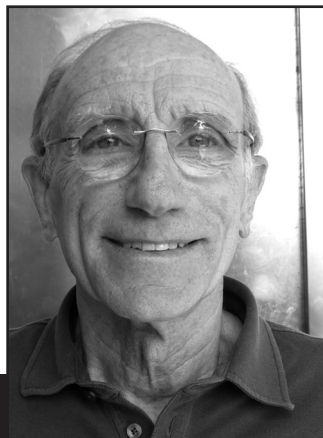




L'accés a la muntanya en un món globalitzat

Conrad BLANCH i FORS



Introducció

He triat un enunciat que amb el temps de què dispo per a aquesta ponència em sembla molt atrevit, però si m'ho permeteu tractaré de ser al més concret possible per plantejar quins poden ser els efectes de la globalització en un espai tan sensible com ho és la muntanya i més en el cas d'Andorra.

L'ús, en general, del medi natural ha estat, històricament, relacionat amb les activitats tradicionals com l'agricultura i la ramaderia. Però d'una forma primer molt restringida i després cada cop més important constatem l'ús del medi natural com a espai de lleure i es desenvolupa el turisme estretament vinculat a la recerca d'aquests espais. Aquest fenomen universal ha esdevingut una veritable indústria amb una gran rellevància econòmica en termes d'aportació al PIB i de circulació de persones i capitals.

Aquest augment de l'interès i de la demanda –en aquest cas per un turisme adreçat al medi natural– és, en primer lloc, degut al mateix progrés econòmic que qualsevol societat i país té com a objectiu. Aquest progrés comporta un augment de la població i del nivell de vida i, per tant, més possibilitats de viatjar i conèixer nous destins.

En aquest sentit la globalització ha accelerat aquesta situació i ha impulsat un procés d'integració i d'interdependència creixent entre els països del món en diversos àmbits com l'economia, la cultura, la política i la tecnologia. Aquest procés està potenciant una xarxa global de flux de béns, de serveis, d'informació, capital i persones més enllà de les fronteres nacionals.

Com intentaré reflectir, aquest fenomen ha comportat uns avenços i beneficis indubtables però també amenaces i conseqüències desfavorables en alguns aspectes.

Entrant en el contingut més específic de la ponència destacaria algunes de les causes i dels principals efectes del creixement en l'accés a la muntanya:

Causes

Accés a la informació i ús de la tecnologia. Amb l'expansió d'internet, la informació sobre les destinacions de muntanya és molt més accessible. Es poden planificar viatges, reservar

allotjaments i obtenir informació sobre rutes (Wikiloc) i condicions climàtiques amb facilitat. Tot en un clic! El desenvolupament de les xarxes de comunicació ha interconnectat el món i permet un gran transvasament d'informació. Avui es pot contemplar en directe qualsevol esdeveniment, i via satèl·lit es pot veure en molts països.

La utilització de la tecnologia també ha contribuït a una millora de la seguretat en l'accés a la muntanya, tant pel que fa a la localització de possibles accidents com en l'ajuda a l'orientació en el medi natural.

Millora d'infraestructures i accessos. El creixement ha impulsat inversions en infraestructures de transport com carreteres, aeroports, serveis de transport públic que faciliten l'accés a la muntanya. Això ha fet que arribar a destinacions remotes sigui més fàcil i ràpid.

Tendències socials i estil de vida. Si bé de sempre l'excursionisme ha estat una pràctica més equilibrada quant a esport i cultura en l'accés a la muntanya, els darrers anys s'ha anat incorporant cada vegada més la pràctica esportiva en les seves diferents disciplines: senderisme, alpinisme, esquí, bicicleta de muntanya. La pràctica esportiva és presentada com a sinònim de salut, d'estar en bona forma i és més beneficiosa si es desenvolupa en un espai natural, missatges que impulsen de forma exponencial el seu creixement.

Aquesta pràctica també ha passat del teixit associatiu, entitats i clubs, a una pràctica més autoorganitzada de manera individual o col·lectiva (ús de xarxes socials).

Aquí hauríem d'incloure les activitats d'aventura, una manera més intensiva d'accedir a la muntanya, que pot comportar per la seva pròpia naturalesa l'accés a indrets poc accessibles, preservats fins ara dels impactes de l'activitat humana.

En aquesta línia de progrés esportiu a les zones de muntanya s'ha produït un important increment quant a la localització de grans esdeveniments cercant cada vegada traçats més exigents i atractius. Per un costat aporten una promoció internacional de l'indret i aflluència de visitants però per l'altre poden contribuir a una degradació de l'espai natural.

Totes aquestes opcions i alternatives de pràctiques esportives a la muntanya són divulgades i potenciades per les xarxes socials i per la gran intercomunicació que ens aporta la tecnologia actual. Els èxits dels diferents assoliments esportius són exposats com a trofeus i realitzacions que donen prestigi. S'estimula la realització d'experiències singulars en tots els territoris del món i l'enviament d'imatges i reportatges dels llocs més emblemàtics incrementa encara més el desig de visitar-los (Islàndia n'és un bon exemple). Paradoxalment, el que eren espais més reservats es massifiquen ràpidament.



Efectes

Desenvolupament turístic, econòmic i social. Fins aquí he exposat algunes de les causes en el context actual que estan contribuint a l'augment del turisme de muntanya, tant local com internacional. Moltes àrees de muntanya s'han convertit en destinacions turístiques populars amb la construcció de tot tipus d'infraestructures, equipaments i serveis. Això ha portat a un augment de l'accessibilitat i de les oportunitats per a activitats recreatives a la muntanya, però també ha portat la massificació de certs llocs i la degradació ambiental amb una ocupació, en algun cas, excessiva del sòl.

Alguns exemples d'aquesta massificació els trobarem en cims molt freqüentats i en accessos col·lapsats (n'és el cas l'Aneto). Situacions que, a part de l'impacte en l'ecosistema, poden comportar risc d'accidents.



Sens dubte l'augment del turisme de muntanya té uns efectes econòmics positius per a les comunitats locals, crea llocs de treball i genera activitat. No obstant això també pot portar la possible pèrdua de qualitat per a la població autòctona amb un augment del cost de la vida i en particular la dificultat de l'accés a l'habitatge.

L'arribada de turistes i treballadors de diferents parts del món pot enriquir la diversitat cultural, però també pot crear tensions i afectació a la cultura local.

Sostenibilitat ambiental. L'augment de l'accés a la muntanya pot conduir, entre d'altres, a la degradació ambiental, la contaminació i la pèrdua de biodiversitat. També la limitació quant a la disposició de recursos naturals. La gestió sostenible de les zones de muntanya és essencial per mitigar aquests impactes.

En aquest punt ens preguntem què es pot fer per aconseguir un equilibri entre desenvolupament turístic a la muntanya i la seva conservació. Aquí podem identificar els diferents actors començant per les administracions a tots els nivells, les quals han de definir el marc normatiu. Una manera també de garantir una protecció dels espais naturals és la creació de parcs naturals i nacionals.

Després les empreses explotadores i propietaris, que han de respectar i aplicar les diferents normes i regulacions. I finalment l'usuari amb la seva pràctica respectuosa.

Cal esmentar que els darrers anys s'han implantat diversos sistemes de certificació que tenen

com a objectiu garantir el compliment d'un conjunt de condicions vinculades a la sostenibilitat ambiental i a la qualitat de les destinacions turístiques. Podem esmentar, entre d'altres, les normes ISO, la certificació EMAS, la Carta Europea de Turisme Sostenible o la marca Biosfera. Finalment cal també assenyalar que en aquest procés de globalització s'integren aquestes línies d'actuació arribant acords internacionals com l'Acord de París per fer front al canvi climàtic.

El cas d'Andorra

En aquest context, quins poden ser els efectes en l'accés a la muntanya a Andorra?

Desenvolupament turístic, econòmic i social. No descobrirem ara l'evolució que ha tingut Andorra tant pel que fa al creixement del turisme d'hivern com el de la resta de l'any, majoritàriament a l'estiu. Estem parlant d'uns 9,5 milions de visitants anuals, distribuïts entre uns 4 milions de turistes (pernocten almenys una nit) i 5,5 d'excursionistes. Un sol indicatiu: entre 2013 i 2023 l'augment de turistes ha estat d'un 76% i ha passat de 2,2 milions a 4 milions.

És interessant també veure'n la distribució al llarg de l'any i quins són els motius de visita. Apreciarem en l'annex 1 adjunt que el turista té dos pics d'afluència: estiu i hivern (2,3 milions de dies d'esquí), mentre que l'excursionista té la màxima afluència a l'estiu.

Respecte a les diferents motivacions entre els visitants del mes de juny de 2024 (annex 2), les compres amb un 85,8% són el principal atractiu per als excursionistes i només un 39,6% ho són per als turistes. Si atenem a la pràctica de l'esport i a l'accés a la natura aquestes motivacions representen, en aquest mes, aproximadament un 40% per als turistes i només un 2% per als excursionistes. Si analitzéssim una temporada d'hivern, l'esport i la natura representarien a prop d'un 80% de les motivacions d'un turista.

Un àmbit que darrerament s'ha potenciat a Andorra és el de l'organització d'esdeveniments esportius, un total d'uns 84 anuals en l'actualitat. No cal dir què aporta una copa del món d'esquí alpí o de BTT en termes de promoció internacional i d'imatge de marca. També l'èxit de les proves més populars i massives de participació tant de muntanya com de ciclisme.

En aquest increment notable del turisme i d'un pes cada cop més gran de l'accés al medi natural hi juguen molts factors del tipus que he exposat en el procés de globalització. Per donar-ne un exemple, els esquiadors de Grandvalira provenen de 26 nacionalitats diferents i cada cop vénen de més lluny.

Si analitzem l'impacte d'aquest model de creixement turístic, òbviament comporta uns efectes econòmics positius per al país. No en va representa un elevat pes en el PIB nacional i genera activitat econòmica d'inversió tant pública com privada, en infraestructures i serveis turístics així com també la creació de llocs de treball. Igualment s'ha generat un notable increment de projectes immobiliaris (nou marc legal en matèria d'inversió estrangera) amb la construcció d'habitatges residencials i turístics que, en algun cas, poden congestionar certes parts del territori.

Tanmateix, i com he assenyalat, un dels aspectes a valorar d'aquesta situació de creixement turístic i econòmic és l'impacte que té en la població local. Si per un costat n'apuntàvem els beneficis en la creació de llocs de treball i millora de serveis, per l'altre pot comportar alguns desavantatges. Em refereixo a aspectes com el de l'augment del cost de la vida, la dificultat en l'accés a l'habitatge, la sobrecàrrega de serveis públics...

Com a dada recent, Andorra ha registrat un augment del 12% del preu mitjà del metre quadrat en les operacions del segon trimestre de 2024 respecte al mateix període del 2023.

Sostenibilitat mediambiental. Tot i que de sempre la preocupació per la preservació de la natura ha estat present en la societat, sí que és cert que avui la consciència global sobre la necessitat de preservar els espais naturals i fer front al canvi climàtic ha impulsat, tant en l'àmbit legislatiu com en el d'actuació pública i privada, la implementació de mesures per protegir l'entorn natural, reduir l'efecte del canvi climàtic esmentat i també les d'avaluar els recursos disponibles.

En aquest sentit podríem destacar, molt breument, quines actuacions s'estan duent a Andorra.

Si atenem a l'àmbit de Govern, assenyalaríem mesures per incrementar la producció d'energies renovables, promocionar la mobilitat sostenible, la gestió eficient de residus i protecció de la biodiversitat i dels recursos naturals.

Andorra és signatària de diversos acords internacionals en matèria de sostenibilitat, com l'Acord de París sobre el canvi climàtic. El país ha adoptat els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides i treballa per integrar-los en les seves polítiques nacionals.

Andorra disposa de tres parcs naturals: el de Sorteny, Comapedrosa i el de la Vall del Madriu-Perafita-Claror inscrit per la Unesco com a patrimoni de la humanitat en la categoria de paisatge cultural. Igualment podem trobar altres espais naturals protegits.

En aquesta línia d'actuació hi tenen també un rol important els comuns, en temes com la recollida selectiva de residus, ús i foment d'energies renovables, condicionament de camins i riberes, creació de parcs naturals, gestió forestal, àrees d'aparcament dissuasives (Incles, Sorteny, Arcalís) i regulacions d'accés rodar a la muntanya, com ha aprovat recentment el Comú de Canillo.

Finalment, les empreses hi tenen també un paper a jugar, respectant les legislacions mediambientals en les seves actuacions, fomentant l'ús de les energies renovables i implantant sistemes de certificació, com el cas que conec bé de l'estació de Soldeu-el Tarter, que l'any 2002 va obtenir la ISO 14000 de gestió ambiental per a totes les activitats i va ser la primera estació d'esquí d'Europa a assolir aquesta fita.

Reptes i conclusions

És innegable que el turisme és un dels pilars bàsics de l'economia andorrana i que ha tingut un paper molt important en el desenvolupament del país. Aquest turisme, a més, té un percentatge creixent d'esports de muntanya tant a l'hivern (esquí) com a la resta de l'any, tot i que, en aquest darrer cas, està molt més concentrat a l'estiu. Aquest desenvolupament s'ha anat produint al llarg dels anys, però, com s'ha exposat, té un component important d'internacionalització que per un costat l'accelera però per l'altra n'augmenta la interdependència.

Els beneficis d'aquest model, tal com he exposat, són tangibles en l'àmbit econòmic tant en relació amb les inversions públiques i privades com pel que fa a l'augment del nivell de vida i la creació de llocs de treball. El país ha consolidat unes bones infraestructures de

comunicacions i tecnològiques i una xarxa potent d'allotjaments i de serveis per respondre a aquestes necessitats.

Ara bé, no podem deixar de banda els desafiaments que es plantegen en termes de desenvolupament sostenible en tots els àmbits: econòmic, social, i mediambiental.

Andorra ha demostrat, de sempre, la seva capacitat d'adaptació als canvis de l'entorn i a les noves expectatives dels consumidors que no tan sols valoren la qualitat dels serveis rebuts sinó l'experiència viscuda en un entorn natural. És un bon moment per afrontar el futur amb el repte de gestionar i planificar l'activitat turística abans de veure'ns sobrepassats per la dinàmica del creixement.

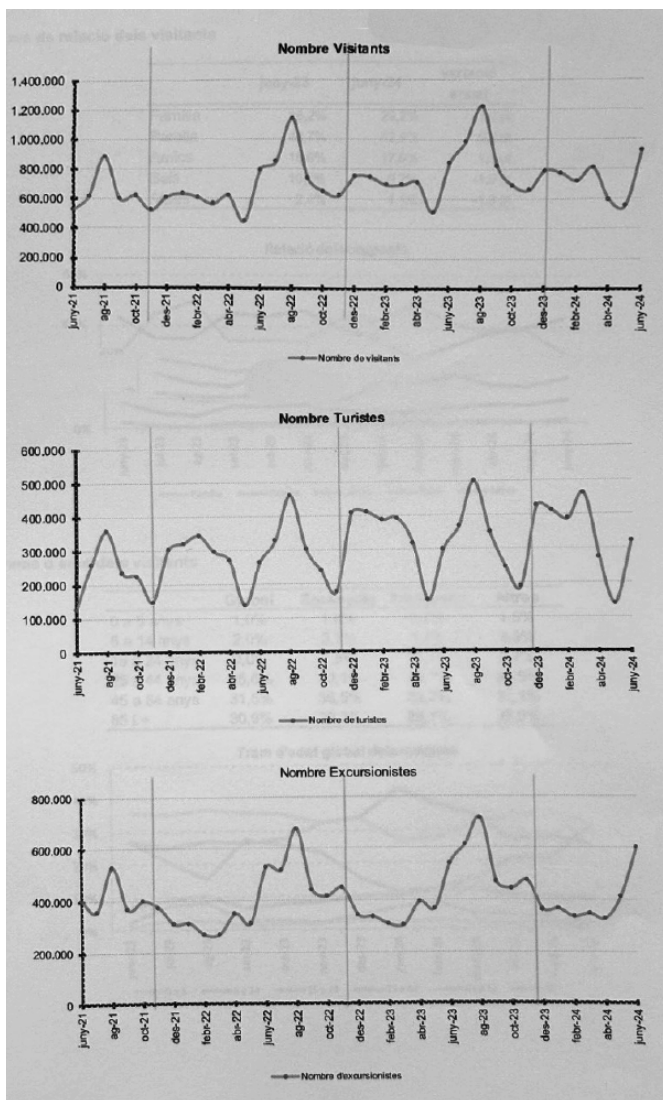
Per afrontar aquests nous reptes cal una bona coordinació pública privada que continuï establint estratègies i accions en temes com el tipus de turisme que es vol tenir (qualitat versus quantitat), la comunicació i comercialització en els mercats turístics, la capacitat de càrrega que es pot admetre (recursos naturals i serveis necessaris), la disponibilitat de personal qualificat, l'accés a l'habitatge per als residents i per als treballadors temporers, l'adaptació de la regulació dels apartaments turístics, les accions encaminades al foment d'una mobilitat més sostenible i eficient, a l'ús d'energies renovables i les mesures legislatives de protecció mediambiental, amb la utilització responsable del sòl implementant, quan convingui, normes i regulacions d'accés.

La clau és trobar un equilibri econòmic i social que permeti gaudir i beneficiar-se de les muntanyes mentre es protegeixen i conserven per a les generacions futures.

Finalment no voldria deixar d'esmentar unes reflexions més intangibles, i em refereixo al perquè i al com em plantejo l'accés a la muntanya. Sempre he entès la muntanya com un espai de llibertat i lliure accés. El contacte amb la natura és un bé universal que hauria de ser sempre accessible a tothom. Ara bé, voldria esmentar els valors clau i permanents que han de regir aquest accés i que malauradament no sempre hi són a la pràctica, moltes vegades per falta d'educació i coneixements... Em refereixo al respecte, la sensibilitat, la cooperació, la solidaritat..., valors que, en conclusió, no denoten res més que una estima per la muntanya i que hem de fomentar i estendre per aconseguir un accés responsable al medi natural.

Moltes gràcies

Conrad Blanch i Fors,
conseller d'empreses, Director general d'ENSISA (Soldeu- El Tarter) (1993-2017)



A123. Enquesta de moviments turístics a les fronteres. Juny 2024

3.3 Motius de visita

JUNY	GLOBAL	Excursionistes	Turistes
Practicar esport (escalada, btt, trekking...)	3,8%	1,2%	9,9%
Oci cultural (esdeveniments, visites a museus...)	2,8%	0,4%	8,6%
Benestar, salut, termalisme	0,3%	0,2%	0,5%
Gastronomia	0,1%	0,1%	0,0%
Visita a familiars i amics	2,9%	1,2%	7,0%
Natura (passejar a la muntanya...)	9,2%	0,6%	29,7%
Compres	72,2%	85,8%	39,6%
Treball (no fronterer)	3,0%	2,3%	4,6%
Negocis, congressos, fires	0,0%	0,0%	0,0%
De pas	5,7%	8,0%	0,0%
Altres	0,1%	0,1%	0,1%

Aquesta taula mostra les diferents motivacions entre els visitants del mes de juny del 2024. El motiu principal dels visitants són les compres (72,2%). Tant els excursionistes com els turistes, presenten com a motiu principal de visita les compres amb un 85,8 i un 39,6% respectivament.

