

B7. El turisme

David Saurí

Departament de Geografia i Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals, Universitat Autònoma de Barcelona.

Joan Carles Llurdés

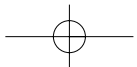
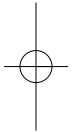
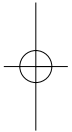
Departament de Geografia i Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera, Universitat Autònoma de Barcelona.

David Saurí Pujol (Barcelona, 1958) és llicenciat en Filosofia i Lletres per la Universitat Autònoma de Barcelona i doctor en Geografia per la Universitat de Clark (EUA). Actualment, és catedràtic del departament de Geografia i membre de l'Institut de Ciència i Tecnologia Ambientals de la Universitat Autònoma de Barcelona, i ha estat director del Centre d'Estudis Ambientals de la mateixa universitat (2000-2003).

Ha publicat un centenar de treballs sobre riscos naturals i tecnològics, planejament i gestió de recursos hídrics i canvi global i canvi d'usos del sòl en espais mediterranis. La seva recerca ha estat finançada per la Unió Europea, la CICYT espanyola i el DURSI.

Joan Carles Llurdés i Coit (Manresa, 1966) és doctor en Geografia Humana per la Universitat Autònoma de Barcelona (1998). Actualment és professor titular al Departament de Geografia de la mateixa universitat, on imparteix docència principalment en assignatures de Turisme i de Cartografia. També és professor de l'Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera (UAB) i consultor dels estudis de Turisme de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Les seves activitats de recerca s'han centrat en temes relacionats amb el turisme i el medi ambient (planificació turística, nous recursos turístics, incendis forestals, riscos ambientals, residus industrials, conflictes locacionals, etc.), que s'han vist reflectides tant en la seva participació en una desena de projectes amb finançament públic com en la publicació d'articles en un ampli ventall de revistes -d'ambdues temàtiques- nacionals i internacionals (*Annals of Tourism Research*, *Estudios Turísticos*, *Anales de Geografía de la UCM*, *Journal of Environmental Planning and Management*, *Environmental Hazards*, *Land Use Policy*, etc.) i també d'alguns capítols de llibres.



Síntesi	451
B7.1. Introducció	453
B7.2. Turisme i clima	455
B7.3. Turisme i canvi climàtic	458
B7.4. El turisme a Catalunya i al món. Situació actual i tendències de futur	460
B7.5. Característiques de l'oferta turística a Catalunya	463
B7.5.1. El turisme de sol i platja	464
B7.5.1.1. El mercat estranger	467
B7.5.1.2. El mercat espanyol	467
B7.5.1.3. El mercat català	467
B7.5.1.4. Ocupació hotelera	467
B7.5.1.5. Ocupació dels càmpings	468
B7.5.2. El turisme d'hivern	469
B7.5.3. El turisme alternatiu	471
B7.6. Escenaris climàtics a Catalunya i possibles efectes en la oferta turística	472
B7.6.1. Els impactes sobre el turisme de sol i platja	473
B7.6.2. Impactes sobre el turisme d'hivern	476
B7.6.3. Impactes sobre el turisme alternatiu	478
B7.7. Estratègies adaptatives als possibles efectes del canvi climàtic	479
B7.7.1. Mesures adaptatives al turisme de sol i platja	479
B7.7.2. Mesures adaptatives al turisme d'hivern	479

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

B7.7.3. Mesures adaptatives al turisme alternatiu	480
B7.8. Conclusions	480
Referències bibliogràfiques	482
Annex. Relació d'especialistes contactats que han respost l'enquesta	483

Síntesi

El turisme és la primera activitat econòmica de Catalunya. L'any 2002 aquest sector generà entorn del 10% del PIB català i proporcionà feina a aproximadament el 10% de la població activa del país. Es tracta d'un àmbit econòmic molt diversificat que comprèn turisme de masses (sol i platja), turisme d'hivern (esquí) i formes emergents de turisme alternatiu com les vinculades a la natura i l'aventura, al patrimoni cultural i urbà, a la pràctica de certs esports com el golf o la nàutica, a la creació de parcs temàtics, etc. L'anomenat «turisme de sol i platja» encara és predominant, seguit pel turisme d'hivern vinculat amb la pràctica de l'esquí, aquest darrer amb una presència aclaparadora del mercat domèstic. Tanmateix, els ritmes de creixement més importants dels darrers anys es donen en les diverses formes de turisme alternatiu, especialment l'anomenat turisme rural i també el de patrimoni i cultura.

A Catalunya, el sector presenta força avantatges comparatius amb relació a d'altres destinacions. Entre aquests avantatges cal destacar la condició de país desenvolupat i estable amb un bon nivell d'equipaments i serveis, la proximitat als grans mercats europeus, un important grau de fidelitat dels clients, i unes estructures empresarials sòlides i experimentades. Aquests trets positius continuaran essent claus en els propers anys, sobretot si augmenta la diversificació i integració dels diferents productes turístics.

El clima és fonamental per a una gran part de l'oferta turística de Catalunya. Per tant, qualsevol canvi en les condicions climàtiques podria comportar impactes molt significatius en aquest àmbit. Ara bé, el sentit d'aquesta afectació -positiu o negatiu- dependrà de cada subsector turístic i de les estratègies d'adaptació i/o mitigació adoptades. D'altra banda, sembla important tenir en compte la variable temporal, de forma que a curt

termini no es preveuen impactes significatius, ni tampoc a llarg termini semblaria que es podrien assolir unes temperatures prou elevades com per fer retraure la demanda de turisme de sol i platja. En canvi, a llarg termini el turisme d'hivern es podria veure afectat, especialment en aquelles àrees situades a cotes més baixes.

El sector turístic català no sembla ser massa conscient dels possibles impactes del canvi climàtic. Tradicionalment, el turisme català ha estat molt més atent a qüestions conjunturals, a curt termini, que a d'altres de caràcter més estructural. Un exemple d'aquesta manca de conscienciació es reflecteix en els projectes d'obertura de noves estacions d'esquí al Pirineu i/o d'ampliació de les existents.

El turisme de sol i platja probablement no es veurà afectat significativament pel canvi climàtic, ans el contrari. Una hipòtesi probable és un augment de la freqüentació de visitants per l'allargament de la temporada i la disminució de l'estacionalitat. Addicionalment, l'increment més alt de les temperatures amb els conseqüents problemes de manca de confortabilitat en destinacions competidores també podria influir positivament en aquest subsector.

No obstant això, alguns impactes derivats del canvi climàtic (com l'augment de la freqüència dels fenòmens extrems i l'increment del nivell del mar) podrien comportar conseqüències potencialment devastadores per al turisme de sol i platja, en amenaçar un recurs bàsic com són les pròpies platges. Si aquests canvis es confirmen, aleshores caldrà decidir entre la construcció d'obres de defensa del litoral i la reordenació del medi construït a la primera línia de costa, ambdues alternatives amb uns costos potencials molt elevats. A més, caldrà veure també la disponibilitat futura dels recursos hídrics, també

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

amenaçada per l'evolució de les condicions climàtiques.

Els impactes més importants probablement recaurien sobre el turisme d'hivern, tot i que variarien considerablement en funció de la ubicació de les estacions d'esquí. En qualsevol cas, la resposta a la variabilitat climàtica mitjançant l'ús de canons de neu artificial podria intensificar-se en el futur, especialment a les estacions més orientals del Pirineu català. S'ha de destacar que la innivació artificial ha estat una adaptació molt reeixida a la variabilitat climàtica, tot i que també té clares limitacions ambientals. Per això, amb l'ajut dels canons de neu artificial l'esquí probablement podrà mantenir-se per sobre la cota dels 2.000 metres, la qual cosa podria implicar, però, l'abandonament de part de les instal·lacions actuals.

Finalment, els impactes sobre l'anomenat turisme alternatiu podrien variar en funció del tipus

concret d'activitat. D'antuvi no sembla que el turisme cultural i urbà s'hagin de veure massa afectats. En canvi, l'anomenat ecoturisme i el turisme rural ho podrien resultar en la mesura que el patrimoni natural (per exemple, les zones humides del litoral) que els sustenta evolucioni negativament com a conseqüència del canvi climàtic.

En conclusió, el sector turístic català ha iniciat ja un procés d'adaptació a les noves tendències en el món del turisme, especialment orientades cap a la diversificació i integració de «productes» i «paquets», així com a la millora de la qualitat, incloent de manera molt significativa la millora en el rendiment ambiental de les empreses i destinacions turístiques. En reduir el risc de dependència d'un sol àmbit, el sector també estaria millor preparat per afrontar els possibles impactes del canvi climàtic. Caldrà veure però, si aquesta tendència es converteix en una realitat durant els propers anys.

B7.1. Introducció

El turisme ha esdevingut un sector clau en l'economia, la societat i el territori de Catalunya. Actualment, aquest sector genera, aproximadament, el 10% del PIB català i ocupa un 10% de la població activa del nostre país. A causa de factors naturals, històrics i culturals, Catalunya compta amb una oferta turística molt variada que fa possible, en un marc territorial relativament reduït, la pràctica de gairebé totes les modalitats turístiques: sol i platja, esports d'hivern i, més recentment, turisme de «natura», turisme «cultural», «d'aventura», «temàtic», etc. Totes aquestes possibilitats faciliten la competitivitat del turisme català en els marcs espanyol i europeu, així com en el propi context del mercat domèstic. Tanmateix, algunes modalitats comencen a donar símptomes de saturació i/o estancament, per la qual cosa la tendència futura s'encamina a la creació de productes integrats, que combinin diferents modalitats turístiques. En termes generals, i d'acord amb les opinions de molts professionals i experts en el sector que han estat consultats per a aquest treball, les perspectives futures del turisme a Catalunya són relativament bones, i més encara si hom és capaç de crear i capturar mercats interessats en la qualitat i la diversificació de les activitats.

El clima constitueix un component fonamental de l'oferta turística, per la qual cosa els canvis climàtics que es puguin experimentar en el futur segurament tindran una gran importància en el

sector turístic català. El gran repte, encara no resolt, és aconseguir traslladar aquesta idea general a la situació concreta de Catalunya, un país caracteritzat, entre altres, per una gran diversitat climàtica. Admetent que, de moment, resulta impossible avaluar amb precisió la magnitud i la distribució espacial i temporal del canvi climàtic i els seus efectes sobre el turisme, sí és possible formular algunes hipòtesis que, si més no, poden orientar la recerca de cara al futur. Aquest apartat, doncs, invita a la precaució, però, al mateix temps –i si s'ha de fer cas dels treballs que s'estan duent a terme a d'altres països–, també pretén plantejar la transcendència del tema i, en alguns casos, la necessitat de pensar en alternatives de futur per a aquest sector. Cal dir, també, que el canvi climàtic no s'ha de contemplar com un fenomen estrictament negatiu. És més, com tot canvi, a nivell econòmic i social hi haurà guanyadors i perdedors, i el sector turístic no n'és una excepció.

El capítol s'estructura de la manera següent. En primer lloc, es tracten les relacions entre clima i turisme, tot destacant la importància històrica i actual d'aquestes i introduint en línies generals la qüestió del canvi climàtic i com aquest pot afectar algunes de les destinacions turístiques del planeta, tant directament (per exemple, a través d'un increment de la temperatura fins a nivells no confortables), com indirecta (per exemple a causa d'un augment del nivell del mar que comporti la desaparició d'espais costa-

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

ners que ara són utilitzats amb finalitats turístiques).

El segon apartat ofereix una breu recapitulació de les tendències actuals del sector turístic al món i, més concretament, a Catalunya. A escala global, el turisme mantindrà una tendència de creixement, tot i que es pot veure afectada per esdeveniments puntuals, sobretot de caire polític. Al nostre país, i com ja s'ha comentat abans, les perspectives també són relativament bones, malgrat que probablement el sector necessitarà una reestructuració, amb una aposta forta per ofertes integrades i d'un increment de la qualitat. D'altra banda, Catalunya compta amb un mercat força fidel i, comparativament, presenta una sèrie d'avantatges sobre altres destinacions, especialment per la seva proximitat i accessibilitat als grans mercats europeus.

El tercer apartat examina amb més detall les característiques de la oferta turística a Catalunya, a partir de la seva diferenciació en tres grans segments:

- 1) El «turisme de sol i platja» (amb molt, el subsector majoritari).
- 2) El turisme d'hivern (vinculat principalment a la pràctica de l'esquí alpi).
- 3) El turisme que podríem anomenar «alternatiu» i que engloba un subsector molt heterogeni (ecoturisme, turisme rural, d'aventura, cultural, etc.), amb un gran potencial de creixement, sobretot en el cas que s'apliquin fórmules integrades.

En quart lloc, s'incideix plenament en la qüestió dels possibles impactes del canvi climàtic en el sector turístic català, la qual cosa s'intenta detallar per a cadascun dels tres segments descrits anteriorment. Atesa la manca d'estudis previs i les grans incerteses que envolten aquesta qüestió, les apreciacions fetes en aquest capítol —que s'han intentat contrastar amb diversos experts i professionals del sector—, han de ser considerades forçosament com a orientatives i, segura-

ment, massa generalistes. La qüestió, però, és prou important com per ser objecte d'una atenció creixent a escala internacional. En aquesta mateixa línia, cal remarcar que a l'abril de 2003 va tenir lloc a Djerba (Tunísia) la *Primera Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme*, amb més d'un centenar de participants (cap d'ells, però, procedent de l'Estat espanyol, almenys com a comunicants).

Segons l'anàlisi realitzada per l'equip redactor d'aquest apartat, amb la informació disponible actualment no es pot concloure que el turisme català en el seu conjunt s'hagi de veure greument perjudicat pel canvi climàtic. Amb tot, aquest fenomen sí que probablement esperonarà (juntament amb altres factors) altres canvis en aquells sectors potencialment més vulnerables, com ara el turisme d'hivern. Addicionalment, caldrà també estar molt atents als impactes indirectes del canvi climàtic, com per exemple l'increment de fenòmens extrems amb incidència en el cicle hidrològic (sequeres i inundacions), i d'altres fenòmens extrems, en part vinculats amb els anteriors i que poden malmetre els espais tradicionals del turisme de sol i platja. Així mateix, l'augment del nivell del mar podria afectar aquests espais així com alguns ecosistemes litorals, ara molt preuats per les activitats de turisme alternatiu.

El cinquè apartat està dedicat a les possibles respostes o mesures d'adaptació del sector turístic al canvi climàtic. Atès que es tracta d'un fenomen relativament gradual i que el sector turístic català té capacitat de resposta davant d'aquests i d'altres reptes, hi ha la intuïció que alguns dels factors apuntats abans sobre les tendències futures del sector (reestructuració, diversificació, paquets integrats, desestacionalització, etc.) es podran utilitzar també com a estratègies per fer front al canvi climàtic. Tanmateix, altres possibles impactes indirectes (inundacions, sequeres, inundació d'ecosistemes litorals o destrucció de platges per efecte dels temporals de llevant, etc.), requeriran respostes que ultrapassin l'es-

tricta capacitat adaptativa del sector i que poden incidir en una major regulació pública del seu creixement futur. Així, si els costos econòmics i ambientals derivats del canvi climàtic són valorats com massa elevats en relació als beneficis derivats d'una contínua expansió de l'activitat turística, aleshores el sector podria experimentar certes dificultats.

Finalment, les conclusions que s'ofereixen intenten resumir els principals punts del treball i presentar algunes reflexions sobre el futur, insistint en la necessitat d'ampliar els coneixements actuals sobre el canvi climàtic a Catalunya i les possibles reaccions del sector turístic, que de moment no sembla ser massa conscient de la importància d'aquesta qüestió. La inacció davant la incertesa és poc recomanable, però en aquest cas encara fa falta ampliar els coneixements disponibles sobre el clima i el turisme. Aquesta manca de coneixement es posa de manifest, precisament, en aquest mateix estudi: un assaig com aquest –prou habitual ja en altres contrades del món– és inèdit a Catalunya i aquesta circumstància no resulta en absolut positiva per a un treball que hauria de tenir fonamentalment un caire de revisió.

La metodologia emprada en la realització del capítol obeeix a la natura d'un treball tipus *review*. Així, una part important de la informació aportada prové d'articles científics sobre turisme, clima i canvi climàtic, així com d'informes i d'altres dades sobre aquests temes. En aquest darrer sentit, ha estat molt útil poder accedir a alguns dels treballs presentats a la Conferència de Djerba esmentada anteriorment¹. Tanmateix, i a causa de l'escassa informació existent per al cas català, ha estat necessari obtenir i treballar dades addicionals (com en el cas del turisme d'hivern). També s'ha considerat molt important incloure

¹ Els autors volen fer constar el seu agraïment al Sr. Albert Martínez, de la revista *Editor*, i un dels pocs assistents catalans i espanyols a la Conferència de Djerba, per posar tots aquests materials a la seva disposició.

les opinions d'un ampli ventall d'experts i professionals del món del turisme, per la qual cosa es va enviar una cinquantena d'enquestes (amb unes 30 respostes obtingudes). En aquestes enquestes –molt simples– es demanava, principalment, una valoració dels possibles impactes del canvi climàtic sobre aquest sector i una valoració de les possibles estratègies de mitigació i adaptació. La relació de persones que s'han prestat amablement a contestar es troba inclosa en l'annex 1, i els autors voldrien mostrar-los el seu agraïment des d'aquestes mateixes pàgines.

B7.2. Turisme i clima

Durant les darreres dècades, el turisme ha esdevingut una de les activitats de més rellevància econòmica, social i ambiental a Catalunya, al mateix temps que també s'ha convertit en un dels millors reflexos de la societat contemporània de consum de masses. Només cal donar una ullada a les dades anuals de moviments de turistes i del volum d'ingressos que generen per adonar-se que en absolut es tracta d'una activitat conjuntural, sinó plenament estructural, aquella que millor resisteix els períodes de crisi, recessió i desconfiança i aquella que també es recupera més ràpidament d'aquests moments d'incertesa.

La demanda turística, un tema clau al nostre país, depèn molt del lloc d'origen dels turistes i de la seva destinació. La selecció de la destinació es un procés molt complex, i factors psicològics com la disponibilitat de temps i la necessitat d'escapar de la rutina diària hi juguen un paper cada cop més important. En general, l'experiència indica que els turistes prefereixen llocs secs i assolellats, els països grans als països petits (per exemple aquells que tenen més oferta a nivell de turisme de platja o que permeten ser més selectius respecte les zones a visitar), un bon nivell de serveis i, en general, països amb ingressos elevats o mitjans abans que països pobres (Lise i Tol, 2002).

Sigui quina sigui l'escala territorial utilitzada per fer l'anàlisi, és obligat reconèixer que la distribu-

ció espacial i temporal dels moviments de turistes i dels centres turístics és força desigual. Així, és evident que es poden trobar atractius uns territoris determinats i uns altres que ho són menys o que no ho són en absolut. De la mateixa manera, en un mateix territori es poden trobar uns períodes de l'any molt favorables per a l'exploració del turisme, que alternen amb uns altres que impedeixen aquesta activitat o en el millor dels casos, la limiten. D'altra banda, tothom també pot tenir al cap una imatge més o menys idíl·lica d'alguns territoris que respondrien al concepte o tòpic de «paradis» (sens dubte, des d'un punt de vista occidental) i que acostumem a identificar amb zones on el clima és força estable (i benigne a efectes turístics) durant bona part de l'any.

Com ja s'ha deixat entreveure abans, entre els múltiples factors (geogràfics i no geogràfics) que són susceptibles d'explicar la localització de les activitats i equipaments turístics no hi ha cap mena de dubte que el clima constitueix un dels més decisius. Com assegura Besancenot (1991) en la introducció d'un dels manuals més clàssics sobre la relació entre el turisme i clima: *«ha esdevingut un tòpic afirmar que el turisme està literalment determinat, a curt termini, pel temps que fa i, a més llarg termini, pel clima, definit com la sèrie d'estats successius de l'atmosfera»*. En aquest sentit, només caldria recordar l'atenció que es dedica a la informació meteorològica abans d'iniciar qualsevol període de vacances d'una certa durada (Nadal, Setmana Santa, estiu, etc.) i fins i tot previs a altres períodes més curts (els «ponts»).

La influència del clima sobre el turisme no és nova, com ho demostra el fet que alguns dels indrets més preuats des d'un punt de vista turístic per les famílies benestants romanes eren aquells que, a més de ser reconeguts per les seves qualitats curatives, també ho eren per oferir unes condicions climàtiques benignes, tant a la muntanya com a la vora del mar (entre altres, la Campània durant tot l'any, la Toscana a l'estiu i el golf de Tarent a l'hivern). Aquest podria ser el

primer indicatiu d'una veritable elecció climàtica, que incitava a fer estades a les latituds més meridionals durant les estacions més fresques i a buscar les terres altes per fugir dels rigors de la calor estiuenca.

Malgrat aquests precedents, es va haver d'esperar fins a l'època del moviment romàntic europeu (el darrer terç del segle XVIII) per retrobar de nou una certa activitat turística condicionada pel clima. El descobriment de la muntanya com a escenari per a usos terapèutics va anar acompanyat –i aviat desplaçat– pels tímids inicis de l'alpinisme, que també requeria unes condicions meteorològiques favorables. Alhora, l'aristocràcia i la nova classe burgesa comencen a buscar les platges de la Mediterrània, on es reuneixen els turistes àvids d'un clima benigne, tant per motius de salut com per altres purament vinculats amb l'oci i l'ostentació social, tot en un ambient agradable i assolellat. En un sentit o un altre, nombroses zones de muntanya i litoral es popularitzen entre la gent benestant (Chamonix, Megève, Saint-Gervais-les Bains, Saint Moritz, Vichy, Aix-les Bains, Biarritz, Sitges, Pau, la Costa Blava francesa i la Costa Brava, entre molts altres). A més, a partir dels anys 1920-1930 es comença a difondre la moda dels cossos bronzejats, fet que també incidirà en les preferències socials per unes destinacions determinades.

Posteriorment, al llarg de la segona meitat del segle XX, els hàbits de la població europea experimenten un canvi radical. El turisme de masses, ja àmpliament concentrat a l'estiu, no es concep sense unes determinades condicions de temperatura, calor, llum i insolació, fins al punt que, dit d'una manera informal, l'èxit o el fracàs de les vacances es mesura pel grau de bronzejat de pell aconseguit. Evidentment això pot canviar i és possible que, en el futur, aquestes preferències es vegin alterades per altres consideracions, com les relacionades amb la salut. Una d'aquestes seria, per exemple, l'increment de la conscienciació social sobre el risc de patir càncers de pell a resultes d'una exposició prolongada a la

radiació solar. De fet, però, aquest heliotropisme que s'acaba d'esmentar és un fenomen relativament recent, fins al punt que a la Mediterrània, per exemple, la tendència històrica ha estat buscar l'ombra, no pas el sol (Ceron i Dubois, 2003).

El turisme de sol i platja és la manifestació més fefaent de l'acceptació del producte heliotalasatròpic. D'altra banda, el clima no només ha esdevingut un element de desig per a una bona part dels turistes, sinó que també ha estat considerat com un element clau en temes d'ordenació territorial a escala local i regional. El mateix Besancenot (1991) cita uns quants exemples, de França, on elements com el vent han determinat la realització de diversos equipaments turístics (entre els quals es pot destacar el pla d'ordenació turística del Lluçanès-Rosselló).

Així, i des d'un punt de vista espacial, el clima és un dels elements geofísics que configuren el territori turístic, bo i creant unes condicions ambientals que faciliten, dificulten o impossibiliten l'assentament humà i les activitats que se'n puguin derivar (com el turisme). És per aquest motiu que el clima apareix com un factor de localització turística des del moment que intervé en la funcionalització (turística) d'un territori. Malgrat això, existeix la tendència generalitzada a creure que el clima és un factor important només quan s'analitza a una escala geogràfica petita (la mundial) i, en canvi, que els factors que expliquen el desenvolupament del turisme quan s'analitza a escales grans (local, comarcal, etc.) són uns altres. Res més lluny de la realitat. Sense negar la primera part d'aquesta suposició, és evident la importància de la climatologia local en els estudis de prospectiva turística. Com afirma Belén Gómez (1999) «és aquesta climatologia local i la successió dels diferents temps els que determinen la localització, aprofitament i eficàcia de les infraestructures i rendibilitat de les inversions».

En principi, el clima és un recurs renovable o permanent que no és veu mermat pel consum

turístic i, teòricament, els diversos elements que el configuren són gratuïts i estan a la lliure disposició de tothom. Una altra qüestió és que siguin utilitzats amb finalitats mercantils i que, en certa forma, el territori els vengui i en faci promoció i que el turista se'ls apropiï i en gaudeixi. D'altra banda, el clima existent en una destinació turística determinada no es pot transportar ni emmagatzemar, per la qual cosa el consumidor que el busqui es veu obligat a desplaçar-se per tal de poder-lo gaudir. Ara bé, l'èxit d'una destinació turística no només està garantit pel fet de gaudir d'unes condicions climàtiques favorables; pot ser una condició prèvia, necessària, però en cap cas, l'única (Besancenot, 1991).

Tot i això, el clima és un recurs bàsic per a la pràctica de diverses modalitats turístiques, des les més clàssiques a d'altres de més recents (el sol i platja, els esports d'hivern i esports nàutics, etc.). Fins i tot elements del clima que tradicionalment han tingut una percepció negativa (com el vent) ara són fonamentals per a noves activitats esportives (tot i que en altres situacions aquest mateix fenomen també pot actuar com un inconvenient turístic). En altres casos, el clima apareix com un recurs més aviat secundari que no genera directament activitat turística, però que contribueix al seu desenvolupament perquè permet la pràctica de certes activitats a l'aire lliure (senderisme, golf, escalada, etc.). En definitiva, que el clima és, en nombroses ocasions, el recurs principal al voltant del qual es genera tot un ampli ventall d'activitats turístiques.

L'aptitud climàtica de Catalunya per al turisme ha estat analitzada en alguns treballs, realitzats bàsicament per geògrafs (vegeu, entre altres, Cuadrat Prats, 1983; Gómez Martín, López Palomeque i Martín-Vide, 2002). Catalunya gaudeix d'una gran diversitat climàtica que permet la pràctica de diferents tipus de modalitats turístiques. La presència de precipitacions en forma de neu als Pirineus garanteix la pràctica de l'esquí almenys durant els mesos centrals d'hivern,

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

al mateix temps que entre els mesos de juny i setembre és possible banyar-se en les prop de 200 platges ubicades al llarg dels més de 575 km de litoral català. A més, el clima és prou benigne com per permetre una gamma molt variada d'activitats a l'aire lliure durant bona part de l'any (esports d'aventura, golf, senderisme, esports nàutics, etc.). Amb tot, Gómez Martín i altres autors asseguren que encara resta per aprofitar el potencial climaticoturístic de moltes àrees de Catalunya.

Dit això, també cal fer palès que algunes tendències dels darrers anys apunten cap a una certa desvinculació entre turisme i clima. En altres paraules, i encara que sigui de forma incipient, el turisme ja no es basa únicament en el clima com a únic motiu de l'afluència de visitants, fins i tot a l'estiu. En aquest context, la valorització del patrimoni natural i cultural, molt especialment, prenen una consideració creixent en les futures polítiques de promoció i desenvolupament del sector. Així, algunes manifestacions culturals (com, per exemple, l'Any Gaudí, celebrat a Barcelona l'any 2002) poden atraure tants visitants com les mateixes platges. Altra ment dit, el fet que Catalunya hagi estat la segona destinació turística de l'Estat espanyol aquest mateix any (després de les Canàries, però per davant de les Illes Balears) respon en bona part a l'atracció de la ciutat de Barcelona i la seva oferta de turisme urbà (cal destacar, en aquest punt, que es calcula que més del 20% del PIB de Barcelona de l'any 2002 prové del turisme). Molts professionals i estudiosos del sector apunten que aquesta ha de ser una de les principals línies estratègiques de desenvolupament futur del sector a casa nostra, conjuntament amb el turisme lligat amb el patrimoni natural. Tanmateix, la seva presència en comparació a les formes tradicionals, sobretot de sol i platja, encara és relativament reduïda.

B7.3. Turisme i canvi climàtic

Tot i que amb un cert retard respecte a altres sectors socioeconòmics, els efectes del possible

escalfament de la Terra sobre el turisme comencen a generar certa atenció. Com ja s'ha indicat anteriorment, l'any 2003 es va organitzar la primera conferència en aquest àmbit, que va celebrar-se a la ciutat de Djerba (Tunísia). De la mateixa manera, en els darrers anys la literatura científica sobre el turisme s'ha vist enriquida amb alguns treballs sobre les relacions entre aquest sector i el canvi climàtic, els quals han estat publicats a revistes com *Climatic Change* i *Global Environmental Change* o, en un àmbit més estrictament turístic, al *Journal Of Sustainable Tourism*. No obstant això, encara cal destacar la poca presència d'aquest tipus de treballs a *Annals of Tourism Research*, segurament la revista científica sobre turisme més coneguda en l'àmbit internacional. A Catalunya, i més enllà d'alguns especialistes del departament de Geografia Física i Anàlisi Geogràfica Regional de la Universitat de Barcelona, el tema encara no ha aconseguit atraure gaire l'atenció dels científics. Per tant, en aquest moment aquests estudis són força escassos, especialment els que intenten trobar algun vincle de tipus quantitatiu entre ambdós fenòmens.

Les conclusions que es poden extreure d'aquesta incipient literatura apunten a la gran importància del tema, pel fet que molts turistes consideren bàsic trobar unes condicions de temps determinades en les seves destinacions. Així, un increment de les temperatures mitjanes podria induir els turistes a la recerca d'altres destinacions o a viatjar en altres èpoques de l'any, principalment per les variacions en el grau de confortabilitat. Aquest confort es fa difícil de mantenir quan les temperatures se situen per sobre dels 31°C. Així mateix, es pot veure alterat per un increment de la incidència de certes malalties o dels períodes amb precipitació relativament llargs (Travel Research International Limited, 2003).

En general, s'afirma que el canvi climàtic podria tenir repercussions serioses per al turisme, entre les quals que les actuals àrees de forta implanta-

ció perdin capacitat d'atracció (per l'augment de les temperatures mitjanes estivals, per exemple) o que àrees actualment poc adequades a la pràctica turística de sol i platja (incloent-hi moltes als principals països emissors) apareguin com una forta competència a les destinacions actuals.

El tercer informe del Grup Intergovernamental d'Experts sobre el Canvi Climàtic (IPCC), fet públic l'any 2001, també adverteix dels possibles impactes que aquest fenomen pot tenir sobre el sector turístic. Més concretament, se citen com impactes negatius els canvis en els règims de precipitacions (amb la seva possible repercussió sobre l'abastament d'aigua a la població), l'augment del nivell del mar, amb impactes sobre els estats insulars, i l'increment de la temperatura en zones de muntanya on actualment la pràctica de l'esquí és habitual. Un altre impacte a destacar seria l'augment de les anomenades *temperatures de xafogor* (la combinació entre calor i humitat), amb el conseqüent descens del grau de confortabilitat.

Tots aquests impactes s'han d'emmarcar en la gran adaptabilitat del turisme a les noves situacions, ja que aquest sector està acostumat a canvis ràpids provocats, entre altres, per la inestabilitat política, les polítiques de preus i les modes, però també per factors climàtics i les possibles reaccions dels usuaris davant d'aquests. Aquestes reaccions dependran molt estretament del tipus d'usuari que es tracti. Així, per exemple, un estiu plujós pot afectar la demanda de places de càmping i d'autocaravanes, però molt poc o gens la corresponent a places hoteleres o de bungalows que hagin estat reservades amb força anticipació. Igualment, els turistes estrangers tampoc es mostren massa sensibles a la variabilitat climàtica, almenys a curt termini. En canvi, en el cas que les condicions meteorològiques dolentes es perllonguin durant més d'un any, aleshores els impactes poden començar a ser mes greus. L'estiu extraordinàriament càlid del 2003 no sembla que tingués gaire repercussions en la demanda turística, llevat dels desplaça-

ments de darrera hora. A França, precisament, es va notar un fort increment en aquest segment per a les destinacions de clima més fresc i humit, com ara la Normandia o la Bretanya.

El canvi climàtic podria suposar modificacions molt importants en el comportament dels turistes, però aquests canvis no es poden predir sense tenir clars quins poden ser els models i destinacions turístiques preferides en el futur. També cal considerar que els períodes vacacionals sovint estan relacionats amb les festes escolars i oficials, així com amb els acords laborals (que en alguns casos promouen la fragmentació de les vacances i, per tant, la proliferació d'estades més curtes). D'altra banda, possibles canvis demogràfics i en les estructures econòmiques també podrien alterar aquests lligams (a tall d'exemple, un dels motius més importants de preocupació del sector de l'esquí de cara al futur és el descens de les cohorts demogràfiques joves, que configuren una gran part del potencial de demanda d'aquesta activitat). Paral·lelament, l'augment dels grups de població més grans i del nombre de jubilacions podria repercutir en una desestacionalització de la demanda que, en un sentit clarament positiu, podria coincidir amb l'ampliació dels mesos amb condicions climàtiques òptimes en el cas del turisme de sol i platja.

Per tots aquests motius, doncs, es fa molt difícil predir canvis en el comportament dels turistes com a conseqüència de les possibles modificacions en el clima. Tanmateix, tot i que els turistes i els operadors turístics es puguin adaptar relativament bé al canvi climàtic, no es pot dir el mateix dels proveïdors locals de serveis turístics, ni tampoc de les economies locals que depenen del turisme, amb la qual cosa les pèrdues podrien arribar a ser molt importants, sobretot en àrees amb alternatives escasses.

Alguns estudis que relacionen els escenaris contemplats en els diferents informes de l'IPCC amb les destinacions turístiques (per exemple, Viner i Agnew, 1999) apunten quatre grans dominis

geogràfics potencialment molt vulnerables al canvi climàtic:

- 1) Les illes baixes tropicals (com les illes Maldives, a l'Índic), que són objecte d'uns fluxos turístics en augment i que poden resultar afectades per l'augment del nivell del mar.
- 2) Destinacions de sol i platja en àrees com la Mediterrània Oriental, que poden experimentar increments de temperatures fins arribar a 40°C, considerats com a no confortables. Els efectes d'aquest increment tèrmic es podrien veure agreujats per un augment paral·lel de la incidència dels raigs ultraviolats.
- 3) Les estacions d'esports d'hivern situades en altituds que en el futur podrien resultar insuficients per mantenir en condicions adients una coberta de neu adequada per a la pràctica de l'esquí, inclús amb innivació artificial.
- 4) Les zones humides litorals (manglars, aiguamolls, etc.), moltes d'elles declarades com a àrees protegides pels seus valors ambientals, que també podrien veure's afectades per l'increment del nivell del mar.

També hi ha un consens força generalitzat entre la comunitat científica sobre els efectes indirectes del canvi climàtic, especialment pel que fa a dos aspectes de molta importància per al turisme com són l'augment de fenòmens climàtics de caràcter extrem (tempestes, inundacions i sequeres) i la propagació de malalties infeccioses, actualment limitades als àmbits tropical i subtropical però que podrien avançar cap a latituds més temperades.

Cal afegir, també, que el turisme no només es pot veure afectat pel canvi climàtic sinó que a la vegada n'és una de les forces inductores. Segons un informe del WWF fet públic l'any 2000, el transport aeri és una de les fonts de gasos amb efecte d'hivernacle que està experimentant un creixement més ràpid en els darrers anys. Actualment ja representa un 3% de les emissions totals, però pot arribar al 7% l'any 2050, cosa que implica un augment del 5% anual. Aquesta

tendència respon al creixement estimat del nombre de passatgers (698 milions l'any 2000, 1.018 milions el 2010 i 1.600 milions el 2020). Així mateix, el turisme incideix en els processos de canvi global almenys en cinc grans àmbits: els canvis en els usos i cobertes del sòl, l'ús de l'energia, l'intercanvi biòtic i l'extinció d'espècies, l'intercanvi i la dispersió de malalties i, finalment, els recursos hídrics (Gössling, 2002).

B7.4. El turisme a Catalunya i al món. Situació actual i tendències de futur

No hi ha cap dubte a l'hora de dir que el turisme és el sector econòmic amb un creixement més elevat al llarg de les darreres dècades i, més important encara, el que més bé resisteix els períodes de crisi i d'estancament econòmic. Actualment el turisme és un fenomen plenament estructural i no tan sols conjuntural, no subjecte a qüestions de modes. De la mateixa manera, la seva pràctica ha deixat de ser patrimoni dels segments de població més benestants, com va ser en els seus inicis, per esdevenir un element bàsic en les pautes de consum de moltes famílies procedents d'un ampli espectre socioeconòmic. En aquest sentit, es pot afirmar que actualment fer turisme és una necessitat bàsica per a molta gent.

Analitzant algunes dades significatives s'observa que el nombre de turistes a escala mundial no ha parat de créixer: ha passat de prop de 25,3 milions l'any 1950 a 166 milions el 1970, 457 el 1990 i 715 milions l'any 2002. Les previsions de la Organització Mundial del Turisme (OMT) indiquen que el creixement del turisme internacional al món serà de l'ordre del 4% anual fins l'any 2020 (amb un màxim del 7% anual a l'Orient Mitjà i un mínim del 3% anual a Europa). Això vol dir, doncs, que en aquesta data ja s'hauran superat els 1.500 milions de turistes.

S'ha de dir, també, que la major part dels viatges internacionals es fan en l'àmbit de grans conjunts continentals. Així, per exemple, actualment el 87% dels turistes amb destinació a algun

Rànking	Any 1950		Any 1970		Any 1990		Any 2001	
	Estat	%	Estat	%	Estat	%	Estat	%
1	EUA	71	Itàlia	43	França	38	França	35,1
2	Canadà		Canadà		EUA		Espanya	
3	Itàlia		França		Espanya		Itàlia	
4	França		Espanya		Itàlia		Itàlia	
5	Suïssa		EUA		Hongria		Xina	
6	Irlanda	17	Àustria	22	Àustria	19	Regne Unit	11,6
7	Àustria		Alemanya		Regne Unit		Rússia**	
8	Espanya		Suïssa		Mèxic		Mèxic	
9	Alemanya		Iugoslàvia		Alemanya		Canadà	
10	Regne Unit		Regne Unit		Canadà		Àustria	
11	Noruega	9	Hongria	10	Suïssa	11	Alemanya	9
12	Argentina		Txecoslovàquia		Xina		Hongria	
13	Mèxic		Bèlgica		Grècia		Polònia	
14	Holanda		Bulgària		Portugal		Hong Kong	
15	Dinamarca		Romania		Malàisia		Grècia**	
Altres		3		25		33		45,3
Total***	23,5	100	165,8	100	457,2	100	692,6	100

* Dades recollides per la OMT fins el setembre del 2002.

** Dades de Rússia i Grècia no disponibles per a l'any 2001.

*** Total en milions de turistes.

Taula B7.1. Arribades internacionals de turistes per països i participació en el mercat mundial (període 1950-2001)*

Font: Organització Mundial del Turisme (OMT), disponibles a la pàgina web: <http://www.world-tourism.org>.

país europeu provenen de la mateixa Europa. Cal destacar especialment que l'any 2002 el flux de turistes des de l'Europa septentrional i central cap a l'Europa mediterrània va ser de 116 milions de persones (aproximadament un 16% del conjunt de fluxos mundials) i que, segons les previsions de la OMT, aquest flux europeu cap a la Mediterrània podria arribar als 211 milions de cara a l'any 2020 (Travel Research International Limited, 2003).

A banda del creixement espectacular del nombre de turistes a escala mundial, el que resulta més significatiu és el fet que ara participen d'aquest fenomen molts més països que abans. Així, per exemple, en aquests mateixos anys referenciats el grup dels 5 primers països –a part d'alguna variació interna pel que fa als seus integrants– ha vist com el seu pes en el còmput global ha anat minvant, passat d'un 71% (any 1950) a un 35% (any 2001). Simultàniament, la

participació de la resta de països no ha parat d'augmentar, i si bé una bona part del mercat turístic es mou encara en l'àmbit dels països del primer món (bàsicament Europa i Nord-amèrica, excepte casos com la Xina), també és cert que els estats en vies de desenvolupament són els que experimenten els creixements percentuals més espectaculars (taula B7.1).

Catalunya no ha restat al marge d'aquesta tendència i ha experimentat una evolució similar a la de l'Estat espanyol, fins i tot molt més primeirenca que a altres zones de la Mediterrània. Des d'un punt de vista geogràfic aquest és un fenomen força lògic ja que tenia, i té, a favor moltes de les variables que ho afavoreixen: recursos geofísics (clima i platges), proximitat als principals mercats emissors de turistes, factors polítics i econòmics (sobretot a partir de la segona meitat del segle XX), etc. D'aquesta manera, actualment Catalunya és per si mateixa una potència turística de primer ordre i disposa d'una oferta turística molt àmplia i variada, on es poden practicar un gran nombre de modalitats turístiques possibles, des de les més clàssiques a les més innovadores (acampada en càmpings, turisme urbà d'èlevat poder adquisitiu, turisme rural a les zones d'interior i muntanya mitjana, turisme de neu, ecoturisme, etc., sense oblidar, òbviament, el turisme de sol i platja).

D'altra banda, els canvis experimentats en la demanda també han afavorit l'extensió del turisme des del litoral català cap a un gran nombre de comarques del rerepaís i de l'interior, que fins no fa gaires anys havien quedat al marge dels circuits turístics més clàssics (llevat del Pirineu, per l'esquí). En aquest sentit, factors com la fragmentació dels períodes vacacionals, la demanda de modalitats turístiques diferents (més actives), l'accés a un major nivell d'educació i d'informació, una sensibilitat més gran per aspectes com el medi ambient i el patrimoni històric i cultural, entre altres, han fet possible que certes comarques siguin reconegudes amb una imatge turística cada vegada més consolidada (com, entre al-

tres, la Garrotxa, Osona, el Berguedà, la Noguera o el Priorat) (López Palomeque, 1997). Tampoc resulta estrany parlar d'alguna d'aquestes noves modalitats de turisme al litoral català i, fins i tot, alguns autors n'han elaborat una distribució territorial en funció de quatre tipologies (turisme en espais protegits, esportiu i d'aventura, recreatiu i temàtic, i urbà) (Hugo Capella, Martí Cors i Belén Gómez, 1997).

Aquestes darreres consideracions conviden a fer algunes reflexions sobre la previsible evolució del sector turístic català. Són les següents:

- 1) Tot i la importància que encara té el turisme de sol i platja (entès en el sentit més clàssic), també es pot pensar en un cert estancament d'aquesta modalitat turística. En qualsevol cas, tot sembla indicar que ja s'han de descartar els nivells de creixement que l'han caracteritzat en períodes anteriors. D'altra banda, aquest sector és procliu a mirar de reüll les possibles situacions d'inestabilitat política que puguin experimentar altres mercats competidors de la mateixa Mediterrània (com, per exemple, el nord d'Àfrica), així com també la situació econòmica interna d'alguns dels mercats emissors més importants (el francès, el britànic i l'alemany) i que són els que per excel·lència nodreixen aquest sector. En qualsevol cas, però, l'accessibilitat des d'aquests grans mercats europeus (en cotxe particular, en avió) seguirà sent un element de gran importància.
- 2) La recuperació i posada al mercat d'altres tipus de recursos, afavorides pel que s'ha dit anteriorment respecte algunes de les noves característiques de la demanda turística, sens dubte comportarà un increment de les diferents modalitats de turisme que es poden practicar a l'interior del país. Així, aquesta tendència queda plenament reflectida en l'expansió del turisme rural i altres ofertes que, amb major o menor grau, estan relacionades més estretament amb l'esport, la natura, el paisatge i el medi ambient en general. En aquest mateix

sentit, tampoc cal oblidar el procés similar experimentat pel que podríem anomenar «turisme cultural» (malgrat l'ambigüitat del concepte) i «urbà» (deixant de banda el cas de Barcelona, l'atracció que cada cop tenen més altres capitals provincials i comarcals).

- 3) Al litoral (tot i que no de forma exclusiva) també s'observa un increment d'aquelles ofertes que, sense deixar al marge el component de sol i platja, basen el seu interès en un component més aviat lúdic i esportiu. En aquest sentit, es pot esmentar la proliferació de parcs aquàtics, projectes de construcció de nous parcs temàtics, camps de golf, determinades activitats esportives marítimes (per exemple el submarinisme a les Illes Medes), etc. I el que resulta més interessant, una integració del litoral amb el seu rerepaís més immediat. En altres paraules, la conjunció d'estades al litoral amb la possibilitat de visitar certs indrets molt reconeguts per la seva oferta turística variada patrimonial i monumental, cultural, gastronòmica, festiva, etc.
- 4) Les tendències semblen indicar que destinacions com les catalanes es constitueixin cada vegada més com a productes globals i integrats, formats per productes individuals, diferenciats en si mateixos, però que a la vegada no tenen gaire sentit si s'ofereixen per separat. Cal pensar que, tot i que és molt difícil canviar aquesta imatge de destinació de sol i platja –de fet, molts turistes continuen venint principalment per aquest motiu–, la competència d'altres destinacions obligarà al sector a un esforç d'imaginació i a apostar decididament per unes variables que fins no fa gaire no s'han tingut en compte, com la diferenciació, la qualitat, la fidelització del client i una competitivitat més elevada (no cal oblidar que cada cop és més nombrós el segment de turistes disposats a pagar més per productes diferents). Segurament, a tot això contribuirà el fet que a Catalunya existeixin unes estructures empresarials experimentades, madures i amb capacitat de renovació.

Per resumir, entre els principals reptes que el sector ha d'afrontar en el futur, caldria destacar els següents (Monfort i Uriel, 2003):

- 1) La influència de la situació econòmica en els països emissors (que ha estat bàsica per explicar, per exemple, la caiguda dels ingressos procedents del turisme l'any 2002).
- 2) Les deficiències de caràcter infraestructural (congestió d'aeroports, problemes en el subministrament de serveis bàsics com aigua i electricitat; etc.).
- 3) Unes polítiques fortament expansionistes d'algunes destinacions competidores (per exemple, entre Agadir i Tànger, al Marroc, es preveuen més de 60.000 nous llits d'aquí al 2008).
- 4) L'aparició de nous mercats (per exemple, el litoral del Mar Negre).
- 5) La manca de polítiques correctores de la massificació i l'estacionalitat.

No obstant això, en termes generals es pot fer una valoració moderadament optimista respecte el futur del sector turístic català i la seva preeminència com un dels sectors claus en el conjunt de l'economia. Igualment, cal entendre que mentre el seu pes continuarà sent important –i en alguns casos, gairebé monopolístic al litoral–, la seva participació s'incrementarà a la resta de comarques. Altrament dit, s'ha apostat estratègicament pel desenvolupament del sector turístic arreu del territori i això, sovint, ha anat en detriment d'altres activitats econòmiques.

B7.5. Característiques de l'oferta turística a Catalunya

El model de desenvolupament turístic català presenta un biaix molt important, que es manifesta en formes diferents però totes elles estretament vinculades entre si. Entre altres, es podria esmentar la gran «litoralització» de l'activitat, la quasi exclusiva identificació del turisme amb l'hosteleria i el sector immobiliari, la confusió entre territoris turístics i aquells espais amb un clar predomini

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

mini de residències secundàries, etc. Aquest fenomen arrenca unes quantes dècades enrera, quan a Europa triomfa una determinada concepció de l'organització del treball, de l'Estat del Benestar i del concepte de temps lliure. Aquest fet va permetre que, durant la dècada de 1960 –quan els avenços en matèria de transport ho facilitaren–, s'iniciés el període més brillant del turisme contemporani, que en termes més acadèmics i docents s'ha acabat anomenant *fordista* (manllevant una expressió més habitual en l'àmbit de la producció industrial). I aquest període és el que ha dominat fins ara el turisme català (taula B7.2).

B7.5.1. El turisme de sol i platja

A partir de la dècada dels anys 60, la costa catalana i per extensió, tota la Mediterrània, s'articula com una perifèria vacacional de les masses de turistes europeus. Com ha resumit Anton Clavé (2002), «l'intermediari es deixa seduir per les economies d'aglomeració i desenvolupa tots els proces-

sos comercials i operacionals que porten a la 'paquetització'; i, en un context de recepció caracteritzat per una administració permissiva i uns agents marcadament especulatius, es produeix un procés lineal i extraordinàriament ràpid d'urbanització sense urbanisme que negligeix l'entorn i l'ambient, compromet les oportunitats futures, estandarditza el paisatge sense dotar-lo de contingut recreatiu, i ignora bona part del país». I afegeix després que, en les dècades posteriors, a aquest mercat turístic europeu s'afegeixen l'espanyol i català –a mesura que el nivell de vida d'aquests dos s'incrementa– per reforçar d'una forma massiva aquesta dinàmica i generalitzar territorialment el fenomen de la segona residència (taules B7.3 i B7.4).

El resultat d'aquest procés és força conegut per tothom i, fins a un cert punt, resulta una mica obvi, tot i que pot resultar interessant intentar-lo quantificar. En primer lloc, des d'un punt de vis-

Comarca	Total comarca	Hotels	%	Càmpings	%	RCP	%
Baix Empordà	68.008	15.439	22,70	52.325	76,93	244	0,35
Selva	64.707	44.884	69,36	19.631	30,33	192	0,29
Tarragonès	59.510	32.056	53,86	27.444	46,11	10	0,01
Maresme	53.302	35.366	66,35	17.884	33,55	52	0,09
Alt Empordà	48.099	15.022	31,23	32.482	67,53	598	1,24
Barcelonès	40.908	37.296	91,17	3.612	8,82	—	—
Garraf	37.044	4.552	12,28	32.482	87,68	10	0,02
Baix Camp	33.387	8.126	24,33	25.157	75,34	104	0,31
Baix Llobregat	14.014	4.400	31,39	9.614	68,60	—	—
Pallars Sobirà	9.508	2.857	30,04	6.148	64,66	503	5,29
Resta comarques	64.273	38.126	59,32	20.209	31,44	5.935	9,23
Total Catalunya	492.760	238.124	48,32	246.988	50,12	7.648	1,55

RCP: Residències Cases de Pagès.

Taula B7.2. Distribució de les places d'allotjament a Catalunya, per comarques i tipologia (a 31 de desembre de 2002).
Font: Elaboració pròpia a partir de Direcció General de Turisme (2002a). (<http://www.gencat.net/ctc/etc.htm>).

Comarca	Establiments	Habitacions	Places	Places (%)	Places (% acumulat)
La Selva	316	23.747	44.884	18,84	—
Barcelonès	439	20.755	37.296	15,66	34,50
Maresme	192	18.662	35.366	14,85	49,35
Tarragonès	114	15.858	32.056	13,46	62,81
Baix Empordà	194	8.078	15.439	6,48	69,29
Alt Empordà	207	7.616	15.022	6,30	75,59
Baix Camp	70	4.203	8.126	3,41	79,00
Val d'Aran	86	2.446	4.881	2,04	81,04
Garraf	61	2.395	4.552	1,91	82,95
Baix Llobregat	66	2.373	4.400	1,84	84,79
Resta comarques	8.555	20.182	37.850	15,48	15,21
Total	2.600	126.315	238.124	100	100

Taula B7.3. Allotjament hotelier a Catalunya, per comarques (a 31 de desembre de 2002).
Font: Direcció General de Turisme (2002a) (<http://www.gencat.net/ctc/etc.htm>).

Comarca	Establiments	Unitats d'acampada	Capacitat d'allotjament	Places (%)	Places (% acumulat)
Baix Empordà	47	21.079	52.325	21,18	—
Alt Empordà	34	13.002	32.482	13,15	34,33
Tarragonès	26	10.976	27.444	11,11	45,44
Baix Camp	19	10.061	25.157	10,18	55,62
Selva	25	7.850	19.631	7,94	63,56
Maresme	33	7.150	17.884	7,24	70,80
Baix Llobregat	4	3.845	9.614	3,89	74,69
Garraf	7	3.073	7.683	3,11	77,80
Pallars Sobirà	20	2.458	6.148	2,49	80,29
Baix Ebre	10	2.016	5.043	2,04	82,33
Resta comarques	133	17.079	42.724	17,67	17,67
Total	367	99.475	246.988	100	100

Taula B7.4. Allotjament en càmping a Catalunya, per comarques (a 31 de desembre de 2002).
Font: Direcció General de Turisme (2002a) (<http://www.gencat.net/ctc/etc.htm>).

Turisme David Saurí i Joan Carles Llordés

ta de l'impacte econòmic el turisme ha suposat de l'ordre del 10% del PIB català l'any 2002, una xifra gens menyspreable si es té en compte el pes que tenen altres àmbits de l'activitat econòmica a Catalunya. Així, en termes absoluts, l'aportació del turisme al PIB català durant l'any 2001 va ser de 12,34 miliards d'euros, sobre els 125,2 miliards del total del PIB català (l'any 1998, però, la xifra no arribava als 9 miliards). Aquesta importància és del tot lògica si s'observen altres dades de força interès, com el nombre de turistes, d'ingressos i de pernотacions que, si més no pel que fa al turisme estranger, no han parat de créixer durant els darrers anys (en el cas del turisme nacional trobem, però, unes tendències diferents depenent de la variable considerada) (taula B7.5).

Els resultats de la temporada turística 2002 a Catalunya han estat molt favorables. Així, per exemple, el nombre de pernотacions de turistes

estrangers va créixer un 18,8% amb relació al creixement de l'any anterior, i la xifra de turistes ho va fer en un 14%. Aquest increment en el nombre de pernотacions de turistes estrangers al territori català ha repercutit de manera important en la despesa turística corresponent a aquest mercat, que ha crescut un 15,3% respecte a l'any anterior. Es pot afirmar categòricament que aquest any l'augment del turisme estranger ha estat el motor de l'activitat del sector, ja que la seva aportació ha estat del 70% en el total de les pernотacions anuals, amb la qual cosa s'ha pogut compensar amb escreix el comportament del mercat domèstic. Per la seva banda, la tendència baixista del nombre de turistes procedents de la resta de l'Estat espanyol s'ha mantingut al voltant del -3,0% i la de les pernотacions al -1,7%, mentre que, respecte al mercat català, el nombre de turistes s'ha vist incrementat lleugerament (2,3%), però en canvi el de pernотacions ha disminuït un 4,6%.

Turisme	Variable	Any					
		1997	1998	1999	2000	2001	2002
Estranger	Nombre total de visitants	10.449.000	10.860.550	12.502.029	12.367.917	12.580.000	14.347.000
	Ingressos*	4.834,6	5.143,2	6.098,9	6.142,3	7.114,5	8.203,01
	Pernотacions**	97,1	96,3	111,5	109,5	115,1	216,5
	Estada mitjana***	9,83	8,95	8,92	8,86	8,91	7,5
Nacional	Nombre total de visitants	3.530.000	3.950.000	4.710.000	4.857.000	4.751.000	4.611.000
	Ingressos*	845	1.130,6	1.241,2	1.346,2	1.356,7	1.382
	Pernотacions**	29,9	29,7	29,2	30	28,8	28,3
	Estada mitjana***	7,3	7,53	6,2	6,2	6,1	6,1
Turisme i PIB	PIB turístic****	sd	8,95	10,28	11,09	12,34	sd
	%PIB turístic / PIB total	sd	8,8	9,5	9,4	9,9	sd

* Milions d'euros. / ** Milions de nits. / *** Nits per estada. / **** Miliards d'euros.

Taulela B7.5. Dades bàsiques sobre el turisme a Catalunya (període 1997-2002).
Font: Direcció General de Turisme (diversos anys) (<http://www.gencat.net/ctc/etc.htm>).

B7.5.1.1 El mercat estranger

S'estima que el nombre de turistes estrangers que van visitar Catalunya l'any 2002 va ser de 14,3 milions, amb un creixement del 14% amb relació a l'any anterior. Per països, França (amb 3,4 milions de turistes i 26,7 milions de pernотacions) continua sent el país amb la major quota del mercat estranger, així com també el que ha experimentat un augment més important, tant pel que fa al nombre de turistes (36,4%) com de pernотacions (44,5%). És més, entre França, el Regne Unit (amb 16,8 milions de pernотacions), Alemanya (amb 14,8 milions), Bèlgica i els Països Baixos (amb 15,8 milions) i Itàlia (6,3 milions) sumen el 75% del total de pernотacions de turistes estrangers a Catalunya, la qual cosa indica que els seus mercats emissors continuen sent els mateixos que a l'inici del turisme de masses. Aquests països han demostrat tenir unes altes taxes de creixement del nombre de pernотacions, i mantenen la tendència a consolidar-se com els nostres principals clients.

D'altra banda, l'estada mitjana s'ha situat al voltant de les 7,5 nits per turista, mentre que el 86% del total de les pernотacions és atribuïble al conjunt de les marques turístiques Costa Brava (55 milions) i Costa Daurada (20 milions) i la ciutat de Barcelona (16 milions)², que han tingut un creixement del 17%, 14,6% i 13%, respectivament, pel que fa al nombre de turistes que les han visitades. Seguint en aquesta línia de les pernотacions, cal destacar que el 51% dels turistes estrangers s'ha allotjat en apartaments o habitatges que integren una oferta diferent de la configurada per hotels i càmpings, sent aquesta una oferta que està adquirint una importància creixent, amb 74 milions de pernотacions i un increment del 27% respecte l'exercici anterior. Però és més, en aquests allotjaments l'estada mitjana és de 10 nits, amb un increment del 4,2%, mentre que en el cas dels establiments ho-

telers aquesta mateixa xifra s'ha situat al voltant de les 4 nits, amb un descens del 3,7 % de l'estada mitjana.

B7.5.1.2. El mercat espanyol

La tendència a la baixa del nombre de turistes (-3,0%) i de pernотacions (-1,7%) s'ha anat consolidant durant l'any 2002, probablement pel fet que els turistes han triat altres destinacions alternatives a l'estranger i a mercats domèstics (Balears, Canàries). Tot i així, els turistes procedents d'Andalusia (amb 4,9 milions de pernотacions), Aragó (amb 4,2 milions) i Madrid (amb 4,1 milions més) representen el 47% del nombre total de pernотacions. Com es pot observar, en aquest cas el volum de les pernотacions segons l'origen dels turistes es troba més repartit que en el cas del turisme estranger. De tots aquests, el 41% va visitar Barcelona (sens dubte s'ha de tenir en compte l'impacte de l'any Gaudí, a més de la ja coneguda gran i variada oferta de la ciutat), mentre que, per la seva proximitat a les comunitats autònomes d'origen, la Costa Daurada és la segona destinació que concentra més volum de pernотacions (el 30,7%).

B7.5.1.3. El mercat català

Aquest mercat ha evolucionat favorablement durant l'any 2002, amb un increment del 2,3% del nombre de turistes i una evolució semblant pel que fa a les pernотacions. D'altra banda, una vegada més es demostra la gran acceptació que hi ha a Catalunya del fenomen de la segona residència, atès que els catalans van realitzar-hi 10,5 milions de viatges turístics, flux que representa el 50% del total de viatges realitzats per motius turístics i que va superar els 35 milions de pernотacions.

B7.5.1.4. Ocupació hotelera

Dels 10,6 milions de viatgers que es van allotjar en hotels catalans, uns 6 milions eren estrangers. Aquest mercat va ser el que va tenir un comportament millor, amb un augment del 6,5% en el nombre de turistes i del 2,5% en les pernотacions. En total, el turisme estranger va

2. La marca turística Costa Brava inclou les comarques de l'Alt Empordà, el Baix Empordà, el Gironès i la Selva. La marca Costa Daurada inclou totes les comarques de la província de Tarragona.

aportar el 67% de les pernoctacions, mentre que la resta es va repartir entre el 15% procedent de la resta de l'Estat espanyol i el català, que va representar el 18% restant. La tendència a la baixa del nombre de turistes residents en altres comunitats autònomes s'ha moderat els últims mesos de l'any, si bé s'accentua la caiguda de les pernoctacions (-9,8%) correlativament amb els dies d'estada mitjana, que disminueixen lleugerament.

En funció del nombre de pernoctacions, es pot identificar els quatre principals mercats, per ordre d'importància: el Regne Unit (5 milions), Bèlgica i els Països Baixos (3,8 milions) i França i Alemanya (3,5 milions cadascun). Cal fer notar que Alemanya ha baixat un lloc (-3,4% de pernoctacions) respecte al tercer que ocupava l'any 2001. D'altra banda, el turisme de la resta de l'Estat espanyol allotjat en hotels catalans ha mostrat una tendència del -2,2% en el nombre de viatgers i del -9,8 % en les pernoctacions. No obstant això, cal precisar que sembla detectar-se aquesta mateixa tendència a la resta de Comunitats Autònomes.

B7.5.1.5. Ocupació dels càmpings

El nombre de viatgers de l'any 2002 allotjats en aquest tipus d'establiments ha estat de 2,3 milions. Per tenir una idea de la importància d'aquest sector, es poden comparar aquestes dades amb les estades en hotels. Mentre que els turistes dels càmpings mostren una relació del 22% respecte als que s'hostatgen en hotels, les pernoctacions representen el 40%. En altres paraules, l'estada mitjana dels viatgers que van utilitzar els càmpings gairebé va duplicar la del sector hotelier. D'altra banda, la quota dels viatgers fou d'un 45% d'estrangers i el 50% de catalans, mentre que aquesta petita diferència fins arribar al total és la que correspon als turistes procedents de la resta de l'Estat espanyol.

El conjunt del sector ha experimentat una lleugera disminució del nombre de pernoctacions (-1,3%) i de viatgers (-2,9%). No obstant això, el

resultat es pot qualificar d'acceptable si es tenen en compte les desfavorables condicions meteorològiques de l'estiu. Tanmateix, i malgrat que la darrera temporada turística³ hagi anat millor del que indicaven les previsions, aquest fet no amaga que des d'un punt de vista territorial l'oferta turística d'allotjament estigui molt concentrada en unes zones determinades –segurament en excés– en detriment d'unes altres.

En definitiva, tot sembla indicar que les perspectives futures sobre la capacitat d'atracció del turisme català respecte els mercats estranger i estatal no han de variar necessàriament de forma ostensible al llarg dels propers anys. En la mesura que el sector sàpiga adaptar-se a les noves tendències i preferències, el volum de turistes continuarà augmentant, tot i que de tant en tant tinguin lloc certs esdeveniments en l'esfera política internacional que facin trontollar l'estabilitat que aquest sector –i la resta de sectors econòmics en general– necessiten per continuar creixent. Tot i això, també és possible preveure un cert estancament del mercat nacional atès que si bé aquest s'ha comportat tradicionalment com un mercat domèstic –és a dir, que en qüestió de turisme no acostuma a traspasar les fronteres estatals–, aquesta tendència pot variar en la mesura que aquest «temor» a viatjar cap a destinacions estrangeres vagi desapareixent (entre altres, per exemple, a causa de la cada cop més nombrosa incorporació al mercat turístic de gent amb més formació idiomàtica).

D'altra banda, pel que fa al nivell d'ocupació dels diferents tipus d'allotjaments turístics, la necessitat de rendibilitzar les inversions realitzades (cal pensar aquí en l'extensa planta hotelera existent, molt estesa pel territori) obligarà el sector a buscar fórmules per no perdre clientela, tant a través de la renovació d'instal·lacions ja obsoletes com amb paquets d'activitats integrats, ofer-

3. Nota dels editors: els autors es refereixen a la temporada turística de l'any 2003, moment en el qual es va tancar la redacció d'aquest capítol.

tes fora de temporada, etc. De fet, cal recordar que bona part del turisme que rep Catalunya encara és de sol i platja i, per tant, és molt estacional. En aquest mateix sentit, convindria fer un breu incís sobre els altres tipus d'allotjament, ja que és previsible que l'oferta de càmping i de turisme rural augmenti, especialment en certes comarques d'interior on la capacitat d'expansió d'ambdues encara és factible atès que són territoris poc aprofitats, turísticament parlant.

B7.5.2. El turisme d'hivern

L'any 2002, Catalunya comptava amb 11 estacions d'esquí alpí i 7 estacions d'esquí nòrdic, totes elles ubicades al Pirineu i Pre-pirineu. En total, les pistes per practicar esquí sumen gairebé 400 km, amb cotes que oscil·len entre els 1.500 metres (Vaquèira i Espot) i els 2.750 (Boí-Taüll). Les estacions més antigues són les de La Molina (any 1943) i Vall de Núria (any 1947). Tres més van crear-se durant la dècada dels anys 60 (Vaquèira, Espot i Masella); tres més durant la dècada dels 70 (Port del Comte, Rasos de Peguera i Vallter 2000), una els anys 80 (Port Ainé), i dues a començaments dels 90 (Boí-Taüll i Tavascan). Des de l'any 1991 no s'ha creat cap nova estació d'esquí alpí, tot i que s'ha aprovat el projecte d'ampliació de Vaquèira-Beret cap al port de la Bonaigua i hi ha un projecte de nova estació a la Vall Fosca (Pallars Jussà), la inauguració de la qual està prevista l'any 2005 (taula B7.6). També cal citar alguna altra proposta, com la reobertura de l'estació de La Tuca (a la Vall d'Aran) i un nou accés a La Molina-Masella pel coll de Pal⁴.

A Catalunya, el nombre de practicants d'esports d'hivern (molt especialment d'esquiadors) s'ha duplicat durant les dues darreres dècades. Actualment, cada any es venen al voltant de 2 milions de *forfaits*, als quals cal afegir els més de 2,5 milions venuts a Andorra i els 700-800.000 a les estacions del Pirineu aragonès. Les perspectives de futur del sector de l'esquí a Catalunya

indiquen un cert marge per al creixement (al contrari que a Europa, on ja es dona una situació d'estancament), que en funció de la demografia (nombre d'efectius cada cop més petits en les cohorts més joves) s'anirà alentint en el futur. Les respostes a aquests i altres reptes, canvi climàtic inclòs, passen per la diversificació de les activitats al llarg de l'any (a fi de capturar nous mercats), la concentració empresarial i l'augment en la proporció de la despesa generada pels usuaris de la muntanya a l'hivern.

En aquest sentit, les estacions d'esquí només capturen entorn del 13 % de la despesa, mentre que la resta es concentra en activitats hoteleres, oci, restauració, etc. És per aquest motiu que les companyies de nova creació intenten augmentar aquesta participació mitjançant projectes integrats⁵. D'altra banda, a Catalunya la rendibilitat dels dominis esquiables es veu garantida per les operacions immobiliàries associades, no pels beneficis derivats de l'explotació de les instal·lacions. En aquest sentit, cal destacar que les nombroses inversions realitzades a la dècada dels anys 90 (canons de neu, sobretot, però també nous remuntadors, captacions d'aigua, etc.) han deixat un sector fortament endeutat, malgrat els ajuts públics.

Per la seva situació latitudinal, al Pirineu l'esquí es molt més susceptible al règim tèrmic i pluviomètric que les estacions d'altres contrades (els Alps, per exemple). En general, la cota mínima per a la pràctica de l'esquí se situa entre els 1.700 i 1.800 metres d'alçada, a partir de la qual els gruixos de neu tendeixen a superar els 15 cm i poden mantenir-se entre tres i quatre mesos cada any. Tanmateix, la instal·lació de canons de neu artificial ha esdevingut necessària per tal de poder assegurar un mínim d'activitat al llarg de la temporada.

El primer canó de neu s'implantà a La Molina l'any 1985, i el seu desenvolupament va ser espe-

4. Xavier Campillo, com pers., 30.5.2003.

5. Ramon Ganyet, com. pers., 6.5.2003.

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

Nom	Any creació	Cotes mín. i màx. (m)	Àrea esquiable (km)	Total pistes	Nombre canons neu	Km. de pistes innivades	% km. pistes innivades/total
Baqueira-Beret	1964	1.500-2.510	88,0	54	504	35,0	39,7
Boí-Taüll	1990	2.020-2.750	42,0	40	151	12,2	29,0
Espot	1967	1.500-2.500	28,5	31	86	6,5	22,8
La Molina	1943	1.700-2.445	50,0	40	326	20,0	40,0
Masella	1967	1.600-2.537	59,0	42	290	21,0	35,5
Port-Ainé	1986	1.650-2.440	43,5	32	88	12,0	27,5
Port del Comte	1973	1.700-2.400	42,8	38	79	8,0	18,7
Rasos de Peguera	1974	1.850-2.050	8,0	10	0	0	0
Tavascan	1991	1.750-2.250	5,0	5	0	0	0
Vall de Núria	1947	1.964-2.252	7,0	10	47	4,4	62,8
Vallter 2000	1975	1.950-2.535	15,0	12	68	10,0	66,6
Total	—	—	388,8	314	1.639	129,1	33,2

Taula B7.6. Estacions d'esquí alpí a Catalunya (any 2003).
Font: Elaboració pròpia a partir d'ACEM (2002).

cialment important durant la dècada dels anys 90. Entre el 1994 i el 2002, el nombre de canons es va triplicar, sobrepasant els 1.600 canons de neu en funcionament en aquest darrer any. Una tercera part d'aquests estaven instal·lats a Baqueira-Beret. El total de quilòmetres de pistes innivades artificialment l'any 2002 era de 129 (aproximadament una tercera part del total) i, en proporció, era més elevat a les estacions del Pirineu gironí (per exemple, la neu artificial es podia utilitzar a un 40% de les pistes de La Molina i a més del 65% de les pistes de Núria i de Vallter 2000).

Ultra les garanties de seguretat que proporciona, l'ús de neu artificial presenta altres avantatges que convé destacar. Per exemple, la forma arrodonida del material dificulta molt més la fusió que altres tipus de neu i permet la renovació del tapís vegetal sobre el que es diposita, circumstància molt preuada pels usuaris. Els principals inconvenients, però, deriven de la necessitat de

disposar de temperatures prou baixes, normalment inferiors als $-0,2^{\circ}\text{C}$, tot i que aquesta temperatura mínima oscil·la en funció de les condicions atmosfèriques. Així, amb 100% d'humitat la temperatura requerida per a un correcte funcionament dels canons de neu seria de -4°C , mentre que amb un 0% d'humitat podrien funcionar amb una temperatura de 0°C .

Amb tot, la precipitació en forma de neu o la innivació artificial no són els únics requisits que demana la pràctica de l'esquí (López Palomeque, 1996). Cal comptar també amb els factors que incideixen en el manteniment del mantell nival (exposició dels vessants, vent), així com amb la disposició del terreny. Aquest darrer factor és potser el més important al Pirineu, ja que les alçades on la neu és suficient acostumen a presentar pendents massa abruptes per a la pràctica d'aquest esport. Tot això fa que els dominis esquiables siguin relativament petits, la qual cosa, juntament amb la llunyania i comu-

nicacions deficientes amb els focus de la demanda, dificulta la rendibilitat de les estacions. En qualsevol cas, i com ja s'ha dit abans, aquesta rendibilitat s'ha de cercar més aviat en les operacions urbanístiques que solen acompanyar el desenvolupament de les estacions d'esports d'hivern.

B7.5.3. El turisme alternatiu

Aquesta denominació inclou diverses modalitats turístiques que comparteixen certs elements comuns, tant pel que fa a l'oferta (tipus de recursos i localització espacial) i la demanda (tipus de clients), com pel seu procés d'implantació temporal en el territori. No cal repetir arguments ja exposats anteriorment sobre els motius que expliquen aquesta expansió en els darrers anys, sinó més aviat aprofundir breument en certes característiques d'algunes d'aquestes modalitats: l'ecoturisme, els esports d'aventura, el turisme rural i l'ecoturisme (taula B7.7).

Tot i la reduïda oferta d'allotjament de turisme rural, en comparació amb els càmping i els hotels presenta una distribució més àmplia en el territori català (cap comarca supera el 8% del total de Catalunya) i es troba en franca expansió des dels seus inicis (cal tenir present que l'any 1989 només hi havia un centenar de residències casa de pagès). Òbviament, les comarques d'interior concentren bona part de les places disponibles, malgrat que l'Alt Empordà és la que té un nombre més elevat d'establiments d'aquest tipus (fet no gaire estrany si es té en compte l'extensió de la comarca i el seu elevat nombre de municipis). Com també era d'esperar, les comarques del Pirineu i Prepirineu són les més importants pel que fa a l'oferta de turisme rural, ja que reuneixen o han sabut conservar millor, sense canvis importants, els seus trets rurals i paisatgístics. No obstant això, hi ha dues comarques plenament pirinenques que s'aparten en certa forma d'aquest model, en haver apostat més fer-

Comarca	Establiments	Habitacions	Places	Places (%)	Places (% acumulat)
Alt Empordà	76	276	598	7,81	—
Garrotxa	67	256	564	7,37	15,18
Berguedà	57	260	543	7,10	22,28
Pallars Sobirà	63	269	503	6,57	28,85
Osona	53	220	485	6,34	35,19
Ripollès	50	191	415	5,42	40,61
Pla de l'Estany	44	184	378	4,94	45,55
Alta Ribagorça	57	190	360	4,70	50,25
Pallars Jussà	40	170	348	4,55	54,80
Alt Urgell	40	159	325	4,25	59,05
Resta comarques	404	1.563	3.129	40,95	40,95
Total	951	3.738	7.648	100	100

Taula B7.7. Allotjament de turisme rural a Catalunya, per comarques (a 31 de desembre de 2002).

Font: Direcció General de Turisme (2002a) (<http://www.gencat.net/ctc/etc.htm>).

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

mament per l'allotjament hotel·ler i la segona residència: la Val d'Aran i la Cerdanya.

Pel que fa a la seva distribució comarcal –i malgrat aquesta encara escassa presència en el territori–, a determinades comarques aquesta oferta és força destacada, fins i tot superant el 10% de l'allotjament comarcal, com seria el cas de l'Alta Ribagorça i el Pallars Jussà, Osona, la Garrotxa, el Pla de l'Estany, el Bages, l'Anoia, la Segarra, les Garrigues, el Priorat i l'Alt Camp.

Una altra de les modalitats «alternatives» que més èxit està tenint darrerament és l'anomenat turisme d'esports d'aventura, en franca expansió des de la seva introducció a Catalunya a finals dels anys 80. L'any 2002 hi havia registrades 58 empreses que s'hi dedicaven (respecte les 46 de l'any 1999), tot i que la majoria es localitzen a les comarques del Pirineu (38) (Direcció General de Turisme, 2002b) (taula B7.8). Aquesta concentració es deu principalment a les característiques del medi físic i al major desenvolupament de les seves infraestructures turístiques, tant d'equipaments d'allotjament –el rural, per exemple– com de productes diversificats per als turistes. En qualsevol cas, destaca per sobre de la resta la comarca del Pallars Sobirà (amb 16 empreses), que aprofita el potencial que li ofereix el riu Noguera Pallaresa (Belén Gómez i Martí Cors, 2001).

En qualsevol cas, aquesta és una modalitat turística de difícil quantificació en funció del seu nombre de clients perquè, entre altres raons, el nombre d'activitats que s'hi poden incloure (de vegades, també apareix amb el nom de «turisme actiu») és certament nombrosa. A tall d'exemple, l'*Instituto de Turismo de España* (TURESPAÑA) publica una guia on es fa una llista de fins a 34 activitats possibles, amb un grau d'activitat, «risc» i «aventura» molt heterogeni (Direcció General de Turismo, 2001; Lacosta, 2001).

Finalment, pel que fa a l'ecoturisme, cal destacar la importància creixent que va adquirint any

rera any. Les causes d'aquest increment són molt diverses (algunes aplicables també a altres modalitats de turisme «alternatives»), entre les quals es pot apuntar una conscienciació ambiental creixent en bona part de la població i el desig de mantenir (o recuperar) el contacte amb la natura, la necessitat de fomentar l'educació i la formació pedagògica en relació a les qüestions ambientals, la necessitat de mantenir un cert equilibri ecològic en determinades zones i el fet que el turisme sostenible hagi d'apostar també per recursos naturals en un bon estat de conservació (Gurri, 1998).

En aquest camp, Catalunya disposa d'un atractiu molt important: des de l'any 1992, quan es va aprovar el Pla d'Espais d'Interès Natural (PEIN), el país té més de 140 espais protegits, amb una superfície global que representa més del 21% de tot el territori català. Encara que la major part d'aquests espais gaudeixen d'un nivell de protecció bàsic, alguns són considerats espais naturals de protecció especial i s'acullen a una de les figures legals següents, cadascuna amb uns nivells de protecció i unes especificitats diferents: parc nacional, paratge natural d'interès nacional, reserva natural i parc natural. Encara que és molt difícil trobar dades de freqüentació d'espais protegits (per manca d'unificació o inexistència d'una sèrie temporal prou significativa), és evident que alguns d'ells reben anualment un nombre molt elevat de visitants, fet que en alguns casos ha comportat una afectació sobre els valors naturals que es volia protegir.

B7.6. Escenaris climàtics a Catalunya i possibles efectes en la oferta turística

Després de la diagnosi del turisme feta en apartats anteriors, aquesta part de l'informe valora els possibles impactes del canvi climàtic sobre les diferents modalitats turístiques a Catalunya. En altres capítols de l'informe es plantegen els diferents escenaris climàtics que es poden preveure per a Catalunya a les properes dècades. En qualsevol cas, és important insistir que, com arreu del món, Catalunya sembla haver experi-

mentat un increment de les temperatures mitjanes anuals durant les últimes dècades. En un treball recent (Brunet i altres, 2001), l'anàlisi de les temperatures registrades a Catalunya durant els darrers 130 anys (1869-1998) posa de manifest l'existència d'un increment de 0,9°C, més accentuat durant l'hivern. Els autors d'aquest treball diferencien tres fases: una primera etapa d'escalfament progressiu fins a mitjans de la dècada dels anys 50, un refredament que duraria fins a mitjans de la dècada dels anys 70 i, per últim, un escalfament abrupte, constant i de magnitud sense precedents, en les tres darreres dècades. L'hivern hauria estat l'estació més sensible, seguida per la primavera, la tardor i, finalment, l'estiu.

Alguns dels escenaris de l'IPCC per a les properes dècades dibuixen un augment aproximat de 2°C en la temperatura mitjana anual en l'àmbit on s'inclou la Península Ibèrica, així com un descens mitjà del 10% anual en les precipitacions. Amb el coneixement actual, i la capacitat de predicció dels models climàtics encara no s'està en disposició d'afinar aquestes dades amb prou precisió, més encara si és té en compte l'extraordinària diversitat climàtica de Catalunya. Per tant, les apreciacions que es puguin fer a continuació s'hauran de prendre amb molta precaució. En qualsevol cas, la taula B7.9 presenta breument els canvis i les seves implicacions en els fluxos turístics d'Europa central/septentrional i la Mediterrània (que són els principals pel que fa al cas català).

B7.6.1. Els impactes sobre el turisme de sol i platja

A escala global i com ja s'ha dit, algunes destinacions turístiques de «sol i platja» podrien veure's afectades pel canvi climàtic, per un increment excessiu de la temperatura o per efectes indirectes com l'augment del nivell del mar, l'increment de temporals marítims, la disminució dels recursos hídrics o la propagació de malalties tropicals cap a latituds més elevades. Els escenaris d'aquesta mena són possibles a Catalunya, com

Comarca	Nombre d'empreses
Alt Empordà	1
Alt Penedès	1
Anoia	1
Bages	1
Cerdanya	1
Garrotxa	1
Maresme	1
Pallars Jussà	1
Pla de l'Estany	1
Segrià	1
Baix Empordà	2
Montsià	2
Ripollès	2
Selva	2
Alt Urgell	3
Osona	3
Alta Ribagorça	4
Barcelonès	4
Berguedà	4
Val d'Aran	6
Pallars Sobirà	16
Total	58

Taula B7.8. Empreses d'esports d'aventura registrades a Catalunya (a 31 de desembre de 2002).

Font: Direcció General de Turisme (2002b). (<http://www.gencat.net/ctc/etc.htm>).

també ho són altres que destaquen els possibles beneficis, sobretot d'un increment mitjà de la temperatura. Entre aquests beneficis caldria destacar la desestacionalització del turisme (amb un increment de la temporada d'estiu) i un cert augment de la competitivitat catalana davant la

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

Canvis en el clima de la regió d'origen	Canvis en el clima en la regió de destinació	Implicacions per a la regió de destinació	Possibles reaccions dels mercats turístics
Hiverns més càlids i humits	Hiverns més càlids i humits	Risc de sequera i d'incendis forestals més elevat	Estius més agradables a les regions d'origen
Estius més càlids i secs	Estius netament més càlids i secs	Dèficits hídrics més acusats	Més motivació per escollir la Mediterrània per a les vacances
Estius més estables	Canvis més profunds a la Mediterrània oriental	Creixement de l'estrès atribuïble a la calor	Més motivació a fer vacances a la Mediterrània durant les estacions intermitges
	Augment de les temperatures de xafogor	Desaparició (total o parcial) de les platges com a conseqüència de l'augment del nivell del mar	Certa inversió del flux dominant (desig més gran dels habitants del sud d'Europa de passar les vacances al Nord)
	Augment del nombre de dies per sobre de 40°C	Vulnerabilitat a malalties tropicals més elevada	
	Paisatge més àrid	Risc d'inundacions sobtades més elevat	
	Cert augment del nivell del mar	Disminució de la qualitat de l'aire a les ciutats	

Taula B7.9. Possibles implicacions del canvi climàtic per al flux turístic des del nord i centre d'Europa cap a la Mediterrània.
Font: Adaptat de Travel Research International Limited (2003).

possibilitat que altres destinacions pateixin impactes negatius de més magnitud (per exemple, la Mediterrània oriental). A més, el turisme de sol i platja compta amb l'avantatge que l'increment tèrmic anual és concentraria sobretot en els mesos no estiuencs.

En un treball recent de Maddison (2001) sobre el mercat britànic (molt important a Catalunya i a l'Estat espanyol) s'ha intentat quantificar els canvis en les destinacions turístiques causats pel canvi climàtic. L'estudi ha considerat tres destinacions turístiques (Grècia, l'Estat espanyol i les

Trimestre	Evolució de la temperatura	Evolució de la precipitació	Evolució del nombre de turistes (Estat espanyol)	Evolució del nombre de turistes (Grècia)
Primer	+2° C	+5%	+15,8%	+14,9%
Segon	+2° C	-5%	+9,9%	+7,5%
Tercer	+2° C	-15%	+2,2%	-1,3%
Quart	+2° C	-5%	+15,9%	+13,4%
Total	+2° C	-10%	+8,1%	+2,9%

Taula B7.10. Impacte del canvi climàtic sobre els fluxos a destinacions turístiques de l'Estat espanyol i Grècia (escenari any 2030).
Font: Maddison (2001).

Illes Seychelles) i s'ha utilitzat com escenaris climàtics de referència els obtinguts en el model general de Houghton, que preveuen un augment de la temperatura de 2°C al sud d'Europa l'any 2030.

Deixant de banda el cas de les Seychelles (que surt notablement perjudicada en el flux de turistes), resulta interessant comparar el casos de Grècia i l'Estat espanyol (taula B7.10). En ambdós països, hi hauria un increment net del nombre de turistes, encara que clarament superior en el cas espanyol. Segons l'autor, hi hauria dos motius que explicarien aquest fet: un, els costos (sobretot de temps de viatge) són comparativament més petits en les destinacions espanyoles i, segon, el clima lleugerament més càlid (i per tant menys confortable) predominant a les destinacions gregues. També es pot veure l'efecte positiu de la desestacionalització en la mesura que els increments més elevats corresponen al primer i al quart trimestre, tot i que també es dona una variació positiva a l'estiu (al contrari que a Grècia, on s'observa una disminució).

Tot i que es tracta d'un únic estudi i, a més, de caire no estrictament català, sembla raonable pressuposar que per si mateix l'increment de les temperatures no ha d'incidir negativament en el turisme de sol i platja a Catalunya, almenys durant les dècades més immediates. Ans al contrari, i en coincidència amb molts dels experts i professionals consultats, aquest increment tèrmic pot tenir un impacte positiu en desestacionalitzar el turisme. Les conseqüències econòmiques i ambientals d'aquesta desestacionalització també poden ser importants atès que, per un costat, l'activitat econòmica ampliaria el seu marc temporal i, per un altre, es podria reduir l'enorme pressió ambiental que caracteritza els mesos d'estiu al litoral català.

D'altra banda, però, també caldria tenir en compte les possibles ampliacions de l'estacionalitat en contrades situades a latituds més altes (Giles i Perry, 1998; Harrison i altres, 1999) i el possible

impacte derivat d'una creixent percepció de manca de confortabilitat originada per l'increment de les temperatures. Suposant que l'efecte combinat d'aquestes dues darreres conseqüències no desitjades es tradueix, cap a l'any 2050, en una disminució d'entre un i mig punt menys de creixement en el nombre de turistes. En termes absoluts això implicaria una reducció d'entre 111 i 198 milions de persones, i les pèrdues econòmiques derivades sumarien entre 64.000 i 110.000 milions de dòlars USA (en preus constants de l'any 2000) a tota la conca mediterrània (Travel Research International Limited, 2003).

Pel que fa als possibles efectes indirectes del canvi climàtic, aquests no permeten en principi una visió gaire optimista. En primer lloc, una freqüència més elevada de fenòmens extrems, com els temporals marítims i les inundacions, podria alimentar una percepció de «mal temps», de conseqüències devastadores per a la indústria turística (vegi's si més no, els perjudicis causats per un estiu plujós com el de l'any 2002 a la Costa Brava). Un altre impacte potencialment molt important per al sector turístic fa referència a l'estoc de capital construït o que està en procés de construcció, que es podria veure amenaçat per aquests fenòmens o per l'augment del nivell del mar, així com les afectacions en un recurs fonamental com són les platges.

A nivell econòmic, els costos poden ser extraordinàriament elevats, tal i com s'ha fet palès en episodis recents de temporals de llevant (com els de l'any 2001 a la costa central catalana). Un augment en la freqüència d'aquests esdeveniments obligaria molt probablement al replantejament de l'ordenació de la franja litoral, a no ser que les administracions estiguessin disposades a esmerçar recursos en obres de defensa, molt costoses i amb impactes addicionals incerts.

Un altre impacte potencialment molt important fa referència a la disponibilitat futura de recursos hídrics. Les darreres prediccions del *Hadley Centre for Climate Change* mostren una marcada ten-

dència al descens de les precipitacions al sud d'Europa i es consideren un dels senyals més robusts. Segons dades de l'organització WWF (citada a Gössling, 2002), a l'Estat espanyol un turista consumeix una mitjana de 440 litres d'aigua/dia, xifra que es dispara fins els 880 litres si s'incorporen les despeses de piscines i camps de golf (a tall de comparació, un habitant de Santa Coloma de Gramenet tot just consumeix 110 litres diaris).

Cal recordar que els turistes esperen unes disponibilitats d'aigua suficients i fiables i que les mancances en aquest sentit poden tenir repercussions molt serioses. Per exemple, Benidorm va perdre gran part del turisme alemany arran de la crisi hídrica que patí aquesta destinació a finals de la dècada dels anys 70⁶, i l'aparició a la premsa alemanya de notícies sobre problemes d'aigua a Mallorca la primavera de l'any 2000 redundà en un descens en el nombre de turistes alemanys aquell estiu, encara que en aquest descens segurament varen contribuir altres factors (Kent i altres 2002).

La qüestió del futur de l'oferta i la demanda d'aigua a Catalunya a les properes dècades ultrapassa l'àmbit d'aquest capítol, però les tendències apunten cap a una accentuació de les situacions de dèficit, sigui per la pròpia irregularitat climàtica, sigui per un increment de la demanda, a la qual no es aliè el sector turístic. Tanmateix, aquest increment de la demanda sembla estar vinculat sobretot al canvi de model territorial (expansió de les tipologies urbanes de baixa densitat) que acompanya les migracions des dels grans nuclis urbans (per exemple el Barcelonès) a les perifèries metropolitanes. Un canvi en el model de desenvolupament turístic en el territori, on es deixi de construir en «alçada» i es passi a construir, més aviat en «longitud», pot veure's com un guany en termes de qualitat, però a canvi d'impactes ambientals (entre ells el consum d'aigua o la generació de residus) molt superiors als d'un model compacte.

6. Jorge Olcina, com. pers., 25.04.2003.

Finalment, una altra possible conseqüència del canvi climàtic en el sentit de l'augment de les malalties infeccioses d'origen tropical (la malària, per exemple) no sembla probable a Catalunya, si més no per la seva latitud.

B7.6.2. Impactes sobre el turisme d'hivern

El turisme d'hivern és un dels sectors amb un potencial d'impacte més elevat si el canvi climàtic es materialitza. En general, l'augment de la temperatura mitjana comportaria menys neu en els dominis esquiables i l'escurçament de les temporades d'esquí, molt especialment a les estacions situades en cotes més baixes, la qual cosa generaria efectes econòmics negatius. Aquestes afirmacions s'han de prendre com a pures hipòtesis atès que, amb la informació disponible i, al contrari del que passa a altres països, no existeix cap estudi fet que abordi mínimament el tema. Tanmateix, i si cal fer cas dels estudis existents a altres països, els impactes poden ser molt importants i mereixen una atenció màxima.

Com ja s'ha comentat, els possibles impactes del canvi climàtic en el turisme d'hivern s'han examinat durant al dècada de 1990 en diversos països (per exemple, a Àustria, Austràlia, Canadà, EUA, França, Nova Zelanda i Suïssa). La combinació més temuda és la de dèficits de precipitació amb temperatures per sobre de les habituals de l'època durant la primera part de l'estació, la qual cosa representa un impacte molt sever en els gruixos i la durada de la neu a la resta de l'estació. A França, una anàlisi efectuada per a un període de 10 anys (1990-2000), mostra que la presència precoç o retardada de neu té un impacte molt important sobre l'estacionalitat de l'esquí o sobre la seva possible perllongació fins al mes de maig per a aquelles estacions situades a una altitud suficient.

En el cas dels Alps, un primer indicatiu foren els hiverns suaus i amb poca neu de finals dels 1980 i primers 1990 (una situació molt semblant a la viscuda a Catalunya). Concretament, es produïren tres hiverns consecutius (1987-88, 1988-89

i 1989-90) amb unes condicions molt pobres de neu, desconegudes en els darrers 700 anys, especialment a les altituds més baixes (Koenig i Abegg, 1997). Alguns estudis posteriors han demostrat que durant els anys 80 i inicis dels 90s del segle XX, les terres baixes dels Alps van experimentar de mitjana 3/4 setmanes menys de neu que a començaments de segle (Benniston, 1997). D'altra banda, durant els darrers anys dels 1980, els períodes amb més de 50 cm. de neu en almenys un 10% de l'estació d'hivern han disminuït fins dos mesos respecte a la dècada anterior, fenomen no experimentat des de la dècada de 1940. En aquests anys, la temporada havia començat a finals d'octubre i acabava a finals de març. Durant la dècada de 1970, la temporada d'esquí solia començar a primers d'octubre i durava fins a mitjans-finals de maig.

Les hipòtesis de futur no conviden precisament a l'optimisme. En el cas dels Alps suïssos, i davant l'escenari d'un increment de la temperatura d'entre 1'5 i 3°C cap l'any 2100, la durada de la innivació es reduiria entre un 30 i un 40%, sobretot a les parts més baixes dels sistemes muntanyencs. Per al conjunt dels Alps, un augment de la temperatura podria comportar una disminució d'entre un 20 i un 30% en la durada de la neu a zones inferiors als 1.500 m. d'altitud. Per tal de poder rendibilitzar les inversions i ser operativa, es considera que una estació d'esquí ha de tenir un gruix de neu igual o superior a 30 cm. durant almenys 100 dies/any. A Suïssa, aquesta condició es compleix per a les estacions situades per sobre dels 1.200 m. d'alçada però, amb un augment mitjà de 2°C en la temperatura, la cota de neu pujaria als 1.500 metres. Un 85% de les estacions d'esquí es troben actualment dins els marges de seguretat descrits abans (és a dir, tenen 30 cm. de neu durant almenys 100 dies l'any). Tanma-

teix, aquest percentatge baixaria fins el 63% amb un clima més càlid segons les condicions suara descrites (Koenig i Abegg, 1997).

Això no obstant, segons alguns experts les implicacions de l'escalfament del planeta sobre el mantell nival encara no es coneixen amb un marge de confiança suficient (Eric Martin, 2002). L'estat dels coneixements progressa lentament a causa de la gran variabilitat d'una estació a l'altre i d'un massís a un altre, de manera que no s'ha copsat un senyal decisiu de canvi en matèria d'innivació. Si a inicis de la dècada de 1980 va haver-hi diversos anys d'innivació important, que portaren a nous projectes, les innivacions més precàries dels darrers anys tampoc no han de condemnar la muntanya forçosament. Amb tot, i com a conclusió general, arreu del món sembla detectar-se una disminució de l'innivació durant el decenni de 1990.

Pel que fa al cas concret de Catalunya, es pot estudiar la variabilitat climàtica recent a les estacions d'esquí a partir del nombre de forfaits venuts anualment (sempre, però, d'una manera aproximada). La figura B7.1 mostra clarament els anys amb condicions de neu deficientes, que en general coincideixen amb anys d'escasses precipitacions. El punt de partida han estat els

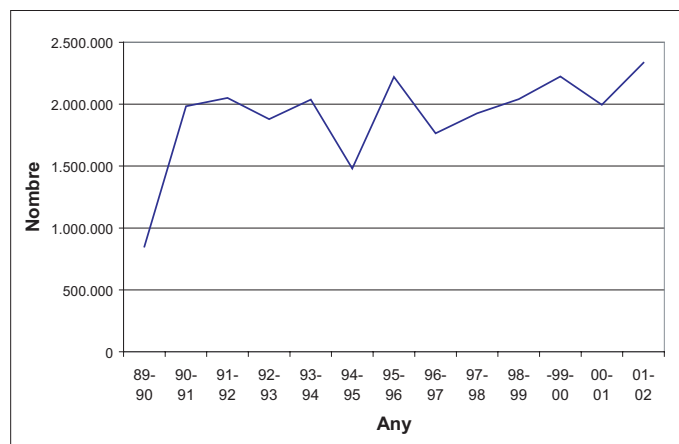


Figura B7.1. Nombre de forfaits venuts a Catalunya (període 1989-2002).
Font: elaboració pròpia a partir de dades proporcionades per l'ACEM.

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

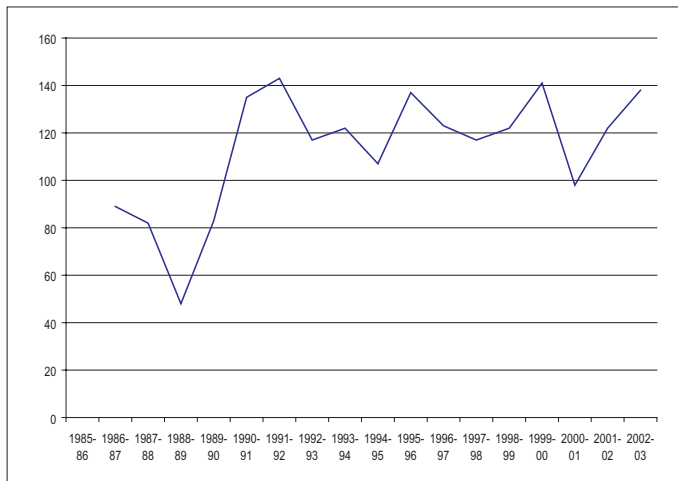


Figura B7.2. Nombre de dies oberts/temporada a l'estació d'esquí Vall de Núria (període 1985-2002).

Font: elaboració pròpia a partir dades subministrades per l'estació d'esquí Vall de Núria.

hiverns excepcionalment secs dels anys 1988-89 i 1989-90, qualificats de «dolents» o «molt dolents» per estacions com Vaquèira o La Molina.

Cal destacar així mateix la davallada de l'hivern de 1994-95 i en menor mesura, del 2000-2001, sempre en el marc d'una línia ascendent en les vendes de *forfaits*. Per tant, i a nivell global, no sembla que la dècada de 1990 hagi estat negativa per a la pràctica de l'esquí, a la qual cosa ha contribuït decisivament també la proliferació de neu artificial.

També de manera indirecta, la variabilitat climàtica es pot copsar a partir del nombre de dies de funcionament de les estacions per temporada. A data de tancament de la redacció d'aquest treball, només havia estat possible obtenir una sèrie suficientment llarga per a l'estació Vall de Núria (figura B7.2). Com en el cas anterior, s'observen perfectament els anys «dolents» de finals de la dècada de 1980, però també com, des d'aleshores, les successives temporades han ultrapassat sempre els 100 dies, amb l'excepció de l'any 2000-2001. En definitiva, es podria afirmar que durant la dècada de 1990, el sector de

l'esquí alpí a Catalunya ha pogut superar la dependència climàtica gràcies a la innivació artificial, fins i tot en anys considerats molt secs com els 1994-95 o 2000-2001.

Pel que fa a tendències futures i a manca d'estudis, es pot partir d'una hipòtesi força imprecisa i que només s'ha de prendre de manera orientativa. De mitjana, es pot estimar que el gradient tèrmic en funció de l'altitud és d'aproximadament 1°C per cada 100 m. Per tant, un increment mitjà de la temperatura de 2°C (l'escenari mitjà que dibuixa l'informe de l'IPCC per a les àrees mediterrànies) situaria probablement les cotes de neu per sobre dels 2.000 metres d'altitud.

es mediterrànies) situaria probablement les cotes de neu per sobre dels 2.000 metres d'altitud.

L'any 2002, només Boí-Taüll tenia una cota mínima superior als 2.000 metres, la qual cosa indicaria la vulnerabilitat d'almenys part dels diferents dominis esquiables a l'augment tèrmic, atès que aquest darrer factor probablement impediria el correcte funcionament dels canons de neu artificial. Encara que es tracti d'estimacions purament qualitatives, en l'enquesta passada a experts i professionals del sector també es palesava aquesta tendència.

B7.6.3. Impactes sobre el turisme alternatiu

El turisme de natura i el turisme rural són un dels sectors, juntament amb el turisme urbà, considerats com de major potencial de creixement a Catalunya, amb la condició que els seus atractius no es deteriorin. En aquest sentit, la dependència envers un entorn de qualitat és probablement la més elevada de tots els subsectors turístics, i aquesta qualitat depèn estretament de valors naturals i culturals. Així, algunes àrees de Catalunya amb una elevada qualitat ambiental (com, per exemple, el delta de l'Ebre o els aiguamolls de l'Empordà) han vist augmentar la seva

frequènciació per la pràctica d'aquestes noves modalitats turístiques). Al mateix temps, però, són també unes àrees potencialment molt vulnerables a alguns dels efectes del canvi climàtic, com ara l'ascens del nivell del mar (escenari perfectament possible en el cas del delta).

Les previsions d'augment de fenòmens extrems com onades de calor podria afectar també ecosistemes molt proclius a incendis forestals (per exemple, a la Catalunya central) i perjudicar així el turisme rural, bàsic en moltes comarques de l'interior. En canvi, el turisme urbà, cultural i de patrimoni no semblaria, en principi, massa afectat per la variabilitat climàtica.

B7.7. Estratègies adaptatives als possibles efectes del canvi climàtic

En aquest apartat s'avaluen algunes de les possibles estratègies adaptatives del turisme català al canvi climàtic, comptant sobretot amb les idees i propostes que s'han extret de l'enquesta i d'altres converses amb professional i experts del sector turístic. Una idea interessant és que moltes de les estratègies d'adaptació al canvi climàtic proposades són també estratègies de reordenació futura del sector, en la línia de la diversificació, la qualitat i, en alguns casos, la sostenibilitat. Aquestes estratègies es diferencien a continuació en funció de la modalitat turística.

B7.7.1. Mesures adaptatives al turisme de sol i platja

En aquest cas i com ja s'ha comentat abans, l'increment de les temperatures mitjanes es considera un factor més aviat positiu per al sector i, en principi, no requeriria de cap estratègia específica d'adaptació o mitigació. Altra cosa són els impactes associats amb el canvi climàtic, sobretot els que malmetrien un recurs d'importància bàsica com són les platges. Les alternatives en aquest cas són prou clares: inversió en obres de defensa del litoral o reordenació de la seva activitat turística, limitant el creixement (val la pena recordar que més de la meitat de la costa catalana, uns 300 km, ja està urbanitzada) i en certs casos –i si els

fenòmens extrems augmenten la seva freqüència d'una forma considerable–, àdhuc desubicant infraestructures i medi construït de la franja litoral. En ambdós casos, però, els costos econòmics i socials poden arribar a ser extraordinaris.

B7.7.2. Mesures adaptatives al turisme d'hivern

En principi, el turisme d'hivern seria el subsector potencialment més afectat pel canvi climàtic. A altres contrades com Suïssa, ja estan sent objecte de debat quines haurien de ser les millors estratègies d'adaptació o mitigació, que en alguns casos poden ser també rellevants per al Pirineu.

En primer lloc, una resposta òbvia seria traslladar les pistes d'esquí a cotes de major altitud i per tant menys vulnerables a l'increment de la temperatura. En algunes àrees, aquesta estratègia s'aplica ja en les noves inversions. Per exemple, l'empresa francesa *Compagnie des Alps* només contempla inversions en nous dominis esquiables si aquests es troben per sobre de 2.000 m. i tenen una orientació Nord⁷. En qualsevol cas, a Suïssa l'obertura de noves pistes a cotes més elevades es descarta per motius ambientals, mentre que ni tant sols seria factible al Pirineu català per la menor alçada de la serralada i la gran escassetat de dominis esquiables més enllà dels 2.500 metres.

Una segona resposta que, com s'ha pogut veure, ha estat fonamental a l'hora de garantir la viabilitat recent de l'esquí català, consisteix en incrementar el domini esquiable proveït amb neu artificial. La neu artificial consolidarà probablement la seva hegemonia en els propers anys i actualment no es contempla cap nova instal·lació o ampliació que no disposi d'aquesta infraestructura. Els problemes, en aquest cas, són dos: els costos econòmics i ambientals dels canons de neu (aigua, energia, efectes sobre la flora i la fauna) i la manca de garantia que siguin realment útils en condicions de temperatures elevades.

7. Joan Sala, com pers., 13.05.2003.

Turisme David Saurí i Joan Carles Llurdés

Una tercera resposta possible és la diversificació d'activitats, especialment fora de la temporada d'esquí. De fet, moltes estacions catalanes ja estan proporcionant una oferta d'activitats a l'estiu, que es poden integrar amb altres productes com el turisme cultural i diverses manifestacions artístiques, tal i com ja s'està fent als Alps (festivals de música, teatre, etc.).

Una quarta resposta seria la contractació d'assegurances climàtiques. Així, un producte en aquesta línia que sembla estar agafant una certa empenta a Europa es basa en el sistema *NextWeather*, un conjunt d'índexs climàtics desenvolupat per prevenir els possibles impactes que la meteorologia pugui causar sobre activitats determinades. Aquest sistema és fruit d'un «partenariat» entre *Météo-France* i *Euronext* (associació que aplega les borses de valors de París, Brussel·les i Amsterdam), i el seu objectiu és oferir contractes financers en base a índexs de temperatura que permetin anticipar els impactes financers de les variacions climàtiques. Així, en el cas de les empreses turístiques, aquestes podrien rebre compensacions per una caiguda en l'activitat causada per factors climàtics. El problema, però, pot ser l'elevat cost de la prima a pagar. De fet, al Pirineu ja fa uns anys es va intentar organitzar un mercat d'assegurances per a incidències climàtiques que mai no va arribar a quallar a causa dels elevats preus dels productes oferts.

Finalment, una cinquena resposta seria la reorganització empresarial, que superi l'atomització del sector i aconseguixi crear empreses més grans i competitives. Evidentment, aquesta resposta ultrapassa l'àmbit estricte d'aquest capítol, però des del sector es contempla com una estratègia bàsica en gestió de riscos futurs.

B7.7.3 Mesures adaptatives al turisme alternatiu

Pel que fa al turisme alternatiu, les mesures d'adaptació o mitigació passen essencialment per la conservació del patrimoni natural i cultural que sustenta aquest tipus de turisme, ampliant les fi-

gures de protecció i restringint aquells usos que puguin malmetre aquest patrimoni. Amb tot, la protecció d'espais emblemàtics com ara el delta de l'Ebre requerirà mesures que ultrapassin les capacitats de decisió de Catalunya i els àmbits específics del turisme i de la conservació de la natura, ja que impliquen territoris molt més amplis i molts altres sectors econòmics i socials.

B7.8. Conclusions

El turisme és la primera activitat econòmica de Catalunya. Es tracta d'un sector molt diversificat que comprèn el turisme de masses (sol i platja), el turisme d'hivern (esquí) i formes emergents de turisme alternatiu com les vinculades a la natura i l'aventura, al patrimoni cultural i urbà, a la pràctica de certs esports com el golf o la nàutica, a la creació de parcs temàtics, etc.

A Catalunya, el sector presenta força avantatges comparatius amb relació a d'altres destinacions, els quals seguiran sent importants en els propers anys, sobretot si augmenta la diversificació i integració dels productes. Entre aquests avantatges cal destacar la condició de país desenvolupat i estable políticament, econòmicament i social, amb un bon nivell d'equipaments i serveis, la proximitat als grans mercats europeus, un important grau de fidelització dels clients i unes estructures empresarials força sòlides i experimentades.

L'anomenat «turisme de sol i platja» encara és predominant, seguit per l'esquí (amb una presència aclaparadora del mercat domèstic). Tanmateix, bona part de les diverses formes de turisme alternatiu (potser menys dependents del clima però sí dels possibles efectes del canvi climàtic sobre determinats ecosistemes) mostren un notable dinamisme que probablement s'intensificarà de cara al futur.

El clima és fonamental per a una gran part de l'oferta turística de Catalunya. Per tant, qualsevol canvi en aquest darrer podria comportar impactes molt significatius en el turisme; ara bé, que aquests siguin positius o negatius dependrà

de cada subsector i de les estratègies d'adaptació/mitigació adoptades. D'altra banda, sembla important tenir en compte la variable temporal, de forma que a curt termini no es preveuen impactes significatius, ni tampoc a llarg termini sembla que s'arribi a unes temperatures prou elevades com per fer retraure la demanda de turisme de sol i platja. En canvi, a llarg termini el turisme d'hivern, en particular, se'n pot veure afectat de forma important.

El sector turístic català no sembla ser massa conscient dels possibles impactes del canvi climàtic. Tradicionalment, aquest sector ha estat molt més atent a qüestions de caràcter conjuntural, de curt termini, que a d'altres de més estructurals. Un exemple d'això es reflectiria en els projectes de noves estacions d'esquí al Pirineu i/o l'ampliació de les existents. En part, això es pot deure a la situació viscuda a la dècada dels anys 90, prou bona per al món de l'esquí català, tot i ser la dècada més càlida dels darrers segles.

El turisme de sol i platja probablement no es veuria gaire afectat pel canvi climàtic. Ans el contrari. Una hipòtesi probable (recolzada en part per un estudi sobre el turisme britànic) és un augment de la freqüentació de visitants per l'allargament de la temporada i la disminució de l'estacionalitat. Addicionalment, l'increment més alt de les temperatures en destinacions competidores també podria influir positivament en aquest subsector.

No obstant això, alguns impactes derivats del canvi climàtic, com l'augment de la freqüència dels fenòmens extrems i l'increment del nivell del mar, poden comportar conseqüències potencialment devastadores per al turisme de sol i platja, en amenaçar un recurs bàsic com són les pròpies platges. Si aquests canvis es confirmen, aleshores caldrà decidir entre la construcció d'obres de defensa o la reordenació del medi construït a la primera línia de costa. Ambdues alternatives tenen costos potencials molt elevats. A

més, també caldrà estar amatents a la disponibilitat de recursos hídrics en el futur.

Els impactes més importants probablement recauran sobre el turisme d'hivern, tot i que també variarien força en funció de la ubicació de les estacions d'esquí. En qualsevol cas, la resposta a la variabilitat climàtica sota la forma de canons de neu artificial pot intensificar-se en el futur, especialment a les estacions més orientals del Pirineu català. Cal dir que la innivació artificial ha estat una adaptació molt reeixida a la variabilitat climàtica, tot i que presenta clares limitacions des d'un punt de vista ambiental. Amb l'ajut dels canons de neu artificial, l'esquí probablement podrà mantenir-se per sobre dels 2.000 metres d'alçada, la qual cosa podria implicar l'abandonament de part de les instal·lacions actuals que es trobin ubicades per sota d'aquesta cota.

Finalment, els impactes sobre les modalitats de turisme alternatives variaran en funció del tipus concret d'activitat. D'antuvi no sembla que el turisme cultural i urbà s'hagi de veure massa afectat. En canvi, l'anomenat ecoturisme i el turisme rural ho podrien estar en la mesura que el patrimoni natural que els sustenta (per exemple les zones humides del litoral) evolucioni en un sentit o en un altre com a conseqüència del canvi climàtic.

A tall de conclusió, es pot afirmar que el sector turístic català ha iniciat un procés d'adaptació a les noves tendències en el món del turisme, especialment orientades cap a la diversificació i integració de «productes» i «paquets», així com a la millora de la qualitat (incloent de manera molt significativa la millora en el rendiment ambiental de les empreses i destinacions turístiques). En reduir el risc de dependència d'un sol àmbit, el sector també estaria més ben preparat per afrontar els possibles impactes del canvi climàtic. Caldrà veure però, si aquesta tendència es converteix en una realitat durant els propers anys.

Referències bibliogràfiques

- ANTON CLAVÉ, S. (2002). «El model turístic de Catalunya enfront de les noves tendències de la demanda». *Revista de Geografia*, núm.1, pàg. 119-128.
- BENNINGSTON, M. (1997). «Variations of snow depth and duration in the Swiss Alps over the last 50 years: Links to changes in Large-Scale Climatic Forcings». A: *Climatic Change*, núm. 36, p. 281-300.
- BESANCENOT, J. P. (1991). *Clima y turismo*. París: Masson.
- BRUNET, M.; AGUILAR, E.; SALADIÉ, O.; SIGRÓ J.; LÓPEZ, D. (2001). «La evolución de las temperaturas en el Nordeste de España desde la segunda mitad del s. XIX hasta el presente». *Actas del XVII Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Oviedo: AGE y Universidad de Oviedo, p. 140-143.
- CAPELLA, H.; CORS, M.; GÓMEZ, B. (1997). «Nuevos turismos litorales en Cataluña». *Actas del XV Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Santiago de Compostela: AGE y Universidad de Santiago de Compostela, p. 303-311.
- CERON, J.P.; DUBOIS, G. (2003) «Tourisme et changement climatique: Une relation à double sens. Le cas de la France». A: *Primera Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme*. Djerba, Tunísia, 9-11 abril de 2003.
- CUADRAT PRATS, J.M. (1983). «Método de clasificación de tipos de tiempo aplicados al turismo de montaña». Barcelona: AGE y Publicaciones de la Universidad de Barcelona, p. 11-16.
- DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME (diversos anys): *Resum de la temporada turística*. Barcelona: Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme, Generalitat de Catalunya.
- DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME (2002a). *Oferta. Allotjaments turístics*. Barcelona: Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme, Generalitat de Catalunya.
- DIRECCIÓ GENERAL DE TURISME (2002b). *Oferta. Oferta complementària*. Barcelona: Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme, Generalitat de Catalunya.
- DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (2001). *Guía de turismo activo*. Madrid: Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA).
- GILES, A.R.; PERRY, A.H. (1998). «The use of a temporal analogue to investigate the possible impact of projected global warming on the UK tourist industry», *Tourism Management*, vol. 19, núm. 1, p. 75-80.
- GÖSSLING, S. (2002). «Global Environmental Consequences of Tourism». *Global Environmental Change*, 12, p. 283-302.
- GÓMEZ MARTÍN, Belén (1999) «La relación clima-turismo: consideraciones básicas en los fundamentos teóricos y prácticos», *Investigaciones Geográficas*, 21, p. 21-34.
- GÓMEZ MARTÍN, Belén; CORS, Martí (2001). Los deportes de aventura en el Pallars Sobirà (Lleida). Implicaciones turísticas y territoriales. *Actas del XVII Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Oviedo: AGE y Universidad de Oviedo (p. 335-339).
- GÓMEZ MARTÍN, B.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARTÍN-VIDE, J. (2002). «Aptitud climática y turismo. Variaciones geográficas y cronológicas de la potencialidad climático-turística del verano en Cataluña», *Eria. Revista de Geografía*, núm. 59, p. 333-345.
- GURRI, F. (1998). «La sostenibilitat del patrimoni turístic-natural de Catalunya». *Estudis Turístics de Catalunya*, 2, p. 10-16 (versió PDF a <www.gencat.net/turisme/>).
- HARRISON, S.J.; WINTERBOTTOM, S.J.; SHEPPARD, D. (1999). «The potential effects of climate change on the Scottish tourist industry», *Tourism Management*, núm. 20, p. 203-211.
- IPCC (2001). *Climate Change 2001*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KENT, M.; NEWNHAM, R.; ESSEX, S. (2002). «Tourism and sustainable water supply in Mallorca: a geographical analysis», *Applied Geography*, núm. 22, p. 351-374.
- KOENIG, U.; ABEGG, B. (1997). Impacts of Climate Change on Winter Tourism in the Swiss Alps, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 5, núm. 1, p. 46-58.
- LACOSTA, A.J. (2001). «Aproximación al sector del turismo activo y de aventura en España. Implicaciones territoriales y distribución espacial». A: *Actas del XVII Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Oviedo: AGE y Universidad de Oviedo (p. 358-364).
- LISE, W.; TOL, R.S.J. (2002). «Impact of Climate on Tourist Demand», *Climatic Change*, núm. 55, p. 429-449.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1996). «Turismo de invierno y estaciones de esquí en el Pirineo Catalán», *Investigaciones Geográficas*, núm. 15, p. 19-39.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1997). «La generalización especial del turismo en Cataluña y la nueva dialéctica litoral-interior». *Actas del XV Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles*. AGE y Universidad de Santiago de Compostela (p. 409-418).

MADDISON, D. (2001). «In search of warmer climates? The Impact of Climate Change on flows of British Tourists», *Climatic Change*, núm. 49, p. 193-208.

MARTIN, E. (2002). *Espaces*, p. 39.

MONFORT, V.M.; URIEL, E. (2003). «Turismo: desafíos y propuestas». *El País Negocios*, núm. 26, Octubre, p. 18.

TRAVEL RESEARCH INTERNATIONAL LIMITED (2003). «La corrélation entre le tourisme et le changement climatique». A: *Primera Conferència Internacional sobre Canvi Climàtic i Turisme. Djerba, Tunísia, 9-11 abril*.

VINER, D.; AGNEW, M. (1999). *Climate Change and its Impact on Tourism*. Report prepared for WWF-UK. Climate Research Unit, University of East Anglia. (disponible a <www.cru.uea.ac.uk/tourism>).

WORLD WILDLIFE FUND (WWF) (2000). *Tourism and Climate Change* (disponible a <www.wwf.org.uk>).

Annex

Relació d'especialistes contactats que han respost l'enquesta*

José Maria Abos, estació d'esquí Formigal (Osca); Carlos J. Baños; Diego A. Barrado, AN-TAR, Taller de Estrategias, Universidad Autónoma de Madrid; Mariano Barriendos; Alba Caballé, Oficina de Promoció Turística, Diputació de Barcelona; Xavier Campillo, Escola Universitària de Turisme, Universitat Autònoma de Barcelona; Josep Cerveró, ATI-MARKEFIN S.L.; Martí Cors, Departament de de Geografia, Universitat de les Illes Balears; Antonio J. Lacosta Aragüés, Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza; Xavier Font, Diputació de Barcelona; Rosa Maria Fraguell, Departament de Geografia, Universitat de Girona; Ramon Ganyet; Helena Giné; Belén Gómez Martín, Departament de Geografia Física i Anàlisi Geogràfic Regional, Universitat de Barcelona; Luis Herrero, CONSULTUR; Agustí Jansà; Sole Jiménez Setó, Escola Universitària de Turisme dels Pirineus; Mercedes Laita; Raul Lardiés, Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza; Lluís Mundet, Escola Universitària de Turisme, Universitat de Girona; Jorge Olcina Cantos, Departament d'Anàlisi Geogràfica Regional, Universitat d'Alacant; Marc Pavia, CONSULTUR; Meritxell Pedreño; Llorenç Prats, Universitat de Barcelona; Gerda Priestley, Departament de Geografia i Escola Universitària de Turisme, UAB; Climent Ramis, Departament de Física, Universitat de les Illes Balears; Josep Maria Raso Nadal, Universitat de Barcelona; Joan Sala; Pere Salvà, Departament de Geografia, Universitat de les Illes Balears; Xosé M. Santos, Universidade de Santiago de Compostela; Miquel Seguí, Departament de Geografia, Universitat de les Illes Balears; José Antonio Varela.

* Per desig personal, algunes enquestes han estat anònimes. Altrament, alguns dels participants han declinat fer constar el nom de la organització on desenvolupen les seves activitats (el nom de la organització era opcional a l'enquesta).