

Hoteleria i termalisme al Pirineu i a Andorra

El gran repte del turisme als Pirineus

Els Pirineus són un important destí turístic, amb una oferta d'activitats molt densa i variada. En aquestes darreres dècades, cada vall s'ha anat especialitzant turísticament en funció dels seus actius naturals i culturals, inversions estructurants, vies de comunicació, diferencials econòmics i valors.

Així, es poden trobar els principals productes turístics que es poden desenvolupar en un entorn de muntanya, com són els següents:

-La natura activa d'estiu i hivern, que inclou les activitats i esports de neu, el BTT, *trekking*, ràfting, golf, equitació, parapent, vol, caça, pesca, etc.

-La cultura, amb el romànic, el catarisme, la prehistòria, els museus, la cultura industrial, els mercats, el folklore, les festes i tradicions, i altres.

-La gastronomia, amb la cuina típica de muntanya, els productes del bosc i ramaders, els formatges i embotits, etc.

-La salut i el benestar, amb el termalisme tradicional i mèdic, els spa de luxe, el termoludisme, el descans i el climatisme en general.

-Les compres, amb zones comercials de forta notorietat i amb diferencial de preus.

-Les convencions i congressos, amb infraestructures de primer nivell per organitzar fòrums, congressos, reunions d'empresa, incentius, estades formatives, etc.

-L'ecoturisme, amb una extensa oferta de cases rurals, produccions ecològiques i altres.

Aquesta extensa oferta es recolza sobre els valors característics dels Pirineus, com són la bellesa dels paisatges i l'entorn preservat; el bon clima, sec i saludable; l'autenticitat, amb una cultura i uns hàbits propis; el compromís amb la qualitat dels serveis, la seguretat i l'hospitalitat de la gent de la muntanya.



Joan Armengol i Giraut, gerent de la Unió Hotelera d'Andorra



El Pas de la Casa: exemple de transformació cap a un turisme de masses

Sens dubte, aquest conjunt de valors i l'alt nivell de les activitats proposades fan dels Pirineus un destí amb una forta acceptació, un destí d'èxit, i l'èxit implica un risc important.

L'èxit genera inevitablement un creixement de la demanda que alhora provoca un creixement de l'oferta.

Si aquest creixement no es gestiona i es controla adequadament, el destí es transforma en un destí de masses i alhora malmet irreversiblement l'entorn i els valors que l'han fet créixer.

Un cas d'èxit com el del Pas de la Casa ha generat un desenvolupament urbanístic caòtic, un fenomen de mimetisme en l'oferta i s'ha transformat en un destí de turisme de masses irreversible.

Un altre exemple d'èxit ha estat el ràfting al Noguera Pallaresa, amb centenars d'embarcacions baixant el riu simultàniament, amb el consegüent risc que implica, i la proliferació d'empreses d'esports d'aventura que van fer caure en picat els preus dels serveis.

Totes les tendències dels mercats turístics apunten que un dels valors més preuats d'un destí turístic és la seva autenticitat. Aquest valor està en perill cada cop que el destí no gestiona correctament el seu èxit, i es converteix progressivament en un destí de masses.

Aquesta autenticitat que es retroba en les valls dels Pirineus s'ha de preservar i potenciar en el futur, com un valor diferencial destacat.

Sens dubte, l'objectiu de preservar l'autenticitat del destí hauria de ser un dels reptes principals de les estratègies turístiques a les valls dels Pirineus.

L'evolució de l'hoteleria andorrana

L'oferta hotelera d'Andorra ha anat creixent durant els darrers vint anys, amb l'impuls de l'evolució de la demanda. La capacitat hotelera d'Andorra s'eleva a 33.798 llits el 2011, que representa una capacitat similar a la de la ciutat de Barcelona.

S'hi compten un total de 258 establiments hotelers, repartits en 61 hotels de 2 estrelles, 112 hotels de 3 estrelles, 57 hotels de 4 estrelles i 8 hotels de 5 estrelles. El parc hotelier s'ha transformat qualitativament entre el 2004 i el 2010. En aquest període, els hotels de 4 estrelles s'han incrementat un 27% i els hotels de 2 i 3 estrelles s'han reduït un 56%.

Cal destacar que en un 40% dels casos, els hotels són de gestió familiar, amb personalitat pròpia.

A la resta del parc els correspon una gestió més impersonal i homogeneïtzada de grup hotelier nacional o internacional.

D'altra banda, tan sols es compten dues cases rurals en l'actualitat, però s'estan creant les condicions legals perquè aquest tipus d'allotjament es desenvolupi en el futur.

L'ocupació hotelera ha anat disminuint els darrers anys, per la forta competència entre els destins i els productes i la conjuntura econòmica mundial desfavorable. Durant el 2010, l'ocupació mitjana s'eleva al 44,60%.

L'estacionalitat de la demanda és un altre tret marcat del sector, amb una temporada d'hivern alta, una temporada d'estiu amb una bona ocupació però cada any més curta i dues temporades baixes, a la primavera i a la tardor. Aquesta estacionalitat ha provocat el tancament de nombrosos establiments de les parròquies altes un cop acabada la temporada d'hivern.

L'important parc hotelier amb baixa ocupació presenta greus problemes de gestió en el moment de resistir la baixa demanda però alhora representa una gran oportunitat per desenvolupar nous productes turístics i activitats de tots tipus que requereixin l'allotjament com a complement indispensable a l'experiència.



Hotel Carlemany, Escaldes-Engordany

Les noves tendències en l'hoteleria

Sens dubte, la competència ferotge del sector hotelier requereix que cada establiment valoritzi i comuniqui els seus elements diferenciadors per destacar-se de la competència. Els establiments s'esforcen a oferir nous serveis i equipaments que els puguin fer més atractius al mercat. Entre els serveis complementaris més habituals, figuren els *spa*, la piscina, els massatges, activitats dirigides i altres.

Altres establiments es diferencien potenciant la restauració, amb una cuina gastronòmica de qualitat, reconeguda en les guies especialitzades i feta per cuiners de notorietat internacional.

Un altre sistema de diferenciació consisteix a adherir-se a una xarxa internacional d'hotels amb característiques i valors reconeguts i valorats per un mercat afí a la xarxa, per exemple Relais & Chateaux, Leading Hotels in the World, Relais du Silence, etc.. La possibilitat de figurar en una guia que consulten nombrosos clients que recerquen uns valors similars pot generar un volum de reserves significatiu.

La diferenciació es pot aconseguir també amb l'especialització de l'establiment per a un *target* de clients ben definit i específic; per exemple, els adults sense nens, els *gayfriendly*, el cicloturisme i BTT, els grups escolars, etc. El mercat resulta limitat però de més fàcil accés i amb menys competència.

Finalment, cal destacar una evolució important de la demanda cap al concepte d'*hotel experiencial*. En aquest cas, el client desitja que el fet d'allotjar-se i dormir no sigui una experiència banal, sinó que desitja viure uns moments únics, memorables. L'hotel deixa de ser un simple complement turístic i esdevé un motor turístic capaç de generar per si mateix el desplaçament dels clients.

Com a exemples d'hotels experiencials podríem anomenar l'Hotel de Gel de Grau Roig, Cal Serni de Calvinyà, el refugi del Comapedrosa, etc.

Existeixen nombrosos conceptes d'hotels experiencials que poden seduir un *target* de client ben definit i atret per l'experiència que s'hi ofereix. Aquest model de negoci presenta excel·lents perspectives de futur, amb una demanda creixent, un mercat que cada cop sol·licita poder viure experiències extraordinàries de tot tipus. La dependència d'aquest tipus de negoci amb les activitats de l'entorn és més reduïda i en resulta una estacionalitat menys marcada i amb menys vulnerabilitat a la conjuntura turística local.



Hotel de Gel (Grandvalira)



Refugi del Comapedrosa

El termalisme com a motor turístic o activitat complementària sostenible

El climatisme i el termalisme són activitats mil·lenàries presents en totes les cultures conegudes. L'aigua ha estat al cor de les civilitzacions, les religions i dels hàbits de les persones. Els primers banys remunten a l'època etrusca; les cultures egípcies, gregues i romanes han construït importants temples destinats a l'aigua; en les cultures asiàtiques i índia l'aigua estava omnipresent en els seus rituals sacres i hàbits de vida. La necessitat de cuidar-se físicament, relaxar-se i gaudir dels plaers que genera l'aigua està present en les nostres societats i s'ha respost a aquesta necessitat de moltes formes en el decurs del segle i les cultures.

El turisme de salut i benestar ha estat un dels primers models de turisme a l'inici del segle passat, destinat a la classe alta de la societat. La grandesa d'aquest turisme es reflecteix en grans noms de ciutats termals, referents mundials, com Baden-Baden, Vichy, Biarritz, etc.

La medicalització de les pràctiques termals ha transformat aquest turisme en un turisme de masses, amb la complicitat de l'assistència social que subvencionava les estades.

Els darrers vint anys s'ha reinventat l'experiència termal per a un client de tot tipus d'edat i en bon estat de salut i físic, que busca el benestar en lloc d'un resultat terapèutic.

En un primer temps, i en particular a França, s'ha desenvolupat la talassoteràpia, que consisteix en pràctiques termals amb aigua del mar però amb un servei i una atenció al client exquisits.

Tot seguit apareixen altres nous conceptes, com ara el termoludisme, l'*spa*, el *wellness* (nom anglès que vol expressar totes les activitats que recerquen el benestar en el sentit més ampli, tant físiques com mentals).



Termes de Caracalla, Roma



Bany Onsen, Japó



Les Termes de Cauterets, Pirineus francesos

Aquesta nova oferta respon a la necessitat de la nostra societat d'evasió i relaxació, per fugir de l'estrès del treball i la vida accelerada a la ciutat. El turisme de salut i benestar no ha parat de créixer aquests darrers quinze anys, amb creixements que superen el 10% anyal.

El creixement frenètic de la demanda és fruit d'una popularització dels serveis i d'un mercat cada cop més ampli. Els més joves descobreixen i gaudeixen del termoludisme a partir dels 5 anys, les parelles joves recerquen escapades romàntiques i que els *mimin*, les famílies i parelles sèniors recerquen conservar la forma i la salut, prolongar la joventut, sortir de la rutina, de l'estrès la ciutat, del treball.

Els Pirineus és un destí privilegiat per desenvolupar i innovar en les experiències termals i de benestar en general. Els Pirineus disposen d'una riquesa natural excepcional: les fonts d'aigua termal, que es compten en centenars i que en molts casos són insuficientment valoritzades.

D'altra banda, els Pirineus disposen de dos actius naturals cabdals: l'entorn natural i el clima idonis per a les pràctiques de benestar.

Viles termals importants han fet el prestigi dels Pirineus a principi del segle passat però avui han perdut la seva esplendor, com Bagnères de Luchon, Cauterets, Ax-les-Thermes, etc .

Un dels primers viatgers d'Andorra ha estat el comte Dom Guillem d'Areny Plandolit (segle XIX), que durant l'estiu fugia de la plana per retrobar la seva finca d'Ordino, on gaudia d'un bon clima tot l'estiu. A principi de segle, el termalisme a Escaldes Engordany ha estat el principal atractiu turístic del país, amb diversos hotels especialitzats en les pràctiques termals.

Amb la creació de Caldea, l'any 1994, el termalisme ha tornat a estar un dels motors turístics de la vila d'Escaldes-Engordany i alhora d'Andorra, amb més de 350.000 visitants per any.

Davant d'un mercat cada cop més ampli i amb desitjos diferents, les ofertes s'han anat adaptant a cada segment de mercat, amb elements diferenciadors significatius, des de propostes per a un client amb la simple motivació de gaudir de l'experiència fins a un client més expert i exigent amb els serveis i l'experiència. Totes aquestes ofertes es retroben als Pirineus:

- El centre termolúdic: representa la versió més lúdica d'una experiència de benestar. Caldea és el màxim exponent, caracteritzat per una arquitectura espectacular, uns espais majestuosos, uns serveis extensos i variats, i que incorpora espectacles de llum, música i aigua, per aconseguir que les persones gaudeixin d'una experiència excepcional. Està destinat a un públic molt ampli, que vol gaudir dels moments presents en un ambient distès, sense l'obsessió del benefici futur en l'àmbit de la salut. El centre termolúdic es posiciona com un motor turístic per als clients que viatgen amb aquest objectiu de salut i benestar i alhora és un complement

turístic important per a tots els turistes que viatgen a Andorra per d'altres motivacions, com les compres, l'esquí, la natura, els congressos, etc.

- L'hotel termal: és un establiment hotelier especialitzat en tractaments de salut i benestar, on els clients gaudeixen d'una estada de diversos dies amb un objectiu terapèutic concret i un resultat desitjats al final de l'estada. L'exemple més notori és l'hotel Roc Blanc, un referent en estades de salut i benestar.

- L'hotel Spa: els hotels d'alta gamma que recerquen diferenciar-se de la competència ofereixen un servei d'*spa* als clients, que consisteix en un espai d'aigües en lliure servei i eventualment la possibilitat de contractar algun tractament. Generalment aquest espai és un valor afegit per al client de l'hotel, que s'hi allotja per altres motivacions. Aquest servei d'*spa* s'ha generalitzat en els hotels de 4 i 5 estrelles i fins i tot en nombrosos hotels de 3 estrelles. S'ha generat una escalada en la qualitat dels equipaments i prestacions dels *spa* de nova construcció que n'ha fet uns espais amplis i espectaculars, apropant-se al que seria un *destination spa*.

- "Destination spa": l'establiment hotelier ha desenvolupat un *spa* amb un contingut d'espais i serveis complet i destacable per poder comercialitzar a l'origen. Tanmateix, l'*spa* es pot oferir per si mateix sense la necessitat d'allotjar-se. El nivell de qualitat de l'*spa* i de l'allotjament són similars, adaptats al segment de clients que es desitja. En general són serveis molt personalitzats amb una capacitat limitada, reservats a uns clients de classe alta. Un exemple d'aquest concepte és l'*Sport Wellness* de Soldeu.

- Spa Resort: un *resort* facilita l'allotjament i totes les activitats que poden desenvolupar els clients durant la seva estada les 24 h del dia (activitats esportives culturals, lúdiques, nocturnes, de treball, etc.), en



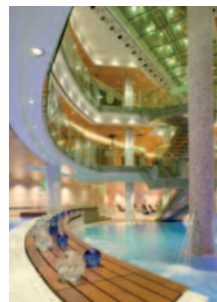
Centre termolúdic Caldea, Escaldes-Engordany



Hotel termal Roc Blanc, Escaldes-Engordany



Hotel Spa Mercure, Andorra la Vella



Destination Spa, hotel Sport Wellness, Soldeu

un entorn aïllat. L'spa en aquest entorn forma part de les activitats de què poden gaudir els clients del *resort*. L'atractiu del *resort* és la varietat d'activitats que s'hi ofereix, i s'adreça als clients actius que desitgen gaudir amb comoditat i en un mateix recinte de les diverses activitats que s'ofereixen (per exemple, golf, vela, formació, casino, esport, etc.). Un exemple característic d'aquest concepte és l'Spa Resort de Panticosa.

- **Retreat Spa:** aquest concepte està destinat a un client expert que recerca experiències extremes de tranquil·litat, pau i relaxació mental i física, en llocs apartats, on tot el que es veu i es respira és natura, puresa i silenci. El destí no ofereix altres possibilitats d'oci que la natura i els serveis de l'spa. Tot forma part de l'experiència: alimentació, servei, les regles d'estada, la vestimenta, el silenci, etc. Un exemple de Retreat Spa seria Le Chateau Riell, a Molitg les Bains.



Resort de Panticosa, Huesca



Retreat Spa, Chateau de Riell a Molitg les Bains

Un model d'experiència termal de futur, per potenciar als Pirineus

L'opció de futur consisteix en el model Baden-Baden, és a dir un model de *vila termal*, modernitzat i actualitzat per les noves generacions. Aquest model ha triomfat a principi de segle, amb un turisme d'elit i en l'actualitat no està suficientment desenvolupat i potenciat a escala dels Pirineus.

Una vila termal és una mena de *resort*, obert i natural, amb autenticitat.

La vila ofereix els serveis i les activitats necessaris i interrelacionats perquè un turista pugui gaudir d'experiències excepcionals durant tot el dia i la nit, és a dir en tot moment de la seva estada.

Qualsevol persona que ha fet turisme ha pogut constatar que desitja ocupar el dia amb activitats i experiències memorables i que en cap cas no pretén avorrir-se. Un destí turístic ha de poder satisfer aquesta necessitat amb propostes engrescadores. Els grans destins d'èxit, altament professionalitzats, com Walt Disney o els casinos de Las Vegas, ho tenen molt present en els seus negocis.

Baden-Baden està totalment pensada i abocada als seus turistes, amb centres termals i hotels termals de primera qualitat (que representen l'ocupació dels matins dels seus turistes). L'entorn natural de Baden-Baden, format de boscos de pins, ofereix una multitud de camins per passejar i gaudir de la natura en tota tranquil·litat. El centre de la vila, amb botigues i carrers per a vianants, permet passejar còmodament i gaudir de la ciutat. A la tarda, la vila organitza concerts i festivals, a

l'aire lliure, i a l'interior en cas de mal temps. Per al vespre, el casino i les sales de festa annexes ofereixen diversió a un client exclusiu de classe alta i de tot el món. Tota l'oferta està perfectament orquestrada amb harmonia, equilibri, bellesa, tranquil·litat, sostenibilitat i autenticitat.

Aquest model de vila termal, amb els mateixos valors, però actualitzat i modernitzat, es podria reproduir als Pirineus. Un model de vila termal de futur hauria de preveure els elements i les infraestructures següents:

- Un espai *wellness* de primer nivell, amb una oferta àmplia i variada i de qualitat.
- Centres de medicina estètica i altres especialitzacions de notorietat internacional.
- Un allotjament d'encant i hotels especialitzats en teràpies específiques.
- Una natura preservada i accessible, amb camins de fàcil accés per gaudir de l'aire pur.
- Una oferta organitzada d'activitats de natura (pesca, BTT, cavall, *trekking*, etc.).
- Una oferta cultural extensa i sincronitzada amb les activitats de benestar.
- Una oferta gastronòmica variada, saludable i de qualitat.
- Una oferta d'oci diürn, per gaudir de la vila de forma còmoda i qualitativa amb una oferta de compres atractiva.
- Una oferta d'oci nocturn adaptada als diferents segments de turistes.

Tota l'oferta d'activitats i serveis ha de transmetre uns valors comuns imprescindibles:

- Autenticitat
- Harmonia
- Equilibri
- Bellesa
- Tranquil·litat
- Sostenibilitat

Sens dubte aquest model s'adreça a un segment molt ampli de mercat, i una vila termal als Pirineus d'aquestes característiques podria convertir-se en un destí líder en el turisme de salut i benestar.



La vila d'Escaldes-Engordany reuneix molts dels elements necessaris al model i probablement seria una gran opció per consolidar el futur turístic de la vila. Això no obstant, per aconseguir aquest posicionament encara hi ha molt camí per recórrer i és imprescindible disposar d'un projecte i d'una estratègia turística a llarg termini, ambiciosa i clara, cap al model desitjat.