

El futur turístic de l'Euram

Foren dues jornades intenses. El Congrés quedà inaugurat el matí del dijous dia 17, amb participació de luxe. Miquel Vicens, president del Foment del Turisme de Mallorca, presentava l'acte inaugural. Tot seguit, Llorenç Huguet, president de la Caixa de Balears, Sa Nostra, i també nou president de l'Institut Ignasi Villalonga, entitat organitzadora del Congrés, explicava als presents –unes 300 persones– que omplien de gom a gom la sala de convencions de l'Hotel Palas Atenea, els objectius de la trobada i també presentava les autoritats que inauguraven oficialment el Congrés: Joana Barceló, presidenta del Consell de Menorca, Josep Huguet, conseller de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat de Catalunya, i Joan Flaquer, conseller de Turisme del Govern de les Illes Balears.

Tot seguit s'iniciaren les ponències, conferències i taules rodones. Val a dir que la primera intervenció anà a càrrec del doctor Jafar Jafari, professor de turisme de la Universitat de Wisconsin i editor en cap de la revista especialitzada *Annals of Tourism Research*, que és, també, doctor *honoris causa* per la Universitat de les Illes Balears (UIB). Per raons d'espai és impossible, ni tan sols en extracte, referir cada una de les intervencions tingudes (vegeu requadre pàgina 58: els ponents). Tot i això, l'essència del Congrés va quedar reflectida en les conclusions que presentaren com a cloenda, a l'horabaixa del divendres,

El Congrés Internacional de Turisme de l'Euram, celebrat a Palma els dies 17 i 18 de novembre ha fixat les estratègies del nostre futur turístic.

el rector de la UIB, Avel·lí Blasco, i el nou president de l'Institut Ignasi Villalonga, Llorenç Huguet.

Futur del turisme. L'element fonamental per conèixer les perspectives turístiques que afectaran els nostres països i regions de l'Euram són els fluxos de visitants. Els participants al Congrés van coincidir a dir que tot apunta cap al creixement de les tendències, malgrat alguns sotracs ocasionals com els causats pels atemptats terroristes o les catàstrofes naturals. Això sí, el turisme canviarà i es diversificarà la demanda, com ja es pot comprovar. Probablement es modificaran alguns escenaris i destinacions. Ara bé, en conjunt el turisme ja és un element estructural de les societats contemporànies, per a les quals els viatges són un dels trets més identificatius de l'ús del temps de lleure.

En concret, les ponències presentades auguren alguns comportaments del turisme en els pròxims anys. Un, es produirà el creixement de l'activitat turística de manera sostinguda tant pel que fa a la demanda com pel que fa a l'oferta bàsica –sotmesa a forts processos de concentració–, així com una major diversificació de l'oferta complementària. Dos, l'envelliment de la població dels països emissors tradicionals farà incrementar molt l'anomenat turisme de tercera edat. Tres, apareixeran nous sectors de turistes. Quatre, hi haurà més viatges, però seran de menys durada per persona. Cinquè, el turista serà molt més exigent amb el producte que se li ofereix. Sisè, cada cop es personalitzarà més el viatge segons necessitats i gustos del turista gràcies, sobretot, al potencial que dona Internet, de tal forma que minvarà la importància, sense desaparèixer, del "paquet turístic" que fins ara era el sistema de contractació majoritari a través dels intermediaris. Setè, és previsible el creixement de les rendes familiars destinades a inversió en turisme, al mateix temps que millorarà el sistema de transports –bàsicament aeris–, que alhora també està sotmès a l'abaratiment de tarifes. I setè, la pervivència del terrorisme, guerres, desordres socials o catàstrofes naturals pot fer canviar destinacions, però no afectar negativament els fluxos generals.

Tot aquest món turístic en procés inexorable de canvi afectarà les destina-

El futur del turisme a l'Euram

Les línies estratègiques fonamentals que cal tenir en compte en el present i el futur immediat del turisme a l'Euram són:

■ **Promoció.** Fortes inversions, tant institucionals com privades i en cooperació.

■ **Formació.** Tant les escoles de Turisme com d'Hostaleria han d'esdevenir peça clau de la nova economia turística, reciclant personal de forma continuada.

■ **Innovació.** Les aplicacions de les noves tecnologies tenen un enorme potencial en el turisme que s'ha d'aprofitar.

■ **Diversificació i adaptació de les infraestructures.** És imprescindible que les instal·lacions turístiques s'adaptin a la demanda i esdevinguin element diferenciador.

■ **L'entorn de les zones turístiques.** Cal evitar enfrontament d'interessos entre usos residencials i turístics a les destinacions, així com preservar la seguretat.

■ **Millora de les infraestructures de les zones turístiques.** Els municipis turístics necessiten eixugar el dèficit financer que els caracteritza i disposar de recursos per tal d'evitar la degradació que provoca l'excés de construccions.

Congrés Internacional de Turisme de l'Euram

Euroregió de l'Arc Mediterrani. El turisme del segle XXI



Palma de Mallorca 17 i 18 de novembre
www.org/euram2005

Imatge de la inauguració del Congrés Internacional de Turisme, amb la presència, d'esquerra a dreta, de Miquel Vicens, president de Foment de Turisme de Mallorca; Josep Huguet, conseller de Turisme de la Generalitat de Catalunya; Joan Flaquer, conseller de Turisme del Govern balear; Joana Barceló, presidenta del Consell Insular de Menorca; i Llorenç Huguet, president de Sa Nostra i de l'Institut Ignasi Villalonga.

cions i, per tant i especialment, les empreses turístiques, que no s'han d'entendre, només, com l'hotel, sinó en el sentit ampli del terme que inclou tota empresa que d'una manera o d'altra visqui del turisme. L'empresa turística ha d'entendre els canvis i adaptar-s'hi. Tant les grans empreses com les petites, i aquestes, dins el conjunt, són les més nombroses i potser tindran més

■ **Desestacionalització i obertura de mercats.** L'ampliació de la Unió Europea i l'aparició de nous mercats –Xina, Índia...– plantegen nous escenaris i la necessitat d'adaptar-se a aquests nous mercats.

■ **Medi ambient.** És imprescindible assumir el concepte de "turisme responsable", que implica fortes inversions en protecció ambiental, perquè tant residents com turistes gaudeixin del medi natural.

Les empreses dedicades al turisme hauran de diversificar els seus productes

dificultats, però ho hauran de fer, encara que hagin de col·laborar amb d'altres de semblants magnituds. Les empreses no tenen més remei que pensar a diversificar els seus productes per mantenir el creixement de la seva facturació. És en aquest marc que el medi ambient esdevé un potencial enorme, perquè és un factor de qualitat per aconseguir substituir les tres "S" famoses que definien el turisme tradicional ("sun, sand, sea: sol, arena, mar) per d'altres de noves: seguretat, sanitat i satisfacció.

Convé, per altre costat, ser conscient que en el futur, l'horitzó turístic no se-

rà homogeni. En aquest sentit el paper de les administracions públiques esdevé peça clau com a element regulador de la planificació turística. Hauran de buscar la "sostenibilitat" del turisme com a paradigma de futur per mitigar els impactes econòmics, socials i ambientals que el fenomen comporta, si bé, sens dubte, les institucions estan mediatitzades per les disponibilitats financeres.

L'Euram. Dins el context general del turisme, el nostre territori, l'Euram, ha pres consciència que els models turístics que es desenvolupen en el seu si

El paper de les administracions és clau com a regulador de la planificació turística



Imatge de la sala Acròpolis de l'hotel Melià Palas Atenea de Palma on es va celebrar el Congrés Internacional de Turisme.

són madurs o estan saturats. Així, per tant, requereixen una remodelació que lligui la seva imatge turística consolidada amb les noves demandes de l'oferta. Que són més exigents i amb motivacions diferents a les que eren per tradició. Ara bé, el model tradicional no desapareixerà. El turisme de masses que busca sol i platja continuarà vigent per molts d'anys. Igual com el de ciutat i, en general, les franges de turisme més tradicional. Això sí, tendran el contrapunt de modalitats noves de passar les vacances.

En aquest context, l'Euram requereix una clara aposta que es basi en la consciència plena que el turisme es basarà en tres pilars: les noves tecnologies de la informació i comunicació; la globalització dels mercats i de les empreses, i les noves formes de gestió empresarial. Això porta, per tant, a la conclusió fonamental que són les estratègies (vegeu requadre pàg. 56) que l'Euram haurà d'assumir per guanyar el repte del futur del turisme.

Miquel Payeras

Els ponents

Jafar Jafari, de la Universitat de Wisconsin, Estats Units. **Francesc Sastre**, director de l'Escola de Turisme de la UIB. **Isabel Galobardes**, directora general de Turisme de la Generalitat de Catalunya. **Marcel Mateu**, vicepresident del Consell General dels Pirineus Orientals. **Climent Picornell**, professor de la UIB. **Salvador Pellicé**, president de l'Associació Hotelera de Salou-Cambriels – La Pineda de Tarragona. **Vicenç Tur**, cap del departament d'economia de la Confederació d'Associacions Empresarials de Balears. **Jaume Miralles**, president de l'Associació de Restauració de la PIME-Mallorca. **Eugeni Aguiló**, degà de la Facultat d'Econòmiques de la UIB. **José Manoel Gándara**, professor de turisme de la Universitat de Parannà, Brasil. **Empar Sancho**, de l'Institut d'Economia Internacional i professora de la Universitat de València. **Pere Joan Devesa**, president de l'Associació Empresarial Hotelera de Benidorm i la Costa Blanca. **Josep Vicent Mascarell**, director de projectes de la Fundació Baleària. **Hans Müller**, cap de contractació d'Espanya i Portugal de Thomas Cook. **Alexandre Forcades**, president del Cercle d'Economia de Mallorca. **Pere Duran**, director de Turisme de Barcelona. **Xavier Marí**, president de l'Associació de

Balnearis de València. **Ignasi de Delàs**, director general de Promoció Turística del Govern de les Illes Balears. **Antoni Riera**, director del Centre de Recerca Econòmica de la UIB – Sa Nostra. **Kalus Weiermair**, director del Center for Tourism and Service Economics d'Innsbruck, d'Àustria. **Enric Bigné**, catedràtic de màrqueting i cap del Departament de Comercialització i Investigació de Mercats de la Universitat de València. **Josep Chias**, consultor i expert en plans estratègics per al turisme. **Oto Luque**, coordinador de la Fundació Cavanilles d'Alts Estudis Turístics, de València. **Ferran Porto**, president de la Comissió de Turisme de la Cambra de Comerç de Mallorca, Eivissa i Formentera. **Ernest Ruiz**, economista i interventor de l'Ajuntament de Roses. **Eugeni de Manuel**, cap del departament de Turisme de la Federació Valenciana de Municipis i Províncies. **Miquel Ferrer**, batlle d'Alcúdia, Mallorca. **Francesca Bennassar**, regidora de Turisme de l'Ajuntament de Palma. **Josep Francesc Valls**, catedràtic de Màrqueting d'ESADE. **Josep Ivars**, professor de la Universitat d'Alacant. **Vicent Monfort**, professor de la Universitat Jaume I de Castelló. **Antoni Munar**, consultor de Turisme, Balears. **Bartomeu Vidal**, advocat, en nom del comissionat pel Govern de les Illes Balears de l'Euroregió de l'Arc Mediterrani, Joan Gual de Torrella. **Vicent Soler**, catedràtic d'Economia Aplicada de la Universitat de València.