



DOCUMENT DE

BASES PER A UNA NOVA LLEI DE TURISME

 **GOVERN ALTERNATIU
DE CATALUNYA**

Comerç i Turisme

Juan Luis Ruiz

17 de juny de 2022

CONTINGUT

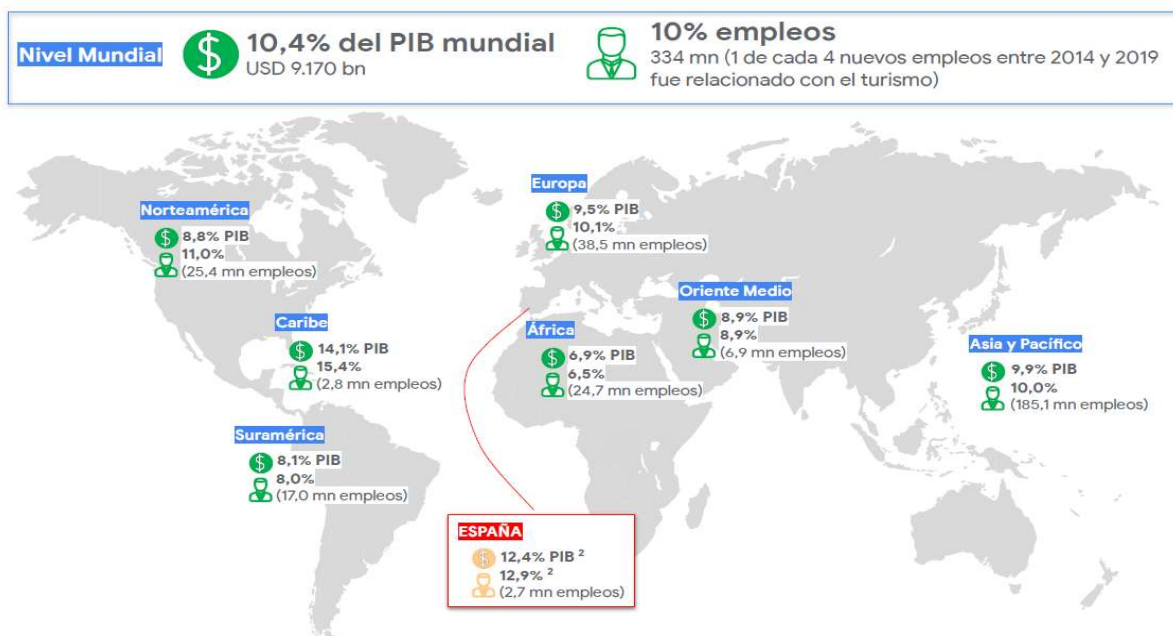
EL TURISME, MOTOR ECONÒMIC	3
IMPACTE DE LA PANDÈMIA SOBRE EL TURISME	5
DEBAT SOBRE EL MODEL TURÍSTIC	9
Reflexions sobre el turisme postpandèmia	10
Pla de modernització i competitivitat del sector turístic del Govern d'Espanya.....	12
BASES PER A UNA NOVA LLEI DE TURISME	13
Balanç de l'actual Llei.....	13
PROPOSTES PER A UNA NOVA LLEI DE TURISME	14
1. Un nou model basat en l'economia del visitant i el turisme sostenible	14
2. Pacte Nacional pel Turisme Sostenible	14
3. Una governança més col·laborativa	15
4. Repensar la planificació turística.....	16
5. Promoció turística	17
6. Foment de l'economia circular.....	18
7. Digitalització	18
8. Formació i treball.....	19

EL TURISME, MOTOR ECONÒMIC

El turisme és un dels sectors més importants de l'economia mundial, també al nostre país, tant per la seva dimensió, com pel dinamisme i la capacitat d'influir en altres àmbits de l'activitat econòmica. El turisme s'ha identificat normalment amb l'allotjament, i una mica amb la restauració, el comerç i el transport, tant públic com privat, que són els sectors més organitzats, però la seva cadena de valor és molt més àmplia, i té uns impactes directes, indirectes i induïts sobre el conjunt de l'economia molt significatius. Per tant, és una activitat complexa, amb una cadena de valor molt llarga i transversal respecte a l'activitat econòmica.

El 2019, Espanya va ser el segon país més visitat del món en rebre més de 83 milions de turistes, amb una despesa total de 91.912 milions d'euros. Abans de la pandèmia, aquest sector representava el 12,4% del PIB i el 12,9% de l'ocupació.

El impacto económico del turismo en España y el mundo (2019)



Per la seva banda, Catalunya va ser la primera destinació d'Espanya, amb el 23% dels desplaçaments (19,4 milions de turistes) i el 23% del desemborsament de l'any (21.325 milions d'euros)¹. El sector turístic va representar el 13,5% del total d'ocupats a Catalunya de mitjana dels quatre trimestres de 2019 i es van comptabilitzar de mitjana 448.962 afiliacions a la Seguretat Social relacionades amb el sector turístic. Més de 80.000 empreses a Catalunya estan relacionades amb el sector turístic.

¹ Balanços d'activitat turística. Dades del Departament d'Empresa i Treball

A més, des de 2015, Espanya es manté com el país més competitiu del món en termes turístics, segons conclou el darrer *Informe sobre Competitivitat en Viatges i Turisme 2019*² que cada dos anys publica el Fòrum Econòmic Mundial (WEF per les seves sigles en anglès). Segons l'informe, els principals atractius d'Espanya són els seus excel·lents recursos naturals i sobretot culturals, així com la climatologia, l'estil de vida i la gastronomia, que signifiquen un important avantatge competitiu respecte a altres països. Així mateix, és un centre de celebració important de congressos internacionals i d'esdeveniments esportius, i presenta una gran fortalesa en la combinació d'oferta cultural amb llocs d'interès patrimonial, una combinació que situa Espanya com el millor país del món en aquest aspecte. En aquest sentit, l'increment en el nombre de llocs de patrimoni natural reconeguts per la UNESCO ha contribuït a augmentar l'atractiu dels espais naturals i del conjunt de les diferents destinacions turístiques.

El WEF també esmenta com a factors clau que mantenen a Espanya com a país líder en competitivitat turística les excepcionals infraestructures, en referència a l'alta qualitat i densitat d'allotjament turístic, i la qualitat i alta connectivitat del transport per ferrocarril, de les carreteres, aeroports i ports. Finalment, destaca el sòlid avantatge relatiu que aporten a Espanya aspectes com la preparació en TIC o la seguretat a l'espai públic.

Espanya ha desenvolupat una economia molt focalitzada en el turisme, en què més de la meitat dels ingressos del sector procedeixen de visitants internacionals. A Catalunya, però sobretot a Barcelona, l'activitat turística depèn en un percentatge molt elevat del visitant estranger. De fet, dos de cada tres euros que es generen anualment pel turisme prové de l'estranger.

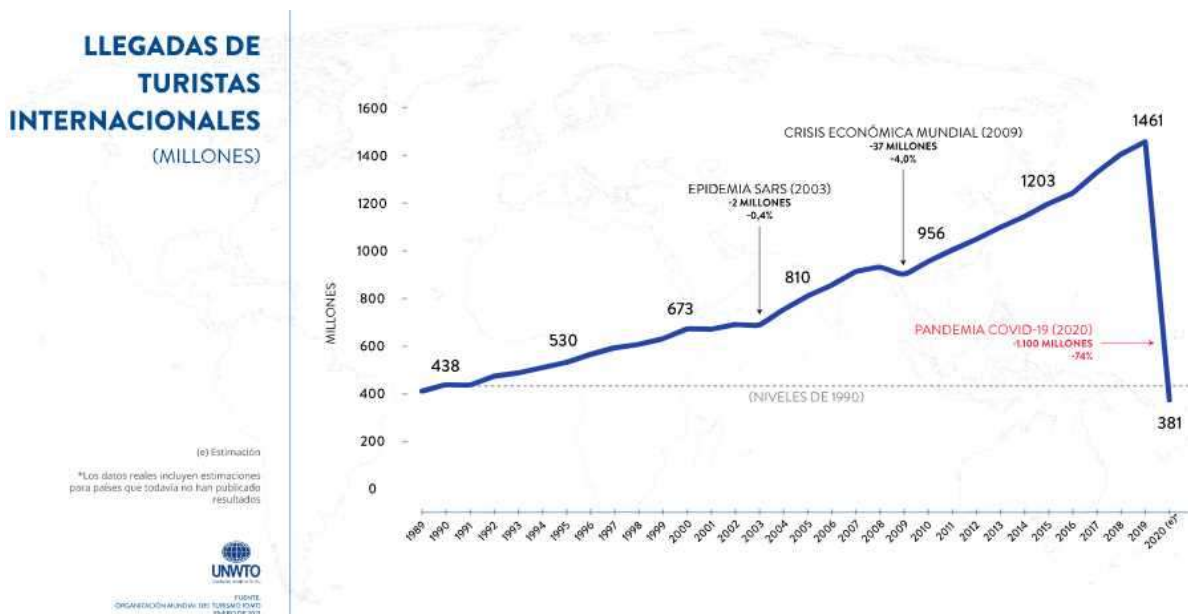
² https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

IMPACTE DE LA PANDÈMIA SOBRE EL TURISME

La pandèmia de la covid-19 ha tingut un impacte sense precedents en el sector turístic, molt dependent de la mobilitat, fins al punt que va entrar en un estadi d'inactivitat gairebé total.

El 2020 va ser el pitjor any per al turisme mundial, a causa d'una caiguda sense precedents de la demanda i de les restriccions generalitzades dels viatges. Les arribades internacionals es van reduir un 74%, segons dades de l'Organització Mundial del Turisme (OMT). Les destinacions de tot el món van rebre mil milions d'arribades internacionals menys que l'any anterior. En comparació, el declivi registrat durant la crisi econòmica global del 2009 va ser del 4%.

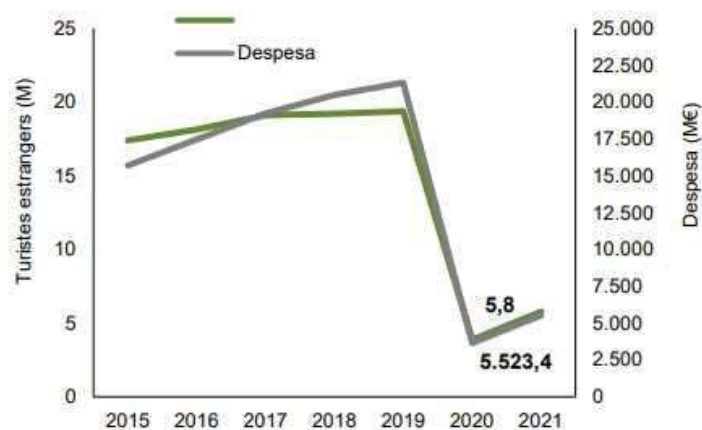
Segons el Baròmetre del Turisme Mundial de l'OMT, la caiguda dels viatges internacionals va representar unes pèrdues estimades en 1,3 bilions de dòlars en ingressos d'exportació, xifra que multiplica per més d'onze les pèrdues registrades durant la crisi econòmica global del 2009. La crisi va posar en risc entre 100 i 120 milions de llocs de treball turístics directes, molts d'ells en petites i mitjanes empreses.



Les conseqüències de la covid-19 per al turisme al nostre país també han estat molt importants. A Espanya, durant el primer any de la pandèmia, vam passar de rebre 83,5 milions de turistes l'any 2019 a 19 milions l'any 2020, és a dir, un 84,9% menys, i poc més de 31 milions el 2021. Mentre que l'any 2019 la despesa turística va ser de 91.912 milions d'euros, l'any 2020 va ser de 19.740 milions d'euros. Pel que fa a l'ocupació, vam passar de 2,6 milions de treballadors en el sector turístic el 2019 a poc més d'1 milió el 2020.

A Catalunya, l'any 2020, l'arribada de turistes estrangers es va reduir un 80% i la despesa total, un 77,2% respecte del 2019. Les dades de 2021 mostren una lleugera recuperació amb l'arribada de gairebé 6 milions d'estrangers i més de 5,5 milions d'euros de despesa, un 51,2% més respecte de l'any 2020, però encara molt lluny dels nivells previs a la pandèmia.

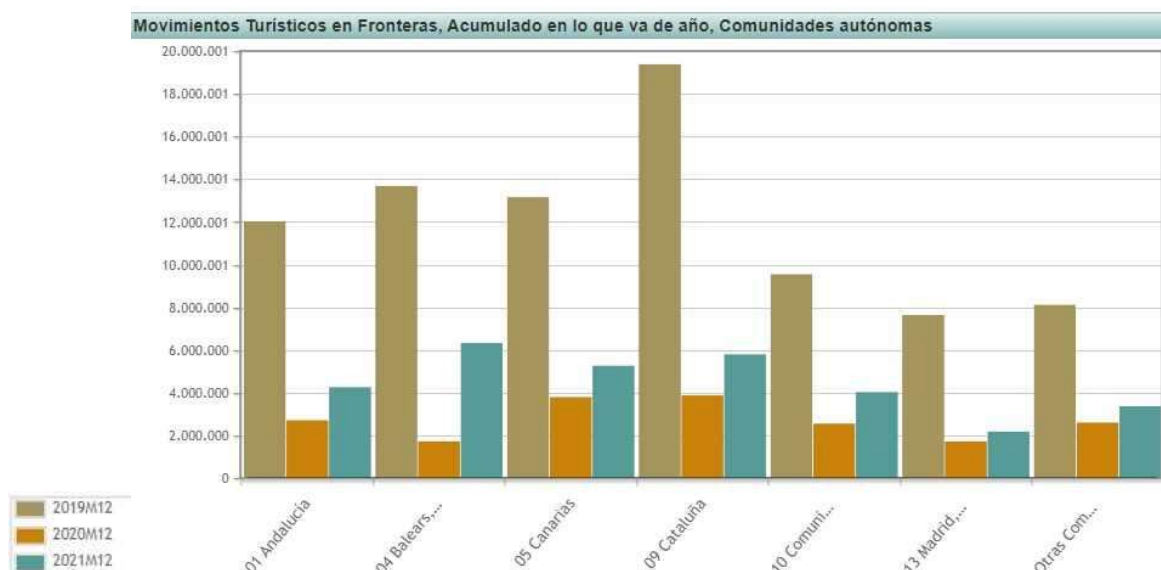
Evolució de turistes estrangers i despesa total. Catalunya



Gràfic elaborat pel Gabinet Tècnic del Departament d'Empresa i Treball a partir de Frontur i Egatur de Turespaña i l'INE

Malauradament, el 2021 Catalunya va deixar de ser la primera destinació turística, per darrere de les Illes Balears, si bé és cert que encara existien certes restriccions sanitàries i el turisme internacional no s'havia recuperat en absolut. Catalunya va rebre l'any 2019 més de 19 milions de turistes estrangers, el que representava un 23% del total dels turistes que van arribar a Espanya aquell mateix any. Mentre que l'any 2021, van representar el 18,5% dels totals rebuts.

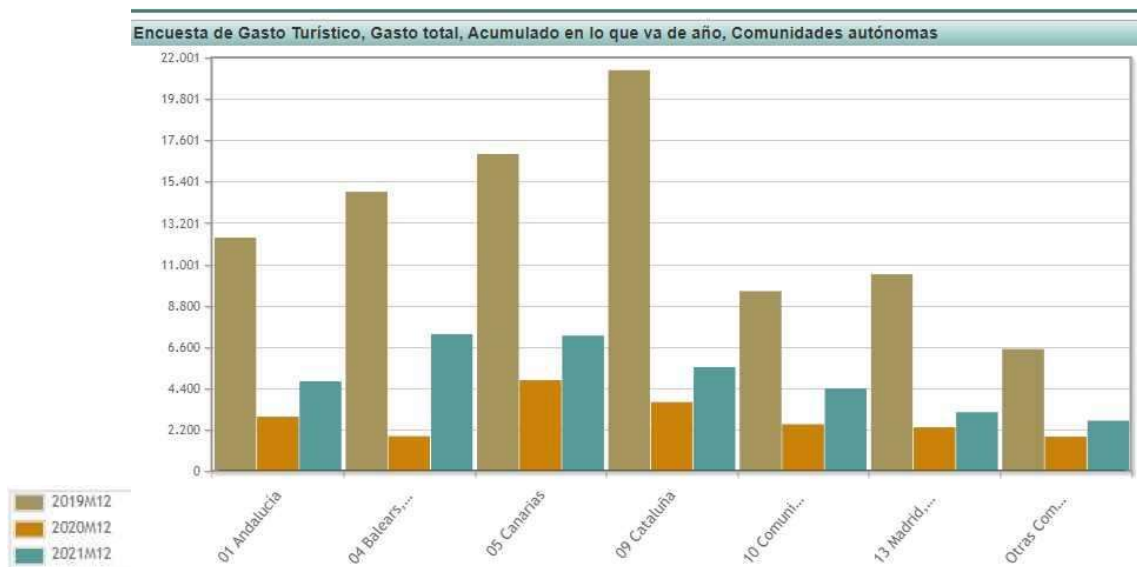
Nombre de turistes segons comunitat autònoma de destí principal (2019-2021)



Font: Estadística de moviments turístics en frontera. Frontur. INE

Catalunya també ha perdut la primera posició pel que fa a despesa turística. Les Illes Balears i Canàries són les comunitats autònomes on el 2021 els turistes internacionals es van gastar més diners, 7,3 i 7,2 milions d'euros respectivament, mentre que a Catalunya la despesa va ser de 5,5 milions d'euros.

Despesa dels turistes internacionals segons comunitat autònoma de destí principal (2019-2021)



Font: Encuesta de despesa turística. Egatur. INE

Davant d'aquesta situació, el Govern d'Espanya va posar en marxa un paquet de mesures de protecció per un valor de més de 52.000 milions d'euros que representen un esforç econòmic importantíssim. Entre les principals mesures desplegades cal destacar:

- Els ERTO han estat l'eina més eficaç contra la destrucció de llocs de treball. Concretament més d'1,2 milions de treballadors i treballadores del turisme.
- S'han concedit préstecs ICO per valor de 18.309 milions d'euros amb condicions preferents i a un baix tipus d'interès.
- S'ha dotat un Fons de Solvència amb 10.000 milions d'euros per a grans empreses i 1.000 milions per a pimes.
- 7.000 milions d'euros per a les comunitats autònomes per a ajudes directes al sector.
- Prestacions per a cessament d'activitat a autònoms.
- Incentius per a la contractació de fixes discontinus.
- Renegociació de lloguers i moratòries hipotecàries.
- Ajornament de deutes tributaris.

És evident que la crisi sanitària que hem patit ha dificultat molt la represa de l'activitat turística i tot el que aquesta representa, per això cal treballar plegats amb el Govern d'Espanya per tal d'aconseguir que Catalunya continuï sent una destinació competitiva i que continuï atraient visitants d'arreu.

Pel que fa a aquest any 2022, les previsions³ del Govern d'Espanya assenyalen que el PIB turístic arribarà al 80% del nivell del 2019, mentre que les estimacions d'Exceltur, associació que agrupa una trentena dels grups turístics més grans del país, són més optimistes i anticipen que el PIB del sector turístic tancarà l'any havent recuperat un 91,6% del nivell pre pandèmia. Exceltur calcula que els ingressos per turisme del país arribaran als 63.000 milions d'euros aquest any, duplicant els registres del 2021 i fregant també el 90% de les vendes precovid.

Les últimes dades publicades per l'INE indiquen que en els primers quatre mesos de 2022 Espanya ha rebut 15,7 milions de visitants, que han generat una despesa de 18,7 milions d'euros. Canàries és la comunitat autònoma capdavantera amb quasi 4 milions de turistes i 5,7 milions d'euros de despesa, seguida de Catalunya que ha rebut prop de 3 milions de turistes amb una despesa de gairebé 3 milions d'euros.

Cal destacar que, el passat mes d'abril, els viatgers van desemborsar 6.900 milions d'euros, només un 2% menys del que es va gastar en total el mateix mes del 2019 (7.056 milions) tot i que llavors hi va haver un milió més de visites. El quart mes d'aquest any, que és comparable amb el 2019 perquè la Setmana Santa aquell any també va caure a l'abril, van visitar el país 6,1 milions de turistes estrangers (un 14,6% menys que el 2019). És a dir, s'ha incrementat de manera notable la despesa per viatger, passant de 987 euros el 2019 als 1.131 euros d'abril d'aquest any, cosa que aproxima l'objectiu del sector d'aconseguir un turisme de qualitat que consumeixi més en destinació.

³ Pla d'Estabilitat 2022-2025 i Pla Nacional de Reformes remès a la Comissió Europea el maig de 2022.

DEBAT SOBRE EL MODEL TURÍSTIC

El model turístic de Catalunya s'ha basat tradicionalment més en un turisme quantitatiu, fonamentat en l'objectiu d'atreure més turistes, que qualitatiu. A més, el creixement de l'activitat turística a les destinacions més importants ha generat tensions entre residents i visitants, desfigurant la mateixa destinació i deteriorant el posicionament dels seus valors o atractius turístics (paisatge urbà, patrimoni cultural, convivència...). Actualment, l'activitat turística, que va ser fonamental per sortir de la crisi econòmica de 2008 i que històricament havia gaudit d'un consens social molt ampli, és una activitat qüestionada, no tan sols ja per una part de la ciutadania, sinó també des de la perspectiva política i com a model de desenvolupament a futur.

L'eclosió del turisme es deu en bona part a la consolidació de la classe mitjana, amb capacitat i disponibilitat per a viatjar, i la millora de les infraestructures i el desenvolupament dels mitjans de transport, però el seu impacte es manifesta tant a nivell econòmic, com ambiental i sociocultural.

A nivell econòmic, la creació d'ocupació, la millora de les infraestructures i l'augment de l'activitat productiva són exemples clars de prosperitat. Tot i això, aquest impacte també ve aparellat d'un cost que es pot apreciar en el turisme estacional, amb una taxa de temporalitat i inestabilitat laboral significativa. Fins i tot, la creació de noves estructures pot estar vinculada a necessitats generades únicament pel turisme i no per criteris locals que afavoreixen la població autòctona.

A nivell ambiental, s'ha de tenir en compte que el principal reclam turístic és el paisatge, i alhora és el més fràgil. La construcció d'infraestructures o la contaminació poden impactar directament sobre l'entorn. I, a nivell sociocultural, el turisme impacta sobre la societat amfitriona quan les necessitats dels turistes sovint s'imposen sobre la cultura local.

El debat sobre els efectes positius o perniciosos del turisme és molt candent. Vivim a una de les primeres potències turístiques del món, tant pel nombre de viatgers que es reben, com per ingressos derivats d'aquesta activitat. És per això, que cal un debat profund, serè i reposat al voltant del model turístic a Catalunya. Un debat valent amb totes les parts implicades (agents econòmics, socials i públics) per tal de garantir un model turístic sostenible, tant des del punt de vista mediambiental, com també socialment i econòmicament. Un debat ordenat i regular, amb continuïtat, atès que aquest no és un tema puntual, sinó que evoluciona a través del temps, segons les circumstàncies, i que cal protegir de les demagògies o interessos de part. Un debat que ha de servir per actuar en la planificació, la gestió, els resultats i la sostenibilitat a llarg termini del model turístic del país.

Segons l'OMT, hi ha tres claus per aconseguir que el turisme pugui ser sostenible:

- **Optimitzar els recursos mediambientals.** És important cuidar l'entorn natural perquè sense ecosistema, no hi ha turisme. Només conservant els recursos naturals i cuidant la diversitat biològica és possible que hi pugui haver turisme.
- **L'autenticitat de la cultura local.** Un factor fonamental per entendre un lloc són les persones que hi viuen, els valors de la comunitat amfitriona, la seva cultura, l'arquitectura, la gastronomia... Sense el respecte envers la cultura, el turisme no pot ser sostenible.
- **Distribució de la riquesa.** Cal garantir activitats econòmiques que perdurin en el temps i un cert equilibri en la distribució dels beneficis socioeconòmics. Es tracta de generar oportunitats d'ocupació estable, obtenir ingressos i serveis socials, i reduir la pobresa a les comunitats locals.

El turisme sostenible, doncs, no és un producte turístic, sinó un gran objectiu i alhora una forma de gestionar que cal aplicar a qualsevol tipus de producte i destinació turística, segons recomanen l'OMT i altres organismes internacionals.

En aquest context, s'està obrint pas a una nova visió conceptual del turisme, passant del turisme tradicional (vacacional/negoci) a la de l'economia del visitant (cadena de valor de la destinació dirigida a atendre qui ens visita, per qualsevol motiu). Aquest nou concepte és molt més ampli i enriquidor per a la destinació, tant des del punt de vista polític, com econòmic i social, i permet tenir una visió transversal de causes i efectes, aprofitar les nostres fortaleces i potenciar les nostres oportunitats per encarar millor els reptes de futur que tenim com a societat.

REFLEXIONS SOBRE EL TURISME POSTPANDÈMIA

La crisi sanitària, per exemple, ha servit per accentuar encara més la necessitat d'avançar cap a un model de turisme que minimitzi la seva empremta de carboni i que també estigui, empès per l'emergència climàtica, en línia amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) apuntats per l'ONU. No hem de perdre de vista que cada vegada més existeix un perfil de turista més compromès amb la sostenibilitat també en aquest àmbit, com indiquen diferents estudis.

La sostenibilidad es extraordinariamente relevante para el turista...



de los viajeros piensan que la sostenibilidad en el turismo es vital.



de los viajeros declaran que la pandemia les ha hecho querer viajar de manera más sostenible en el futuro.



de los viajeros están dispuestos a pagar más a cambio de disfrutar de un viaje más sostenible.²

Prácticas sostenibles más habituales de los consumidores	Impactos que más preocupan a los viajeros
49% Reciclaje	46% Producir demasiada basura (ej. plásticos de un solo uso)
42% Reducir sobras de comida	38% Amenazar la fauna y flora locales
34% Caminar distancias cortas para reducir el uso de coche o transporte público	30% Sobresaturar lugares o destinos específicos
33% Utilizar menos plásticos de un solo uso	29% Las emisiones de CO ₂ que se generan

1- Fuente: Booking.com, Sustainable Travel Report 2021 (opiniones de 29.000 viajeros de 30 países)
 2- Fuente: Expedia, 2021 Travel value Index

És evident que la Covid ens deixarà una important empremta, almenys a curt i mig termini, sobre els nostres hàbits de viatjar o els de la demanda, i sobre com volem o considerem que ha de ser el turisme a Catalunya, en base a que sigui més resilient de cara a properes pandèmies o altre tipus de crisis mundial.

En aquest sentit, les perspectives a curt i mig termini pel que fa al turisme postpandèmia són les següents:

- Increment de la demanda de proximitat (nacional i europea). Recuperació del turisme emissor americà i lenta recuperació del turisme asiàtic i dels països de l'est.
- Millora de l'impacte econòmic dels visitants, sense incrementar el nombre de visitants.
- Captació de la demanda dels mercats de proximitat, que generen una menor petjada de carboni possible (atenció als mitjans de transport).
- Captació de la demanda que ens aporta valor com a societat, que ens amplia les possibilitats de les nostres fortaleces, tot reforçant la nostra idiosincràsia i els nostres valors.
- Cerca d'un equilibri entre l'oferta i la demanda en funció del caràcter de les destinacions (urbanes, de platja, naturals, esportives, etc.). Això ha de redundar en la millora de la seva visibilitat i posicionament.

PLA DE MODERNITZACIÓ I COMPETITIVITAT DEL SECTOR TURÍSTIC DEL GOVERN D'ESPANYA

Precisament, el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència del Govern d'Espanya aborda la modernització del sector turístic, amb una inversió prevista de 3.400 milions d'euros, per tal d'acompanyar-lo en les grans transformacions pendents, especialment en l'àmbit de la sostenibilitat i la digitalització, amb l'objectiu d'incrementar la seva competitivitat i resiliència.

El Pla preveu l'elaboració de l'Estratègia de Turisme Sostenible Espanya 2030 i actuacions per accelerar la transformació digital de les destinacions i les empreses turístiques, i per millorar la competitivitat del sector mitjançant el desenvolupament de projectes d'eficiència energètica i economia circular que contribueixen a reduir els costos energètics i la petjada de carboni, entre altres mesures. Tres qüestions que, des del nostre punt de vista, han de definir el model turístic del present i el futur, alhora que s'impulsen millores laborals en el sector, en un col·lectiu que arrossega grans dèficits i que, en l'actualitat, té problemes per trobar treballadors.

Les inversions previstes al Pla de Recuperació en l'àmbit de les infraestructures també són rellevants i tindran un impacte en el sector turístic. En aquest sentit, el Govern d'Espanya té previst destinar més de 13.000 milions d'euros a transformar la mobilitat, un 19% del total d'inversions associades al Pla de recuperació, per descarbonitzar i digitalitzar la mobilitat i per impulsar la transformació sostenible del transport. Aquestes inversions han d'impulsar la transformació dels ports i aeroports com a infraestructures que utilitzen les energies netes, impulsar la millora de les Rodalies i la xarxa d'autobusos pública, i impulsar la millora de la xarxa viària i la ubicació de zones de càrrega per als vehicles elèctrics, per tal d'afavorir una mobilitat amb energies netes.

BASES PER A UNA NOVA LLEI DE TURISME

BALANÇ DE L'ACTUAL LLEI

El 2002, quan es va aprovar l'actual Llei, Catalunya ja era una destinació turística. Des de mitjans del segle XX, la dinàmica turística va anar augmentant de manera important a la costa catalana i a partir dels Jocs Olímpics del 92, Barcelona es va incorporar a aquesta dinàmica. La Llei del 2002 intentava posar un cert ordre a una realitat que havia anat creixent de manera espontània per la dinàmica del mercat (demanda-oferta), sense cap planificació prèvia ni cap regulació fins aleshores.

Des del 2002 i fins al dia d'avui, Catalunya ha madurat de manera molt significativa la seva capacitat de gestió turística, tant en l'àmbit públic com privat. La Llei hi ha ajudat molt i, en aquest sentit, cal destacar:

- La creació de l'Agència Catalana de Turisme, que neix de la Llei del 2002 i del consens entre els sectors públics i privats.
- El Pla de Turisme de Catalunya, de 2005 (tres anys després de l'aprovació de la Llei), el primer document de consens entre els sectors públic i privat, de base professional, que analitza la demanda i els recursos turístics de Catalunya, així com els objectius estratègics a assolir de cara al 2010. Posteriorment, aquest Pla de Turisme s'ha actualitzat en dues ocasions, el 2012 i el 2017, sota la denominació de Pla Estratègic de Turisme de Catalunya, esdevenint una veritable carta de navegació tant per als sectors públics (govern de la Generalitat i administració local), com privat.
- Associats a aquests dos plans, s'ha dut a terme dos plans de Màrqueting turístic de Catalunya, amb els consens de tots els sectors públics i privats, que han aportat un aprenentatge significatiu sobre com fer el màrqueting de Catalunya i les destinacions turístiques que la conformen, establint mètodes de coordinació entre els diferents nivells de l'administració per un ús més eficient dels recursos públics i enfocar objectius de màrqueting turístic més ambiciosos.

En quinze anys, entre el 2005 i el 2020, s'ha portat a terme tota aquesta activitat de planejament estratègic i de màrqueting, amb la seva posterior gestió o execució. Això representa un capital enorme d'expertesa tant a nivell públic (Agència Catalana de Turisme, Diputacions, ajuntaments) com privat (associacions professionals o sectorials, grans empreses, etc.).

Ara cal aprofitar tota aquesta expertesa per fer una nova Llei moderna, actualitzada, que tingui present els reptes que el sector haurà d'afrontar.

Cal celebrar la voluntat i l'interès de l'actual Govern de la Generalitat de revisar i fer una nova Llei de turisme a Catalunya: la Llei actual és del 2002 i ha quedat clarament obsoleta gairebé en tots els seus aspectes. És urgent dur a bon port aquesta nova Llei amb un acord ampli no només polític, sinó també social, basat en la col·laboració, cooperació i coordinació entre sectors d'activitat diversos, per tal de generar objectius comuns i treballar per a l'atractiu i la capacitat de diferenciació de la destinació en el seu conjunt.

PROPOSTES PER A UNA NOVA LLEI DE TURISME

1. UN NOU MODEL BASAT EN L'ECONOMIA DEL VISITANT I EL TURISME SOSTENIBLE

La nova Llei hauria de partir d'una nova visió de futur del turisme a Catalunya i no d'una simple revisió de l'actual Llei. En aquest senti, hauria de respondre als nous valors del turisme sostenible, definits per l'Organització Mundial del Turisme com el que «té plenament en compte les repercussions actuals i futures, econòmiques, socials i mediambientals per satisfer les necessitats dels visitants, de la indústria, de l'entorn i de les comunitats amfitriones» i incloure l'objectiu de complir l'Agenda 2030 i els ODS.

La nova Llei hauria també d'inspirar-se en una visió del turisme basada en el concepte de l'economia del visitant, que ens ha de servir per prioritzar quins usos volem que els visitants facin del nostre territori, fent una aposta clara per la qualitat de la destinació turística enfront de la quantitat de turistes i, al mateix temps, apostar per aquelles opcions turístiques (infraestructures, espais naturals, patrimoni cultural, equilibri territorial, etc.) que posen en valor o reforcen el nostre llegat col·lectiu pel que fa a l'activitat econòmica o la recerca i innovació. Cal entendre i aprofitar el turisme com una oportunitat de millora de les nostres pròpies fortaleeses i oportunitats.

El turisme sostenible, a més de ser creador de riquesa, ha de contribuir a conservar i protegir la biodiversitat, els ecosistemes i els recursos del nostre territori, però també ha de contribuir a protegir i promoure la diversitat cultural i el benestar de les persones residents a Catalunya, generant treball de qualitat i donant suport a les economies locals. El turisme sostenible és el que lidera la justícia social, el treball de qualitat, la igualtat, el desenvolupament econòmic i la integritat ambiental per arribar a ser una destinació competitiva i viable.

2. PACTE NACIONAL PEL TURISME SOSTENIBLE

El desenvolupament sostenible del turisme exigeix la participació informada de tots els agents rellevants, així com un lideratge polític ferm per aconseguir una col·laboració àmplia i establir un consens.

En aquest sentit, cal promoure de manera urgent un Pacte Nacional pel Turisme Sostenible i socialment responsable, acordant una proposta de calendari i de metodologia de treball a fi que aquest compromís sigui una realitat el 2022, en compliment de la Moció 113/XIV del Parlament de Catalunya, sobre les polítiques turístiques, amb la participació de totes les administracions públiques catalanes, els agents socials i econòmics per planificar i redefinir el model turístic després de la pandèmia.

L'èxit del turisme sostenible és ser un procés continu i requereix un seguiment constant de les seves incidències per introduir les mesures preventives o correctives que siguin necessàries. Cal que cada actor turístic, públic o privat, estableixi els seus objectius i mesures per ser tan sostenibles com sigui possible a nivell social, econòmic i ambiental, en base a la realitat i les possibilitats de cada un dels actors. En aquest sentit, cal fer un bon diagnòstic de la situació de partida i, d'acord amb els 17 ODS, establir la progressió raonable a través del temps, per fer-los possible.

3. UNA GOVERNANÇA MÉS COL·LABORATIVA

La nova Llei hauria de reforçar i assegurar la col·laboració, la cooperació i la coordinació entre totes les administracions i els sectors d'activitat implicats. D'una banda, cal reconèixer els esforços duts a terme en matèria turística per totes les institucions i sumar-los per multiplicar-ne els efectes, redefinint el marc de relacions entre les diferents administracions. D'altra banda, cal integrar tots els agents i sectors que també formen part de la cadena de valor del turisme, promovent la concertació amb el sector.

En aquest sentit, es proposa la reformulació de la Taula del Turisme de Catalunya per tal d'incorporar-hi tots els agents i sectors que també formen part de la cadena de valor del turisme. Aquest òrgan col·legiat, consultiu, de col·laboració i assessorament del Departament competent en matèria de turisme, s'hauria de reformular per tal que sigui el més representatiu possible dels diferents actors turístics, públics o privats, ampliant-se a persones, entitats i empreses reconegudes pel seu coneixement i compromís amb l'activitat turística, tot garantint la representativitat de tots els agents públics i privats i la seva corresponsabilitat.

Al mateix temps, caldria dotar-lo d'un contingut i metodologia que en facilités el seu funcionament regular. Fins ara, el Govern de la Generalitat, en matèria turística, disposa de la Taula de Turisme (sense activitat des de fa més de cinc anys), dels òrgans de govern de l'Agència Catalana de Turisme i de la Comissió sobre l'Impost de les Estadets Turístiques. Aquests diversos espais de participació, que no tenen els mateixos actors i representants en cada un d'ells, genera descoordinació i buits de coneixement o informació que no afavoreixen una bona governança.

Tot i que no forma part de la Llei, caldria crear la Secretaria General de Turisme depenent directament de Presidència. El turisme és una activitat totalment transversal amb implicacions en els àmbits de la cultura, el patrimoni, els esports, el comerç, l'habitatge, els espais naturals, la restauració, la seguretat, etc. i afecta tots els departaments de la Generalitat.

4. REPENSAR LA PLANIFICACIÓ TURÍSTICA

La conflictivitat social derivada de la pressió turística ens obliga a obrir una reflexió i debat sobre el seu creixement i evolució, per avançar cap a una millor planificació per a una experiència turística de major qualitat, tant per als residents com per als visitants.

Cal repensar la planificació territorial i turística, proposant mesures per millorar la gestió i el desenvolupament de mecanismes que permetin l'adequació de l'oferta turística amb la disponibilitat de recursos hídrics o energètics, i gestionar la capacitat de les infraestructures, dimensionar els aforaments dels entorns urbans, naturals... tot garantint la convivència, fent seure a parlar tots els actors amb calma: empreses turístiques, petit comerç, residents, moviments socials i sindicats amb l'administració pública liderant.

Per tant, la nova Llei de turisme hauria d'actualitzar, també, la inspecció turística i el règim sancionador, tenint present aquesta nova realitat de sostenibilitat mediambiental i de responsabilitat social que té l'activitat turística amb el territori.

És important ordenar i integrar el desenvolupament turístic d'acord amb les capacitats, potencialitats i la planificació del territori, incorporant criteris de planificació turística entre les diferents destinacions, tot desenvolupant una gestió integral del turisme. Per això, el nou Pla estratègic de Turisme de Catalunya hauria de poder diferenciar, fins i tot des del punt de vista territorial, entre destinacions del litoral, urbanes, d'interior i de muntanya, i entre destinacions madures, en transformació i en desenvolupament, ordenant diferents nivells de planificació en funció de la realitat de cada territori (municipi, comarca, regió, etc.), que caldria definir en una bateria d'indicadors simple i els seus valors (nombre i tipus de recursos turístics d'una destinació, nombre de places d'allotjament de la destinació, nombre de llocs de treball de la destinació sobre el total de la seva població, etc.). Això hauria de permetre gestionar millor les expectatives dels actors turístics de cada destinació a curt, mitjà i llarg termini.

Aquí és molt important i necessari fer esment als desgavells urbanístics que s'han fet, especialment al litoral, amb l'excusa del foment del turisme. Cal repensar i establir criteris de planificació urbanística com a mesura preventiva i d'acció en enfront de l'ús abusiu del territori per a finalitats turístiques, posant en crisi l'equilibri, fins i tot, entre l'habitatge residencial o per a usos turístics.

Cal impulsar, des dels municipis, Plans Especials Urbanístics d'Allotjaments Turístics, els PEUAT, que conformin el marc normatiu entorn del qual es regulen els criteris urbanístics i de

gestió dels allotjaments turístics del municipi. Els allotjaments turístics han d'incloure tant establiments hotelers, habitatges d'ús turístic, apartaments turístics, albergs o residències universitàries, i són la peça bàsica per ordenar el model turístic de cada ciutat, així com per gestionar el seu impacte sobre els barris de la ciutat.

5. PROMOCIÓ TURÍSTICA

Igualment, cal dur a terme un actualització de la Llei de l'Agència Catalana de Turisme de 2007 per adequar la seva estratègia i governança al nou context econòmic i social. Després de quinze anys de funcionament, s'ha acumulat una expertesa que cal sintetitzar i incorporar als aspectes estructurals de l'Agència i el seu funcionament, per tal de millorar la seva eficàcia i eficiència.

Sembla necessari també actualitzar el Pla de Màrqueting Turístic de l'Agència (revisant l'inventari de recursos turístics essencials, etc.) impulsant la coordinació dels diferents ens de promoció (diputacions, ajuntaments de municipis turístics) de manera efectiva a través d'una estratègia o sistema de màrqueting integral de Catalunya. En aquest sentit, cal construir un ampli consens a través del Pla de Màrqueting Turístic de Catalunya, per tal d'acordar els principals recursos i productes turístics; quins són els mercats emissors més significatius; quines seran les accions de màrqueting a dur a terme i com serà la coordinació entre els ens de promoció implicats.

A més, el nou Pla de Màrqueting Turístic hauria d'incloure:

- La revisió, actualització i aprovació de la denominació de "Municipi Turístic", per tal de desplegar programes específics que permetin atendre les disfuncions que pateixen aquestes localitats durant els períodes de màxima fluència turística així com disposar de programes i mesures específiques per a la seva promoció i projecció.
- Desplegar al màxim la digitalització de l'oferta i la demanda turística, per millorar la competitivitat de les destinacions i de les empreses. En aquest sentit, s'ha d'impulsar la transformació de la Xarxa d'Oficines d'Informació turística, per adaptar-les i transformar-les en base a la nova realitat digital.
- Un inventari dels recursos turístics essencials per a la seva preservació i promoció.
- Criteris de Promoció Turística i de comercialització a desenvolupar per l'Agència Catalana de Turisme.
- Una classificació de les diferents empreses turístiques més enllà de les empreses turístiques d'allotjament.

6. FOMENT DE L'ECONOMIA CIRCULAR

En el turisme, com en molts altres àmbits, cada vegada són més presents aspectes com l'eficiència energètica i el canvi climàtic. Però, a més, el futur del sector està molt lligat a una bona conservació del medi i el paisatge, i a un ús eficient dels recursos, tant des del punt de vista de la competitivitat com per una major sensibilitat de la demanda, que exigeix cada cop més la sostenibilitat mediambiental a les seves opcions de compra.

En aquest sentit, el concepte d'economia circular ofereix una oportunitat per millorar els sistemes de producció i consum, de manera que es pugui assolir un creixement econòmic que no sigui a costa de l'esgotament de recursos naturals i de la creació d'externalitats negatives. Precisament, l'Estratègia Espanyola d'Economia Circular, basada en l'estratègia europea en aquest àmbit, identifica el turisme com un dels cinc sectors prioritaris d'actuació.

Així doncs, la nova Llei de turisme de Catalunya hauria d'incorporar els principis de l'economia circular, establint mesures de control sobre l'ús intensiu del recurs hídric, especialment escàs en gran part del turisme de platja, i de reducció de la generació de residus en zones turístiques, entre d'altres, per a avançar cap a un impacte regeneratiu de l'activitat turística en el territori i en la societat.

7. DIGITALITZACIÓ

Des de fa alguns anys, ens trobem en un procés gradual d'implantació de la digitalització que s'ha vist accelerat pel efectes de la pandèmia de la covid-19. És cert que els sectors més relacionats amb el turisme s'estan digitalitzant més ràpidament que la mitjana de l'economia del nostre país, però encara queda recorregut per avançar en la implementació de tecnologies disruptives com la intel·ligència artificial, per integrar el servei i l'experiència turística.

La digitalització del sector turístic és clau per continuar atraient turistes cada vegada més hiperconnectats i amb estades de més valor afegit. A més, és un dels àmbits on el marge de millora és més ampli, segons els indicadors de competitivitat turística que mesura el World Economic Forum. Estem, doncs, en un moment en què el reforç de la competitivitat del sector necessàriament haurà d'estar lligat al desenvolupament de les capacitats digitals per atraure els clients i millorar-ne l'experiència.

En aquest sentit, cal incorporar criteris d'informació turística basats en les noves tecnologies i innovació tecnològica, així com aspectes relacionats amb l'economia digital per aconseguir una veritable digitalització de la destinació.

8. FORMACIÓ I TREBALL

Les darreres dades d'ocupació en el sector assenyalen que la taxa de temporalitat (24%) supera en 3,5 punts a la del gruix de l'economia (20,5%). Pel que fa a la taxa de salarització (79,7%), és inferior a la del conjunt (84,7%), és a dir, un percentatge més alt treballa per compte propi.

Cal, doncs, prendre mesures per millorar les condicions laborals dels treballadors del sector turístic i, en especial, garantir l'aplicació i el compliment del conveni col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya per part de les empreses que operen en el servei final ofert, així com el compliment de les lleis de prevenció de riscos laborals, especialment pel que fa a la sobrecàrrega de treball. Igualment, la nova legislació hauria d'incorporar mesures per garantir la retribució igual entre homes i dones per treball igual i la contractació de persones que formen part de col·lectius vulnerables.

En aquest sentit és important que el Govern compleixi amb allò aprovat al Parlament en relació a la implantació d'un segell de treball just i de qualitat del sector de l'hostaleria i la restauració. Aquest segell implicaria que:

- Les empreses que tenen aquest segell se sotmeten a auditories anuals per a verificar-ne el compliment, i que el segell s'ha de renovar cada tres anys.
- La web de la Direcció General de Turisme disposa del registre d'empreses que tenen el segell de treball just i de qualitat, amb la finalitat de facilitar-los la promoció.
- Es dissenya una campanya, juntament amb l'Agència Catalana de Turisme, per a donar a conèixer la iniciativa del segell de treball just i de qualitat.
- La Generalitat incorpora en la contractació pública clàusules de responsabilitat social, seguint les recomanacions aprovades per l'Acord del Govern del 20 de juny de 2017, i hi introdueix el segell de treball just i de qualitat, un cop aprovat.
- La Generalitat promou en les fires de turisme, congressos i conferències la importància d'unes relacions laborals de qualitat i dona veu als actors socials i sindicals que les reivindiquen.

Per últim, cal destacar també que el sector turístic, igual que la resta de sectors econòmics, es troba amb una falta de mà d'obra qualificada important. Més enllà de les millores laborals que proposem, cal també, posar en valor el treball i les feines relacionades amb el turisme.

Per aconseguir-ho, és del tot necessari la creació d'una taula permanent amb al sector educatiu, especialment la universitat i la Formació Professional post obligatòria, per tal d'establir les necessàries connexions entre l'activitat professional, la formació acadèmica i els sectors implicats, i garantir la seva participació en el disseny de continguts formatius, així com en la recerca i la innovació.