

L'APUNT

Internet, opció majoritària d'organització

■ Quant a la forma d'organitzar el viatge, Internet continua sent l'opció majoritària: un 48,7% de turistes contracten l'estada a través d'agències de viatge 'on line', cercadors i altres sistemes virtuals. Si ens fixem en el tipus d'allotjament, el 64,7% dels que s'allotgen en cases rurals han organitzat el viatge per Internet, mentre que els que s'estan en càmpings opten per reservar directament a l'empresa: un 66,5%. I com més gran és el viatger, menys utilitza Internet. Els turistes de 65 anys o més opten principalment per contractar l'estada directament a l'allotjament.



El turista català amb fills petits és el perfil més habitual de turistes. FOTO: JOAN REVILLAS

TERRITORI ■ ANÀLISI DE L'OBSERVATORI DE LA FUNDACIÓ D'ESTUDIS TURÍSTICS VINCULAT A LA URV

Creix el turista estatal i estranger a l'Ebre en detriment del mercat català

Els turistes procedents de Barcelona són els que han experimentat un major descens mentre augmenta el turista francès, que s'ha doblat, i el dels Països Baixos, que s'ha triplicat

REDACCIÓ

Els visitants a les Terres de l'Ebre procedents de la resta de l'Estat i de l'estranger han augmentat en 6 punts i 3 punts, respectivament, en detriment del mercat català, que ha davallat gairebé 10 punts percentuals.

Aquesta és una de les principals conclusions de l'anàlisi de la demanda turística de 2014 dirigit per l'Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics vinculat a la Universitat Rovira i Virgili i que ha presentat el Patronat

de Turisme de la Diputació de Tarragona.

Els turistes procedents de Barcelona són els que han experimentat un major descens. València, Aragó i el País Basc continuen sent les comunitats de l'Estat que més visiten l'Ebre. Pel que fa a turistes de l'estranger, els francesos gairebé s'han doblat (han passat del 6% al 11%) i els Països Baixos s'han triplicat. Pel que fa als turistes que aquest estiu han visitat l'Ebre per primer cop, el 41% afirma que havia sentit a parlar de la destinació feia anys i el 30,6%

diu haver conegut la destinació a través d'amics o parents.

El visitant tipus

Les dades destaquen que el visitant tipus és un adult d'entre 35 i 44 anys que viatja en família i es desplaça en vehicle propi. D'altra banda, l'estudi percep l'augment d'aquest perfil de turista, que s'ha vist incrementat en 6,2 punts i que permet situar el turisme familiar en les primeres posicions de visitants de la destinació. Pel que fa al nivell econòmic, el grup predominant segueix sent de classe mitjana (42,7%), seguit de la classe mitjana-alta (29,6%). Destaca l'increment de la classe alta, de 2,6 punts, mentre que la classe social mitjana-baixa i baixa han disminuït 8,8 i 2,2 punts.

Les principals activitats realitzades durant l'estiu han estat anar a la platja (64,8%), visitar llocs culturals i/o naturals (36,7%) i relaxar-se i descansar (35,5%). El Parc del Delta ha captat l'atenció de bona part dels turistes allotjats a hotels, càmpings i establiments de turisme rural un 50,5% de freqüència. Els següents espais més freqüentats han estat Tortosa (15,6%) i el Montsià (13,4%). Quant a les motivacions, un 46,1% la consideren una destinació que transmet «calma i tranquil·litat». Altres vinculen aquest territori amb «naturalesa» (8,1%) i «vacances» (6,0%).

El resultat consolida, un any més, la destinació com a preferent de turisme familiar, gràcies a actius com les platges, els espais naturals i el patrimoni cultural.