

TURISME DE TARDOR

# CAP A LA DESESTACIONALITZACIÓ TURÍSTICA

FA TEMPS QUE EL SECTOR TURÍSTIC TREBALLA AMB L'OBJECTIU DE DESESTACIONALITZAR LA DEMANDA PERQUÈ NO NOMÉS ES CONCENTRI A L'ESTIU. ¿ÉS CADA COP MÉS A PROP D'ASSOLIR AQUEST REpte?

ESTHER ESCOLÁN

**T**ot i ser un país petit, Catalunya concentra una gran riquesa paisatgística, patrimonial i cultural. Barcelona, la capital, és, juntament amb els municipis i viles que poblen la nostra geografia, un reclam turístic de primer ordre, tant per al viatger de proximitat com per a l'estranger. Les empreses del sector, amb l'Agència Catalana de Turisme al capdavant, ja fa temps que treballen per segmentar i desestacionalitzar l'oferta turística del nostre país com més millor, una fita, segons Daniel Imbert-Bouchard, investigador del Grup de Recerca TURCiT del CETT-UB, que en part ja està consolidada. "Gràcies a iniciatives dutes pels gestors en turisme dels territoris, la temporada ja s'allarga bona part de l'any". I afegeix: "Fa temps que es treballa en agendes d'activitats d'oci, cultura i natura pròpies de tardor repartides pel territori català, com és el cas de Benvinguts a Pagès [enguany celebrada el 2 i 3 d'octubre] o fires i festivals pensats per atraure visitants en escapades de caps de setmana o més dies,

afavorits per un calendari generós pel que fa a festius abans d'arribar a Nadal".

El pla estratègic de turisme de Catalunya 2018-2022 ja preveia assolir el 2022 objectius com l'increment de la despesa diària per turista o arribar al 37% de visitants als mesos de març, abril, maig i octubre, entre d'altres. Ara bé, en quins elements de l'oferta turística del nostre país caldria fer més èmfasi a l'hora d'oferir una proposta diferenciadora de cara a la tardor? Imbert-Bouchard destaca, en primer lloc, que la tardor "ja és una estació de l'any que desperta un fort atractiu a casa nostra".

En aquesta època, els dies es fan més curts i aquells aspectes associats al recolliment i la contemplació afavoreixen que "les destinacions que ofereixen experiències relacionades amb la cultura o la gastronomia prenguin un paper destacat". També és temps, continua, en què "el contacte amb la natura té un pes molt significatiu". En definitiva, apunta, "experiències com l'enoturisme, visitar les vinyes

després de la verema, passejar per boscos de fagedes, recórrer camins de muntanya o visitar pobles d'interior tenen un atractiu més gran".

## Oferta integrada, completa i enriquidora

En el cas del turisme urbà, cultural, d'interior i muntanya, adaptar-se als mesos de tardor sembla fàcil, però... què passa amb les destinacions litorals, que tenen el binomi sol-platja com a màxim exponent? En paraules d'Imbert-Bouchard, "moltes ja han posat en valor nous recursos o bé han

reenfocant els ja existents creant productes per tal que hi hagi un interès més enllà de la

temporada estival, principalment amb fórmules lligades a l'oferta cultural o bé amb la gastronomia com a reclam". Així mateix, apunta, moltes "amb el temps s'han reinventat al llarg de l'any tot oferint propostes dirigides a segments més específics com tercera edat, famílies o joves amb vocació esportiva organitzant estades i campus

en instal·lacions degudament adaptades". En qualsevol cas, "el secret és oferir propostes de qualitat que despertin l'interès del visitant amb experiències més integrades, completes i enriquidores", puntualitza l'investigador.

Durant aquest últim any i mig, les escapades de proximitat i de poca durada han sigut tendència, tot i haver estat per obligació. Per al director del grau de turisme de la UOC, Francesc González, es tracta "d'una resposta lògica en situacions de risc en tant que estimulen una triple reacció davant la incertesa i el risc: la por al que és desconegut (per exemple, viatjar a l'estranger), la por a la massa (evitar llocs amb elevades densitats de turistes i de població) i l'etnocentrisme (o preferència per anar a llocs pròxims per afavorir el que és local en moments de crisi)". Tot i tractar-se d'una pràctica per la qual el turisme estranger, sobretot el de proximitat, pot veure's interessat, González matisa que "respon sobretot a una tendència nacional". I és que, afegeix, "cal pensar que els mateixos països d'origen ja tenen aquestes modalitats que

els resulten atractives i serveixen per afrontar les condicions de reacció al risc sense necessitat d'allunyar-se de casa".

Amb tot, González advoca per "explorar modalitats específiques que, a través de la qualitat i la singularitat del producte, puguin generar interès entre els mercats internacionals". No obstant, matisa, "el volum difícilment serà suficient per canviar la dinàmica global dels fluxos o l'estacionalitat del fenomen turístic estival de Catalunya".



Visitar pobles d'interior guanya enters a la tardor. A la imatge, Conill, a Pujalt. ANOIA TURISME

## QUÈ DIFICULTA LA DESESTACIONALITZACIÓ?

Malgrat que històricament l'estacionalitat del turisme s'ha anat reduint, per a Francesc González "encara hi ha una elevada concentració de l'activitat durant l'estiu". "Per posar una dada -assenyala-, a Espanya l'any 2015 la freqüentació turística anual encara tenia una concentració del 80% durant els mesos d'estiu". La dificultat per fer disminuir l'estacionalitat, apunta, "rau en bona part en el fet que no depèn tant de les correccions que introdueixi el sector (potenciació del turisme de

negocis, familiar, escapades...), sinó de factors estructurals socials i laborals". Ho explica així: "Sense reordenar el calendari escolar, esglaonar els períodes de vacances o donar flexibilitat laboral als treballadors és molt difícil reduir l'estacionalitat globalment". A parer seu, "tampoc ajuda el fet que la major part de les vacances encara girin al voltant de modalitats que depenen de factors climàtics (especialment el turisme de sol i platja o de neu), que tenen un caràcter altament estacional".

La tardor és moment per fer una aturada enmig del ritme del dia a dia. ANOIA TURISME



## LA GASTRONOMIA, PEÇA CLAU

Catalunya disposa d'un important patrimoni gastronòmic i culinari amb un atractiu molt rellevant des del punt de vista turístic. Això es deu, per a Emma Pla, directora del màster en innovació de la gestió turística del patrimoni gastronòmic al CETT-UB, "no només als seus productes i elaboracions, sinó també als cuiners, tradicions, oficis relacionats, paisatges que aglutina".

Aquests elements, sosté, "expliquen aspectes vinculats amb la nostra cultura, que els fa únics i representatius de la nostra identitat". A més de saludable, cosa que ja garanteix la prevalença de la dieta mediterrània, aquesta gastronomia cal que sigui sostenible.

Per a Pla, parlar d'un turisme gastronòmic sostenible passa perquè "totes les empreses, serveis i elements tangibles i intangibles que faciliten que el visitant es relacioni amb el nostre patrimoni gastronòmic i culinari siguin coherents amb criteris de sostenibilitat tant des de la vessant econòmica i mediambiental com des de la sociocultural".

Quan parlem de riquesa gastronòmica del nostre país, no ens hem de limitar només a pensar en els àpats de què podem gaudir als restaurants del nostre país, sinó en les fires, mercats, tallers gastronòmics, etcètera, que tenen lloc al llarg de l'any. Per a la directora del màster al CETT-UB, "qualsevol activitat que faciliti que el visitant pugui gaudir, experimentar, comprar i degustar la nostra gastronomia estaria dins el grup d'activitats que posen en valor la gastronomia catalana".

Per tant, continua, "podríem afegir museus dedicats a elements gastronòmics i visites a productors i cellers, sense oblidar aquells elements intangibles essencials per a la creació del relat gastronòmic i que inclouria totes aquelles tradicions, història, oficis i paisatges relacionats amb la nostra gastronomia".



AJUNTAMENT  
**CUNIT**

# Cunit, el teu destí preferit



[www.cunit.cat](http://www.cunit.cat)