

Tourism Policy Paper

Emergència climàtica i turisme a la Mediterrània



25
anys



Fundació



Barcelona School
of Tourism, Hospitality
and Gastronomy

Centre adscrit

UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Autoria



Dr. Jordi Arcos Pumarola és doctor en Educació per la Universitat de Lleida i Llicenciat en Filosofia per la Universitat de Barcelona. Actualment exerceix com a director d'investigació i professor al CETT, centre adscrit a la Universitat de Barcelona; on també és director del Grup de Recerca TURHOGA (Grup de Recerca en Turisme, Hoteleria i Gastronomia). Així mateix, és co-director del Congrés Internacional en Turisme Literari i Cinematogràfic, editor de la revista *Tourism & Heritage Journal*, membre de la Junta Directiva de l'AECIT (Asociación Española de Investigadores y Científicos en Turismo), i membre del Comitè Científic del Centre d'Investigació en Turisme Literari TULE. Les seves línies d'investigació s'ocupen, principalment, del turisme literari, del turisme cultural i del binomi turisme i ètica.



Dra. Núria Guitart Casalderrey és doctora en Geografia, Planificació Territorial i Gestió Ambiental per la Universitat de Barcelona. És coordinadora de la Càtedra UB de Turisme, Hoteleria i Gastronomia CETT, editora de la revista *ARA Journal* i membre del Grup de Recerca TURHOGA (Grup de Recerca en Turisme, Hoteleria i Gastronomia). Entre les seves línies de recerca destaquen la governança i gestió pública del turisme, el turisme cultural, els problemes de convivència, així com les implicacions ètiques de polítiques aplicades durant la pandèmia. També ha participat en projectes competitius autonòmics i nacionals vinculats tant a la memòria històrica i el turisme com a l'administració compartida en el context de l'activitat turística.



Dra. Marta Salvador Almela és doctora en Educació, Societat i Qualitat de Vida per la Universitat de Lleida. És coordinadora de recerca i professora al CETT-UB Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, centre adscrit a la Universitat de Barcelona. Les seves àrees de recerca són el turisme, l'antropologia, la cultura, l'ètica i el gènere. És membre del Grup de Recerca TURHOGA (Grup de Recerca en Turisme, Hoteleria i Gastronomia) i editora de la revista *Tourism & Heritage Journal*.

Contribucions a l'informe



Dr. Romualdo Romero es catedràtic de Física de l'Atmosfera per la Universitat de les Illes Balears, es va doctorar el 1998 i es va especialitzar en meteorologia i clima mediterrani. Després de períodes de recerca als Estats Units (NOAA i MIT) i en diverses universitats europees, va consolidar la seva carrera a la UIB. La seva docència i recerca se centren en la dinàmica de fluids, el canvi climàtic i la modelització numèrica, àmbits en els quals ha liderat més de 20 projectes internacionals i ha publicat nombrosos articles especialitzats. Membre actiu de xarxes com MEDEX i HYMEX, ha rebut reconeixements de prestigi com la Medalla Plinius de la Unió Europea de Geociències i és soci fundador de la 'spin-off' MeteoClim Services.



Dra. Mireia Guix és professora de Turisme a l'Escola de Negocis de la Universitat de Queensland. El seu treball se centra en com les destinacions i les organitzacions turístiques aborden els reptes de la sostenibilitat, com ara el canvi climàtic. Ha treballat en projectes finançats per la Unió Europea, el Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient i el Banc Interamericà de Desenvolupament, liderant consultes amb les parts interessades per a una política de turisme sostenible i avaluant el progrés de la indústria cap als Objectius de Desenvolupament Sostenible.



Fundació



Barcelona School
of Tourism, Hospitality
and Gastronomy

Centre adscrit



La CETT Fundació és una entitat privada sense ànim de lucre inherent al CETT, Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy, centre de referència en turisme, hoteleria i gastronomia adscrit a la Universitat de Barcelona. Fundada l'any 2000 per Gaspar Espuña, té com a objectiu fomentar la formació, la investigació i la transferència de coneixement en aquests sectors clau.

La CETT Fundació impulsa el Grup de Reflexió, dirigit i coordinat per l'equip de recerca del CETT-UB, amb l'objectiu de generar una plataforma de diàleg i aportació de valor sobre temàtiques de rellevància per a l'àmbit turístic, a través de la qual explorar solucions, recomanacions, coneixement aplicable i estratègies que interpel·lin el sector i la societat. Així, el grup s'erigeix un espai que vol ser un altaveu de les preocupacions i propostes dels professionals del turisme, amb intenció d'ampliar-se en el futur per incorporar noves perspectives.

La dinàmica de treball inclourà sessions periòdiques de reflexió, l'organització d'un *policy dialogue* anual i la publicació d'un document de conclusions amb recomanacions per al sector. En aquest sentit, aspira a incorporar representants de diferents sectors amb un enfocament interdisciplinari i diversitat de perfils per garantir una visió global i integradora.

El Grup de Reflexió té com a finalitat generar una plataforma de diàleg entre acadèmia, sector privat i administracions per discutir temes de rellevància per al turisme.



Fundació

Tourism Policy Paper: **Emergència climàtica a la Mediterrània**

Composició del Grup de reflexió 25/26:

Equip de Direcció i Coordinació

Dr. Jordi Arcos Pumarola

Director de recerca del CETT

Dra. Núria Guitart Casalderrey

Coordinadora de la Càtedra UB de Turisme, Hoteleria i Gastronomia CETT

Dr. Eugeni Osácar Marzal

Director acadèmic de la Càtedra UB de Turisme, Hoteleria i Gastronomia CETT

Dra. Marta Salvador Almela

Coordinadora de recerca del CETT

Membres

Dra. Maria Abellanet i Meya

Presidenta del CETT

Cristina Cabañas Rodríguez

Presidenta Fundació Climent Guitart

Narcís Coll Ferrer

President Fundació Gaspar Espuña

Marta Domènech Tomàs

Directora de Vendes, Negoci Extern i Serveis Fira Barcelona

Jaume Dulsat Rodríguez

Tourism & Hospitality Leader d'Eurofirms Group i president de la Taula Gironina de Turisme

Pere Duran Vall-Llosser

Director general de Turisme entre el 2000 i 2014

Elisabet Ferrer Fernandez

Directora general del CETT

Dr. Xavier Font Urgell

Subdirector general de Desenvolupament Turístic Territorial de la Generalitat de Catalunya

Marcel Forns Bernhardt

Director general GEBTA

Núria Terribas Sala

Directora Fundació Víctor Grífols i Lucas

Dra. Anna Torres Delgado

Professora agregada de la Universitat de Barcelona

Índex

SECCIÓ 01

L'emergència climàtica com a nou marc per a la gestió de destinacions turístiques7

1. Fonaments i evidències de l'emergència climàtica9
2. De l'evidència de l'emergència climàtica, al futur del turisme.....10
3. Afectacions per tipologia: del confort tèrmic a la viabilitat del producte 12

Contribució del Dr. Romualdo Romero. Universitat de les Illes balears. *L'impacte de l'emergència climàtica al turisme* 13

SECCIÓ 02

Destinacions i empreses turístiques davant el repte del canvi climàtic16

1. Reptes principals del sector turístic 17
2. Estratègies d'adaptació de les destinacions..... 19
3. De quina manera el sector turístic pot ajudar a la mitigació dels efectes del canvi climàtic?20

Contribució de la Dra. Mireia Guix. University of Queensland. *El futur del turisme en un clima canviant* 22

SECCIÓ 03

Política, governança i comunicació per a una millor gestió del turisme en un context d'emergència climàtica24

1. Col·laboració i treball interdisciplinari entre institucions25
2. Comprendre el turisme pel foment dels comportaments sostenibles 28

Conclusions 31

Referències 33

SECCIÓ **01**

L'emergència climàtica com a nou marc per a la gestió de destinacions turístiques



01. L'emergència climàtica com a nou marc per a la gestió de destinacions turístiques

L'emergència climàtica ja no és una hipòtesi de futur, sinó una realitat mesurable que condiciona l'habitar dels territoris i, conseqüentment, la seva estructura socioeconòmica. El turisme és un sector amb una forta dependència del medi i, en aquest sentit, la variabilitat climàtica representa, ara per ara, el repte més gran de gestió del segle XXI. Repensar, doncs, el binomi emergència climàtica i turisme a dia d'avui s'ha convertit no en una qüestió de bona voluntat, sinó en una urgència per la resiliència del sector.

La mostra que ens trobem en una cruïlla és l'interès generalitzat en adreçar la qüestió de la sostenibilitat turística. Per exemple, a nivell europeu s'espera que, durant l'any 2026, es publiquin tant l'European Climate Resilience and Risk Management – Integrated Framework com l'EU Sustainable Tourism Strategy; a nivell estatal, durant el 2025 va publicar-se l'informe ERICC-2025 sobre l'avaluació de riscos i impactes derivats del canvi climàtic a Espanya (Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico, 2025), on s'identifiquen 12 riscos específics per al futur de l'activitat turística de l'estat. A nivell català, durant el 2025 s'ha actualitzat el Pla d'Acció Climàtica del sector turístic a Catalunya per part del Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya (2025). Així doncs, ni tan sols cal esmentar els esforços d'institucions

que tenen la missió d'actualitzar el coneixement sobre el canvi climàtic des d'una perspectiva internacional, com l'Intergovernmental Panel on Climate Change, o d'altres que tradueixen aquest coneixement a l'especificitat del sector turístic com UN Tourism, per tal d'afirmar que aquesta és una temàtica d'urgència i rellevància donada la incidència que té en el futur de l'activitat humana.

Aquest canvi de paradigma també es present a l'acadèmica amb l'aparició i auge de conceptes com el turisme regeneratiu que muda el focus des de l'individu a la comunitat (Dredge, 2022); o la persistent importància de la mesura i existència d'indicadors per a reconduir el turisme vers a la sostenibilitat (Torres-Delgado et al., 2023).

Partint d'aquest context, el present document vol realitzar una aportació als debats actuals sobre l'emergència climàtica i el turisme a partir d'una mirada aplicada que permeti partir d'evidències científiques generades des de la climatologia, com ara la constatació de canvis en els patrons tèrmics o els nous règims de perturbacions, per tal d'identificar els possibles efectes per a l'activitat turística. Tot això amb l'objectiu potenciar la transferència de la ciència climàtica i la seva intersecció amb el sector turístic i amb la voluntat de poder vehicular un canvi d'actituds, consciència i

governança per tal de transicionar cap a un model de resiliència territorial que permeti integrar un turisme regeneratiu i sostenible.

Les contribucions i aportacions recollides en aquest document pertanyen al CETT – Tourism Policy Dialogue *Emergència climàtica i Turisme a la Mediterrània*, celebrat el 3 de desembre de 2025 i organitzat per la CETT Fundació. D'aquesta manera, s'ofereix en aquest informe una síntesi de les reflexions i contribucions aportades pels participants d'aquesta jornada; alguns dels quals contribueixen de manera directa també amb algunes seccions del present document.

Amb aquesta visió, doncs, l'informe s'estructurarà en tres seccions diferenciades. En primer lloc, la present que té per voluntat mostrar com l'emergència climàtica és un marc ineludible per a la gestió turística i del territori de l'actualitat des del punt de vista de la geografia i la climatologia. La segona secció té un caràcter més aplicat i incidirà en el rol i la capacitat d'acció de les destinacions i empreses davant d'aquest context. I, finalment, la darrera secció examina de quina forma la política i la governança poden optimitzar la gestió turística davant aquest repte. Finalment, s'ofereix un darrer apartat on se sintetitzen les idees o accions pràctiques aparegudes amb més força durant la jornada.

1. Fonaments i evidències de l'emergència climàtica

Per a comprendre d'una forma bàsica què suposa el canvi climàtic és necessari, en primer lloc, distingir entre el temps o variabilitat meteorològica (episodis transitoris i de predictibilitat limitada a curt termini) i el sistema climàtic, que defineix els patrons estacionals i de llarg recorregut d'un territori. El canvi climàtic, per tant, és el desplaçament d'aquesta "campana de Gauss" cap a valors extrems. Aquesta distinció és clau per situar la discussió sobre el futur del model turístic, ja que no volem donar resposta a conjuntures concretes, sinó que cal situar el diàleg al voltant de l'adaptació davant el desplaçament dels llindars climàtics estacionals.

El sistema climàtic es defineix com un sistema dinàmic. En aquest sentit, determinades influències, com podrien ser-ho l'acumulació de gasos d'efecte hivernacle, alteren l'equilibri del sistema de manera irreversible a escala humana. Què implica això quan adoptem una mirada política? Les previsions meteorològiques a curt termini estan limitades per una incertesa constant; però quan ens situem en un punt de vista que considera l'evolució futura dels territoris, cal substituir aquesta incertesa per "projeccions" climàtiques, que són simulacions que no indiquen què passarà un dia concret, sinó quines seran les noves condicions mitjanes i extrems. Aquestes projeccions són la base per a la presa de decisions polítiques.

A més, aquestes projeccions ens permeten dimensionar la influència que tenen els nostres modes de vida per al clima. Per exemple, donada la rellevant influència que generen, per exemple, les emissions de gasos d'efectes hivernacle, els escenaris futurs poden dibuixar-se sobre la influència d'aquesta variable, mostrant una aclaparadora evidència. Aquestes observacions i projeccions, que han evolucionat en complexitat i previsió des del primer informe de l'IPCC l'any 1990, al darrer l'any 2021 (IPCC, 2023), confirmen el factor humà en l'emergència climàtica, així com també mostren que ens trobem en un context anòmal en el sentit que l'escalfament és global, ràpid i extraordinari. A la vegada, ens ofereixen cada vegada informació més precisa per a la presa de decisions en l'àmbit de la gestió turística.

2. De l'evidència de l'emergència climàtica, al futur del turisme

Per operativitzar la gestió turística, cal entendre, tal com hem esmentat abans, que el futur es previsualitza i gestiona mitjançant els Escenaris d'Emissions (RCP - Representative Concentration Pathways). Segons les dades del darrer informe de l'IPCC (2023), ens trobem davant un futur complex on, per una banda, l'escenari de mitigació (RCP2.6) implica un escalfament limitat, però sempre des de l'exigència d'una adaptació i canvi d'hàbits immediat; mentre que l'escenari d'altas emissions (RCP8.5) projecta un món on els extrems tèrmics esdevenen la norma, compromentent la viabilitat de moltes activitats humanes a final de segle i, entre elles, el turisme.

Aquestes projeccions no només preveuen canvis en la mitjana de les temperatures, sinó un increment de la freqüència i intensitat dels esdeveniments extrems. Des del punt de vista dels gestors i empreses turístiques d'una destinació, això significa passar de planificar basant-se en l'estacionalitat històrica a planificar basant-se en la gestió de riscos climàtics (com onades de calor prolongades o fenòmens meteorològics violents que afecten la connectivitat).

La gestió del paisatge davant els fenòmens extrems: El cas dels incendis forestals

Un exemple de la incidència dels riscos climàtics en la realitat del territori el trobem en els incendis forestals, notícia amb una creixent emergència cada temporada turística i que representen un dels riscos més crítics per a la resiliència de les destinacions. L'expert Marc Castellnou, Cap d'Àrea del Grup d'Acció Forestal de la Generalitat de Catalunya, indica que cal un canvi de paradigma en la seva interpretació: el foc no és el problema per se, sinó que la complexitat rau en el mecanisme natural (sovint violent) d'adaptació de l'ecosistema a unes noves condicions climàtiques que el bosc actual ja no pot suportar (Duane et al, 2021).

Els punts clau d'aquest nou escenari de risc per al turisme són:

01. L'emergència climàtica com a nou marc per a la gestió de destinacions turístiques

L'anomalia del paisatge: Hem heretat un paisatge d'una era climàtica anterior que, en les condicions actuals, ja no és viable. Si no permetem i afavorim que el paisatge canviï de manera gestionada, el sistema ho farà de manera traumàtica mitjançant "grans incendis" que el bosc no podrà sobreviure, provocant una pèrdua irreversible de biodiversitat i, per conseqüència, d'atractiu paisatgístic.

De l'extinció a l'adaptació: La política tradicional s'ha centrat en una "mentalitat defensiva" (comprar més helicòpters per reaccionar davant l'aparició d'incendis). En l'escenari actual aquesta mentalitat únicament reactiva és insuficient: cal invertir en la gestió del paisatge per crear espais oberts que permetin al bosc "mourre's" i adaptar-se. Per a la gestió turística, això implica entendre que una destinació segura no és aquella que simplement apaga focs, sinó aquella que té un territori preparat per conviure amb ells.

L'economia del paisatge: Una gestió sostenible dels territoris i les destinacions implica un canvi de mentalitat que consideri la complexitat del moment actual. En aquesta línia, és necessari fomentar economies (sovint vinculades al turisme i al sector primari) que permetin mantenir un paisatge resilient. El repte no és "defensar el que tenim", sinó "crear el futur", acceptant que el bosc canviarà i que la seguretat del visitant i la comunitat local dependrà d'una planificació territorial que entengui les dinàmiques del foc.



Aquesta perspectiva transforma la gestió d'emergències en una peça clau de la governança i la seguretat turística: el paisatge ja no és només un decorat, sinó un sistema viu que requereix una intervenció estratègica per evitar que la crisi climàtica es tradueixi en una destrucció total del recurs.

3. Afectacions per tipologia: Del confort tèrmic a la viabilitat del producte

Tot aquest canvi de mentalitat davant l'emergència climàtica i la seva relació amb el desenvolupament turístic ha de venir acompanyat de la presa de consciència dels efectes que pot generar l'emergència climàtica a les destinacions. Això ajudarà a la presa de decisions dels gestors de les destinacions i a la realització d'una planificació estratègica del posicionament i desenvolupament de les mateixes.



Contribució del Dr. Romualdo Romero



Universitat
de les Illes Balears

L'impacte de l'emergència climàtica al turisme

Espanya és una de les principals destinacions turístiques del món i és especialment vulnerable als impactes del canvi climàtic. Les seves diverses condicions climàtiques i els seus rics recursos ambientals han afavorit el desenvolupament d'una àmplia gamma d'activitats d'oci i turisme a l'aire lliure més enllà del tradicional turisme de sol i platja, incloent-hi el turisme cultural, la vela, el golf, el senderisme, el ciclisme i les activitats relacionades amb el futbol. La promoció d'aquestes alternatives desperta un interès creixent entre els agents del sector i els responsables polítics, ja que ofereixen una oportunitat estratègica per mitigar la forta estacionalitat que caracteritza el turisme costaner. No obstant això, la sensibilitat d'aquestes activitats a les condicions climàtiques fa que sigui essencial avaluar com el canvi climàtic pot alterar la seva viabilitat en el futur.

Un estudi de la UIB (Cardell et al. 2022) analitza els recursos climàtics actuals i les projeccions futures per a les sis activitats d'oci a l'aire lliure esmentades a Espanya mitjançant l'Índex Climàtic per al Turisme (CIT). Es van desenvolupar matrius de tipologia meteorològica específiques per a cada activitat amb l'objectiu d'avaluar amb precisió l'adequació climàtica de cada tipus de turisme.

El confort tèrmic es va avaluar mitjançant l'Índex Tèrmic Universal del Clima (UTCI), calculat a través de l'avançat model dinàmic de confort fisiològic de Fiala (FPC) de nodes múltiples. Per garantir la robustesa a escala local, es va aplicar un ajust quantil-quantil (Q-Q) per corregir els possibles biaixos en els resultats dels models climàtics regionals. Les projeccions futures es van analitzar per a finals del segle XXI (2071–2095), centrant-se en els canvis estacionals i espacials de l'adequació climàtica.

01. L'emergència climàtica com a nou marc per a la gestió de destinacions turístiques



Resultats per activitat

Els resultats indiquen que el canvi climàtic afectarà les activitats d'oci a l'aire lliure a Espanya de manera diferenciada i específica:

Turisme cultural: S'espera que la primavera i la tardor continuïn sent les estacions més adequades a la meitat nord del país. No obstant això, es preveu que les condicions òptimes disminueixin al llarg de la costa mediterrània i a les regions del sud-oest, especialment a l'estiu. Les condicions hivernals podrien millorar lleugerament al nord.

Vela: Les projeccions suggereixen una degradació de les excel·lents condicions d'estiu a les destinacions mediterrànies populars, contrastant amb millores a la costa atlàntica. La vela es podria beneficiar d'una reducció de l'estacionalitat gràcies a la millora de les condicions durant les temporades baixes (primavera/tardor).

Golf: Mostra condicions relativament estables durant l'hivern i les temporades baixes. Malgrat això, es preveu que les condicions estivals empitjorin, especialment al sud i al Mediterrani, mentre que l'hivern podria esdevenir més atractiu al centre i al nord d'Espanya.

Senderisme: Actualment gaudeix de condicions excel·lents a les zones de muntanya del nord durant la primavera i la tardor. A les regions del sud-oest, les condicions acceptables podrien disminuir a causa d'un canvi cap a percepcions tèrmiques inacceptables. L'hivern podria experimentar un augment notable de les condicions òptimes.

Ciclisme: Presenta un marcat canvi estacional; es preveu que l'hivern esdevingui l'estació més adequada, mentre que la primavera podria patir les majors pèrdues de viabilitat climàtica.

Futbol: Les activitats relacionades amb el futbol podrien veure's desincentivades al sud-oest i al Mediterrani durant l'hivern, però fomentades a la resta del país.

En conjunt, les conclusions subratllen la necessitat d'estratègies d'ordenació turística adaptatives que tinguin en compte les sensibilitats climàtiques regionals i específiques de cada activitat davant els futurs escenaris de canvi climàtic.

01. L'emergència climàtica com a nou marc per a la gestió de destinacions turístiques

Aquest nou escenari canvia completament el tauler de joc de les destinacions actuals i impacta directament en la reflexió sobre de quina manera posicionem les destinacions, com impliquem les empreses turístiques i què hem d'endegar com a societat per tal de fer sostenible l'activitat turística, una activitat econòmica i fenomen social indispensable per a les societats actuals.

És prudent, doncs, transicionar del concepte de «promoció turística» al de “gestió de la resiliència”, on el clima deixa de ser un actiu fix per esdevenir una variable dinàmica que ha d'acompanyar tota política turística. En aquest sentit, tal i com comentàvem a la introducció, les pròximes seccions estan dedicades a explorar de quina manera els agents turístics han d'adreçar aquest nou escenari i quines pràctiques es recomanen des de l'acadèmia i les institucions turístiques per tal d'adaptar les destinacions a aquest nou paradigma, en base a les intervencions i discussions emmarcades en el CETT – Tourism Policy Dialogue Emergència climàtica i Turisme a la Mediterrània, organitzat per la CETT Fundació el 3 de desembre de 2025.



SECCIÓ **02**

Destinacions i empreses turístiques davant el repte del canvi climàtic



02. Destinacions i empreses turístiques davant el repte del canvi climàtic

1. Reptes principals del sector turístic

El sector turístic afronta l'emergència climàtica com un repte estructural i transversal que afecta simultàniament els seus recursos, la seva competitivitat i la seva viabilitat a llarg termini. En aquest context, el turisme és l'activitat econòmica amb el màxim nivell d'exposició als efectes del canvi climàtic, fet que el fa especialment vulnerable segons l'espai geogràfic on es desenvolupa (Olcina & Vera, 2016). Així, totes les activitats recreatives a l'aire lliure i els atractius turístics naturals poden veure's afectats en el futur, modificant l'oferta i, per tant, alterant la demanda (Drius, 2018; Obrador et al., 2009).

Un primer repte fonamental és la creixent exposició de les destinacions als impactes climàtics, ja visibles a través de fenòmens com les onades de calor, la pujada del nivell del mar, les restriccions hídriques o la pèrdua de biodiversitat (Lee et al., 2024; World Weather Attribution, 2024). Aquests impactes comprometen els principals actius turístics —litorals, espais naturals, paisatges agrícoles o zones de muntanya— i generen efectes en cadena sobre les infraestructures, els serveis i els fluxos de visitants, tals com reducció d'arribades, estacionalitat i atraccions danyades (Gössling & Scott, 2025).

Un segon repte clau és el cost econòmic i social associat a aquests impactes. Els esdeveniments climàtics extrems provoquen interrupcions de l'activitat turística, danys en equipaments, augment dels costos d'assegurances i despeses recurrents de recuperació postcrisi (Gössling & Scott, 2025). Alhora, afecten de manera directa les comunitats locals i els treballadors del sector, que han de continuar prestant serveis en contextos d'alta incertesa, els quals poden estar en risc de patir certes malalties (Methner & Eisenberg, 2018).

Paral·lelament, el turisme s'enfronta al repte de reduir la seva contribució al canvi climàtic. Tot i les millores en eficiència energètica, les emissions del sector continuen augmentant, impulsades pel creixement del nombre de viatges, l'increment de les distàncies recorregudes i un model orientat al volum (Lee et al., 2024; Lenzen et al., 2018). Aquesta dinàmica evidencia que les estratègies basades únicament en l'eficiència són insuficients i que cal abordar les emissions absolutes dins dels límits del pressupost global de carboni (Narciso et al., 2024).

02. Destinacions i empreses turístiques davant el repte del canvi climàtic



Finalment, destaca el repte de la desigual capacitat de resposta entre actors del sector, especialment entre grans empreses i petites i mitjanes empreses turístiques. Les PIME, que configuren la base de l'experiència turística, són especialment vulnerables al canvi climàtic i sovint es troben limitades per barreres com l'accés al finançament, la complexitat de les mètriques climàtiques o la manca de coordinació institucional (Gössling & Reinhold, 2024).

Davant d'aquests reptes, esdevé imprescindible abordar de manera articulada les estratègies d'adaptació i mitigació (Scott et al., 2012), dues dimensions complementàries que orienten la resposta del sector turístic davant l'emergència climàtica i que seran analitzades en les seccions següents.

2. Estratègies d'adaptació de les destinacions

Davant l'inevitable increment dels riscos climàtics, com s'ha evidenciat en el diàleg entre la Direcció General de Turisme de Catalunya i Visit València, l'adaptació esdevé una estratègia imprescindible per garantir la continuïtat i resiliència de les destinacions turístiques. L'adaptació no només implica respondre a crisis puntuals, sinó integrar el risc climàtic en la planificació turística de manera estructural i basada en dades fiables, ja que sense informació precisa no és possible prioritzar accions ni planificar amb eficàcia (Scott et al., 2012).

Una primera línia d'actuació és la protecció i diversificació dels recursos turístics, reduint la dependència d'actius especialment vulnerables al clima i fomentant productes menys sensibles a les condicions meteorològiques extremes (Scott et al., 2019). Això inclou la redefinició de la temporalitat turística, l'adaptació de l'oferta a episodis de calor intensa o la revalorització d'experiències de proximitat i baixa dependència climàtica.

En segon lloc, les destinacions han d'enfortir la resiliència de les infraestructures i serveis turístics (Lohmann et al., 2025), anticipant els impactes futurs mitjançant inversions en infraestructures adaptades, sistemes de mobilitat més robustos i

protocols de gestió de crisis climàtiques. Aquestes mesures contribueixen a reduir els costos associats a les interrupcions i a millorar la capacitat de resposta davant episodis extrems (Dogru et al., 2018).

Un altre element clau és el treball conjunt amb les comunitats locals, reconeixent el seu paper central en l'adaptació (Barnet et al., 2021; Mills Nova & Mikulewicz, 2024). La cooperació amb actors locals permet dissenyar respostes ajustades al territori, reforçar els sistemes alimentaris i de subministrament locals i garantir que el turisme continuï generant beneficis socials en contextos de major pressió ambiental.

Finalment, l'adaptació requereix reforçar la capacitat institucional i la cultura de dades, proporcionant eines i indicadors clars per mesurar impactes, seguir l'evolució de les accions i orientar la presa de decisions (Barnet et al., 2021). Actuar de manera coordinada, comunicar amb claredat i acompanyar el sector en processos de mitigació i resiliència són condicions imprescindibles per fer del turisme una activitat més resilient, regenerativa i coherent amb els reptes climàtics actuals.

3. De quina manera el sector turístic pot ajudar a la mitigació dels efectes del canvi climàtic?

El sector turístic pot jugar un paper actiu en la mitigació del canvi climàtic mitjançant una reducció sostinguda i significativa de les seves emissions. En aquest sentit, l'assoliment del *Net zero* ha esdevingut una responsabilitat empresarial i institucional, especialment en un context en què cada vegada més organitzacions de gestió de destinacions (DMO) s'adhereixen a iniciatives com la *Tourism Declares* (2022) i la *Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism* el 2021. Això implica actuar sobre els principals motors que impulsen l'augment de les emissions, tant des de la demanda com des de l'oferta i la gestió de les destinacions (Guix et al., 2025).

En l'àmbit de la demanda, la mitigació passa per actuar sobre tres dimensions clau: l'escala del creixement, la despesa turística i el comportament dels visitants. En primer lloc, la gestió de l'escala implica repensar què s'entén per èxit turístic, desplaçant el focus del volum de visitants cap al valor econòmic generat amb una menor intensitat d'emissions, especialment tenint en compte el pes del transport en la petjada de carboni del sector (Gössling & Dolnicar, 2022). En segon lloc, cal reduir el cost de carboni per unitat de valor afegit, promovent formes de viatge "slow" que permetin mantenir els ingressos turístics alhora que es redueixen les emissions associades a l'activitat (Manthiou & Kuppelwieser, 2022).

En tercer lloc, la transformació del comportament dels visitants constitueix un element amb un alt potencial de mitigació (Gössling & Dolnicar, 2022; Von Briel & Dolnicar, 2025). L'evidència científica assenjala que els canvis de comportament poden contribuir de manera significativa a les reduccions d'emissions necessàries, tot i l'existència d'una bretxa entre actituds i pràctiques reals. En aquest context, les estratègies més efectives no es basen únicament en la informació, sinó en el redisseny de les opcions disponibles mitjançant incentius, mecanismes de decisió i marcs reguladors que facin les opcions baixes en carboni més accessibles, atractives i habituals.

Pel que fa a l'oferta turística, la mitigació del canvi climàtic requereix donar suport actiu a la transició del teixit empresarial, amb una atenció especial a les petites i mitjanes empreses, que concentren una part important dels serveis turístics però disposen de menys capacitat per afrontar canvis estructurals. Aquest suport passa, en primer lloc, per facilitar la millora de l'eficiència energètica mitjançant informació clara, eines de mesura accessibles i mecanismes que permetin reduir la complexitat associada al càlcul de la petjada de carboni i a la certificació ambiental (Guix et al., 2025). En segon lloc, tot i que la transició energètica s'emmarca principalment en polítiques d'àmbit estatal

02. Destinacions i empreses turístiques davant el repte del canvi climàtic

o supranacional, les destinacions poden contribuir a reduir les barreres financeres i operatives que dificulten l'adopció d'energies renovables, especialment a través d'instruments de finançament, incentius i espais de connexió entre empreses i proveïdors.

Així mateix, la mitigació des de l'oferta implica avançar cap a cadenes de subministrament més sostenibles i resilents, reduint la dependència d'importacions intensives en carboni i reforçant sistemes de proveïment de proximitat (Sun, 2019). El foment de circuits de compra locals i de models més circulars contribueix no només a disminuir les emissions associades al transport de béns, sinó també a enfortir els vincles entre el sector turístic i les comunitats del territori. En conjunt, aquestes estratègies permeten reduir l'impacte climàtic de l'oferta turística alhora que milloren la seva competitivitat i capacitat d'adaptació en un context de transició climàtica.

A escala de destinació, la mitigació del canvi climàtic implica integrar de manera sistemàtica el criteri climàtic en la planificació territorial i en les decisions d'inversió en infraestructures (Guix et al., 2025). Tot i que la localització geogràfica de les destinacions no es pot modificar, sí que és possi-

ble incidir de manera decisiva en la configuració espacial del sistema turístic, de manera que l'accés baix en carboni esdevingui l'opció habitual. Això requereix prioritzar models de mobilitat col·lectiva, multimodal i eficient, així com dissenyar l'estructura territorial del turisme per reduir la dependència del vehicle privat i evitar el bloqueig d'emissions a llarg termini associat a infraestructures intensives en carboni.

En aquest sentit, les inversions en infraestructures han de respondre a una visió de llarg termini orientada a facilitar el transport baix en emissions tant per als visitants com per a la població resident, incorporant incentius i solucions que afavoreixin l'ús massiu d'alternatives sostenibles (Scott, 2021). Paral·lelament, la mitigació a escala de destinació també implica revisar el mix de mercats turístics, atès que diferents segments de visitants presenten perfils d'emissions molt diferenciats. La incorporació progressiva del cost ambiental en l'avaluació dels mercats permet avançar cap a models de gestió més coherents amb els límits planetaris, tot i la incertesa de les dades disponibles. Aquest enfocament requereix un canvi de mirada en la presa de decisions, orientat a equilibrar els beneficis econòmics amb els impactes ambientals associats i a consolidar estratègies de desenvolupament

turístic alineades amb els objectius climàtics (Torres-Delgado et al., 2024).

La contribució del sector turístic a la mitigació del canvi climàtic requereix un canvi de paradigma que vagi més enllà de les millores d'eficiència i incorpori la reducció d'emissions absolutes, la consideració de les emissions indirectes i una visió integrada de tota la cadena de valor (Narciso et al., 2024). El manteniment d'un model orientat al creixement continu del volum d'activitat entra en tensió amb els límits planetaris i compromet la coherència del sector amb els objectius climàtics a llarg termini, fet que evidencia la necessitat de processos de transició profunds, encara que graduals i no lineals.

En aquest context, el sector turístic ha d'avançar cap a un nou model de desenvolupament que redefineixi l'èxit més enllà del creixement quantitatiu i integri de manera simultània criteris de mitigació i adaptació. Aquest enfocament implica repensar la gestió de la demanda, la mobilitat i les decisions estratègiques des d'una perspectiva territorial i sistèmica, promovent una transició progressiva cap a un turisme més coherent amb els objectius climàtics i la sostenibilitat a llarg termini.

Contribució de la Dra. Mireia Guix



THE UNIVERSITY
OF QUEENSLAND
AUSTRALIA

El futur del turisme en un clima canviant

El turisme contribueix al canvi climàtic i hi està molt exposat (Scott et al., 2012), amb impactes creixents en les destinacions, les operacions i la demanda. El sector turístic pot, i ha de, mitigar els efectes del canvi climàtic per seguir sent competitiu. Fer-ho requereix que els actors públics i privats redueixin les emissions absolutes mentre mantenen el valor (Becken & Scott, 2024).

Com que l'oferta, la demanda i l'estructura de la destinació impulsen les emissions del turisme (Guix et al., 2025), la mitigació requereix una acció coordinada en les tres dimensions. Els esforços fins ara s'han centrat en el costat de l'oferta, millorant l'eficiència energètica i fent la transició a fonts d'energia més baixes en carboni, però aquests no han aconseguit reduccions a la velocitat i escala necessàries (Sun et al., 2024). Els actors privats han de continuar aquests esforços (Gössl et al., 2024), alhora que aborden les emissions de la cadena de subministrament mitjançant la participació dels proveïdors i la contractació localitzada. Els actors públics poden utilitzar la fixació de la tarifa del carboni i el suport financer i tècnic específic per animar les empreses grans i petites a afrontar barreres de capacitat i costos.

El sector continua orientat cap al creixement basat en el volum (Loehr & Becken, 2025), mesurat per les arribades, amb més viatges, distàncies més llargues i una despesa més alta que continua superant els guanys d'eficiència. Els actors públics i les destinacions poden redefinir l'èxit del turisme utilitzant mètriques com ara els ingressos per unitat de CO₂ (Gallego et al., 2025) i integrar el carboni en la presa de decisions, incloent-hi decisions sobre la combinació de mercats per dirigir-se a segments de visitants de més valor i baixes emissions, i mesures per promoure estades

02. Destinacions i empreses turístiques davant el repte del canvi climàtic



més llargues i viatges més lents. També poden abordar la bretxa entre actituds i comportaments mitjançant la regulació, els incentius i el disseny d'opcions. Els actors privats poden participar en el disseny de productes, la fixació de preus i el màrqueting que afavoreixin els patrons de viatge amb baixes emissions de carboni, incloent-hi ofertes combinades i la integració d'opcions baixes en carboni en el recorregut del client.

L'estructura de la destinació també configura les emissions del turisme, des dels sistemes de transport cap a i dins de les destinacions, fins a la planificació espacial i la infraestructura. Els canvis aquí són complexos i requereixen una acció coordinada i coherent verticalment entre els nivells de governança i horitzontalment entre sectors i actors. L'alineació és fonamental, ja que les decisions en una àrea poden reforçar o socavar-ne d'altres. Per exemple, l'ampliació de la capacitat dels aeroports pot entrar en conflicte amb els esforços per canviar cap a models de turisme basats en el valor i amb baixes emissions de carboni. Els actors públics, dins i més enllà del turisme, han d'alinejar les polítiques, la planificació i la inversió a l'hora de prendre decisions estratègiques sobre l'accés al mercat i la connectivitat, ja que aquests configuren la intensitat de carboni del sistema turístic. Els actors privats poden donar forma activa a aquestes estructures mitjançant la inversió i les associacions entre múltiples parts interessades per desenvolupar conjuntament solucions baixes en carboni i reconfigurar els models de negoci.

La mitigació requereix alinear les estructures de demanda, oferta i destinació mitjançant polítiques coherents, mètriques creïbles i col·laboració. Aquests impulsors destaquen on els actors poden actuar, en funció dels recursos i les decisions que controlen o poden influir (Decarbonising tourism, 2025). Integrar una lent de carboni en aquestes decisions és fonamental per canviar la trajectòria del sector. Tanmateix, l'acció no s'hauria d'endarrerir en la recerca d'un consens complet. Els impactes climàtics ja s'estan materialitzant (World Weather Attribution, 2025) i el progrés pot començar amb actors preparats i disposats. Les parts interessades públiques i privades poden començar a col·laborar i escalar a través de palanques fortes (regulació, condicions de finançament, estàndards) i palanques més suaus (màrqueting, informació, persuasió). A mesura que aquests esforços demostrin viabilitat i valor, la col·laboració pot escalar les solucions i crear impuls per a una adopció més àmplia. Cada actor de la cadena de valor del turisme té un paper en la direcció del sector cap a un sistema turístic baix en carboni i resilient que doni suport a la viabilitat a llarg termini dels llocs i les comunitats de les quals depèn.

SECCIÓ **03**

Política, governança i comunicació per a una millor gestió del turisme en un context d'emergència climàtica



1. Col·laboració i treball interdisciplinari entre institucions

La magnitud de l'emergència climàtica exigeix un canvi de paradigma, passant de l'acció sectorial aïllada a una resposta sistèmica i col·laborativa. Com s'ha evidenciat en el diàleg entre UN Tourism, el Global Sustainable Tourism Council (GSTC) i la Diputació de Barcelona, el turisme no pot abordar la descarbonització en solitari. La complexitat del repte requereix una arquitectura institucional que superi els compartiments estancs i fragmentació administrativa i integri el sector privat, la ciència i la gestió pública en una estratègia compartida.

La literatura acadèmica recent (Hall, 2019; Scott & Gössling, 2022) coincideix amb el diagnòstic dels experts de la taula: el model tradicional de gestió turística —vertical, jeràrquic i centrat en la promoció— ha quedat obsolet per gestionar la complexitat de la descarbonització. Ens trobem davant la necessitat de transitar cap a una governança adaptativa i policèntrica, capaç d'articular respostes en un escenari d'alta incertesa i de superar els tres grans reptes que amenacen la credibilitat del sector: la integració de polítiques, l'estandardització i la superació de la bretxa d'implementació.

Un dels principals frens a l'acció climàtica, identificat tant per Roxana Ashtari, Senior project specialist a UN Tourism, com per la recerca en política pública, és la desconexió entre els ministeris o

regidories de turisme i les àrees de medi ambient, urbanisme o mobilitat. Històricament, la política turística ha operat al marge dels objectius climàtics nacionals, creant una disfunció on les estratègies de creixement de visitants sovint xoquen frontalment amb els objectius de reducció d'emissions (Bramwell & Lane, 2011). No obstant això, l'evidència més recent, recollida per UN Tourism confirma que el 53% de les estratègies governamentals dels estats membres a l'organisme ja fan referència al turisme i el 62% de les polítiques turístiques esmenten el canvi climàtic, tot i que la mera menció del clima no es tradueix automàticament en coherència política (UN Tourism, 2024).

Per resoldre aquesta situació, cal implementar el que Josep Rodríguez, Cap de la Secció de Projectes Estratègics de Gestió de Serveis Turístics de la Diputació de Barcelona, denomina la lent climàtica. Això implica que l'acció climàtica deixi de ser una política ambiental per convertir-se en un vector transversal que condiona tota l'acció de govern. En la pràctica, aquest enfocament requereix que els organismes de gestió de destinacions (DMOs) reorientin els fons públics, subvencions i plans de formació perquè siguin inaccessibles per a aquells projectes que no acreditin alineament amb els objectius de descarbonització. Un cas paradigmàtic és l'estratègia de la Diputació de Barcelona, que

03. Política, governança i comunicació per a una millor gestió del turisme en un context d'emergència climàtica

està reorientant els seus 3 milions d'euros en subvencions als ens locals per alinear-los amb criteris climàtics. D'aquesta manera, el pressupost públic deixa de ser neutre i s'utilitza com una palanca de transformació del mercat, fent inaccessibles els recursos públics per a aquells projectes que no acreditin un compromís verificable amb la descarbonització (Diputació de Barcelona, 2023).

Un altre dels reptes de governança detectat és l'estandardització com a eina de reducció de la incertesa. En un mercat saturat de greenwashing i declaracions de bones intencions, la confiança esdevé un actiu econòmic. El sector privat, i molt especialment les Pimes, s'enfronta sovint a la "paràlisi per complexitat", és a dir, la percepció errònia que la sostenibilitat és un cost afegit.

No obstant això, seguint els fonaments de la Nova Economia Institucional (North, 1990), els estàndards són mecanismes de reducció de costos de transacció, ja que permeten crear un llenguatge comú que facilita la col·laboració publicoprivada, i redueixen els esforços dels agents per distingir una oferta sostenible. En concret, tal com va destacar Ioannis Pappas, Director Regional per a Europa, Consell Global de Turisme Sostenible (GSTC), les certificacions ofereixen accessibilitat al mercat

i permeten a les empreses connectar amb grans plataformes de distribució (OTAs) i operadors que exigeixen garanties verificades.

En aquesta mateixa línia Elhoushy et al. (2025) confirmen que les certificacions han evolucionat d'eines voluntàries a instruments de governança crítiques per reduir l'asimetria d'informació entre proveïdors i consumidors. Com assenyalen Cavalcante et al. (2025), els organismes de certificació actuen avui com a garants de confiança, legitimant les polítiques de sostenibilitat de les destinacions davant dels mercats internacionals.

L'impacte d'aquesta estandardització es visualitza en la gestió de destinacions complexes com Dubrovnik. En el cas de Dubrovnik, la ciutat va utilitzar l'avaluació de destinació del GSTC com una eina de diagnòstic de l'overtourism, implementant sistemes de monitoratge en temps real sobre la qualitat de l'aire, les emissions de CO₂ o la distribució de fluxos de visitants al nucli històric i facilitant la gestió basada en dades. Aquesta implementació d'estàndards va permetre a l'administració negociar amb la indústria de creuers (CLIA) basant-se en capacitats de càrrega de la ciutat, i donar resposta tant a reivindicacions ciutadanes com a la millora de l'experiència del visitant.



03. Política, governança i comunicació per a una millor gestió del turisme en un context d'emergència climàtica

El tercer gran desafiament estructural que defineix l'actual escenari de la governança turística és la persistència de l'anomenada bretxa d'implementació, un fenomen que descriu la distància entre l'adopció de compromisos climàtics i l'execució operativa de mesures que redueixin efectivament les emissions globals. En l'esfera institucional, l'adhesió massiva a marcs globals com la Declaració de Glasgow sobre l'Acció Climàtica en el Turisme ha marcat un punt d'inflexió innegable en la voluntat política sectorial. Aquest impuls es veu reforçat pel creixement exponencial de la iniciativa, que ja ha superat els 800 signataris globals compromesos amb els cinc itineraris estratègics de full de ruta: mesurar, descarbonitzar, regenerar, col·laborar i finançar (One Planet Network, 2024).

Actualment, segons les dades de monitoratge, el 92% dels signataris ja estan reportant la implementació de mesures actives de descarbonització, un augment substancial respecte al 79% registrat en l'exercici anterior. No obstant això, Scott i Gössling (2022) alerten que la proliferació de declaracions i plans estratègics no garanteix per si sola la descarbonització, assenyalant el risc d'una governança simbòlica on l'ambició retòrica dels objectius no es tradueix en una reducció proporcional de la petjada de carboni absoluta.

En aquesta mateixa línia crítica, Hall (2019) aprofundeix en l'anàlisi de les barreres estructurals, argumentant que els mecanismes de governança voluntaris sovint topen amb la inèrcia dels models de creixement econòmic tradicionals. Així, se suggereix que mentre les polítiques de promoció continuïn incentivant l'augment de volum, les mesures d'eficiència o implementació puntuals quedaran neutralitzades, perpetuant el decalatge entre els objectius científics i els resultats reals (Higgins-Desbiolles, 2018).

Conseqüentment, la superació de la bretxa d'implementació exigeix una reorientació tàctica de la governança, transitant de la prescripció normativa a l'habilitació operativa, és a dir, desenvolupament mecanismes de transferència de coneixement, com els Blueprints d'Acció Climàtica, que redueixin la complexitat administrativa i accelerin l'execució pressupostària (Becken et al., 2020). Tanmateix, la mitigació efectiva requereix que la sostenibilitat deixi de ser una pràctica de reportatge simbòlic per esdevenir un criteri integrat en la presa de decisions financeres. En aquest sentit, la recerca de Torres-Delgado i Saarinen (2014) alerten que els indicadors han de transcendir la funció descriptiva i convertir-se en eines de diagnòstic que permetin avaluar l'eficàcia de les polítiques en temps real.

Finalment, tal com s'ha evidenciat en el diàleg institucional, l'emergència climàtica exigeix transitar cap a un ecosistema de col·laboració i governança, que prioritzi la coherència política, assegurant que els incentius de promoció no soscavin els objectius de mitigació. L'administració pública, per tant, ha d'evolucionar del seu rol de proveïdor d'infraestructures al d'orquestrador de xarxes, capaç d'alinear la rigorositat de la ciència amb l'operativa del mercat i superar l'actual fragmentació administrativa.

2. Comprendre el turisme pel foment dels comportaments sostenibles

L'actual formulació de polítiques públiques es troba davant d'una paradoxa fonamental, l'elevat nivell de preocupació de la ciutadania per l'emergència climàtica contraposada l'auge del turisme internacional. Evidències recents, com el People's Climate Vote 2024 del UNDP, revelen que el 80% de la població mundial exigeix una major acció governamental i més de la meitat (53%) reporta un augment significatiu en la seva ansietat climàtica respecte a l'any anterior (UNDP, 2024).

No obstant això, aquesta preocupació creixent coexisteix amb una paràlisi en l'acció efectiva. El Sustainable Travel Report 2024 confirma aquesta desconexió al sector turístic: mentre el 75% dels viatgers globals afirma voler viatjar de manera més sostenible, gairebé la meitat (45%) desconeix com trobar aquestes opcions o desconfia de la seva veracitat. Aquest activisme ambiental passiu també s'observa en analitzar la petjada digital i les tendències de comportament, on l'interès per la crisi climàtica es limita sovint a pics mediàtics puntuals —com el Dia de la Terra (22 d'abril)— sense consolidar-se en una pràctica quotidiana sostinguda.

Tal com va exposar la Dra. Katarzyna Birka, professora de la SWPS University, a la seva ponència, aquest escenari dibuixa el que la psicologia ambiental i la recerca turística denominen la *intention-behavior gap*, un desafiament crític per a la gestió de destinacions. Si bé els turistes declaren una clara voluntat de protegir l'entorn, la transició cap a comportaments sostenibles es veu sovint obstaculitzada per barreres psicològiques complexes. En aquest sentit, Juvan i Dolnicar (2014) demostren que fins i tot els individus amb una alta consciència ambiental tendeixen a suspendre els seus hàbits sostenibles quan estan de vacances. El seu estudi revela que el context vacacional, percebut com un espai hedònic i d'excepció, porta els turistes a utilitzar mecanismes de justificació per reduir la dissonància cognitiva que els genera actuar de manera insostenible.

03. Política, governança i comunicació per a una millor gestió del turisme en un context d'emergència climàtica

Així mateix, tal com assenyala el psicòleg Robert Gifford, els individus s'enfronten als “dragons of inaction”, mecanismes cognitius com ara la creença que la tecnologia futura resoldrà la crisi sense necessitat de modificar hàbits actuals (Gifford, 2011). Entre aquests dracs, destaca la resistència provocada pels “costos enfonsats”, la tendència a mantenir un comportament insostenible per amortitzar una inversió monetària o de confort realitzada prèviament (Byrka, 2024). Aquesta resistència específica s'ha d'entendre dins d'un marc teòric més ampli: la relació cost-motivació, que suggereix que el comportament ecològic funciona com una equació on l'acció depèn de si la motivació de l'individu és suficient per superar els costos percebuts (Kaiser et al., 2010).

Finalment, la ineficàcia de moltes intervencions actuals rau en la confusió sobre l'impacte real de les accions. Els turistes sovint pateixen una “paràlisi per incertesa”, debatent-se en dilemes trivials mentre ignoren decisions d'alt impacte. Estudis com el de Wynes i Nicholas (2017) alerten que la ciutadania tendeix a sobreestimar l'efecte de comportaments de baix impacte, com el reciclatge, mentre subestima accions transformadores com el canvi en la dieta o la reducció de vols.

Per últim, investigacions recents, com les de Zhang et al. (2025), subratllen que aquesta bretxa intenció-comportament no és unidimensional, sinó que requereix que, a més d'abordar la formació de les intencions, es valorin les capacitats reals d'implementació en les destinacions. En aquest sentit, el foment de comportaments veritablement sostenibles, requereix que la política turística transcendeixi les campanyes tradicionals de sensibilització i es dissenyin seguint les ciències del comportament.

Per abordar aquests reptes estructurals, la gestió de destinacions ha de transcendir la persuasió ètica i implementar l'arquitectura de decisions (nudging) i el màrqueting social. Tal com proposa Hall (2013), l'objectiu no és només educar, sinó modificar el context d'elecció perquè l'opció sostenible esdevingui l'opció per defecte, reduint així la fricció cognitiva i els costos percebuts per l'usuari.

En conseqüència, la reinvençió de les polítiques turístiques implica dissenyar entorns de decisió on la sostenibilitat sigui la via de mínima resistència. L'evidència en economia del comportament demostra que canviar el model de decisió d'un sistema opt-in, com ara marcar la casella per ser sostenible, a un sistema opt-out, en què l'opció sostenible ve preseleccionada i cal desmarcar-la per renunciar-hi, pot incrementar les taxes d'ad-

hesió des de xifres inferiors al 20% fins a superar el 80% (Thaler i Sunstein, 2008). Per tant, es proposa que les administracions incentivin o regulin perquè les plataformes de comercialització turística presentin les alternatives baixes en carboni (com la mobilitat ferroviària o la compensació d'emissions) com a opcions predeterminades, aprofitant la inèrcia del consumidor a favor del clima en lloc de confiar exclusivament en la seva força de voluntat.

Paral·lelament, les estratègies de promoció han d'evolucionar des de la inspiració visual cap a la facilitació operativa. Recollint la proposta de Byrka (2024) sobre la planificació, els ens de gestió han d'integrar en les seves aplicacions i webs eines que forcin amablement el visitant a concretar els detalls logístics de la seva conducta sostenible (el “quan, on i com”). En lloc de llançar missatges genèrics com “utilitza el transport públic”, la política ha de finançar i desplegar assistents digitals que guiïn l'usuari a tancar un compromís concret, com per exemple: “reserva ara la teva plaça de bus per a dimarts a les 10:00”. L'automatització d'aquesta decisió mitjançant intencions d'implementació ha demostrat en estudis experimentals un augment de la taxa d'èxit del comportament objectiu d'entre un 10% i un 20%, blindant la decisió davant imprevistos i oblitats.

03. Política, governança i comunicació per a una millor gestió del turisme en un context d'emergència climàtica



Finalment, per combatre la paràlisi per incertesa, és imperatiu que el sector públic lideri l'estandardització de la informació ambiental. Actualment, la proliferació de segells privats genera confusió i desconfiança, mentre que la literatura suggereix l'èxit de sistemes estandarditzats com el Nutri-Score alimentari, un sistema de codificació visual intuïtiu que redueixi el cost cognitiu de la decisió i permet al visitant comparar productes i prendre decisions més saludables.

La política turística, doncs, ha de garantir un sistema d'etiquetatge comparable i obligatori que permeti al turista distingir ràpidament les opcions d'alt impacte real, eliminant el soroll greenwashing i la confusió de les dades abstractes.

En aquest sentit, destaquen casos d'estudi com el projecte de l'Etiquetatge Ambiental a França. Impulsat per l'Agència de Transició Ecològica (ADEME) i llançat inicialment el 2017, aquest sistema es basa a calcular i representar l'empremta ambiental d'una nit amb esmorzar basant-se en quatre indicadors clau: les emissions de gasos d'efecte hivernacle, el consum d'aigua, l'esgotament de recursos no renovables i el percentatge de productes ecològics o certificats en la cadena de subministrament. Els establiments han de sotmetre a verificació les seves factures d'energia i aigua, així com

els registres de compres de consumibles, alimentació i bugaderia. Aquest nivell de transparència i comparabilitat permet activar competència reputacional entre empreses i destinacions i empoderar el visitant per prendre decisions basades en dades, transformant l'ansietat climàtica en mètriques tangibles de descarbonització.

Conclusions

Crida a la pràctica de les propostes presentades al document

A nivell de gestió cal transcendir la idea del “temps” meteorològic per considerar la “projecció” climàtica. La gestió turística del segle XXI cal que es planifiqui en base a dades i la projecció d'escenaris climàtics que permetin una visió a llarg termini del futur.

La gestió del territori ha de considerar el paisatge com a sistema viu, no com a decorat estàtic. L'emergència climàtica genera un context on els ecosistemes poden generar fenòmens inesperats per tal d'adaptar-se als canvis climàtics. Una destinació resilient és aquella que abandona la mentalitat reactiva per invertir en una economia del paisatge que gestioni la transició del territori per evitar la pèrdua irreversible del seu atractiu i seguretat.

Incorporar com a escenari de futur la redistribució espacial i temporal de la idoneïtat turística: L'augment de les temperatures i la pèrdua de confort tèrmic obliguen a una evolució de les tipologies turístiques tradicionalment associades al territori. Cal gestionar de forma estratègica la resiliència del territori considerant aquesta diversitat de tipologies turístiques.

L'adaptació és l'estratègia essencial per adreçar el moment actual: Aquesta adaptació inclou aspectes com la protecció i diversificació dels recursos turístics, l'enfortiment i resiliència de les infraestructures i serveis, i el foment de la implicació de les comunitats locals. La planificació basada en dades fiables i la coordinació institucional són claus per assegurar la continuïtat i la resiliència davant episodis climàtics extrems.

El sector té un rol actiu en la mitigació i transició cap a un turisme sostenible: El sector pot contribuir a la reducció d'emissions mitjançant gestió de la demanda (escala, despesa i comportament dels visitants), suport a l'oferta turística (eficiència energètica, energies renovables i cadenes de subministrament sostenibles) i inversions en infraestructures baixes en carboni. Cal un canvi de paradigma que integri adaptació i mitigació, replantejant l'èxit turístic més enllà del creixement de volum i alineant el desenvolupament turístic amb els objectius climàtics globals.

La gestió turística de l'emergència climàtica ha de transcendir el pla de les intencions per incidir en les estructures de poder i en la psicologia de l'elecció. La integració del diàleg institucional i la recerca acadèmica permet identificar els tres següents pilars pràctics per tancar la bretxa d'implementació:

• **Institucionalització de la lent climàtica:**

La governança ha de transcendir la gestió sectorial aïllada per adoptar un model policèntric on l'acció climàtica sigui el vector que condicioni el pressupost públic. Tal com demostra l'estratègia de la Diputació de Barcelona, el recurs públic ha de deixar de ser neutre per actuar com una palanca de mercat que exclouï qualsevol projecte sense un compromís verificable amb la descarbonització, transformant la inversió en un mecanisme de pressió ambiental.

• **Estandardització com a eina de certesa**

econòmica: Davant la desconfiança que genera el *greenwashing*, els estàndards i l'etiquetatge

ambiental —com el model d'ADEME— deixen de ser tràmits voluntaris per esdevenir eines de governança estratègica. Aquests mecanismes aporten dades verificades que eliminen la paràlisi per complexitat i permeten a les administracions gestionar la destinació basant-se en la seva capacitat de càrrega real. D'aquesta manera, la certificació actua com un aval tècnic que dona credibilitat a les polítiques públiques i permet avaluar l'eficàcia de les decisions de descarbonització.

• **Enginyeria del comportament i arquitectura de decisions:**

La política turística ha de pivotar de la sensibilització ètica a la facilitació operativa mitjançant el nudging (arquitectura de la decisió). En lloc de confiar exclusivament en la força de voluntat del viatger, les destinacions han de dissenyar entorns on l'opció sostenible sigui la predeterminada i la via de mínima resistència. Aquesta reorientació tàctica permet tancar la bretxa entre la intenció declarada i el comportament real.

L'emergència climàtica ha deixat de ser una amenaça llunyana per situar-se al cor de l'estratègia turística mediterrània. La resiliència dels nostres destins no es mesurarà per la seva capacitat de resistir, sinó per la seva agilitat per transformar-se mitjançant un consens ampli entre la política, l'empresa i la ciutadania.

Aquest consens, a la vegada, ha d'incloure necessàriament el coneixement expert des d'un prisma multidisciplinari, com un element sobre el qual pugui pivotar el diàleg entre els agents interpelats.

Som davant el llindar on el turisme regeneratiu s'imposa com la via de supervivència més indicada.

Si bé el repte és ambiciós, disposem de l'expertesa per liderar un canvi de model: un turisme que no només perduri, sinó que actuï com un autèntic motor de prosperitat i regeneració social.

Referències

- Barnet, A. F., Ciurana, A. B., Pozo, J. X. O., Russo, A., Coscarelli, R., Antronico, L., De Pascale, F., Saladié, Ò., Anton-Clavé, S., & Aguilar, E. (2021). Climate services for tourism: An applied methodology for user engagement and co-creation in European destinations. *Climate Services*, 23, 100249. <https://doi.org/10.1016/j.cliser.2021.100249>
- Becken, S., & Scott, D. (2024). Tourism and climate change stocktake: a call to action. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(9), 2018-2038. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2390577>
- Becken, S., Whittlesea, E., Loehr, J., & Scott, D. (2020). Tourism and climate change: evaluating the extent of policy integration. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1603-1624. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1745217>
- Booking (2024). *Booking.com's 2024 Sustainable Travel Report*. Recuperat de <https://news.booking.com/latest-bookingcom-sustainable-travel-data-reveals-ongoing-challenges-for-consumers--highlights-a-heightened-opportunity-for-cross-industry-collaboration/>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Byrka, K. (2024). *From Good Intentions to Passive Environmental Activism: To Meaningful Action* [Keynote]. CETT Tourism Policy Dialogue.
- Cardell, M. F., Amengual, A., & Romero, R. (2023). Present and future climate potentials for several outdoor tourism activities in Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(10), 2219-2249. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2096624>
- Decarbonising tourism. (2025). *WordPress*. <https://decarbonisingtourism.wordpress.com>
- Diputació de Barcelona (2023). *Turisme sostenible i acció climàtica: compromís de la destinació Barcelona amb la Declaració de Glasgow*. Barcelona: Gerència de Serveis de Turisme.
- Dogru, T., Marchio, E. A., Bulut, U., & Suess, C. (2018). Climate change: Vulnerability and resilience of tourism and the entire economy. *Tourism Management*, 72, 292-305. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.010>
- Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: Transforming mindsets, systems and practices. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 269-281.
- Drius, M., Bongiorno, L., Depellegrin, D., Menegon, S., Pugnetti, A., & Stifter, S. (2018). Tackling challenges for Mediterranean sustainable coastal tourism: An ecosystem service perspective. *The Science of the Total Environment*, 652, 1302-1317. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.10.121>
- Duane, A., Castellnou, M., & Brotons, L. (2021). Towards a comprehensive look at global drivers of novel extreme wildfire events. *Climatic Change*, 165(3), 43. <https://doi.org/10.1007/s10584-021-03066-4>
- Elhoushy, S., Elzek, Y., & Font, X. (2026). Sustainable tourism certification: a systematic literature review and suggested ways forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 34(2), 355-381. <https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2487674>
- Gallego, I., Font, X., & Torres-Delgado, A. (2025). Balancing economic benefits and environmental costs: Introducing carbon footprint indicators in tourist market targeting. *Tourism Management*, 107, 105066. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105066>
- Generalitat de Catalunya – Departament d'Empresa i Treball (2025). *Pla d'acció Climàtica del Sector Turístic a Catalunya*. Disponible a: <https://www.catalunya.com/content/dam/catalunyacom/web/ca/pla-accio-climatica/pdf/Pla-Accio-Climatica-CAT-accessible.pdf>

Gifford, R. (2011). The dragons of inaction: Psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American Psychologist*, 66(4), 290–302. <https://doi.org/10.1037/a0023566>

Gössling, S., & Dolnicar, S. (2022). A review of air travel behavior and climate change. *Wiley Interdisciplinary Reviews Climate Change*, 14(1). <https://doi.org/10.1002/wcc.802>

Gössling, S., Humpe, A., & Sun, Y. Y. (2024). On track to net-zero? Large tourism enterprises and climate change. *Tourism Management*, 100, 104842. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104842>

Gössling, S., & Reinhold, S. (2024). Accelerating small and medium sized tourism enterprises' engagement with climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(5), 840–857. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2350659>

Gössling, S., & Scott, D. (2025). Tourist demand and destination development under climate change: complexities and perspectives. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–31. <https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2543953>

Guix, M., Babakhani, N., & Sun, Y. (2025). Doing all we can? Destination management organizations' net-zero pledges and their decarbonization plans. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(8), 1730–1751. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2357377>

Hall, C. M. (2013). Framing behavioural approaches to understanding and governing sustainable tourism consumption: beyond neoliberalism, “nudging” and “green growth”? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 1091–1109. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.815764>

Hall, C. M. (2019). Constructing Sustainable Tourism Development: The 2030 Agenda and the Managerial Ecology of Sustainable Tourism. *Journal of Sus-*

tainable Tourism, 27, 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>

Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?. *Tourism Management Perspectives*, 25, 157–160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2023). *Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.

Juvan, E., & Dolnicar, S. (2014). The attitude–behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76–95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.012>

Kaiser, F. G., Byrka, K., & Hartig, T. (2010). Reviving Campbell's paradigm for attitude research. *Personality and Social Psychology Review*, 14(4), 351–367. <https://doi.org/10.1177/1088868310366452>

Lee, S., Sharma, S., Rosenbloom, N., Rodgers, K. B., Kim, J., Kwon, E. Y., Franzke, C. L. E., Kim, I., Sreesh, M. G., & Stein, K. (2024). Multi-centennial climate change in a warming world beyond 2100. *EGUsphere*. <https://doi.org/10.5194/egusphere-2024-3377>

Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

Loehr, J., & Becken, S. (2025). Institutionalised tourism policy goals: fit to address climate change?. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(10), 2075–2093. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2393254>

- Lohmann, G., Eshaghi, M. S., Afshardoost, M., & Moyle, B. D. (2025). Weather adaptation strategies in tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 39, 101054. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2025.101054>
- Manthiou, A., & Kuppelwieser, V. G. (2022). Consumer reaction to decelerated tourism: pace, inherent virtue, and environmental concern. *Journal of Travel Research*, 62(7), 1510–1529. <https://doi.org/10.1177/00472875221130293>
- Methner, M., & Eisenberg, J. (2018). Evaluation of heat stress and heat strain among employees working outdoors in an extremely hot environment. *Journal of Occupational and Environmental Hygiene*, 15(6), 474–480. <https://doi.org/10.1080/15459624.2018.1456663>
- Mills Novoa, M., & Mikulewicz, M. (2024). The Promise of Resistance: A New Lens for Climate Change adaptation Research and Practice. *Wiley Interdisciplinary Reviews Climate Change*, 16(1). <https://doi.org/10.1002/wcc.922>
- Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico (2025). *Evaluación de Riesgos e Impactos derivados del Cambio Climático en España (ERICC-2025)*. Disponible a: <https://ericc.adaptecca.es/>
- Narciso, G., Guix, M., Font, X., & Hu, Y. (2024). Decarbonising with a plan: The influence of post-growth configurations of hybridity. *Annals of Tourism Research*, 110, 103883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103883>
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Obrador, P., Crang, M., & Travlou, P. (2009). Corrupted seas: the Mediterranean in the age of Mass Mobility. In P. Obrador, M. Crang, P. Travlou (ed.). *Cultures of Mass Tourism. Doing the Mediterranean in the Age of Banal Mobilities* (pp. 157-174). Ashgate.
- Olcina, J. & Vera, F. (2016). Climate change and tourism policy in Spain: diagnosis in the Spanish Mediterranean coast. *Cuadernos de Turismo*, 38, 565-571. <https://doi.org/10.6018/turismo.38.1471>
- One Planet Network (2024). *Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism: Implementation Report 2023*. UN Environment Programme / UN Tourism / The Travel Foundation.
- Scott, D. (2021). Sustainable Tourism and the Grand Challenge of Climate Change. *Sustainability*, 13(4), 1966. <https://doi.org/10.3390/su13041966>
- Scott, D., & Gössling, S. (2022). A review of research into tourism and climate change - Launching the annals of tourism research curated collection on tourism and climate change. *Annals of Tourism Research*, 95, 103409. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103409>
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2012). *Tourism and climate change: Impacts, adaptation and mitigation*. Routledge.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49–61. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>
- Scott, D., Hall, C. M., & Stefan, G. (2012). *Tourism and Climate Change*. Routledge.
- Sun, Y. Y., Faturay, F., Lenzen, M., Gössling, S., & Higham, J. (2024). Drivers of global tourism carbon emissions. *Nature Communications*, 15(1), 10384. <https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: a review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.867530>

Torres-Delgado, A., Cerdan Schwitzguébel, A., & Pareto Boada, P. (2023). Sustainable tourism indicators in cities. In A. Blanco Romero & M. Blázquez-Salom (Eds.) *Spanish tourism geographies: Territorial diversity and different approaches* (pp. 301-319). Cham: Springer International Publishing.

Torres-Delgado, A., Font, X., & Oliver-Solà, J. (2024). Self-defence against carbon footprint evidence: How employees of destination management and marketing organisations cope with conflicting environmental and economic data. *Annals of Tourism Research*, 104, 103722. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103722>

Tourism Declares. (2022). *Tourism Declares a Climate Emergency*. Tourism Declares. Retrieved 20 December from <https://www.tourismdeclares.com/who-has-declared>

UNDP (2024). *People's Climate Vote 2024*. United Nations Development Programme. Recuperat de <https://www.undp.org/publications/peoples-climate-vote-2024>

UN Tourism (2024). *Climate Change & Tourism: Policy Snapshot – Implementation of the Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism*. Madrid: World Tourism Organization.

Von Briel, D., & Dolnicar, S. (2025). The Lower Emissions Hotel Room: A consumer-driven and greenwashing-alert approach to making tourism more environmentally sustainable. *Annals of Tourism Research*, 111, 103925. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2025.103925>

World Weather Attribution (2024). *When Risks Become Reality: Extreme weather in 2024*. <https://www.worldweatherattribution.org/when-risks-become-reality-extreme-weather-in-2024/>

World Weather Attribution. (2025). *When risks become reality: Extreme weather in 2024*. Climate Centre. <https://www.worldweatherattribution.org/>

Wynes, S., & Nicholas, K. A. (2017). The climate mitigation gap: education and government recommendations miss the most effective individual actions. *Environmental Research Letters*, 12(7). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa7541>

Zhang, Y., Xiang, C., Huang, Y., Du, Q., Mao, Y., & Lu, H. (2025). Understanding the intention-behavior gap in sustainable travel: a two step approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(11), 2345–2366. <https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2475917>

25
anys


Fundació



Barcelona School
of Tourism, Hospitality
and Gastronomy

Centre adscrit



cett.cat

cett.es/es/cett-fundacio

Av. Can Marçet 36-38 08035 Barcelona

Tel. +34 934 280 777

cett@cett.cat