



TURISME

El sector turístic es configura com un dels sectors principals i més importants de l'economia catalana, tant per l'aportació que fa al creixement econòmic i a la creació d'ocupació com per la contribució a l'equilibri territorial del nostre país, i a fer present Catalunya al món.

L'objectiu de Convergència i Unió per a aquests propers quatre anys és donar un nou impuls al model turístic català, com a sector estratègic del nostre país que aporta un 12% del PIB i ocupa més de 372.000 persones.

Aquest nou impuls ha d'estar basat en la nostra capacitat de desenvolupar productes nous adaptats a la demanda i a les necessitats concretes dels turistes, promocionant-los i comercialitzant-los, sent respectuosos amb el medi ambient i convertint-nos en una destinació caracteritzada per l'excel·lència dels serveis i dels professionals.

527. Potenciarem la marca "Catalunya" com a destinació turística nacional que es distingeix per la qualitat i la multiplicitat d'ofertes i paisatges i que incorpora i promou les marques de les seves destinacions turístiques reconegudes internacionalment.
528. Desenvoluparem un programa d'actuacions per tal que els visitants percebin la nostra realitat de país durant l'estada a Catalunya.
529. Aprofitarem intensament les marques territorials en aquells àmbits on el seu millor posicionament faci més eficient les accions a portar a terme.
530. Promourem la desestacionalització mitjançant l'adaptació dels allotjaments i dels serveis turístics a les necessitats de segments concrets de demanda i impulsarem les actuacions de promoció i comercialització més adients, tot posant un èmfasi especial en la captació dels col·lectius amb més disponibilitat per generar viatges en qualsevol època de l'any, com són, per exemple, el turisme de congressos, el "turisme sènior", el turisme d'estades esportives o el de viatges culturals vinculats a l'activitat universitària.
531. Revisarem la normativa turística per tal de garantir una gestió professional de totes les modalitats d'allotjaments turístics; definirem uns estàndards mínims de qualitat de les seves instal·lacions i serveis, i lluitarem contra la proliferació d'allotjaments clandestins.
532. Revisarem les normatives que incideixen sobre els establiments i les activitats turístiques (normes mediambientals, de prevenció i seguretat, d'espectacles i activitats recreatives, de salut pública, etc.) amb la finalitat d'evitar que les empreses del sector estiguin subjectes a limitacions o càrregues injustificades o desproporcionades.
536. Farem l'administració accessible, simplificant-la i harmonitzant la normativa existent, per tal de facilitar-ne els tràmits i aconseguir que aquesta sigui una ajuda i no un obstacle per al sector turístic.

537. Crearem el portal "Coneix Catalunya", amb informació actualitzada permanentment sobre llocs, recursos i esdeveniments d'interès turístic.
538. Promourem una implicació més àmplia de l'Administració en el suport al turisme i crearem la Taula del Turisme, un òrgan permanent de participació del sector.
539. Reclamarem al Govern espanyol l'aplicació d'un IVA reduït sobre el sector turístic i ens comprometem a no establir noves figures impositives que tinguin com a objecte principal gravar l'activitat turística.
540. Reconeixerem l'especifi citat dels municipis turístics i els donarem els recursos necessaris perquè puguin afrontar en les millors condicions els serveis mínims i complementaris que són propis d'aquesta condició, i perquè rebin el suport i l'atenció preferent que els correspon, d'acord amb la Llei de turisme de Catalunya.
541. Crearem la marca Paradors de Catalunya integrada pels paradors de turisme actualment de titularitat estatal, amb altres establiments ubicats en monuments culturals, històrics, religiosos o d'una rellevància paisatgística especial.
542. Crearem a l'ICF la línia Turisme Futur, com a sistema de finançament permanent, mitjançant un instrument de crèdit i un instrument d'aval, adaptat a les necessitats específiques de les empreses turístiques, amb una atenció especial a les micro i les petites empreses del sector.
543. Garantirem que turisme i civisme siguin conceptes indistriables amb campanyes informatives i de prevenció i amb accions per garantir el compliment de les lleis.
544. Demanarem el traspàs a la Generalitat del fons social destinat a vacances per a la gent gran de l'IMSERSO.
545. Posarem les bases per a la creació de la Universitat Turística Europea de la Mediterrània amb seu a Catalunya, en cooperació amb les universitats catalanes i les escoles de turisme pròpies o adscrites, tot promovent la incorporació i la participació en el projecte de les universitats de l'arc mediterrani.
546. Impulsarem definitivament, i de forma coordinada amb la resta de centres de recerca turística del país, la tasca pròpia de l'Institut de Recerca Turística de Catalunya per tal d'afavorir la innovació, generar coneixement i reforçar la competitivitat del sector.
547. Reclamarem la gestió de les principals infraestructures de comunicacions de Catalunya: aeroports de Barcelona, Girona - Costa Brava i Reus, ports de Barcelona i Tarragona, ferrocarrils de rodalies i de recorregut intern a Catalunya per tal de posar-les al servei de l'activitat turística, entre d'altres. En aquest sentit, l'aeroport de Barcelona haurà de connectar directament Catalunya amb tot el món mitjançant vols directes transoceànics.



La crisi com a oportunitat: en sortirem enfortits.

Catalunya és un dels principals motors econòmics d'Europa, té tradició industrial, té universitats de primer nivell, és capdavantera en recerca, té unes infraestructures competitives, té talent, té gent emprenedora i unes administracions conscients de seu paper de dinamitzadores. Té una indústria potent i diversificada, amb sectors importants com l'automoció, el farmacèutic, **el turisme**, el comerç, la logística i tants d'altres que donen solidesa a la nostra economia.

Catalunya també ha estat capaç de definir un full de ruta conjunt entre govern i agents econòmics. Des de l'Acord estratègic fins a les "30 mesures contra la crisi", sindicats i organitzacions empresarials s'han compromès i implicat en el doble objectiu d'assenotar les bases d'un model productiu sostenible i amb futur i de fer-ho mantenint les polítiques socials i redistributives. L'èxit d'aquest gran pas suposa que avui Catalunya estigui en millor situació per sortir de la crisi.

Un diàleg i uns acords que, fora de l'àmbit estrictament econòmic, també han suposat marcar l'estratègia per als propers anys sobre temes tan importants com l'educació, l'habitatge, les infraestructures, la recerca, etc. Tots ells han contribuït també a reforçar les bases econòmiques del país.

Malgrat tot, la crisi té un cost real i palpable en termes personals, familiars i empresarials. Els més de deu anys de bonança econòmica apareixen ara com un cert miratge, i l'evidència és que avui han deixat de créixer els recursos per invertir, prestar serveis i atendre necessitats des del pressupost públic. Moltes persones pateixen l'atur, i moltes altres experimenten l'angoixa sorda d'un futur sense seguretats aparents.

Però la Catalunya dels anys de creixement era tan opulenta, ni tan mancada de possibilitats està avui. Catalunya té futur, i pot reprendre de manera relativament ràpida el camí del creixement i de la creació d'ocupació. Els socialistes n'estem convençuts. Perquè hi ha dades que ho corroboren. Perquè creiem en les nostres capacitats, en el que som, en les nostres virtuts col·lectives que ens permetran refer la nostra economia. I perquè observem que el país ja ha començat a posar-se en marxa per superar la situació.

Cal doncs un govern amb la lucidesa per identificar les decisions clau, la determinació per prendre-les i la capacitat de diàleg per teixir els consensos que les permetin. Perquè els i les socialistes volem fer de la sortida de la crisi un repte comú, que connecti tots els ciutadans i les ciutadanes. I perquè de la crisi n'hem de sortir tots alhora, no amb polítiques que facin que uns surtin de la crisi a compte dels altres. Perquè volem, en definitiva, convertir la crisi en l'oportunitat de tenir una economia més sòlida però també més justa.

L'ocupació de qualitat és la nostra primera prioritat

La nostra base productiva la formen la indústria, serveis com el **turisme**, i en molts municipis també l'agricultura i ramaderia. Hem de preservar, fent-los més competitius, aquests àmbits de lideratge, en els que podrem mantenir i en alguns casos recuperar ocupació. Una ocupació de qualitat, amb salaris adequats i amb futur. Hem de comptar amb el **turisme**, l'automoció, la química, l'agroalimentari, la farmàcia...i tots els sectors industrials tradicionals de la nostra economia en els que encara puguem ser competitius a mig termini, perquè per ells som coneguts i reputats, i perquè hi ha més garanties d'èxit. No volem que els sectors madurs es converteixin en sectors caducs.

Però és l'hora d'arriscar. Hi ha múltiples àmbits de l'economia catalana que truquen a la porta, sectors amb empreses petites i mitjanes ja existents i competitives a les quals hem de fer créixer, per tal que puguin entomar projectes de major abast i generin abundants nous llocs de treball. Són sectors com ara la cultura i l'audiovisual, la biomedicina, les TIC, l'energia... i per a cadascun d'aquests sectors hem de tenir projectes grans, identificables, que actuïn de motor de tracció i que serveixin de referències col·lectives per emergir de la crisi.

Apostem per fer, activament, polítiques pròpies. No esperarem que la crisi internacional remeti i el creixement dels altres països arrossegui el nostre. Quan això passi, ens trobarà amb tots els deures fets.



TURISME

Diagnosi

El sector turístic a Catalunya té la necessitat imperiosa d'erigir-se com una indústria de primer ordre, d'acord amb la seva transversalitat i el seu pes específic en termes de creació de PIB (12%) i ocupació (14%). I per això el seu avenç passa tant per la integració de les dinàmiques pròpies de les empreses i sectors més innovadors, com per la formulació de plantejaments que permetin aplicar els principis de la sostenibilitat.

Sens dubte, els dos pilars que sustenten la competitivitat, la qualitat i la pervivència de les destinacions turístiques madures com Catalunya, són la innovació i la sostenibilitat.

Per una banda, la innovació és el camí per a la millora dels productes i dels serveis turístics i determina la capacitat de donar respostes als canvis que es produeixen en la indústria turística, tant en l'oferta com en la demanda. Tanmateix, no hem de circumscriure la capacitat d'innovació exclusivament en el si de les empreses, sinó que és precisament la seva interacció, que es produeix en el conjunt de la destinació, així com la seva governança i model de gestió i de promoció, el que permet potenciar-ne l'atractivitat, permet transformar la informació que aporten els visitants en coneixement i, en definitiva, adoptar bones estratègies de desestacionalització, fidelització, promoció i comercialització.

Per altra banda, la sostenibilitat, entesa des de la seva triple accepció econòmica-social, identitària-cultural i mediambiental, ja no és tan sols una condició necessària per a la pervivència dels recursos humans, socials, culturals, econòmics, territorials i mediambientals que configuren la base del producte turístic, sinó que s'ha convertit en la condició suficient, en tant que atribut consubstancial dels productes i serveis que el mercat reclama en forma d'experiències per ser viscudes i consumides.

Davant la intensificació de la competència turística mundial, l'eclosió de noves destinacions emergents, el canvi d'hàbits de consum turístic, la incorporació de grans nous mercats emissors en el mercat mundial (Brasil, Rússia, Índia i Xina) i l'absorció de les tecnologies de la informació i la comunicació en la cadena de valor de l'activitat turística, Catalunya ha de saber posicionar-se, donar resposta i anticipar-se als canvis que la crisi actual accelera.

Les propostes s'estructuren a partir dels reptes que Catalunya ha d'abordar per consolidar-se com a destinació capdavantera a Europa en general, i a la Mediterrània en particular.

Catalunya, com a segona destinació europea, es troba en condicions d'exercir un lideratge en matèria de desenvolupament turístic, basat en la planificació del coneixement, la qualitat i la diversitat de productes i destinacions, que facin de la innovació i la sostenibilitat els seus eixos motors.

Objectius

- Assentar les bases d'un model de desenvolupament turístic fonamentat en la innovació, la competitivitat i la sostenibilitat econòmica, social, cultural i mediambiental.
- Afavorir el desenvolupament ordenat i amb sentit estratègic del sector turístic i del conjunt de les seves

- empreses i activitats, per millorar la seva contribució a la riquesa i ocupació del país.
- Vetllar per la qualitat de vida dels residents, la qualitat de l'ocupació i la gestió dels impactes socials, culturals i mediambientals de l'activitat turística.
 - Consolidar un model de promoció turística públic i privat, basat en la marca Catalunya, amb visió internacional i capacitat de resposta, adaptació i orientació vers la demanda.
 - Fomentar el desenvolupament territorial de productes turístics diferenciats i competitius, vinculats a la identitat i al patrimoni cultural tangible i intangible de Catalunya.

Propostes

Planificació i coneixement

Per poder construir una indústria turística de primer ordre, cal saber transformar la informació en coneixement útil per a la planificació i la presa de decisions. La connectivitat, la clusterització i l'R+D+I, són la base de la innovació i la millora dels productes i de les destinacions turístiques.

- a. Plantejarem un nou pla estratègic del turisme a Catalunya, en consonància amb les visions estratègiques més avançades i innovadores, nacionals i internacionals, que siguin coherents amb la realitat turística de Catalunya, en sintonia amb els plantejaments del Pla Nacional per a la Recerca i la Innovació de Catalunya.
- b. Elaborarem els plans directors del paisatge, del litoral, del golf, i dels recursos i espais naturals, per tal que el potencial turístic dels usos del territori s'ordenin de forma responsable i amb capacitat de generar recursos que reverteixin en el seu manteniment i millora.
- c. Continuarem impulsant la generació de coneixement en l'àmbit turístic, amb un reforçament de les operacions de l'Observatori de Turisme per a la gestió de destinacions i propiciant el desenvolupament de l'Institut de Recerca Turística de Catalunya (IRTUCA). Fent una especial incidència en la generació de coneixement del mercat, per al posicionament de la marca Catalunya.
- d. Implantarem un Sistema nacional d'informació turística, que permeti als professionals, a les empreses i a les destinacions el coneixement real de la situació del sector i aportï evidències per a la presa de decisions i l'elaboració de polítiques efectives.

Ordenació

El Tractat de Lisboa reconeix per primer cop el turisme com a política europea, de manera que és important participar en les instàncies de presa de decisions i en la definició de l'agenda política que marquen les institucions europees. Catalunya ha de liderar la modernització normativa consensuada amb els sectors turístics, simplificant-la i adaptant-la als nous requeriments econòmics, socials i de mercat:

- a. Aconseguirem que l'administració turística estigui present en els organismes de gestió de les infraestructures logístiques, que són determinants per a l'arribada de turistes i visitants al nostre país (ports, aeroports, etc.).
- b. Assolirem el traspàs de la gestió de la xarxa de *Paradores* ubicats a Catalunya.
- c. Crearem organismes de representació i participació que donin veu al conjunt dels sectors turístics de Catalunya. Potenciarem la Mesa interdepartamental del turisme, per generar polítiques transversals i ambicioses en matèria turística.
- d. Reforçarem la presència de l'administració turística catalana a la Comissió Europea i coliderarem les organitzacions i xarxes internacionals de referència en l'àmbit turístic.
- e. Implementarem el Sistema de Qualitat Turística de Catalunya, que modernitzi els sistemes de categorització de les tipologies d'allotjament, estableixi una marca pròpia de qualitat i generi especialitzacions de producte adreçat a segments de mercat amb necessitats específiques.

Foment i creació de producte

Catalunya compta amb destinacions madures i emergents alhora. És necessari construir la destinació Catalunya de forma integral, apostant per la creació de productes innovadors, basats en el turisme d'experiència i identitari, que millorin l'oferta actual i que aportin valor al conjunt. El conjunt del patrimoni cultural i natural tangible i intangible constitueix la base per a l'estabilització i la desconcentració territorial i temporal de l'activitat turística i afegeix valor a les destinacions madures del litoral.

- a. Continuarem la nostra aposta per la desestacionalització i l'equilibri territorial del turisme, tant en l'elaboració de nous productes nacionals com en la posada en valor i en donar a conèixer la part del nostre territori (prop d'un 80%) amb baixa incidència turística.
- b. Seguirem impulsant la potenciació del turisme experiencial basat en la identitat, d'acord amb la diversitat de paisatges, productes i territoris que configuren la realitat nacional de Catalunya. Consolidarem les Grans Rutes Nacionals de Catalunya i ampliarem la xarxa de Centres d'Acollida Turística com a estratègia de generació de valor afegit turístic.
- c. Implementarem territorialment el Pla de Recursos Intangibles, que farà de la identitat catalana el factor d'atractivitat experiencial i de singularitat turística.
- d. Aconseguirem que tota la senyalització turística territorial i temàtica de Catalunya la dugui a terme la Generalitat, incloent-hi la xarxa de carreteres de l'Estat.
- e. Desenvoluparem una estratègia d'accessibilitat integral en les principals destinacions i municipis turístics per fomentar un turisme inclusiu i responsable socialment.

Promoció

Els reptes, en matèria promocional, són els de saber captar aquells segments de mercat que valoren més i millor la qualitat de la nostra oferta turística. Cal saber adreçar-se de forma decidida als nous mercats emissors que volen descobrir Europa i ser capaços de liderar l'articulació mediterrània com un espai turístic de primer ordre a nivell mundial.

- a. Actuarem decididament en accions promocionals tant als mercats tradicionals de proximitat com als nous mercats emergents (Països de l'Est, Brasil, Índia, Pròxim Orient, Xina), per captar nous segments de turistes.
- b. Desenvoluparem instruments d'innovació i coneixement de mercat, basats en les noves tecnologies, per conèixer millor les preferències de la demanda i elaborar estratègies de fidelització a les nostres destinacions.
- c. Avançarem en l'estructuració territorial dels productes i les marques turístiques, així com reforçarem els organismes de gestió de les destinacions catalanes que configuren la marca Catalunya, com a destinació integral.
- d. Liderarem l'articulació de l'espai mediterrani com a pol turístic mundial de primer ordre.
- e. Desenvoluparem els reptes de l'Agència Catalana de Turisme en matèria de coresponsabilització pública i privada, pel que fa a la millora promocional i a la comercialització dels clubs de producte.

Internacionalització

Un sector com el turisme necessita buscar noves oportunitats, tant en mercats emergents com en mercats madurs. En aquest sentit, cal seguir impulsant el procés d'internacionalització del sector, a través de la col·laboració entre l'àmbit privat i el sector públic.

- a. Continuarem impulsant el Pla d'internacionalització de l'empresa turística catalana, insistint especialment en l'expansió internacional de les nostres empreses, l'exportació del coneixement expert i la implantació de negocis a l'exterior.
- b. Elaborarem un pla d'expansió internacional de les activitats promocionals de l'Agència Catalana de Turisme, considerant l'ampliació de la xarxa d'oficines a Estats Units, Amèrica del Sud i Pròxim Orient.
- c. Estructurarem polítiques promocionals i de creació de producte amb visió internacional, per captar els segments de turistes que valorin més i millor la qualitat de la nostra oferta turística.

Finançament

Impulsarem mecanismes que permetin un millor finançament de l'activitat turística i que, alhora, serveixin d'acompanyament en la modernització i transformació qualitativa del sector.

- a. Millorarem el finançament dels municipis turístics a partir del reconeixement especial dels municipis turístics en la Llei de finances locals de Catalunya.
- b. Incrementarem la partida dels pressupostos de la Generalitat destinats al turisme, d'acord amb la seva

- importància estratègica i el seu pes específic econòmic i social.
- c. Crearem una línia potent de crèdit, destinada a la modernització i la potenciació de la qualitat de les nostres infraestructures i establiments turístics en les destinacions madures del país.

Societat

La societat catalana ha de situar la indústria turística en la dimensió de reconeixement que li pertoca, com a generadora de riquesa, ocupació i qualitat de vida. Al mateix temps, cal dotar-nos dels instruments adients, legals i financers, per poder afrontar els impactes de l'activitat turística en matèria econòmica, social, cultural i mediambiental.

- a. Potenciarem la formació turística, teòrica i pràctica, a tots nivells, per disposar de professionals qualificats.
- b. Prestigiarem el sector dotant-lo de referències i capacitats, d'acord amb els paràmetres d'una indústria de primer ordre.
- c. Millorarem la qualitat de vida dels residents de les destinacions turístiques, gestionant els impactes socials, culturals i mediambientals de l'activitat turística.
- d. Establirem canals de participació i diàleg social per a la contribució ciutadana i institucional en la millora de la gestió de l'activitat turística.
- e. Millorarem la qualitat de vida i les condicions dels treballadors i treballadores del sector turístic.



Propostes de TURISME (programa electoral)

Situació actual

1. El sector turístic espanyol, un dels principals sectors productius de l'economia nacional, està passant el pitjor moment de la seva història (segons les previsions de l'Organització Mundial del Turisme -OMT-).
2. Per primera vegada en 13 anys, des de 1995, el sector turístic espanyol retrocedeix en la seva contribució al PIB. El turisme va representar el 2008 un 10,5% del Producte Interior Brut, tres dècimes menys que el 2007.
3. La destrucció d'ocupació al sector hotelier s'aguditza. S'han perdut 400.000 llocs de feina l'any 2009 al sector turístic segons l'Institut d'Estudis Turístics.
4. Cal revisar i reformular el pla de turisme Horizonte 2020. Estava plantejat per a una època de creixement i bonança econòmica i no per afrontar una crisi com l'actual.

Propostes del PP

1. Modificar la Llei Reguladora de les Hisendes Locals, aprovat per Reial Decret Legislatiu 2/2004 de 5 de març, afegint-li a l'art. 125 dues noves possibilitats per a l'obtenció de la qualificació de Municipi Turístic que són:
 - Que al llarg de tot l'any mantinguin una afluència de visitants, pernoctant en els mateixos, superior al nombre de persones inscrites en el seu padró municipal de residents.
 - Que el nombre de places reglades d'allotjament turístic sigui igual o superior a la meitat del nombre de persones inscrites en el seu padró municipal de residents.
2. Davant la pujada generalitzada d'impostos, el PP proposa un **IVA superreduït al 4%** dels productes relacionats directament amb el turisme (hoteleria, restauració i transport).
3. El turisme és una prioritat per al Partit Popular. En aquests moments **el turisme requereix polítiques d'Estat**, des de tots els àmbits de l'administració, en coordinació amb el sector empresarial.
4. És precís plantejar una sèrie d'objectius:
 - Cel únic europeu
 - Facilitar la mobilitat a Europa dels ciutadans europeus
 - Harmonitzar la fiscalitat en l'àmbit turístic
 - Estàndard mínims de qualitat
5. Treure de la Llei de Costes l'eliminació de les guinguetes de platja.
6. Major dotació de recursos humans i materials en els Consolats d'Espanya en països potencialment emissors de turistes com Xina, Rússia i l'Índia, per agilitar la tramitació de visats turístics.
7. Facilitar la **disponibilitat de fons i accés al crèdit** per a les empreses relacionades amb el sector turístic.

Un turisme més responsable i generador de riquesa i ocupació a tot el territori

És indubtable que **el turisme és un dels principals sectors econòmics de Catalunya**, si en tenim en compte tant la dimensió com la presència a la pràctica totalitat del territori. En aquest context, hi **trobem destinacions**

turístiques properes a la saturació, com la ciutat de Barcelona i especialment alguns dels seus barris; d'altres en procés de reconversió, com les destinacions tradicionals del litoral; i d'altres d'emergents, com les relacionades amb el turisme rural i les activitats de contacte amb la natura.

La **finalització de la vigència del Pla Estratègic del Turisme de Catalunya 2005-2010** obliga a fer una reflexió en profunditat sobre tot allò vinculat al sector, i molt especialment com aquest integra a totes les escales el requisit de la sostenibilitat sense malmetre el seu potencial de generació de riquesa i ocupació.

El turisme ens beneficia com a persones i com a societat, ja que fomenta el coneixement del territori i l'intercanvi cultural, proporciona ingressos, llocs de treball i projecció exterior. El turisme, però, també és un repte des del punt de vista de la sostenibilitat ambiental, en tant que genera mobilitat, transforma el territori i provoca una major pressió sobre el consum de recursos en determinats indrets i moments. És precisament la sobreconcentració del turisme la que en provoca el deteriorament, ja que la primera ressentida n'és la pròpia experiència turística.

Igualment, és un repte des del punt de vista de la sostenibilitat econòmica, atès el seu **caràcter primordialment estacional**, el seu **impacte sobre el nivell de preus** o sobre la capacitat de prestació de serveis públics. El turisme incrementa la necessitat d'infraestructures, com també ajuda a rendibilitzar-les. El turisme és una opció de desenvolupament econòmic molt atractiva per a qualsevol territori, en tant que ajuda a posar en valor i difondre el patrimoni natural, històric i cultural; no obstant això, el turisme no pot ser l'única alternativa econòmica per a la major part del territori, com pot acabar succeint als entorns rurals.

Finalment, el turisme **és un repte des del punt de vista de la sostenibilitat social**. Els episodis de conflicte en la convivència entre residents i turistes no es limiten només a la **pugna per l'ocupació de l'espai públic (i, de vegades, el privat) a les ciutats, com és notori en el cas de Barcelona, sinó que adquireix noves i preocupants formes com l'anomenat "mobbing rural"**. D'altra banda, un debat distorsionat sobre el concepte de qualitat en el turisme pot portar a una progressiva elitització de l'oferta que exclouï d'aquestes activitats o estigmatitzi una part important de la població. **La qualitat, en aquest sentit, cal entendre-la com**

quelcom possible i necessari en tots els segments de l'oferta, i no només en els que impliquen major despesa.

És per això que considerem que cal preveure el turisme com un **sector d'activitat econòmica que, per les seves característiques, necessita d'una acurada planificació i ordenació per limitar-ne els impactes negatius i maximitzar-ne els positius**, així com per aconseguir-ne la integració, més que no pas la invasió, en el teixit econòmic del país. I considerem també que això passa principalment pel coneixement de la petjada ecològica i la capacitat de càrrega ambiental i social que representa el sector, que cal mantenir-les en una valors veritablement sostenibles.

En aquest sentit, els principals eixos d'actuació d'ICV-EUiA serien:

- 95.** Elaborar un **nou Pla Estratégic del Turisme de Catalunya** en què es traslladin a les polítiques públiques i es concertin amb els agents del sector els elements que permetin una **major sostenibilitat del model turístic català**.
- 96.** Impulsar **transformacions** en el sector turístic que n'afavoreixin la **descentralització territorial i estacional i que desenvolupin nous àmbits com el cultural**. Són canvis que han de produir una millora dels serveis i la qualitat de l'ocupació en el sector.
- 97.** En l'àmbit de la sostenibilitat ambiental, **la promoció de formes de consum turístic respectuoses amb el medi ambient s'ha de combinar** amb mesures correctores que passen, com en d'altres països, també per **una fiscalitat específica que gravi de forma proporcionada els impactes ambientals que genera**, a partir de l'estimació de la petjada ambiental que es produeix a cada indret.
- 98.** En l'àmbit de la sostenibilitat econòmica, cal treballar per una **major integració de l'oferta turística a totes les escales, incloent-hi les infraestructures que el fan possible (com ara els aeroports i l'oferta de transport públic)** per tal de facilitar un major repartiment dels impactes –positius i negatius- en el conjunt del territori.
- 99.** Reforçar els mitjans per a la millora de la qualitat del sector, principalment en l'àmbit de la **formació d'empresariat i treballadors i treballadores**, la col·laboració entre els diversos agents implicats i l'accent en la millora de l'experiència turística que s'ofereix a les persones visitants.
- 100.** En l'àmbit de la sostenibilitat social, adoptar el concepte de "capacitat de càrrega social" o capacitat d'acollida turística i fer -ne les corresponents estimacions per introduir mesures que ajudin a facilitar la convivència entre turistes i residents, així com promoure les fórmules de turisme just que incorporin una major participació de la ciutadania en l'acollida de visitants sense posar en perill les formes de vida de cada indret.



Un turismo de calidad

El turismo supone el 12% del PIB y el 14% del empleo en Cataluña, pero la intensificación de la competencia turística mundial, la aparición de nuevos destinos y el cambio de hábitos de consumo turístico, suponen dificultades y retos para el sector. Deben afrontarse haciendo atractiva Cataluña a nuevos clientes de países emergentes como Brasil, Rusia, India o China y incrementando en el sector el uso de tecnologías de la información y comunicación.

Por eso proponemos:

51. turismo

Fomentaremos que la administración turística esté presente en los organismos de gestión de las infraestructuras logísticas (puertos, aeropuertos, etc.), que son determinantes para la llegada de visitantes a Cataluña.

Plan de reconversión turística. Apoyaremos la transición desde el actual modelo de competencia en costes (sol y playa) hacia un modelo de turismo basado en la excelencia y la calidad.

Impulsaremos una marca catalana propia de alojamientos de turismo rural de calidad que permita la comercialización y promoción integrada promovida por la Administración Pública.