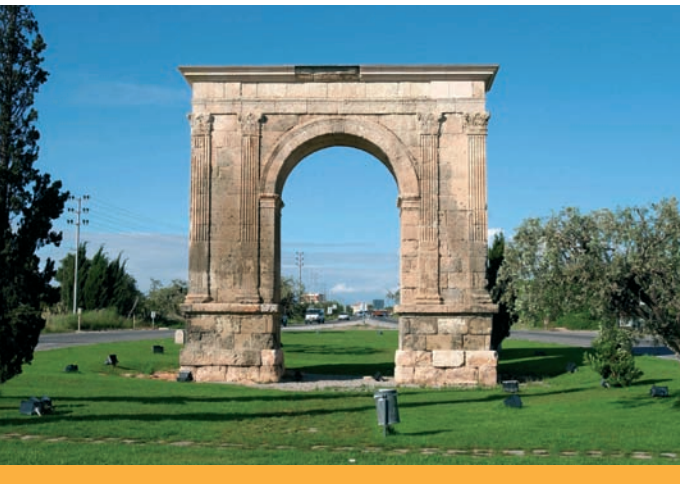


¿Qué son los planes de competitividad turística?

Son programas impulsados por la Secretaría de Estado de Turismo, con la participación de agentes públicos y privados, las directrices prioritarias de los cuales tienen que ver con los productos turísticos y los destinos.



¿Por qué el plan de competitividad turística de la Tàrraco Romana?

Uno de los tipos de planes de competitividad se orienta a destinos turísticos de proyección internacional. El Consorcio de la Tàrraco Romana, formado por los ayuntamientos de Altafulla, Constantí, Roda de Barà y Tarragona, y el Consell Comarcal del Tarragonès, encargó al Parque Científico y Tecnológico de Turismo de la Universitat Rovira i Virgili un proyecto para desarrollar un plan de este tipo en su territorio. Este plan define las actuaciones a realizar para poder lograr los siguientes objetivos:

- » Consolidar la Tàrraco Romana como un destino principal de turismo cultural del Mediterráneo
- » Cohesionar como destino turístico los espacios que conforman la Tàrraco Romana
- » Desarrollar una oferta innovadora de productos de turismo cultural en Roda de Barà y Altafulla
- » Vincular el patrimonio de Constantí como un activo de la ciudad de Tarragona
- » Generar una imagen de Tarragona como capital cultural y de calidad de vida en los mercados emisores
- » Desarrollar una oferta innovadora de productos turísticos en Tarragona

Edició: Consorci de la Tàrraco Romana. Disseny: Pastor Arquena de Publicitat - Fotografia: Arxiu Patrimonial Municipal de Turisme de Tarragona. T.MHT. Dipòsit Legal: T-822-2010



TARRACOROMANA



TARRACOROMANA
Consorci del Pla de Competitivitat Turística de la Tàrraco Romana



ASSOCIACIÓ D'EMPRESARIS
D'HOTALERIA



Generalitat de Catalunya
Departament d'Innovació,
Universitats i Empresa

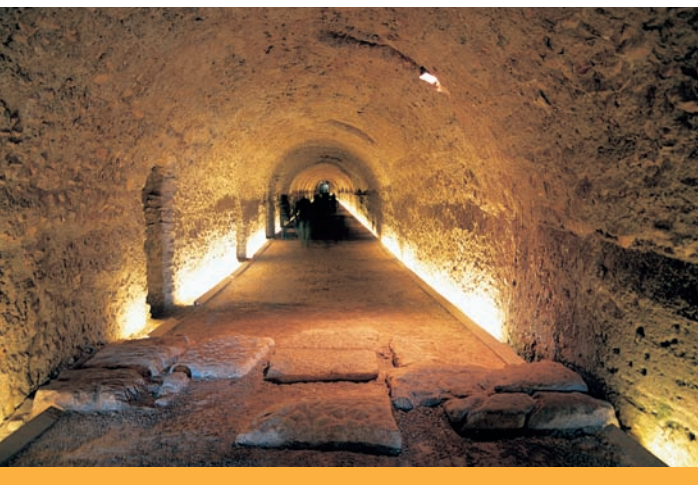


PLA DE
COMPETITIVITAT
TURÍSTICA

PLAN DE
COMPETITIVIDAD
TURÍSTICA

Què són els plans de competitivitat turística?

Són programes impulsats per la Secretaria d'Estat de Turisme, amb la participació d'agents públics i privats, les directrius prioritàries dels quals tenen a veure amb els productes turístics i les destinacions.



Per què el pla de competitivitat turística de la Tàrraco Romana?

Un dels tipus de plans de competitivitat s'orienta a destinacions turístiques de projecció internacional.

El Consorci de la Tàrraco Romana, format pels ajuntaments d'Altafulla, Constantí, Roda de Barà i Tarragona, i el Consell Comarcal del Tarragonès, va encarregar al Parc Científic i Tecnològic de Turisme de la Universitat Rovira i Virgili un projecte per desenvolupar un pla d'aquest tipus en el seu territori. El pla defineix les actuacions a fer per poder assolir els següents objectius:

- » Consolidar la Tàrraco Romana com un destí principal de turisme cultural de la Mediterrània
- » Cohesionar com a destinació turística els espais que conformen la Tàrraco Romana
- » Desenvolupar una oferta innovadora de productes de turisme cultural a Roda de Barà i Altafulla
- » Vincular el patrimoni de Constantí com un actiu de la ciutat de Tarragona
- » Generar una imatge de Tarragona com a capital cultural i de qualitat de vida en els mercats emissors
- » Desenvolupar una oferta innovadora de productes turístics a Tarragona

Qui pren part en el Pla de Competitivitat Turística de la Tàrraco Romana?

El pla es va iniciar el 30 de novembre de 2009, amb la signatura d'un conveni de col·laboració entre:

- » Turespaña, Instituto de Turismo de España
- » Departament d'Innovació, Universitats i Empresa
- » Consorci de la Tàrraco Romana
- » Associació d'Empresaris d'Hostaleria de la Província de Tarragona

Té un pressupost de 4.200.000€ repartits en les anualitats 2009-2013, i es finança a parts iguals (1.400.000€) per Turespaña, el Departament d'Innovació, Universitats i Empresa i el Consorci de la Tàrraco Romana.

En la primera anualitat el Pla està gestionant un pressupost de 1.062.347€

¿Quienes forman parte del Plan de Competitividad Turística de la Tàrraco Romana?

El plan se inició el 30 de noviembre de 2009, con la firma de un convenio de colaboración entre:

- » Turespaña, Instituto de Turismo de España
- » Departamento de Innovación, Universidades y Empresa
- » Consorcio de la Tàrraco Romana
- » Asociación de Empresarios de Hostelería de la Provincia de Tarragona

Tiene un presupuesto de 4.200.000€ repartidos en las anualidades 2009-2013, y se financia a partes iguales (1.400.000€) por Turespaña, el Departamento de Innovación, Universidades y Empresa y el Consorcio de la Tàrraco Romana.

En la primera anualidad el Plan está gestionando un presupuesto de 1.062.347€

Quines actuacions es podran veure a curt i mig termini?

- » Nova senyalització turística urbana de Tarragona
- » Instal·lació de pantalles tàctils d'informació a Tarragona
- » Adequació de l'edifici del Banc d'Espanya, a la Rambla Nova de Tarragona, com a gran centre de recepció de visitants
- » Nous elements artesanals de marxandatge
- » Expansió de Tàrraco Viva, el principal festival de divulgació històrica d'Europa, a Altafulla, Constantí i Roda de Barà
- » Recuperació d'un recorregut a peu i en BTT seguint la Via Augusta i enllaçant els monuments del patrimoni romà

I també accions que ajudin a:

- » Crear productes específics per a segments de turistes concrets
- » Formar als professionals del turisme, tant de les administracions com de les empreses
- » Divulgar les especificitats de cada municipi vinculant-les a tot el territori
- » Fer que el patrimoni monumental generi emocions, experiències úniques entre els turistes i els ciutadans, i es converteixi en un element de cohesió social, autoestima i projecció internacional

¿Qué actuaciones se podrán ver a corto y medio plazo?

- » Nueva señalización turística urbana de Tarragona
- » Instalación de pantallas táctiles de información en Tarragona
- » Adequación del edificio del Banco de España, en la Rambla Nova de Tarragona, como gran centro de recepción de visitantes
- » Nuevos elementos artesanales de merchandising
- » Expansión de Tàrraco Viva, el principal festival de divulgación histórica de Europa, a Altafulla, Constantí y Roda de Barà
- » Recuperación de un recorrido a pie y en BTT siguiendo la Via Augusta y enlazando los monumentos del patrimonio romano

Y también acciones que ayuden a:

- » Crear productos específicos para segmentos de turistas concretos
- » Formar a los profesionales del turismo, tanto de las administraciones como de las empresas
- » Divulgar las especificidades de cada municipio vinculándolas a todo el territorio
- » Hacer que el patrimonio monumental genere emociones, experiencias únicas entre los turistas y los ciudadanos, y se convierta en un elemento de cohesión social, autoestima y proyección internacional