aquest servei com a tal. Cal conèixer la demanda de visitants per tal de crear propostes atractives per als turistes del municipi, és a dir conèixer les tendències generals i esbrinar quines són les principals motivacions.

Pel que fa els visitants d'Alcover, el conjunt més destacat és el dels estudiants que representa el percentatge més elevat de visitants durant la majoria dels mesos de l'any. El perfil que completa pràcticament la resta de visitants que provenen d'Alcover, són les visites individuals.

Els mesos més productius pel que fa les visites al municipi són gener, maig, octubre i novembre, en contraposició amb els mesos d'estiu, juliol, agost i setembre, ja que aquests coincideixen amb les vacances escolars.

Cal esmentar la dada més actualitzada, que pertany al gener del 2017, i que resumeix una mica la tendència dels últims anys, una demanda formada per un elevat percentatge d'estudiants, i una petita representació de visites individuals que completen el perfil de visitants provinents del mateix municipi.

Quadre 13. Demanda dels habitants d'Alcover al Museu

ALCOVER							
		Individuals	Grups				Totals
			Jubilats	Estudiants	Varis	V. Fam.	
totals anual	2010	267	0	842	0	0	1109
totals anual	2011	195	0	451	8	0	654
totals anual	2012	102	10	483	119	0	714
totals anual	2013	221	68	996	67	11	1363
totals anual	2014	150	20	934	113	0	1217
totals anual	2015	159	0	815	37	11	1022
totals anual	2016	77	0	980	173	15	1245
totals gener	2017	4	0	48	0	0	52

Font. Elaboració pròpia

Per altra banda, dels turistes que provenen de fora del municipi trobem un distribució del pes de les visites molt més repartida. Tot i així hi ha un grup que destaca per sobre de la resta, els jubilats, que en molts casos conformen més del 50% del total de les visites.

Al contrari que en cas dels visitants d'Alcover, la demanda és molt més regular en els visitants de fora, i es manté més o menys estable excepte casos puntuals, com són febrer i març amb un total de visites molt per sobre de la resta, i com en el cas anterior els mesos d'estiu per sota la mitjana, possiblement degut a que la majoria de turistes es concentren a les zones costeres.

Quadre 14. Demanda dels visitants de fora d'Alcover al Museu

FORA VILA							
		Individuals	Grups				Totals
			Jubilats	Estudiants	Varis	V. Fam.	
totals anual	2010	293	1723	685	152	-	2853
totals anual	2011	409	1704	514	178	-	2805
totals anual	2012	386	1489	569	314	-	2758
totals anual	2013	456	663	1013	105	236	2473
totals anual	2014	424	1172	1074	301	37	3003
totals anual	2015	476	1381	1090	564	95	3606
totals anual	2016	468	1970	894	657	205	4194
totals gener	2017	41	244	22	30	10	347

Font. Elaboració pròpia

Respecte a les festes i esdeveniments programats, cal destacar sobretot el mes d'octubre, on es celebra la fira dels bandolers, que té una gran repercussió i on acudeix gran quantitat de visitants. Aquest esdeveniment s'està consolidant a mesura que passen els anys, convertint-se en un dels atractius més importants del municipi.

Quadre 15. Visitants del Museu per festes i per la programació del Museu

		FESTES	AGENDA	TOTALS
totals anual	2010	887	589	1476
totals anual	2011	413	348	761
totals anual	2012	277	655	932
totals anual	2013	521	498	1019
totals anual	2014	718	1124	1842
totals anual	2015	2168	652	2820
totals anual	2016	2000	703	2703

Font. Elaboració pròpia

Fins l'any 2014 l'activitat de l'agenda d'esdeveniments del museu va experimentar un fort creixement fins arribar als 1.124 visitants, però el 2015 es produeix un descens important que redueix en la meitat els visitants de l'any anterior (652). En l'últim any s'ha produït una petita recuperació (702), i s'espera que en el pròxim any torni a augmentar el número de visitants.

1.4.3. Demanda potencial Alcover

Les noves tendències de la demanda.

L'entorn econòmic, demogràfic, cultural, polític i tecnològic fan preveure una tendència de fons, a mig i llarg termini, de sosteniment de la demanda turística en els països desenvolupats i, en particular, de creixement de la demanda catalana i espanyola.

Les formes de consum turístic estan experimentant canvis importants que són conseqüència de múltiples factors de caràcter econòmic, laboral, cultural i polític. Entre ells es poden destacar: el creixement sostingut de l'economia, l'augment del temps de vacances, la concentració urbana de la població, l'avançament de l'edat de jubilació i les possibilitats de turisme social per a aquesta franja de població, la modificació de les escales de valor individuals, l'aparició de noves necessitats de lleure i l'aparició de noves tecnologies de comercialització.

Els principals canvis qualitius de la demanda que afecten els mercats turístics són:

- a) Exigència de majors nivells de confort i estètica ambiental
- b) Exigència de major qualitat i personalització dels serveis
- c) Canvis en l'estructura motivacional dels turistes
- d) Fraccionament i augment progressiu dels dies de vacances
- e) Segmentació de la demanda
- f) Demanda de productes territorialment integrats

L'aparició de noves tendències en la demanda de productes turístics, especialment a partir de la segona meitat de la dècada dels anys vuitanta, està vinculat al desenvolupament de nous productes.

El factor que pot incidir d'una manera més notable i de manera més favorable sobre l'activitat turística del municipi és l'aparició de productes especialitzats que donin resposta a les necessitats de segments de demanda concrets.

Lligat a l'estratègia d'Alcover, les institucions europees han escollit el 2018 com a any europeu del patrimoni cultural per recordar el sentiment d'identitat europea, reforçant la història comuna, a través del patrimoni. Un dels principals objectius de l'any europeu del patrimoni cultural es promoure la diversitat, el diàleg intercultural i la cohesió social. Amb aquesta iniciativa es posa en relleu la contribució econòmica del patrimoni als sectors de la cultura, al desenvolupament local i regional.

La importància de la segmentació

L'objectiu de la segmentació és determinar el públic a qui majoritàriament s'ha d'oferir un producte. Això ha de permetre concentrar els esforços de venda en aquells segments que estan en millors condicions de servir de manera satisfactòria.

La segmentació és, per tant, l'agregació dels individus que componen el mercat global en subconjunts homogenis en termes de necessitats i de motivacions de compra, susceptibles de

constituir grups de consumidors potencials compradors del producte. Un segment és, doncs, un conjunt de clients amb característiques similars.

Així doncs la segmentació s'ha de convertir en una estratègia que comportarà diversos avantatges:

- Definir millor el mercat en funció de les necessitats dels consumidors.
- Identificar el públic que més interessa.
- Conèixer les necessitats dels consumidors que no estan satisfets.
- Adaptar-se als canvis de la demanda.
- Optimitzar els recursos de promoció, publicitat i comunicació amb els consumidors.

Definir un segment de demanda no és una tasca fàcil, però és una funció que s'ha de realitzar per tal de fer més efectiva la promoció, o adaptar el territori a les necessitats del públic que interessa atraure. Es tracta en definitiva de racionalitzar els esforços i no tant de rebutjar aquells segments que no interessin.

Cal iniciar un procés orientat a la definició de quins són els segments de demanda més interessants i que millor s'adeqüen a les característiques d'Alcover. Aquest procés s'ha estructurat en tres fases:

- Fase I: **Definició i selecció dels segments de demanda.**
- Fase II: **Matriu recursos – segments de demanda.** En aquesta fase es relacionen els recursos clau o conglomerats de recursos d'Alcover, definits a l'apartat de conclusions de l'Anàlisi Interna, amb els segments de demanda. Aquesta matriu ens servirà per saber quins són els recursos més interessants en funció dels possibles visitants.
- Fase III: **Matriu productes potencials – recursos.** En aquesta fase es relacionen tota una sèrie de productes potencials que es proposen pensant en la direcció que prendrà el desenvolupament del turisme a Alcover, amb els recursos clau del municipi. Aquesta matriu reflectirà quins són els recursos clau més interessants, i sobre els quals cal concentrar els esforços inversors, per a cada producte potencial.

Però, tot aquest procés no tindria sentit sense l'elaboració d'una matriu que ens relacioni els productes potencials i els segments de demanda potencial. Aquesta **Matriu Productes – Mercats potencials**, que es presenta en un apartat individualitzat, acaba de perfilar quins són els segments de demanda a qui s'ha de dirigir la promoció i quina és la tipologia de productes turístics més interessant a desenvolupar a Alcover.

Fase I: Definició i selecció dels segments de demanda

Per a la definició dels segments, s'ha partit de la presa en consideració de quatre variables bàsiques: edat, motivació, despesa i tipus de grup.

Edat

En la primera de les variables considerades s'han distingit 5 segments d'edat, considerats a partir del comportament dels individus, per aquesta raó s'inclou als adolescents que viatgen amb grup escolar en el grup dels escolars fins a 12 anys i també les persones de tercera edat que viatgen en parella s'han inclòs en el grup d'adults de 36 a 59 anys perquè es considera que es comporten de manera similar:

- *Escolars*: fins a 12 anys, i adolescents que van amb escoles.
- *Adolescents*: de 13 a 20 anys.
- *Joves*: de 21 a 35 anys.
- *Adults*: de 36 a 59 anys, més persones de 3^a edat que viatgen en parella.
- *3^a edat*: més de 60 anys.

Motivació

Pel que fa a la variable motivació se n'han diferenciat 4 de principals:

1. *Cultura*: Entesa com a activitat on la cultura n'és el seu suport principal (visites guiades, activitats gastronòmiques, itineraris culturals tematitzats, festes i esdeveniments, etc.).
2. *Activitat*: Entesa com a la pràctica d'activitats amb una clara orientació esportiva (escalada, equitació, travesses a peu, travesses amb BTT, etc.).
3. *Repòs*: Entès com a motivació d'aquells segments que cerquen la tranquil·litat, el contacte amb la vida rural i la qualitat gastronòmica en la seva destinació vacacional. Passen estades més o menys llargues i pernocten, necessàriament, en el municipi seleccionat.
4. *Proximitat*: Entesa de dos maneres: l'elecció del lloc d'estada es dona per la proximitat a altres zones amb recursos i atractius turístics importants fora del municipi, però també es donen aquells casos en què el desplaçament al lloc s'efectua per la proximitat física.

Quadre 16. Variables per a la selecció dels segments de demanda

VARIABLES PER A LA SELECCIÓ DELS SEGMENTS DE DEMANDA	
EDAT	Escolars Adolescents Joves Adults 3 ^a Edat
MOTIVACIÓ	Cultural Activitat Repòs Proximitat
DESPESA	Baixa Mitjana Alta
GRUP	Amics Família Organitzat Especialitzat

Font. Elaboració pròpia

S'han establert 3 graus de despesa:

- *Baixa*
- *Mitjana*
- *Alta*

Tipus de grup

S'han delimitat 3 tipus de grup:

- *Amics*
- *Família*
- *Organitzat especialitzat*: entès com aquell grup que es desplaça per a satisfer una motivació específica dels seus components (esports, esdeveniments programats, etc.) i que han contractat prèviament com a mínim el servei de transport.

Com més capacitat hi hagi de definir les característiques d'un segment de demanda millor es pot actuar i conèixer les potencialitats del territori en funció d'aquest grup de consumidors.

De les possibles combinacions resultants hem seleccionat els 15 segments que creiem que més s'ajusten a les característiques actuals i a les que pot oferir en un futur el municipi d'Alcover.

Quadre 17. Anàlisi de tipus de grup segons motivació i despesa

EDAT	MOTIVACIÓ	DESPESA	GRUP
1 Escolars	Cultura	Baixa	Organitzat
2 Escolars	Activitat	Mitjana	Organitzat
3 Escolars	Proximitat	Baixa	Organitzat
4 Adolescents	Activitat	Baixa	Amics
5 Joves	Cultura	Mitjana	Amics
6 Joves	Activitat	Mitjana	Amics
7 Joves	Proximitat	Baixa	Amics
8 Adults	Cultura	Mitjana	Amics
9 Adults	Cultura	Mitjana	Família
10 Adults	Activitat	Mitjana	Família
11 Adults	Activitat	Alta	Amics
12 Adults	Proximitat	Alta	Família
13 Adults	Proximitat	Alta	Amics
14 Adults	Repòs	Alta	Família
15 3ª Edat	Cultura	Baixa	Organitzat

Font. Elaboració pròpia

Fase II: Matriu de recursos – segments de demanda

De cara a definir els productes turístics més adients per a Alcover, en primer lloc cal saber de quina manera els recursos clau (definites a l'apartat de conclusions de l'Anàlisi de la oferta) s'adeqüen als segments de demanda potencial.

Per aquest motiu es presenta a la pàgina següent la matriu recursos – segments de demanda potencial, on el grau d'adequació existent entre els recursos clau i els segments de demanda es valora segons el següent barem:

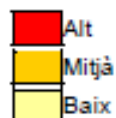
- Grau d'adequació baix: 1
- Grau d'adequació mitjà: 2
- Grau d'adequació alt: 3

Quadre 18. Matriu recursos – segments de demanda potencial.

Recursos	Segments de demanda potencial															Global	Mitjana
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Recursos Naturals	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	30	2.6
Etnologia	3	2	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30	2.6
El Poble	3	1	2	1	3	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	35	2.3
Recursos Culturals	3	1	3	1	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	38	2.5
Gastronomia	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	33	2.2
Total Mercats	12	8	11	7	13	10	10	14	14	14	14	15	15	15	12	184	
Mitjana Mercats	2.4	1.6	2.2	1.4	2.6	2.0	2.0	2.8	2.8	2.8	2.8	3.0	3.0	3.0	2.4		

Font: Elaboració pròpia

Grau d'adequació



Realitzant una anàlisi en profunditat de la matriu podem observar que, respecte als segment de demanda potencial, són molts els que s'adeqüen als recursos dels que disposa Alcover. Els més adequats són els segments 8, 9, 10, 11, 12, 13 i 14, que agrupen als adults, que visiten Alcover amb qualsevol motivació. Tot i això cal tenir en compte a la resta de segments, ja que tenen un grau d'adequació mitjà-alt.

Si analitzem inversament, a través dels recursos dels que disposa Alcover, veiem que tots tenen un grau d'adequació molt alt en molts dels segments de demanda potencial. Els que mantenen els graus més alts són els Recursos Naturals i l'Etnologia, encara que també són importants els Recursos Culturals. Amb menor grau d'adequació turística trobem el Poble i la Gastronomia, encara, que tanmateix com en l'anàlisi anterior, el grau d'adequació és mitjà-alt.

Quadre 19. Segments amb alta adequació turística

EDAT	MOTIVACIÓ	DESPESA	GRUP
8 Adults	Cultura	Mitjana	Amics
9 Adults	Cultura	Mitjana	Família
10 Adults	Activitat	Mitjana	Família
11 Adults	Activitat	Alta	Amics
12 Adults	Proximitat	Alta	Família
13 Adults	Proximitat	Alta	Amics
14 Adults	Repòs	Alta	Família

Font: Elaboració pròpia

Els segments 12, 13 i 14 són els que obtenen major puntuació vers l'alta adequació turística que mostren amb tots els recursos.

- Els segments 8, 9, 10 i 11, formats de persones d'edat adulta amb motivacions de cultura i activitat, obtenen també una puntuació alta, que fa que aquest segments s'hagin de tenir molt en compte a l'hora de definir els productes turístics més adients per a Alcover.

- Per altra banda els segments de demanda potencial d'escolars, adolescents i persones de la 3ª edat, amb motivacions diverses, són els que mostren un grau d'adequació més baix

respecte la majoria dels recursos clau d'Alcover. Tot i això es manté un grau d'adequació mitjà alt, pel que s'han de tenir molt en compte pe l'efecte desestacionalitzador que produeixen.

Fase III: Matriu de productes potencials – recursos

Per a conèixer com s'adeqüen els recursos als productes potencials per als quals Alcover té bones aptituds s'ha confeccionat una **matriu de productes potencials – Recursos** on es relacionen línies de productes potencials i els recursos d'Alcover.

La definició de línies de productes potencials deriva de les aptituds del municipi i dels recursos d'Alcover que es relacionen amb:

- El repòs
- La cultura
- L'activitat

Amb l'elaboració d'aquest matriu s'afina més en l'anàlisi especificant quins són els recursos que més interessin en funció de les línies de productes turístics a desenvolupar.

A l'igual que en la matriu anterior el grau d'adequació existent entre els productes potencials i els recursos es valora segons el següent barem:

- Grau d'adequació baix: 1
- Grau d'adequació mitjà: 2
- Grau d'adequació alt: 3

Fixant-nos atentament en la matriu, podem observar que tots els recursos d'Alcover tenen un alt grau d'adequació sobre els productes potencials que es proposen. En destaquen els Recursos Naturals i el Poble, però molt de prop el segueixen l'Etnologia i els Recursos Culturals. El recurs amb menor grau d'adequació és la Gastronomia, que manté un grau d'adequació mitjà.

Fent la lectura inversa veiem que tots **els productes potencials relacionats amb la cultura tenen un alt grau d'adequació, junt amb la gastronomia i les passejades** dintre el producte Descans. També tenen un grau mitjà-alt les festes culturals i d'esbarjo. Les activitats recreatives tenen un grau d'adequació mitjà, ja que no s'adeqüen als recursos Gastronomia i Poble. Els productes potencials amb més baix grau d'adequació són les activitats esportives.

Quadre 20: Matriu productes potencials – agrupació de recursos.

Productes Potencials			Recursos				
			Recursos Naturals	Etnologia	El Poble	Recursos Culturals	Gastronomia
Cultura	Itineraris		3	3	3	3	3
	Interpretació		3	3	3	3	3
	Didàctica		3	3	3	3	2
Activitat	Esportives	Motoritzat	1	1	1	1	1
		No motoritzat	1	1	1	1	1
	Recreatives	BTT	3	2	1	2	1
		Cavall, poni	3	2	1	2	1
		A peu	3	2	3	2	1
Descans	Passeig		3	3	3	3	3
	Recreatiu		2	2	3	3	2
Festes	Culturals		2	3	3	3	3
	Esportives		1	1	1	1	1
	Esbarjo		2	3	3	3	3
Gastronomia			3	3	3	3	3
Total Recursos			33	32	32	33	28
Mitjana Recursos			2.4	2.3	2.4	2.3	2.0

Font: Elaboració pròpia

Grau d'adequació

	Alt
	Mitjà
	Baix

Matriu Productes – Mercats potencials

El procés d'establiment de la demanda potencial d'Alcover finalitza amb l'elaboració de la **Matriu Productes – Mercats potencials**. Amb la confecció d'aquesta matriu s'afina més en l'anàlisi especificant quins són els segments que més interessin en funció de les línies de productes turístics a desenvolupar, i a qui s'ha de dirigir la promoció i quina és la tipologia de productes turístics més interessant per al municipi.

El grau d'adequació existent entre els segments de demanda i els diferents productes delimitats es valora segons el següent barem:

Grau d'adequació baix: 1

Grau d'adequació mitjà: 2

Grau d'adequació alt: 3

Si ens fixem en la matriu podem observar que els productes potencials que més s'adeqüen al mercat són els itineraris i la interpretació dintre els productes culturals, les activitats recreatives a peu i el descans recreatiu. Però també tenen un grau d'adequació mitjà-alt la didàctica dintre la cultura, i les festes culturals i d'esbarjo.

Tot i això, la resta de productes, a excepció de les activitats esportives, mantenen graus d'adequació mitjans.

Així, són les activitats esportives, tant les motoritzades com les no motoritzades, les que presenten graus d'adequació més baixos. Cal esmentar el producte potencial Gastronomia, amb un grau d'adequació mitjà, però és important destacar que és el que té major grau d'adequació en aquells segments de demanda que són més interessants per al desenvolupament del turisme a Alcover.

Fent una anàlisi inversa de la matriu, veiem que són els segments 12 i 13, principalment, seguit per poc dels segments 11 i 10, en aquest ordre els més interessants i els que millor s'adeqüen a les línies de producte proposades. Bàsicament es tracta de segments d'adults, que viatgen amb amics o família, amb motivació cultural, o per proximitat i que tenen un nivell de despesa entre mitja i alt.

Aquest resultat coincideix lleugerament amb l'obtingut a la matriu recursos clau– segments de demanda potencial. Per altra banda, tenim que els segments de demanda que menys s'adeqüen als productes potencials proposats per Alcover són tots aquells que comprenen grups d'escolars i adolescents, i els de la 3^a edat. Tot i això cal tenir-los en compte perquè el grau d'adequació és mitjà, perquè hi ha productes amb els que mantenen un alt grau d'adequació, i perquè són segments de demanda amb un alt poder desestacionalitzador.

Els recursos relacionats amb els productes potencials més interessants (veure matriu Productes potencials – Recursos clau) cal que siguin adequats tenint en compte a quina finalitat i a quin tipus de públic han d'anar dirigits.

Quadre 21: Matriu Mercats – Productes Potencials

Productes potencials		Segments de demanda potencial															Global	Mitjana	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			
Cultura	Itineraris	3	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	2.6	
	Interpretació	3	1	3	1	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	38	2.5	
	Didàctica	3	1	3	1	3	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	36	2.4	
Activitats	Esportives	Motoritzat	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	3	3	3	1	1	24	1.6
		No motoritzat	1	3	1	3	1	3	2	1	1	2	3	3	3	1	1	29	1.9
	Recreatives	BTT	1	3	1	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	1	32	2.1
		Cavall, poni	1	2	1	2	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	1	31	2.1
Descans	A peu	Passeig	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31	2.1
		Recreatiu	2	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	39	2.6
		Esportives	3	1	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	1	35	2.3
Festes	Esbarjo	Culturals	3	1	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	1	31	2.1
		Esportives	1	2	2	3	1	3	3	1	1	3	3	3	3	1	1	36	2.4
		Gastronomia	1	1	1	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	32	2.1
Total Mercats		25	26	28	26	28	30	29	30	31	38	40	42	42	32	25	472		
Mitjana Mercats		1.8	1.9	2.0	1.9	2.0	2.1	2.1	2.1	2.2	2.7	2.9	3.0	3.0	2.3	1.8			

Font: Elaboració pròpia

Grau d'adequació



BENCHMARKING



2. BENCHMARKING

El **benchmarking**, utilitzat generalment com a tècnica de suport a la planificació i gestió de les destinacions turístiques, ha estat utilitzat en el context del present estudi per tal d'identificar esdeveniments relacionats amb les arts escèniques que són potencialment adaptables al cas d'Alcover i al paper del Convent de les Arts.

S'han cercat i analitzat bones pràctiques que poguessin aportar idees per al desenvolupament de les actuacions a l'estratègia *de Re-evolucionar el model turístic d'Alcover*, i d'altra banda, a la proposta *d'Evolucionar el model turístic d'Alcover*. S'estructuren en **dos nivells**:

1. Esdeveniments artístics de gran format
2. Esdeveniments artístics de petit format

Per al desenvolupament de l'anàlisi de benchmarking s'han treballant diferents **línies de recerca** que han permès obtenir un llistat d'activitats de les quals s'han seleccionat i es presenten a continuació, aquelles més rellevants amb potencialitat de ser aplicables a l'entorn d'Alcover i en concret, del Convent de les Arts. Aquestes línies de recerca són les següents:

- Localització i calendari.
- Descripció de l'esdeveniment
- Activitats complementaries
- Repercussió
- Aspectes a destacar

Considerant les característiques d'Alcover, cal destacar les següents **activitats** ofertes pels diversos exemples estudiats:

- **Llotja professional** és un punt privilegiat de contacte i compravenda del sector de les arts escèniques i de la música. Compta amb jornades, conferències, trobades d'escoles professionals...
- **Organització** compta amb un equip de professionals i amb una xarxa de col·laboradors.
- **Club mecenes** que és una plataforma de mecenatge per tal que el teixit econòmic de la comarca s'uneixi al projecte cultural
- **Suport a la Creació i Laboratoris de Creació** que afavoreixen la producció de nous espectacles i que compten amb el suport logístic, tècnic i de difusió de l'esdeveniment.
- **Fira d'artesanía**, com una oferta paral·lela per al públic assistent.
- **Pla d'acció internacional** per reforçar la col·laboració i la participació internacional.

FIRA TÀRREGA, TEATRE AL CARRER



<p>Localització i Calendari</p>	<p>La FiraTàrrrega té lloc anualment a Tàrrrega el segon cap de setmana de setembre.</p>
<p>Descripció</p>	<p>FiraTàrrrega és un mercat internacional d'arts escèniques. Fundada el 1981, una selecció d'espectacles de teatre moviment i circ que vol seduir el públic i estimular els professionals assistents; una oferta eclèctica que combina diferents disciplines escèniques i que posa una atenció especial en la presentació de talents emergents i en les avantguardes creatives nacionals i internacionals.</p> <p>La programació és converteix en un catàleg de vivències, que fa una aposta decidida per l'excel·lència i la riquesa de formats i escriptures, i que té les arts de carrer i els espais no convencionals com a eix de referència principal.</p>

<p>Activitats complementaries</p>	<p>A partir de la celebració de la fira s'han creat diferents activitats que complementen aquest festival artístic:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Màster de Creació en Arts de Carrer Aquesta experiència pionera en l'àmbit europeu ofereix formació universitària de tercer grau de cara a la professionalització dels artistes en l'especialitat de les arts de carrer. DE forma subsidiària s'ofereixen cursos d'especialització universitària vinculats a alguns dels mòduls d'aquest Màster. • La Fassina – Mercat Urbà La Fassina és el nou concepte de mercat urbà, el punt fort d'aquest mercat és la seva vinculació, com activitat paral·lela, a FiraTàrrega.
<p>Repercussió</p>	<p>Tot i començar com una manera de potenciar la festa major, i animar a la gent de Tàrrega a participar i implicar-s'hi, a mesura que creix la especialització en l'àmbit artístic, també ho fa la professionalització de la fira.</p> <p>A conseqüència d'això es crea una organització, la qual s'encarregarà exclusivament de la planificació de la fira i espectacles, i d'altres aspectes com la promoció internacional.</p> <p>Actualment FiraTàrrega està reconeguda com un dels mercats internacionals de les arts escèniques més dinàmics d'Europa i sens dubte el més transcendent de l'Estat espanyol.</p>
<p>Aspectes a destacar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A través de la celebració de la FiraTàrrega es crea l'espai de la Llotja, que actua com a punt de trobada, debat, intercanvi i transacció. En definitiva un veritable mercat internacional d'arts escèniques. • El Pavelló Firal, amb estands d'exposició, permet als agents de les arts escèniques donar a conèixer els seus projectes. Anualment la fira acredita una mitjana de 800 professionals adscrits a més de 300 entitats relacionades amb les arts escèniques de procedència nacional i internacional. • També s'organitzen activitats com jornades o trobades entre professionals que complementen l'oferta artística. • El 2011 es posa en marxa el programa de Suport a la Creació, que vol agrupar sota el mateix paraigua conceptual els Laboratoris de Creació, les Residències Artístiques i totes les iniciatives relacionades amb el suport i formació dels artistes, oferint les infraestructures als creadors que tenen voluntat de treballar en l'espai públic.

TRAPEZI, FIRA DEL CIRC DE CATALUNYA



<p>Localització i Calendari</p>	<p>Des del 1997 la ciutat de Reus desplega una gran vela que cobreix carrers i places per tal de rebre el Trapezi, la Fira del Circ de Catalunya. Any rere any, cada mes de maig, la ciutat omple d'espectacles els carrers i els teatres i, també, acull muntatges en vela que converteixen les places de Reus en espais escènics i que transformen la ciutat en una gran pista de circ.</p>
<p>Descripció</p>	<p>Amb un segell propi obert a les noves disciplines del món del circ, amb una mirada contemporània i de nova creació, el Trapezi esdevé un marc de referència per a tots els amants del circ, professionals, programadors i públic, que tenen en el mes de maig un motiu per trobar-se a la ciutat de Reus.</p>

<p>Activitats complementaries</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposició: Papers de Circ <p>Enguany el Trapezi presenta l'exposició Papers de Circ que està pensada com una distracció visual, però és també un intent d'aprofundir en l'univers circense. La Mostra vol ser una panoràmica general de les arts de la pista i, especialment, de tot allò relacionat amb la publicitat i la promoció d'artistes, empreses o espectacles.</p> <p>Recull una àmplia mostra de postals, programes de mà, segells, revistes, targetes de visita, cromos, pintures i programes de cinema</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Trape-Xic <p>El Trape-Xic és una proposta dedicada exclusivament als infants de 0 a 5 anys amb l'acompanyament dels seus familiars. Després de l'èxit en passades edicions, al Trape-Xic hi trobem una vegada més a la companyia local Circ de les Musaranyes amb l'espectacle Bótes, una instal·lació de diferents jocs de psicomotricitat pensat pels més petits.</p> <p>El Trape-Xic té lloc al Centre d'Art Cal Massó, espai de difusió de la cultura creat l'any 2007 com a un centre de caire experimental i multi disciplinar en una antiga destil·leria de licors, Licors Massó.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Covador <p>El Covador és la única trobada d'escoles professionals de circ a Catalunya. Aquesta iniciativa uneix alumnes de les diferents escoles, amb la finalitat de crear un espectacle nou i fomentar, així, l'intercanvi de coneixement entre diferents escoles. Hi participen la Escuela de Circo Carampa de Madrid i l'Escola de Circ Rogelio Rivel de Barcelona, amb un espectacle d'uns 70 minuts de durada destinat a públic familiar.</p>
<p>Repercussió</p>	<p>La Fira del Circ de Catalunya, el Trapezi, ha estat guardonat amb el Premio Nacional de Circo l'any 2012 que atorga el Ministerio de Cultura. Anteriorment, l'any 2007 la Generalitat va atorgar el Premi Nacional de Cultura als directors artístics del Trapezi, en reconeixement a la seva aportació a la dignificació i el desenvolupament del circ a Catalunya, tant en el vessant artístic com per la incidència en el públic; per la voluntat de descentralització cultural i dinamització comarcal; per ser nucli de trobada, i intercanvi, i per haver-se convertit en un referent entre els festivals europeus.</p>

<p>Aspectes a destacar</p>	<p>Des del Trapezi es col·labora amb diferents equipaments dedicats a acollir artistes, per tal de promoure i incentivar la pràctica de diferents vessants artístiques.</p> <p>Alguns d'aquests equipaments són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Central del Circ (Barcelona) <p>La Central del Circ és un espai de creació, investigació, entrenament, assaig i formació continuada, destinat als professionals de les arts del circ.</p> <p>La Central compta amb un espai de més de 3.000m² al Parc del Fòrum de Barcelona, per acompanyar els/les artistes en totes les àrees i fases del seu treball, des de l'entrenament quotidià a la residència de creació, passant per la formació continuada, la mobilitat internacional i l'acompanyament artístic en les diferents fases de creació d'un espectacle.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ca l'Estruch fabrica de creació de les arts en viu (Sabadell) <p>Durant prop de cent anys, L'Estruch fou una fàbrica de tints que va donar color a la potent indústria tèxtil de Sabadell. Avui és un centre de creació i producció artística que també va ple de colors, de textures i d'idees per mostrar la riquesa que continua sortint de la fàbrica, un cop reconvertida en equipament cultural especialitzat en les arts en viu i la creació més contemporània.</p> <p>El circ, com la dansa o els nous formats escènics, té una forta presència a L'Estruch, i més encara des de la instal·lació de La Vela, un nou espai per a la producció, l'exhibició i la formació.</p> <ul style="list-style-type: none"> • EL Convent de les Arts (Alcover) <p>Centre artístic ubicat al recentment rehabilitat convent de Santa Anna, en un entorn privilegiat a Alcover, entre el Camp de Tarragona i les Muntanyes de Prades.</p> <p>En aquest moment s'està dissenyant el model de convocatòria oberta per acollir artistes en residència.</p> <p>L'any 2016 van iniciar la seva col·laboració amb el Trapezi oferint una setmana de residència perquè l'artista Joan Català desenvolupés el seu nou espectacle Menar.</p>
-----------------------------------	--

LA MOSTRA D'IGUALADA, FIRA DE TEATRE INFANTIL I JUVENI



Localització i Calendari

La Mostra d'Igualada té 27 anys d'història i se celebra anualment, pels volts de Setmana Santa i durant quatre dies, a la capital de la comarca de l'Anoia (Barcelona).

<p>Descripció</p>	<p>És l'espai on tradicionalment les companyies professionals de teatre infantil de Catalunya presenten les seves noves produccions. Des del seu inici s'hi han estrenat més de 2.000 espectacles i s'hi ha vist néixer i créixer les millors companyies del sector.</p> <p>El recorregut per la seva història suposa el reconeixement a moltes persones que, amb la seva passió i implicació, han fet possible una edició rere l'altra. Entre elles, una valuosa xarxa de voluntaris.</p> <p>D'entre les més de 660 sol·licituds de participació rebudes, la direcció artística en selecciona una cinquantena per la seva qualitat, contemporaneïtat, originalitat i capacitat d'incorporar nous llenguatges i posades en escena en espais no convencionals. Hi tenen cabuda tots els gèneres escènics (teatre, màgia, circ, clown, titelles, dansa, música, etc.), tant a sala com al carrer. Tot i que la majoria de les companyies són catalanes, també hi actuen formacions espanyoles i internacionals</p>
<p>Activitats Complementaries</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concurs d'Aparadors <p>Igualada viu intensament La Mostra. Per això, entre el 24 de març i el 2 d'abril, les botigues van decorar els seus aparadors amb motius relacionats amb la imatge d'enguany: la "monstra" i els personatges imaginaris que l'envolten (uns ratolins, un conill, una aranya, un chihuahua...). La iniciativa s'emmarca en el 5è Concurs d'aparadors de La Mostra d'Igualada convocat per l'Ajuntament per tal de dinamitzar l'activitat comercial de la ciutat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espai Aniversari <p>Per segona edició, La Mostra organitza l'Espai Aniversari, un recorregut per una vintena de companyies o entitats relacionades amb el món del teatre infantil i juvenil que celebren anys (de 5 a 45) durant el 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurs de Crítica Teatral <p>La Mostra d'Igualada i l'Associació per a la promoció de les arts escèniques Recomana convoquen el III Concurs de crítica teatral infantil i juvenil per revaloritzar la mirada crítica com a espectadors i fomentar la pràctica d'aquest gènere.</p>

<p>Repercussió</p>	<p>És la fira de referència de les arts escèniques per a tots els públics de Catalunya. Un gran aparador dels millors espectacles, que aplega al voltant de 36.000 espectadors i 700 professionals. Considerada Mercat estratègic de Catalunya, nodreix les programacions familiars del país i proveeix les d'arreu de l'Estat espanyol i l'estranger.</p>
<p>Aspectes a destacar</p>	<p>La Mostra és un punt clau de trobada del sector professional, que gaudeix d'un espai de negoci i intercanvi (La Llotja) i un conjunt d'activitats paral·leles com conferències, sessions de <i>speed meetings</i>, un mercat de projectes (<i>pitching</i>) i trobades pactades o informals que afavoreixen el contacte entre els diferents agents.</p>

LA FIRA MEDITERRÀNIA DE MANRESA



<p>Localització i Calendari</p>	<p>La Fira Mediterrània de Manresa se celebra anualment des del 1998, durant el mes d'Octubre durant tres dies, a la capital de la comarca del Bages.</p>
<p>Descripció</p>	<p>La Fira Mediterrània de Manresa és un mercat d'espectacles que, amb la tradició mediterrània com a eix, es mou en dos àmbits principals: la cultura popular (basada en el diàleg entre l'arrel tradicional amb la innovació creativa i la participació ciutadana) i les músiques del món.</p> <p>Té un caràcter interdisciplinari i aglutina els diferents llenguatges artístics: arts visuals, circ, dansa, exposicions, música, narració oral i teatre. Els espectacles programats són de diferents formats -petit, mig o gran-, de sala o de carrer, i adreçats tant al públic adult com al familiar.</p>

<p>Activitats Complementaries</p>	<ul style="list-style-type: none"> • FiraPasseig És una zona de negocis que, durant la Fira Mediterrània de Manresa, acull empreses i entitats proveïdores de la festa, l'espectacle i la cultura d'arrel. El Passeig Pere III de Manresa –zona de gaudi per als manresans- es converteix en un mercat que aprofita la presència de milers de visitants atrets per la celebració de la Fira Mediterrània de Manresa. A més, la ubicació del mercat es troba en el centre neuràlgic de la Fira Mediterrània ja que és un espai de pas obligat per accedir als principals escenaris de la Fira i també espai on s'hi programen diversos espectacles itinerants. • Mercat de Cuines del Món La Fira Mediterrània de Manresa aposta per concentrar l'oferta gastronòmica al Mercat de Cuines del Món, situat a l'exterior de la Taverna Estrella Damm. La Taverna Estrella Damm, està ubicada al parc del Casino de Manresa i acull al seu espai exterior el Mercat, amb infraestructura (taules i cadires) per poder-hi menjar. • MobileArt Per sisè any consecutiu, Fira Mediterrània va convocar aquest concurs consistent a captar fotografies amb el mòbil o tauleta durant la celebració de la Fira. Per participar al concurs, calia ser fan del perfil de Fira Mediterrània a Instagram (@Mediterrania) i penjar les imatges des d'un perfil públic en aquesta xarxa social dedicada a la fotografia feta amb mòbil o tauleta amb l'etiqueta #FMediterrania i #MobileArt. El resultat ha estat la construcció d'un mosaic de diverses mirades sobre la Fira.
<p>Repercussió</p>	<p>Fira Mediterrània de Manresa compta amb un Pla d'Acció Estatal i Internacional per ampliar horitzons amb nous camps d'acció i renovar els principals acords d'edicions anteriors. En aquest sentit, durant 2016 es van dur a terme al voltant de 30 accions estratègiques a 15 països i regions d'Europa. El Pla es basa en accions d'intercanvi (artístic, professional i/o comunicatiu) i coproduccions i té com a principals objectius potenciar els fluxos de treball professionals i dotar de nous canals d'exhibició al teixit creatiu català.</p>
<p>Aspectes a destacar</p>	<p>La Fira Mediterrània desenvolupa diversos projectes al llarg de l'any:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pla d'Acció Internacional, que al 2016 va implicar 30 acords estratègics amb 15 països i regions d'Europa i Àfrica. • Activitats professionals com conferències i taules • Col·laboració amb nombroses entitats culturals i empresarials



ESPAI DE CARRER, VILADECANS

Espai de Carrer és la jornada tècnica per a la contractació d'espectacles d'arts de carrer que té lloc al Cubic de Viladecans, durant el mes de març. Espai de Carrer neix amb l'objectiu de fomentar la contractació d'espectacles de carrer en circuits com ara les festes majors i connectar companyies, tècnics municipals i programadors.



SISMÒGRAF, OLOT

El festival de dansa Sismògraf va néixer l'any 2009 amb la voluntat d'agrupar en un cicle les propostes de dansa que es feien dins la programació cultural de la ciutat d'Olot. Durant sis edicions el festival ha portat propostes de dansa de tot tipus al Teatre Principal d'Olot i també als carrers, parcs i places de la ciutat, a més d'organitzar activitats paral·leles per apropar la dansa als ciutadans.



FIRA DE MÚSICA AL CARRER, VILA-SECA

La FiM_Fira de Música al Carrer de Vila-seca és una fira de música professional que té lloc el mes de maig a la població tarragonina de Vila-seca. El seu objectiu és esdevenir un punt de confluència entre músics emergents, músics amb noves propostes, programadors i altres professionals del panorama musical dels Països Catalans. La FiM és el mercat de música emergent de referència a Catalunya, la primera trobada professional en el calendari de fires musicals.

MATRIU DAFO



3. MATRIU DAFO

DAFO és l'acrònim format per les inicials de Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats i és un instrument que permet estructurar la informació, facilita la identificació de característiques rellevants i l'obtenció de conclusions de manera simple i ordenada d'un determinat espai.

En altres paraules, l'anàlisi DAFO permet obtenir una radiografia real de la situació actual del territori, identificant les fortaleses i analitzant les debilitats inherents a la destinació, així, com, les amenaces externes que s'han d'afrontar i les oportunitats que l'entorn ofereix.

Així, doncs, contempla dues dimensions:

- Una **dimensió actual** en la qual es detalla les fortaleses i les debilitats d'Alcover.
- Una **dimensió de futur** segons les amenaces i oportunitats que sorgeixen de l'anàlisi de l'entorn, la demanda i dels competidors.

Les fortaleses i les debilitats corresponen a atributs intrínsecs al sistema, de caràcter estàtic i estructural:

- Les **debilitats** enumeren aquells aspectes en els quals el sistema resulta deficient per atendre objectius de millora.
- Les **fortaleses** posen en relleu aquells aspectes en els quals el sistema resulta competitiu.

Les amenaces i oportunitats estan associades, en aquest mètode, al context exterior, i es refereixen a aspectes dinàmics de caràcter conjuntural; no obstant, també es poden detectar amenaces i oportunitats internes al sistema :

- Les **amenaces** identifiquen aspectes que poden perjudicar el sistema.
- Les **oportunitats** identifiquen aspectes dels quals pot beneficiar-se el sistema.

	Oportunitats	Amenaces
Fortaleses	Oportunitats aprofitables per les fortaleses	Amenaces contrastables per les fortaleses
Debilitats	Oportunitats que es poden aprofitar si es superen les debilitats	Amenaces que no es poden contrarestar fins que no es superin les debilitats

Les amenaces i les oportunitats són fruit de l'anàlisi externa i impliquen la detecció d'aquelles variables que poden alterar la situació competitiva del municipi.

La distinció entre una amenaça i una oportunitat és, en molts casos, matisable, en quant les amenaces detectades amb prou antelació es poden convertir en oportunitats si s'apliquen les mesures correctores pertinents. Contràriament, les oportunitats no aprofitades a temps es poden convertir en una amenaça a llarg termini en quan representa una disminució de la capacitat competitiva del municipi.

En aquesta anàlisi DAFO es resumeixen els aspectes claus que presenta Alcover en relació al seu desenvolupament econòmic i social, centrat en l'anàlisi de les potencialitats turístiques del municipi. Les fonts utilitzades han estat dues, fonts documentals i entrevistes i sessions de treball amb agents públics i privats del municipi.

Les fonts documentals han estat principalment estudis realitzats pel Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de Catalunya.

- **Estudis, projectes i estadístiques:**

- Anàlisi de les dades estadístiques disponibles a l'IDESCAT
- *“Visió i Estratègia turística per a l'interior de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre”*. Realitzat pel Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci de la Universitat Rovira i Virgili a partir de l'encàrrec del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Any 2014.
- *“Estratègies per al desenvolupament del turisme al municipi d'Alcover”*. Realitzat pel Grup de Recerca d'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics de la Universitat Rovira i Virgili l'any 2003 en el marc del Servei d'Assistència als Municipis de la Diputació de Tarragona.

- **Entrevistes i sessions de treball amb agents locals**

Els agents del territori són els protagonistes de les dinàmiques que generen el seu desenvolupament turístic. Per tant, conèixer les opinions i percepcions és vital per comprendre la naturalesa d'aquests processos i per poder definir unes propostes que s'adaptin a les necessitats i a les voluntats dels qui finalment les han de dur a terme i, en definitiva, que s'adeqüin a la realitat territorial de la destinació.

És per aquest motiu i per la voluntat del Grup de Recerca d'apropar-se als territoris objecte d'estudi en aquest projecte i conèixer a fons les dinàmiques que n'expliquen la seva realitat turística actual, que en el marc de la redacció del projecte es cregué oportú dur a terme un procés de consulta en què es feu partícips del projecte als agents públics i privats directa i indirectament vinculats a l'activitat turística del municipi i se'ls donà l'oportunitat de manifestar les seves idees, opinions i percepcions respecte Alcover.

En el procés participatiu, realitzat entre els mesos de febrer i març del 2017, es dugueren a terme, d'una banda, dues entrevistes personals amb agents clau: l'ajuntament d'Alcover i amb el Museu d'Alcover i, de l'altre, dues sessions participatives per poder obrir el procés a un grup més gran d'agents del territori. El reduït nombre de sessions realitzades per aquest projecte és degut a que des de la iniciativa d'Alcover Funciona ja es va dur a terme un ampli procés participatiu amb els agents i la ciutadania. Tot i això s'ha anat complementant amb entrevistes individuals amb diverses persones d'Alcover.

En aquestes sessions, es va convidar als agents públics, agents privats i algun ciutadà per tal de conèixer les seves inquietuds i opinions respecte el passat, el present i el futur d'Alcover. Les dades que segueix a continuació reflecteix el formulari i seguidament del resultat dels formularis.

La sessió va constar de tres parts

- | | |
|--|-----------|
| 1. Presentació | 15 minuts |
| 2. Posada en comú de les propostes dels grups de treball | 60 minuts |
| 3. Debat, conclusions i propostes | 30 minuts |

La tasca encomanada va ser especialment la de conduir el grup de treball.

- | | |
|--------------------------------------|-----------|
| 1. Presentació i formació dels grups | 15 minuts |
| 2. Qui som com a destinació | 20 minuts |
| 3. Què estem disposats a fer | 20 minuts |
| 4. Què cal fer. Propostes. | 20 minuts |

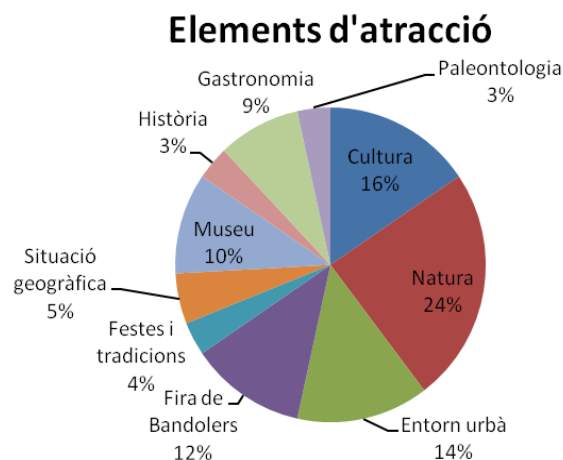
L'objectiu era que al final es plantejessin fórmules de cooperació entre distints agents. Per aquesta primera tasca es va disposar de molt poc temps per la qual cosa calia ser ràpid en el plantejament i la resolució de les qüestions.

L'esquema de treball d'aquesta primera part de les reunions gira entorn a preguntes sobre les quals els assistents (en grups de treball: 5-8 persones) van haver de reflexionar i contestar en un temps determinat. La resta sobre *Què necessitem dels altres*, *Què estem disposats a fer nosaltres* i *Què cal fer* la van realitzar tots junts a partir del que s'ha reflexionat al formulari anterior.

FORMULARI 1. Qui som?

1.1 Quins són els elements clau d'atracció

A part dels elements que destaquen al gràfic; natura, cultura i entorn urbà, destaquen elements gastronòmics com la cuina de qualitat, el producte de proximitat i les calçotades del restaurant El Álamo.

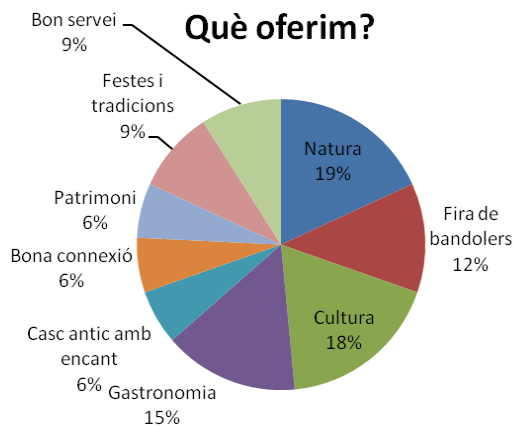


1.2 Què oferim?

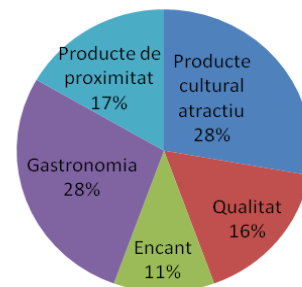
Destaca sobretot natura, cultura i la Fira de Bandolers. A part dels elements que surten al gràfic, es considera que s'ofereix identitat, art, història, comerç artesà i proximitat.

Què voldríem oferir ?

En el gràfic observem com destaca el producte cultural atractiu i la gastronomia. També van manifestar que voldrien oferir un producte diferenciat, una destinació de qualitat, focalitzat en el turisme familiar.



Què voldríem oferir?

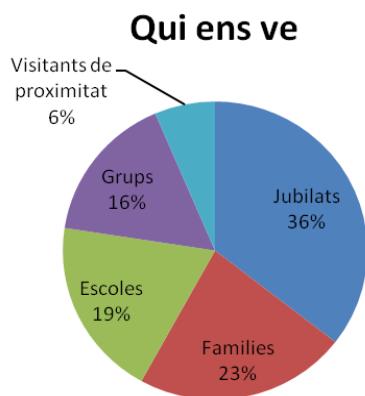


1.3 Qui ens ve?

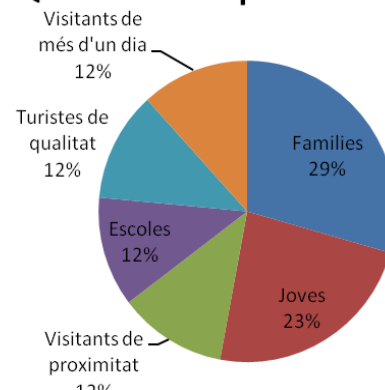
A part dels jubilats i les famílies, ressalta la gent jove i els visitants de la Fira dels Bandolers.

Qui voldríem que ens vingués?

Voldrien que vinguessin famílies, joves i visitants de proximitat. També els mateixos alcoverencs i catalans d'altres zones.



Qui voldríem que ens vingués



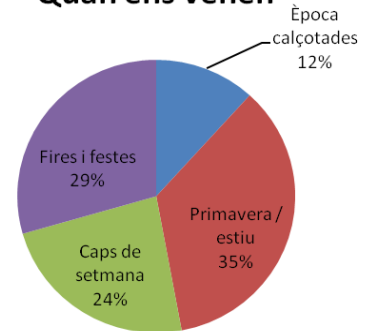
1.4 Quan ens venen?

Els visitants venen sobretot entretemps, per fires i festes i els caps de setmana.

Quan voldríem que vinguessin

Voldrien que vinguessin tot l'any, no de manera estacional i que l'estada fos com a mínim de tot el dia, i encara millor si pernoctessin.

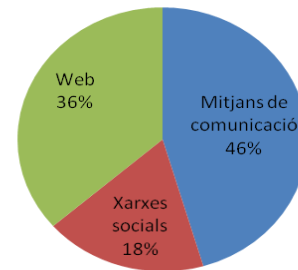
Quan ens venen



1.5 Com ens promocionem?

La promoció és sobretot amb mitjans de comunicació, a través de la web i per xarxes socials. Altres formes de promoció són a través de l'Ajuntament i el comerç.

Com ens promocionem



FORMULARI 2 Què necessitem dels altres?

2.1 L'administració (Diputació, Generalitat...)

Destaquen el finançament a través de les línies de subvencions per activitats i de promoció. També necessiten veure de les sinergies de les administracions superiors, per tal de sumar esforços.

2.2 Ajuntament

Demanen un Pla estratègic real per la projecció del municipi i suport amb temes de finançament.

2.3 Altres persones (entitats, bars, restaurants, allotjament...del municipi)

Involucrar-se en el producte local, coordinar-se i establir sinergies i actuacions plegats.

FORMULARI 3 Què estem disposats a fer nosaltres?

3.1 Sobre el que oferim

Adaptar l'oferta turística a les necessitats dels visitants i millorar l'oferta i la difusió.

3.2 Sobre el com formem part d'un producte

Destaquen la importància de garantir la qualitat per tal de posicionar-lo en el mercat i millorar així la seva venda.

3.3 Sobre el com ens promocionem

Suport incondicional i noves idees per arrodonir la qualitat i eficiència de les campanyes promocionals

FORMULARI 4 Què cal fer? Amb qui cal que ho fer-ho?

Invertir amb recursos

Amb qui

Entre les administracions, sector privat i la ciutadania.

Per tal d'estructurar la matriu DAFO i fer-la més comprensible, els resultats s'han agrupat en sis components temàtics:

- Entorn social
- Atractius i patrimoni
- Accessibilitat
- Entorn econòmic, empreses i producte
- Liderat
- Imatge i comunicació

Les conclusions definides, segons els factors crítics sobre els quals s'ha fonamentat la matriu DAFO, donaran lloc a diverses situacions i escenaris molt útils per a definir el Pla d'Acció que, de fet, és l'objectiu de la diagnosi.

La matriu DAFO, també, és un instrument útil per a orientar les estratègies i donar resposta a les diferents situacions posant en valor les fortaleses i minimitzant les debilitats tot aprofitant les oportunitats que ofereix l'entorn, social i econòmic fent front a les amenaces.

PUNTS FORTS

Entorn social

- Actitud positiva de l'administració local respecte el turisme
- Bona actitud de la població local en relació al turisme i als forasters
- Capacitat d'iniciativa de l'Administració local
- Creixement de la població
- Tradició turística del Niu de l'Àliga

Atractius i patrimoni

- El clima és clarament mediterrani
- Visites de diferents temàtiques: Fòssils Marins, la Vida Burgesa i la ruta urbana *Una passejada en el temps*
- Concentració al Nucli Antic
- Patrimoni històric rellevant, partint de l'època medieval i destacant el renaixement, l'època d'esplendor d'Alcover.
- Important patrimoni moliner
- Museu d'Alcover
- Entorn ideal per la pràctica esportiva tot l'any (senderisme, BTT, escalada...)
- Patrimoni natural i paisatgístic d'alta jerarquia
- La vall del riu Glorieta es troba dintre d'un espai PEIN.
- Més enllà del municipi l'entorn és molt atractiu (Muntanyes de la Costa Daurada, Montblanc, Reus, Tarragona)
- Accés lliure a la totalitat dels recursos naturals i monumentals
- Participació en el projecte Fem Dansa
- Projecció de la Fira de Bandolers

Accessibilitat

- Diversitat d'itineraris per accedir a la població.
- Forces espais d'estacionament al voltant del casc antic
- Bon estat general de la xarxa viària de primer ordre
- Diversitat de rutes, amb diferents graus de dificultat, per accedir al medi natural
- Bona qualitat d'accés als recursos culturals i monumentals
- Bona xarxa de comunicació: via carretera, tren i autobús

Entorn econòmic, empreses i producte

- Iniciatives locals per la generació d'itineraris diversos
- Emprenedoria local
- Expertesa en les produccions locals
- Productes agrícoles amb distintius de qualitat oli DOP Siurana, calçot IGP Valls i DOP avellana de Reus
- Cervesa artesana Rosita
- Diversitats d'oferta de serveis al municipi, turístics i no turístics
- Mercat setmanal

Lideratge

- Protecció del patrimoni natural de l'entorn del municipi (PEIN La vall del riu Glorieta)
- Alt nivell associatiu
- Capacitat d'iniciativa de l'Ajuntament

Imatge i comunicació

- Caràcter rural i tradicional del municipi
- Icones patrimonials reconegudes (l'església vella, el convent de Santa Anna, el santuari del Remei i Cal Batistó). Del patrimoni natural destaquen els tolls i els molins
- Referents literaris del municipi
- Lloc conegut per la seva tranquil·litat
- Natura i esport és un binomi poc estacional
- *Alcoveria Brevis*

PUNTS FEBLES

Entorn social

- Molts residents treballen fora del municipi
- Població nouvinguda poc implicada i participativa
- Conformitat, poca motivació de la població
- Joventut poc emprenedora (pocs emprenedors en general)
- El turisme és una activitat nova a Alcover més enllà del Niu de l'Àliga i no genera activitat econòmica rellevant

Atractius i patrimoni

- Poca activitat lúdica

- Els equipaments turístics no s'han adaptat a les noves necessitats de la demanda
- Concentració dels esdeveniments programats per la Fira dels Bandolers
- Poca implicació de la població en el procés

Accessibilitat

- Senyalització millorable
- Atractivitat de les entrades del municipi

Entorn econòmic, empreses i producte

- Grans equipaments poc rendibles
- Poca oferta d'allotjament i de restauració
- Manca d'empreses d'oci d'activitats
- Serveis turístics millorables
- Dèficits formatius en el sector dels serveis turístics
- Poca diversificació
- Impacte medioambiental de pedreres i Cator empresa de tractament d'olis residuals
- Desarticulació del sector turístic
- Estacionalitat de l'activitat turística

Lideratge

- Baixa dimensió econòmica de la cooperativa
- Poca inversió per donar ús als equipaments existents
- Dependència del Museu

Imatge i comunicació

- Promoció turística molt local
- No hi ha una web de turisme dinàmica i actualitzada
- La comunicació es fa molt en clau interna
- Poca atractivitat dels recursos singulars, costa molt comunicar valors associats a la geologia, els fòssils i la història

OPORTUNITATS

Entorn social

- El procés participatiu d'aquest projecte
- El creixement de la diversitat (natura, cultura...) i el nombre de persones que es relacionen amb Alcover permet generar unes xarxes de relació amb un potencial extraordinari
- Hi ha interès per entorns com la Vall del Glorieta, el casc antic, la fira del Bandoler...
- Artistes residents que poden esdevenir ambaixadors d'Alcover

Atractius i patrimoni

- Embelliment del casc antic amb remodelació i millora del paviment dels carrers, restauració de façanes, millora de la il·luminació
- Important freqüentació de l'àrea durant els caps de setmana, dies festius i períodes vacacionals, però reduïda la resta de l'any
- Les Muntanyes de Prades són una destinació destacada pels visitants a l'interior de Costa Daurada. És un dels pocs enclavaments on hi ha turisme
- El dinamisme i la proactivitat del Museu d'Alcover
- El Convent de les Arts com a equipament cultural
- La iniciativa *Alt Camp: història i patrimoni, les arrels d'una terra* amb el fons Feder
- 2018 any europeu del turisme cultural

Accessibilitat

- Accessibilitat externa satisfactòria
- Proximitat a àrees poblades (Del Camp de Tarragona a Barcelona)
- Proximitat a àrees amb molta activitat turística

Entorn econòmic, empreses i producte

- Hi ha demanda per les ofertes actuals i potencials d'Alcover
- Existència de nous canals de distribució dels productes
- Tendència internacional cap una major segmentació i diversificació de les vacances (estades més curtes distribuïdes al llarg de tot l'any)
- El desplegament del turisme col·laboratiu, sobretot relacionat amb el lloguer d'habitatges en plataformes de projecció internacional
- Valorització creixent dels productes de proximitat
- Necessitat de les empreses de vincular-se amb territoris amb valors, socials i culturals
- Programes i incentius de l'administració orientats al desenvolupament econòmic
- Posició estratègica de la vila, important per a la diversificació d'activitats dels turistes

Lideratge

- Projecte Leader gestionat conjuntament per les comarques de l'Alt Camp, el Baix Camp, la Conca de Barberà i el Priorat, que pot aportar unes directrius orientades a la consolidació d'un projecte turístic
- Organització del turisme entre els municipis del Consorci del Camp
- Atractiu turístic dels eixos Costa Daurada/Port Aventura, Montblanc/Cister, Priorat/Vi Barcelona
- Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona
- Pertinença a la Ruta del Cister

Imatge i comunicació

- Projectes turístics externs (Costa Daurada, Baix Camp, Agència Catalana de Turisme) que beneficiaran el protagonisme i la imatge de les Muntanyes de Prades i, per tant, del municipi d'Alcover

- Alcover té una imatge coneguda a nivell català pel Niu de l'Àguila (la Vall del Glorieta) Com a idea de marca té valors positius.
- Universitat Rovira i Virgili

AMENACES

Entorn social

- Pèrdua i abandonament d'activitat comercial al centre del municipi
- Creixement d'Alcover per un alt percentatge de població de caràcter estrictament residencial
- Abandonament de l'activitat agrària

Atractius i patrimoni

- Desconeixement de la demanda, motivacions, comportament i grau de satisfacció.
- Bona part dels atractius d'Alcover es troben a la perifèria
- Disfunció entre les marques que identifiquen el territori de referència per Alcover: Costa Daurada, Muntanyes de Prades, Muntanyes de la Costa Daurada. Jerarquia poc clara
- No hi ha un relat turístic compartit entre el conjunt d'Alcover
- El turisme captiu del litoral no reconeix Alcover com una destinació atractiva pels daytrips
- Distanciament entre la creixent atractivitat de l'entorn d'Alcover i l'aprofitament turístic al municipi

Accessibilitat

- Des de les vies ràpides de l'entorn territorial no hi ha prou incidència en posar en valor l'entorn natural d'Alcover
- Augment de visites a la Vall del Glorieta, aglomeracions al parking de l'ermita del Remei

Entorn econòmic, empreses i producte

- Competència creixent d'altres destinacions turístiques, convé declinar millor l'argument d'Alcover

Lideratge

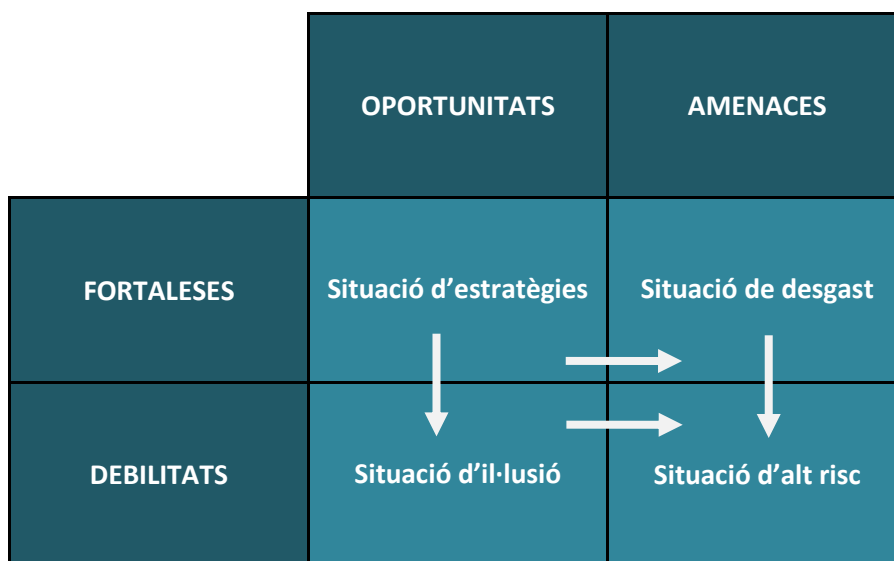
- El liderat comarcal més potent i cohesionat es troba a les comarques del Priorat i Conca de Barberà, ambdues tenen interessos a les Muntanyes de Prades, però el seu eix principal no són aquestes muntanyes
- La jerarquia urbana de Montblanc i la turística de Poblet i Siurana-Montsant treuen protagonisme al potencial d'Alcover
- No aprofitar les oportunitats.

Imatge i comunicació

- Consolidació de la destinació com a centre excursionista

3.4. Anàlisi estratègica de la matriu DAFO

Aquest exercici de confrontació entre els quatre components de la matriu DAFO dóna lloc a quatre escenaris: situació d'estratègia, situació d'il·lusió, situació de desgast i situació d'alt risc.



- **Situació d'estratègia (Fortaleses i Oportunitats):** Parlem de situació d'estratègia quan es dóna una situació de combinació de fortaleses que s'integren i adequen a les oportunitats que presenta el sector i el mercat.

Les situacions d'estratègia que sorgeixen són els eixos estructurals sobre els quals s'haurà de desenvolupar el projecte de valorització turística i que permetrà penetrar en el mercat i posicionar-se competitivament.

- **Situació d'il·lusió (Debilitats i Oportunitats):** La situació d'il·lusió és quan el mercat presenta unes oportunitats òptimes que es poden aprofitar però les condicions i preparació de l'estratègia són inadequades.

En aquesta situació, cal reorientar les estratègies per aprofitar la situació favorable que presenta l'entorn.

- **Situació de desgast (Fortaleses i Amenaces):** La situació de desgast es defineix com aquell moment conjuntural en el qual Prades presenta les fortaleses adequades per al desenvolupament que li permeten diferenciar-se de la competència i reduir, doncs, les amenaces.

En aquesta situació de desgast es tracta, doncs, de posar en valor els elements diferencials i singulars en relació als condicionants externs negatius.

- Situació d'alt risc (Debilitats i Amenaces): Les situacions d'alt risc són aquelles on l'activitat turística a desenvolupar ha de superar les amenaces externes derivades de l'entorn i de les tendències i hàbits de la demanda per esdevenir competitiva.

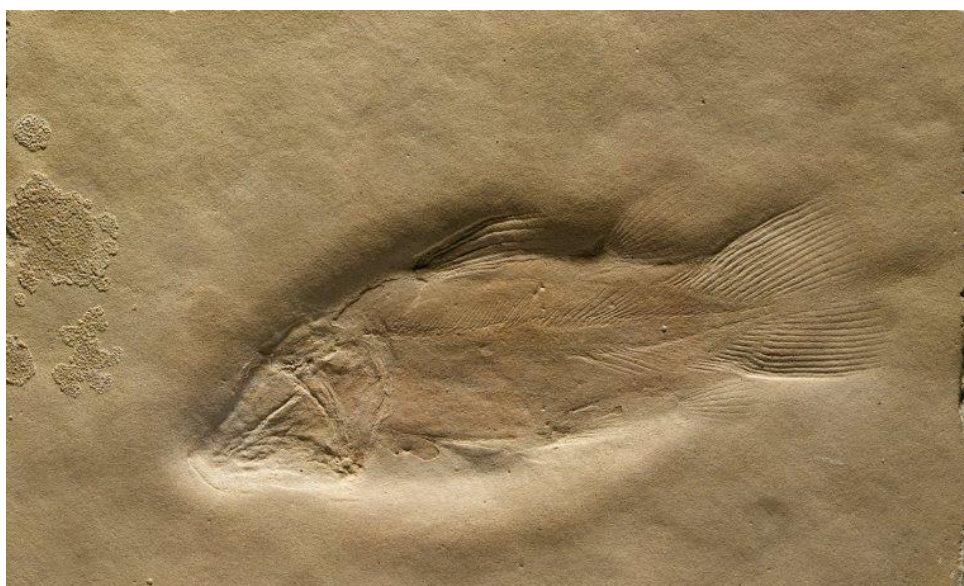
Aquesta és una situació complexa que implica que el producte no presentarà les condicions òptimes ni les fortaleeses necessàries que facilitin el seu èxit.

Aquestes situacions o escenaris faciliten la comprensió i interpretació, de manera sistemàtica, de l'entorn operatiu actual i el futur possible. Així, doncs, les conclusions generades en cada una de les situacions permeten generar un escenari idoni i competitiu amb possibilitats reals d'adaptació, ja que es tenen en compte les potencialitats actuals del territori i les possibilitats externes que el rodegen.

No obstant això, val a dir que l'escenari òptim i favorable per a qualsevol destinació o territori és aquell en el qual conflueixen les fortaleeses i oportunitats identificades i que, ambdós aspectes, generen una situació d'estratègia.

Tanmateix, no s'han de menystenir la resta de situacions, ja sigui per abandonar-les o per analitzar quins són els factors a transformar per poder apropar-se o assimilar-se a una situació d'estratègia.

SITUACIÓ ESTRATÈGICA



4. SITUACIÓ D'ESTRATÈGIA

Identifica els eixos estructurals sobre els quals haurà de desenvolupar-se el projecte i que ha de permetre definir el model turístic d'Alcover

Entorn social

FOMENTAR EL TREBALL EN XARXA I COL-LABORATIU

Pel que fa a l'entorn social s'ha d'aprofitar la **predisposició d'Alcover pel desenvolupament del turisme**. No cal convèncer ningú, l'activitat s'està iniciant i ja es comencen a conèixer els beneficis i les servituds que l'activitat comporta. Ara bé, Alcover ha **d'aprofitar el factor humà** de les persones que s'impliquin en el projecte.

La situació d'estratègia pel que fa a l'entorn social significa **fomentar el treball en xarxa i col·laboratiu**.

Atractius i patrimoni

APROFITAR EL CONVENT DE LES ARTS PER DIFERENCIAR-SE, SINGULARITZAR-SE I DISTINGIR-SE A TRAVÉS DE LA CULTURA

En relació als atractius i el patrimoni la situació d'estratègia vindrà donada per les **condicions naturals** del municipi que l'estan convertint en una **destinació cultural**. Per tal que aquest factor tingui continuïtat cal aprofitar aquelles condicions de l'entorn que doten de valor simbòlic les destinacions, en aquest cas seria molt convenient la **consolidació del Convent de les Arts** però això no significa que canviïn les condicions naturals que actualment existeixen, per tant l'orientació turística del futur passa precisament en **aprofundir en els valors cultural i patrimonials del municipi** i amb la capacitat d'aprofitar els projectes de valorització dels equipaments culturals vinculant-los a les condicions naturals de l'entorn de la Vall del Glorieta.

Entorn econòmic

POTENCIAR ELS PRODUCTES LOCALS COM A CONSUM CULTURAL I SALUDABLE

La situació d'estratègia en relació a l'entorn econòmic passa per **vincular les noves tendències de mercat cap a productes territorialitzats amb les ofertes culturals**. Per reforçar aquesta situació d'estratègia convindrà reforçar aquells factors que dotin de contingut l'oferta diferenciada d'Alcover. Productes naturals, de caràcter cultural i vinculats al municipi com a element de tradició.

Les empreses i l'acció del municipi ha d'anar orientada a **facilitar les experiències en relació als atributs singulars d'Alcover com són els elements naturals, culturals i els productes locals com són la cervesa artesana, la mel i les avellanes**.

Imatge i comunicació

LA PROJECCIÓ DE LA IMATGE CAP A FORA HA DE SER COHERENT AMB LA IMATGE INTERNA

La situació d'estratègia que es destil·len de les fortaleces i les oportunitats pel que fa a la imatge i la comunicació passen per l'aprofundiment dels aspectes que acrediten les

potencialitats d'Alcover i el seu entorn natural que juntament amb altres factors culturals permet afirmar que Alcover és un lloc interessant per visitar. Ara bé, no n'hi ha prou en ser-ho convé creure-s'ho i fer-ho saber. Implica que la natura i cultura han de formar part de manera natural de l'ideari de la gent d'Alcover.

Des d'aquest punt de vista les oportunitats ens permeten identificar alguns instruments que poden funcionar com a altaveu de la imatge que es vol transmetre del municipi, però com veurem més endavant, això no és suficient, ja que la imatge és un procés en construcció, on avui dia més que mai, es depèn de la complicitat del visitant.

Lideratge

RELACIONAR-SE AMB ÀMBITS ADMINISTRATIUS SUPERIORS

L'entorn turístic depèn d'àmbits que superen l'àmbit d'Alcover, per tant, cal aprofitar l'atractivitat turística de l'entorn i ser presents en altres territoris aprofitant l'estructura administrativa territorial i també a altres actius turístics, especialment on hi ha més activitat com a la Costa Daurada, el Camp de Tarragona i Barcelona.

5. ÀMBIT DE DESPLEGAMENT DELS EIXOS ESTRATÈGICS

L'anàlisi previ serveix per definir els objectius a assolir a curt i mitjà termini.

5.1. OBJECTIUS ESTRATÈGICS

- **Millorar la qualitat de vida i benestar de la població**
- **Desenvolupar el model turístic d'Alcover**
- **Potenciar la cultura i el patrimoni**

Millorar la qualitat de vida i benestar de la població

El punt de partida és la necessitat de definir el model turístic que ajudi al desenvolupament econòmic d'Alcover.

En aquest sentit es pretén mobilitzar els actius mitjançant la concreció de projectes i idees, que sorgits dels actors locals, ajudin a evolucionar el model turístic. Per tant el projecte es fonamenta en unes virtuts essencials: la participació de persones implicades, la creació de xarxes entre els habitants del municipi i la transversalitat de les accions que no es limiten a promoure accions en els àmbits econòmics sinó que també en els àmbits socials.

El projecte insisteix en aprofitar els recursos endògens, especialment el capital humà i els recursos naturals i culturals del municipi tot i que promou la incorporació d'elements d'atracció amb capacitat de mobilització i de generar il·lusió.

En definitiva el projecte intenta activar el potencial de les persones que dormen a Alcover per incorporar-lo al potencial d'aquelles que són del poble i promoure noves oportunitats de treball que permetin incorporar més gent i millorar les expectatives de la població. En tot cas es presenta com una part essencial per millorar la qualitat de vida i per això entre les activitats que es promouen també s'incorporen aquelles que no tenen un objectiu econòmic i estan més orientades a la cultura i als moviments socials.

Millorar les condicions de vida d'Alcover significa gaudir del municipi de forma lúdica però també disposar d'oportunitats laborals, activar activitats socials, culturals i esportives. Gaudir d'Alcover ha de significar crear un entorn bo pel treball mantenint i aprofitant allò que ofereix l'entorn natural que permet una forma de vida tranquil·la i alhora es manté l'essència del municipi. També vol dir millorar els espais urbans que en la mesura que es fan més agradables pels residents generen les condicions per la millora de l'atractivitat turística.

Desenvolupar el model turístic d'Alcover

Considerem que el model turístic a desenvolupar a Alcover ha de complir els següents requisits:

- **Model planificat:** Analitzant les condicions presents i les perspectives futures i la presa de decisions a partir de la informació sobre les diverses variables que intervenen en el procés turístic: econòmiques, ambientals, socials i territorials. La planificació del turisme és un pas indispensable en aquest procés. Cal regular les activitats, afavorir i discriminar activitats i llocs per tal de fer del turisme una activitat que reforci els objectius socials i econòmics de la població local.

- **Model integrat:** L'oferta turística ha de ser el resultat natural dels recursos locals, les formes arquitectòniques, els esdeveniments festius, la gastronomia, etc. El turisme no pot ser un element aliè a la identitat del territori sinó un element integrat en la riquesa cultural i econòmica d'aquest.
- **Model obert** al territori, de manera que els espais naturals i culturals pròxims a les localitats formin part ineludible de l'oferta turística.
- **Model dimensionat:** L'estratègia ha d'estar dimensionada en el temps i en l'espai. La dimensió temporal implica iniciar mesures per a reduir l'estacionalitat. La concentració dels corrents turístics en períodes de temps molt reduïts incrementa l'impacte real sobre el territori, accentuant la despersonalització de l'experiència turística i limita la viabilitat econòmica i social del turisme. La dimensió espacial implica determinar la capacitat d'acollida del territori i limitar l'afluència de turistes a les característiques físiques de l'espai.
- **Model participatiu:** El model projectat no pot ser engegat sense la participació activa de tots els agents que intervenen en el procés turístic: empresaris, administració local, població resident, tècnics i visitants.
- **Model durador:** El model no ha de tendir al creixement a curt termini de la demanda, sinó als efectes a mitjà i llarg termini del model turístic adoptat.

Per tant, el desenvolupament del model turístic d'Alcover ha de basar-se en una gestió eficaç dels recursos turístics locals que els integri la capacitat de desenvolupament econòmic i el respecte als valors ambientals, socials i culturals del territori, ja siguin presents o futurs.

El territori necessàriament s'ha d'adaptar a les exigències de la demanda turística, a la complexitat creixent de la pràctica turística, a les noves motivacions dels turistes i a les noves pautes i tendències de consum d'aquest tipus de productes.

Potenciar la cultura i el patrimoni

El turisme cultural és un segment en creixement, la major fragmentació de les vacances i les noves tendències que busquen aprendre i descobrir de manera informal quan es fan vacances és una clara oportunitat que permet posar en valor els recursos patrimonials i utilitzar el turisme com un instrument efectiu que asseguri el manteniment del patrimoni. Al cap i a la fi comunicar i explicar els valors patrimonials ha de ser l'objectiu social i el turisme és una eina magnífica.

El desenvolupament del turisme ha de servir doncs per donar a conèixer, estimular, mantenir i afavorir la protecció de tot el patrimoni d'Alcover. El coneixement del patrimoni però és essencial de cara a la seva valoració en el si de la societat com a bé d'interès comú.

L'existència de béns patrimonials en òptimes condicions, ben condicionats i habilitats, contribueixen a ressaltar els valors i les qualitats del model turístic, i també reforcen la identitat dels habitants.

El turisme esdevé una eina de valorització i de protecció del patrimoni, al que se li atorga valor econòmic i es converteix en una font de generació de rendes. Però també d'aquell patrimoni particular que es pot beneficiar del desenvolupament de les activitats turístiques.

Actualment els recursos turístics d'Alcover presenten un grau d'aprofitament força baix. Es per aquest motiu que la posada en valor dels recursos avui poc aprofitats ha de servir per a potenciar i dotar de contingut els eixos argumentals en els quals s'hauran de fomentar els productes turístics.

La valorització del patrimoni implica disposar de tots aquells mecanismes que permetin aprofitar-lo per a que sigui interpretat i gaudit per la població. A Alcover, la valorització dels recursos turístics no s'ha de fomentar tan sols en la valorització dels recursos amb el desenvolupament d'activitats turístiques, educatives o científiques. Sinó que, d'acord amb el model plantejat, s'han d'establir prioritats d'actuació de caràcter cultural en matèria de valorització per a configurar una oferta turística capaç d'aprofitar de la forma més òptima les potencialitats que presenta el municipi.

La diagnosi ens permet promoure dos visions de gestió:

- Una **gestió adaptativa**: es tracta d'una actitud reactiva. Els canvis ja vistos i identificats requereixen de solucions que van a remolc. Requereix d'una actitud atenta i es centra en gestionar en clau interna les fortaleses i les debilitats. Aquest model de gestió té a veure amb la proposta de Evolucionar el model turístic d'Alcover.
- Una **gestió anticipadora**: requereix d'una actitud proactiva. El focus està en les oportunitats, sense desatendre les amenaces intenta trobar una posició competitiva d'avantatge. Aquesta visió com que incorpora una tasca de previsió redueix la incertesa. Aquest model de gestió té a veure amb la proposta de Re-evolucionar el model turístic d'Alcover.

Aquestes dues visions determinen dos possibles escenaris:

- **Evolucionar el model turístic d'Alcover**, treballant en la mateixa línia del model actual, en els elements d'atracció actuals: natura, història, Fira de Bandolers i el Convent com a nou actiu.
- **Re-evolucionar el model turístic d'Alcover**, aconseguint un canvi més intens del model actual, fent que passin coses centrant el protagonisme en la cultura i la gastronomia.

En tot cas aquesta nova situació ens identifica uns nous reptes que ha de recollir el full de ruta del projecte i que s'ha de materialitzar en un Pla d'Acció. Per aquest motiu, aquest document proposa algunes recomanacions tot i que no atent de forma directe el Pla d'acció:

RECOMANACIONS	
RECOMANACIONS DE CARÀCTER GENERAL	
Passar del caldria fer a fer	
Passar del faran els altres a farem nosaltres	
RECOMANACIONS DE CARÀCTER ESPECÍFIC	
EVOLUCIONAR EL MODEL TURÍSTIC D'ALCOVER	
En el marc del turisme	Passar del turisme de recol·lecció al turisme de producció
	Millorar el control de la informació turística
	Conèixer millor al turista
En el marc social	Promoure activitats dels elements identitaris d'Alcover
	Millorar l'acollida al municipi
	Adequació del paisatge urbà del centre històric
	Promoure el caire tradicional dels establiments comercials del casc antic
En el marc comercial i econòmic	Fomentar el producte de proximitat en establiments comercials i de restauració
	Aprofundir en la esponsorització d'actes i activitats
En el marc de la imatge	Millorar la senyalització
	Projectar cap al futur Alcover incorporant sistemes de producció i comercialització actuals mantenint el concepte que vincula el municipi amb el seu entorn natural, cultural i històric
En el marc de la gestió	Liderar la gestió a la Vall del Glorieta i controlar l'afluència de visitants
	Aprofitar les xarxes internes per impulsar noves iniciatives
	Incorporar les noves tecnologies a les estratègies de producte i comunicació
	Deixar de pensar en clau interna per projectar-se externament
	Millorar la formació dels agents turístics
	Continuar amb la recuperació i valorització del Mas de Forès

Recomanacions de caràcter específic

5.2. EVOLUCIONAR EL MODEL TURÍSTIC D'ALCOVER

En el marc del turisme

- **Passar del turisme de recol·lecció al turisme de producció**
 - Especialització en segments i productes potencials
Es tracta d'especialitzar l'oferta d'Alcover tot creant productes per a segments específics i de distinta durada. Si es vol fer un producte de caràcter generalista s'acaba fent un producte que no serveix per a cap segment. És millor centrar els esforços en un segment ben conegut i en una fase posterior, un cop testat el producte, adaptar-lo a altres segments als quals es té accés. En el cas d'Alcover, els mercats potencials per als quals seria interessant crear propostes específiques són: famílies, joves i visitants de proximitat. Pel que fa als productes potencials són els derivats de les activitats físiques a l'entorn natural i els de la cultura centrats especialment en el Museu, el Convent de les Arts i el centre històric.
 - Creació de productes / experiències turístiques
La creació de productes turístics així com la de generar sinèrgies positives ha d'aconseguir la creació de negocis de restauració i allotjament. Crear productes i desenvolupar activitats ha de ser sinònim de generar activitat econòmica i incrementar les rendes dels agents turístics. Tanmateix, la creació de productes turístics sustentats sobre el coneixement dels recursos naturals i culturals és la millor eina per assegurar-ne el manteniment futur. A més a més, l'ús recreatiu dels espais naturals i culturals permet gaudir d'experiències singulars.
El desenvolupament d'activitats s'hauria de recollir en un portafolis d'activitats.
- **Millorar el control de la informació turística**
La informació turística acompanya el visitant en la seva estada al territori, li dona seguretat i li aporta suggeriments d'activitat. Per tant, el control de la informació turística té un paper cabdal en el servei donat i també en la promoció del turisme al territori.
- **Conèixer millor al turista**
La disposició d'una oferta turística adaptada a les necessitats de la demanda implica tenir constància i informació sobre quines són les necessitats a atendre. Així mateix, la informació provinent dels usuaris resulta de gran valor per conèixer les fortaleses i debilitats dels productes i serveis oferts. En aquesta línia, es proposa homogeneïtzar i sistematitzar la recollida d'informació dels visitants. D'aquesta manera, es pot aconseguir la fidelització a través de recordatoris d'activitats.

En el marc social

- **Promoure activitats dels elements identitaris d'Alcover**
L'evolució del model turístic d'Alcover ha de passar per la construcció de la seva identitat, fonamentalment a partir de diferents eixos que s'interrelacionen i que conformen el potencial del municipi: natura, història, Fira dels Bandolers i un nou actiu que és el Convent de les Arts. Per tant, aquestes activitats han de tenir com a objectiu potenciar l'atractiu cultural del poble vinculant-ho amb aquests eixos.

També implica la creació de relats i experiències turístiques que vinculin els diferents eixos tant temàticament com en els espais físics.

- **Millorar l'acollida al municipi.**

Quan un turista arriba a un municipi o a una zona geogràfica concreta és molt important que tingui la sensació d'haver arribat a un espai que l'acull i en el qual hi podrà realitzar activitats, descobrir coses, menjar bé o allotjar-se en establiments que s'adiguin als seus gustos. Per aquest motiu cal que el territori estigui preparat, en tots els sentits, per acollir visitants. Per aquest motiu es recomana sobretot:

- Facilitar l'estacionament
- Embellir les entrades
- Fer accessibles els atractius turístics
- Millorar la web de l'ajuntament en quant a turisme.

En relació a l'accessibilitat del Convent, es proposa condicionar el camí que uneix el Convent amb el poble per poder-lo realitzar a peu i així facilitar la connexió del Convent amb el nucli antic.

- **Adequació del paisatge urbà del centre històric**

Caldria crear campanyes encarades als empresaris turístics sensibilitzant-los sobre aquesta qüestió, per treballar l'estètica dels establiments i sobre la importància per al seu negoci i per al territori de que aquesta estètica, s'adigui a la que és tradicional a la zona. Aquest és un tema sobre el que s'ha treballat poc i sobre el que cal incidir perquè el turista dóna molta importància a la integració dels allotjaments, restaurants, i edificacions en general en el seu entorn més proper. El turista, sobretot aquell que busca un ambient poc massificat, tranquil i que destaquí per la seva singularitat, dóna molta importància a l'aspecte del seu destí turístic i, en aquest sentit, l'adequació de les edificacions a l'arquitectura tradicional dels pobles és bàsica.

- **Promoure el caire tradicional dels establiments comercials del casc històric**

Amb l'objectiu de preservar per donar homogeneïtat estètica, mantenir la vida social i promoure la coherència en el casc antic es proposa el següent:

- Fer un inventari de tots els establiments.
- Comunicar fent exposicions de fotografia per potenciar el valor simbòlic i l'autoestima.
- Promoure el suport per part de l'administració local al manteniment dels negocis al casc antic.

En el marc comercial i econòmic

- **Fomentar el producte de proximitat en establiments comercials i de restauració**

- Fomentar l'elaboració de productes locals encarats al mercat turístic.
- Promoure la venda de productes autòctons en agrobotigues, cases de turisme rural, hotels i hostals, restaurants, etc.
- Fomentar l'ampliació de l'oferta de formats i productes, especialment dels més específics com avellanes, mel, cervesa, etc.
- Donar a conèixer els productes típics i els seus punts de venda

- **Aprofundir en la esponsorització d'actes i activitats**

Alcover hauria de promoure accions d'esponsorització per buscar suports per a la promoció i el producte més enllà del que és habitual. Aquests suports es poden posar a la pràctica tot impulsant estratègies que posin Alcover a disposició d'altres marques

o productes turístics i no turístics que tinguin interès en associar-se als valors del municipi per tal d'unir la fortalesa de les diferents marques i generar activitats més competitives amb major valor afegit.

En el marc de la imatge

- **Millorar la senyalització**

La senyalització direccional i informativa és un element clau per a la correcta realització dels itineraris i interpretació dels recursos. Sobretot facilita i ajuda en gran mesura a la mobilitat independent, convida a aturar-se i comporta el descobriment i coneixença dels principals atractius del municipi.

- **Projectar cap el futur Alcover incorporant sistemes de producció i comercialització actuals mantenint el concepte que vincula el municipi amb el seu entorn natural, cultural i històric**

El problema més gran per rendibilitzar les inversions en turisme és la creació de productes i la seva comercialització. La dificultat rau en la multiplicitat d'agents que intervenen en la cadena de valor del producte turístic. Això depèn de dos factors:

- **Creació de producte:** La creació de producte és la peça angular del desenvolupament turístic amb la finalitat d'aprofitar les oportunitats de negoci. Producte turístic és tot allò que es comercialitza i tendeix a facilitar o millorar, des del punt de vista de la pròpia percepció, la qualitat del temps lliure del turista.
- **Comercialització:** Els procediments per l'elaboració de productes varien en funció de les característiques de cada producte i del segments de demanda al qual es dirigeix. La diferenciació, l'especialització i el desenvolupament de nous productes lligats a l'entorn natural, cultural i històric podria ser una de les estratègies específiques de comercialització.

En el marc de la gestió

- **Liderar la gestió a la Vall del Glorieta i controlar l'afluència de visitants**

- Cal gestionar correctament el trànsit motoritzat turístic i recreatiu restringint-lo al màxim possible així com sancionar la pràctica d'esports no autoritzats com el barranquisme.
- Facilitar i incentivar la visita al municipi dels visitants de la Vall
- Millorar la informació del municipi al Mas de Forès

- **Aprofitar les xarxes internes per impulsar noves iniciatives**

El desenvolupament de les activitats turístiques requereix d'una cohesió de les xarxes internes que ha de generar confiança en el sector privat perquè realitzi les inversions necessàries d'activació econòmica. Per això, la consecució d'una gestió eficient de les entitats locals en aquesta matèria esdevé un factor clau per l'èxit de l'activació de propostes de desenvolupament turístic, ja que assegura el compliment dels objectius marcats i la cerca constant de recursos econòmics, necessaris per evolucionar amb el model turístic d'Alcover.

També cal fomentar intercanvis d'experiències entre els emprenedors amb la visita d'experiències en altres indrets.

- **Incorporar les noves tecnologies a les estratègies de producte i comunicació**
La utilització eficient dels processos d'innovació tecnològica aplicats a la producció, venda i consum d'experiències turístiques són un factor clau de les estratègies de producte i comunicació. Per aquest motiu, cal desenvolupar un sistema de comunicació turística que doni coherència a les webs, als formats online.

- **Deixar de pensar en clau interna per projectar-se externament**
Es tracta de crear un marc coherent de relacions supramunicipals i transversals de cara al desenvolupament de les activitats turístiques d'Alcover, que faciliti la construcció d'un espai turístic comú i integrador dotat dels instruments de gestió i finançament adequats.
En funció de les tipologies de productes i segments cal seguir una estratègia activa de presència en els canals i llocs on hi ha el públic objectiu: sobretot el públic familiar.

- **Millorar la formació dels agents turístics**
La gestió del territori des del punt de vista de l'activitat turística i la creació de productes turístics exigeix formació adequada i una actualització continuada dels coneixements relacionats amb l'elaboració, promoció, comercialització de productes i paquets turístics, gestió de fluxos de visitants, d'infraestructures i serveis.
Caldrà tenir especial cura en quant a la formació específica per l'acolliment dels segments especialitzats, així com en la gestió dels equipaments turístics. També cal fomentar el coneixement de llengües i de les eines tecnològiques.

- **Continuar amb la recuperació i valorització del Mas de Forès**
 - Facilitar la interpretació de l'espai natural
 - Recuperar l'entorn natural
 - Recuperar els molins hidràulics
 - Valoritzar el jardí del Mas de Forès
 - Fomentar l'educació ambiental

RECOMANACIONS	
RECOMANACIONS DE CARÀCTER GENERAL	
Passar del caldria fer a fer	
Passar del faran els altres a farem nosaltres	
RECOMANACIONS DE CARÀCTER ESPECÍFIC	
RE-EVOLUCIONAR EL MODEL TURÍSTIC D'ALCOVER	
En el marc del turisme	Treballar amb el concepte de destinació cultural
	Crear esdeveniments i activitats que generin interès pel poble
	Participació activa del Convent de les Arts
	Utilització intensa d'espais urbans com a escenaris per als esdeveniments culturals
En el marc social	Interpel·lar a la ciutadania ocupant espais públics
	Incentivar l'emprenedoria de persones joves al municipi
	Fer participar als ciutadans en el projecte
En el marc comercial i econòmic	Requereix una major inversió
	Promoure la gastronomia a través d'esdeveniments
En el marc de la imatge	Del valor afegit econòmic al valor afegit emocional
	Projectar cap al futur Alcover incorporant noves propostes
	Treballar les xarxes socials a través de continguts de valor
En el marc de la gestió	Model de gestió mixt amb una direcció professional
	Foment d'una administració facilitadora

Recomanacions de caràcter específic**5.3. RE-EVOLUCIONAR EL MODEL TURÍSTIC D'ALCOVER****En el marc del turisme**

- **Treballar amb el concepte de destinació cultural**

Un territori en el qual la cultura sigui el nucli de l'oferta turística i s'alimenti de propostes turístiques complementàries que proporcionen experiències de lleure atractives als visitants. Cal relacionar cultural amb altres elements importants:

- Cultura i natura
- Cultura i patrimoni
- Cultura i història
- Cultura i productes locals

Cultura és coneixement, s'estima i es respecta el que es coneix. Cal fer un pas d'avantguarda que connecti la cultura amb el futur i la creativitat tot complementant la visió nostàlgica de la cultura que mira al passat. Això implica trobar noves formes de comunicar la cultura associada al patrimoni natural i patrimonial a través de la creativitat i l'art. Aquest darrer als espais naturals com el Mas de Forès utilitzant l'art per l'embelliment i combinar l'art efímer amb estructures permanents.

- **Crear esdeveniments i activitats que generin interès pel poble**

El ventall d'esdeveniments o activitats que es poden programar en una iniciativa d'aquestes característiques és molt ampli i la seva elecció estarà condicionada als segments de demanda que es vulgui atreure, als objectius que es pretenguin assolir i a la disponibilitat de recursos econòmics i humans per dur-los a terme.

No obstant això, els eixos centrals d'aquesta iniciativa han de ser, d'una banda, aprofitar els principals elements d'atracció d'Alcover i combinar la seva visita amb activitats culturals, turístiques i d'oci i; de l'altra, crear esdeveniments que generin notícia tot l'any i contribueixi al posicionament del municipi.

A mode d'exemple, es podria:

- Programar activitats destinades al gran públic com ara visites al nucli antic, a sota coberta i al Museu combinades amb activitats dissenyades especialment per al públic familiar o fins i tot organitzar visites exclusives destinades a un públic més especialitzat que es complementin amb propostes de turisme gastronòmic o cultural.
- Promoure un festival que doni visibilitat al municipi, amb l'elecció d'un tema, explorant possibilitats d'organitzar un esdeveniment nou o aprofitant-ne un d'existent i treballant en xarxa per a una major projecció.

- **Participació activa del Convent de les Arts**

El Convent de les Arts comença a donar-se a conèixer com a equipament cultural important i és precisament el valor cultural el que li dona prestigi, notorietat i més projecció turística. No obstant això, més enllà del Convent de les Arts hi ha el nucli antic en el qual existeixen moltes possibles activitats que podrien vincular-se a la cultura com serien les representacions d'arts escèniques utilitzant espais del nucli antic com a escenari o bé la presentació, en format de festival, de la nova programació del Convent. Per tant, l'objectiu és fer del nucli antic una extensió de l'escenari del Convent de les Arts.

D'aquesta manera, la cultura que s'associa al Convent de les Arts esdevé el valor simbòlic d'Alcover, allò que atrau als visitants pel reconeixement i distinció que els dóna i, per tant, cal reforçar-la com a principal element d'atracció. També es pot vincular el Convent amb altres activitats combinades com podria ser la gastronomia, implicant la restauració com a complement de la oferta i arreglant els camins que connecten el Convent de les Arts amb el nucli antic.

En quant a la gestió cal que el Convent treballi en xarxa amb altres equipaments similars.

- **Utilització intensa d'espais urbans com a escenaris per als esdeveniments culturals**
 - **Nucli antic:** hi ha menys presència turística i transmet una imatge més tradicional i amable, on es recupera la tranquil·litat i els espais delicats. Per aquest motiu caldrà pensar en activitats de més exclusivitat, on domini el petit format, el contacte personal i el gaudir dels espais tradicionals. L'objectiu seria revaloritzar aquest espai per incentivar negocis turístics, especialment en la restauració.
 - **Perifèria:** hi ha una major activitat, ha de ser el lloc de consum turístic on proposar activitats pel gran públic. Un espai de gran format, de caire festiu i desenfadat per a una major integració de la població amb projectes culturals i artístics.

En el marc social

- **Interpel·lar a la ciutadania ocupant espais públics**
És necessari que el patrimoni es valoritzi també a partir de la voluntat i la consciència de la població local. Per aquest motiu es recomana realitzar activitats i esdeveniments ocupant espais públics on la ciutadania esdevé protagonista facilitant així la interactuació amb la gent del poble. De la mateixa manera que passa amb la Fira de Bandolers en el casc antic, s'han de promoure activitats més enllà del nucli tradicional que malgrat és l'essència del municipi, la resta també és Alcover.
- **Incentivar l'emprenedoria de persones joves al municipi**
Cal que la població jove pugui aprofitar-se dels beneficis de l'activitat turística i tingui l'oportunitat de prendre la iniciativa en la creació d'activitats i serveis beneficiant-se de la generació de rendes que el turisme permet. Sobretot es recomana a l'Ajuntament el següent:
 - Facilitar concessions a joves en equipaments públics amb activitats relacionades amb el comerç i la restauració al nucli antic.
 - Incentivar el contacte amb altres emprenedors a través de viatges de demostració.
 - Promoure el coworking facilitant espais de reunió i col·laboració.
- **Fer participar als ciutadans en el projecte**
La població ha de conèixer el projecte i s'ha de permetre el seu debat per tal de que l'assumeixin com a propi i participin d'alguna manera en el Pla d'acció. Com a primera actuació, tenint en compte que la residència d'artistes del Convent és encara un projecte, es proposa que la ciutadania que estigui interessada aculli als artistes en les seves estades a Alcover.

En el marc comercial i econòmic

- **Requereix una major inversió**

Si el model turístic funciona, el casc antic esdevindrà un lloc dinàmic amb moltes possibilitats per l'obertura de nous negocis, bars, restaurants, etc. La millor manera d'incentivar la iniciativa privada per aquests nous negocis és activar la posada en valor del casc antic a partir de l'embelliment, la recreació històrica i la valorització cultural. També cal considerar la possibilitat d'utilitzar una part de l'edifici situat davant del museu, que recentment ha adquirit l'Ajuntament, per un ús social que es podria externalitzar per a l'explotació d'un establiment de restauració. En un primer estadi, potser cal plantejar-se aquesta iniciativa pública.

- **Promoure la gastronomia a través d'esdeveniments**

En la línia de generar activitat turística al municipi, es proposa fomentar els esdeveniments gastronòmics. Tanmateix, no s'ha de tractar de la festa gastronòmica tradicional celebrada anualment en molts pobles del territori, centrada en l'elaboració i degustació del plat, sinó que ha de prendre un caràcter aglutinador dels elements d'atracció d'Alcover per tal de diferenciar-se i comptar amb la participació de la gent del poble i els visitants. Exemples que es podrien aplicar al municipi seria Santa Teca de Tarragona o la Fira de la cervesa artesana de Torredembarra.

En el marc de la imatge

- **Del valor afegit econòmic al valor afegit emocional**

Alcover és un municipi amb una llarga tradició històrica, cosa que es reflecteix amb el nombrós patrimoni cultural i monumental que es manifesta en els seus edificis. Però aquests edificis i el conjunt del casc antic contenen una virtualitat difícil d'explicar perquè rau en el camp de les emocions. Alcover disposa d'uns recursos materials capaços de comunicar emocions intangibles gràcies al manteniment dels símbols i les estructures urbanes passades.

Si els valors fonamentals del turisme del futur han de tenir la capacitat de comunicar experiències i emocions, la gran quantitat d'elements simbòlics que conté Alcover en el centre històric són la clau per aconseguir un desenvolupament turístic amb un model diferent i únic.

La inversió en cultura millora l'autoestima del lloc, la integració dels habitants i la projecció externa. Els resultats econòmics han de tenir en compte aquests factors que d'aquesta manera es poden quantificar.

- **Projectar cap el futur Alcover incorporant noves propostes**

Partint de la situació en que l'Alcover ja disposa de recursos amb potencial suficient per a ser aprofitats en el marc de l'activitat turística, el següent pas és projectar aquests recursos incorporant noves propostes. En aquesta línia, Alcover ha de treballar per a l'activació total dels seus recursos generant propostes culturals i de lleure que despertin interès i motivin les visites al municipi. També, l'aspecte important d'aquesta actuació i que permetrà diferenciar-se ha de ser el foment dels seus elements d'identitat. Aquests elements transmetran els valors històrics, socials i culturals del municipi i de la seva gent tot aportant autenticitat a les propostes i vinculant emocionalment el visitant amb el territori.

- **Treballar les xarxes socials a través de continguts de valor**

El manteniment del posicionament i la generació d'atractiu d'una iniciativa com la d'Alcover depenen en gran mesura de la seva capacitat de generar notícia i tenir

presència, seguint les noves tendències de la societat de la informació, en els formats on-line i les xarxes socials. També cal tenir cura en els esdeveniments a convidar *intagramers* o influenciadors del moment.

D'aquesta manera s'afavoreix la generació de continus estímuls als visitants potencials i el record de l'experiència a través de continguts de valor.

En el marc de la gestió

- **Model de gestió mixt amb una direcció professional**

A l'hora de promoure la creació d'un model de gestió com el que es proposa, el repte és precisament trobar l'equilibri en la participació de tots els agents implicats en el desenvolupament turístic d'Alcover: les institucions públiques i el sector turístic privat. Aquest equilibri es considera que ha de partir de la delimitació clara de les funcions de cadascun dels grups d'agents i del rol que han de desenvolupar en el marc de la gestió. Aquest nou model ha de suposar l'inici d'una nova etapa en la qual la unió d'esforços dels agents públics i privats i la integració dels seus interessos facin possible enfortir i consolidar la gestió d'Alcover i fer front a un escenari cada vegada més competitiu. Des d'aquest punt de vista convindria valorar la possibilitat de crear un ens professional que aglutinés el projecte cultural amb responsabilitats sobre el desenvolupament turístic i econòmic derivat de les activitats d'oci.

- **Foment d'una administració facilitadora**

Per part de l'administració, hi ha d'haver la voluntat de posar totes les mesures possibles per facilitar la integració dels agents turístics privats i que aquests així ho percebin. Així com de donar suport a les iniciatives que puguin sorgir del sector privat, associacions, entitats o fins i tot, casos particulars de la gent del poble. De la mateixa manera que s'ha d'incentivar la recuperació de façanes es poden establir mesures d'acompanyament discriminat sobre aquelles iniciatives que es volen promoure.