

ANTECEDENTS SOBRE TURISME SOSTENIBLE

L'Assemblea General de les Nacions Unides va aprovar la designació de l'any 2017 com **l'Any Internacional del Turisme Sostenible per al Desenvolupament** (A / RES / 70/193). La resolució promou una millor comprensió entre els diferents pobles, la participació en la presa d'una major consciència de la riquesa del patrimoni de les diferents civilitzacions i l'assoliment d'una millor apreciació dels valors inherents de les diverses cultures, contribuint així a l'enfortiment de la pau al món. La designació encoratja a tots els agents a aprofitar l'Any Internacional per promoure mesures a tots els nivells que donin suport al turisme sostenible com a forma de promoure i accelerar el desenvolupament sostenible, especialment l'eradicació de la pobresa.

Es tracta, doncs, d'una oportunitat única per ampliar la contribució del sector del turisme als tres pilars de la sostenibilitat (econòmic, social i ambiental).

En paraules de l'anterior Secretari general de les Nacions Unides, Ban Ki-moon: *"El turisme s'ha convertit en una poderosa força transformadora que té una influència decisiva en la vida de milions de persones. Les possibilitats del turisme d'incidir en el desenvolupament sostenible són considerables"*.

En el context de l'Agenda 2030 i els ODS, l'abast és universal, l'Any Internacional hauria de fomentar un canvi en les polítiques, les pràctiques d'empresa i el comportament dels consumidors per promoure un sector turístic més sostenible.

El # IY2017 posarà èmfasi en el paper del turisme en els cinc àmbits clau següents:

- (1) Creixement econòmic inclusiu i sostenible.
- (2) Inclusió social, ocupació i reducció de la pobresa.
- (3) Ús eficient dels recursos, protecció ambiental i canvi climàtic.
- (4) Valors culturals, diversitat i patrimoni.
- (5) Comprensió mútua, pau i seguretat.

Disposeu del document aprovat per les Nacions Unides a continuació.



Asamblea General

Distr. limitada
18 de noviembre de 2015
Español
Original: inglés

Septuagésimo período de sesiones

Segunda Comisión

Tema 20 del programa

Desarrollo sostenible

Albania, Alemania, Andorra, Antigua y Barbuda, Australia, Austria, Bahamas, Bangladesh, Barbados, Bélgica, Bhután, Bosnia y Herzegovina, Brunei Darussalam, Bulgaria, Cabo Verde, Canadá, Chad, Chile, China, Chipre, Colombia, Croacia, Cuba, Dinamarca, Dominica, Ecuador, Egipto, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Etiopía, Federación de Rusia, Fiji, Filipinas, Finlandia, Francia, Georgia, Granada, Grecia, Guinea-Bissau, Guyana, Haití, Hungría, Indonesia, Irlanda, Islas Marshall, Islas Salomón, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Kazajstán, Kenya, Kiribati, Letonia, Líbano, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Maldivas, Malta, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Micronesia (Estados Federados de), Mónaco, Mongolia, Montenegro, Myanmar, Nauru, Nicaragua, Nueva Zelandia, Países Bajos, Pakistán, Palau, Panamá, Papua Nueva Guinea, Paraguay, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República Democrática del Congo, República Dominicana, República Unida de Tanzania, Rumania, Rwanda, Saint Kitts y Nevis, Samoa, San Marino, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Serbia, Seychelles, Singapur, Sri Lanka, Sudán, Suecia, Suriname, Swazilandia, Tailandia, Tayikistán, Timor-Leste, Togo, Tonga, Túnez, Tuvalu, Ucrania, Uganda, Vanuatu, Viet Nam y Zimbabwe: proyecto de resolución revisado

Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, 2017

La Asamblea General,

Reafirmando sus resoluciones 53/199, de 15 de diciembre de 1998, y 61/185, de 20 de diciembre de 2006, relativas a la proclamación de años internacionales, y la resolución 1980/67 del Consejo Económico y Social, de 25 de julio de 1980, relativa a los años y aniversarios internacionales, en especial los párrafos 1 a 10 del anexo de esa resolución, referentes a los criterios convenidos para la proclamación de años internacionales, y los párrafos 13 y 14, en los que se establece que no debe proclamarse año alguno sin que se hayan hecho antes los arreglos básicos necesarios para su organización y financiación,



Recordando que el documento final de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, titulado “El futuro que queremos”¹, que la Asamblea General hizo suyo en su resolución 66/288, de 27 de julio de 2012, en el cual se reconoce, entre otras cosas, que el turismo bien concebido y bien gestionado puede hacer una contribución importante a las tres dimensiones del desarrollo sostenible, tiene vínculos estrechos con otros sectores y puede crear empleo decente y generar oportunidades comerciales,

Reafirmando su resolución 70/1, de 25 de septiembre de 2015, titulada “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, que incluye un conjunto amplio, de gran alcance y centrado en las personas de Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas conexas que son universales y transformativos, su compromiso de trabajar sin descanso a fin de conseguir la plena implementación de la Agenda a más tardar en 2030, su reconocimiento de que la erradicación de la pobreza en todas sus formas y dimensiones, incluida la pobreza extrema, es el mayor desafío a que se enfrenta el mundo y constituye un requisito indispensable para el desarrollo sostenible, y su compromiso de lograr el desarrollo sostenible en sus tres dimensiones —económica, social y ambiental— de forma equilibrada e integrada, aprovechando los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y procurando abordar los asuntos pendientes,

Reafirmando también su resolución 69/313, de 27 de julio de 2015, relativa a la Agenda de Acción de Addis Abeba de la Tercera Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo, que es una parte esencial de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la apoya y complementa, y contribuye a contextualizar las metas relativas a sus medios de implementación con políticas y medidas concretas, en la cual reiteró el firme compromiso político de hacer frente al problema de la financiación y de la creación de un entorno propicio a todos los niveles para el desarrollo sostenible, en un espíritu de alianza y solidaridad mundiales,

Recordando que el Programa de Acción en Favor de los Países Menos Adelantados para el Decenio 2011-2020 (Programa de Acción de Estambul)², aprobado por la Cuarta Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Países Menos Adelantados, que la Asamblea General hizo suyo en su resolución 65/280, de 17 de junio de 2011, respalda los esfuerzos de los países menos adelantados para desarrollar un sector turístico sostenible, en particular por medio del desarrollo de la infraestructura y el capital humano, y un mayor acceso a la financiación, a las redes del turismo mundial y a los canales de distribución,

Recordando también que en las Modalidades de Acción Acelerada para los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (Trayectoria de Samoa)³, aprobadas por la Tercera Conferencia Internacional sobre los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo, que la Asamblea General hizo suyas en su resolución 69/15, de 14 de noviembre de 2014, se reconoce que el turismo sostenible es un importante motor del crecimiento económico sostenible y la creación de empleos decentes,

¹ Resolución 66/288, anexo.

² *Informe de la Cuarta Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Países Menos Adelantados, Estambul (Turquía), 9 a 13 de mayo de 2011 (A/CONF.219/7)*, cap. II.

³ Resolución 69/15, anexo.

Recordando además que en la Declaración de Viena⁴ y el Programa de Acción de Viena en Favor de los Países en Desarrollo Sin Litoral para el Decenio 2014-2024⁵, aprobados en la Segunda Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Países en Desarrollo Sin Litoral, que la Asamblea General hizo suyos en su resolución 69/137, de 12 de diciembre de 2014, se reconoce que el turismo puede desempeñar una función importante en el fomento del sector económico, proporcionando empleos y generando ingresos en divisas,

Reafirmando la importancia de que se apoye la Agenda 2063 de la Unión Africana, así como su plan de acción decenal, en cuanto marco estratégico para asegurar una transformación socioeconómica positiva de África en los próximos 50 años, y el programa continental incorporado en las resoluciones de la Asamblea General de la Nueva Alianza para el Desarrollo de África, que promueve el turismo sostenible,

Recordando sus resoluciones 2148 (XXI), de 4 de noviembre de 1966, titulada “Año Internacional del Turismo”, 53/200, de 15 de diciembre de 1998, titulada “Proclamación del año 2002 Año Internacional del Turismo Ecológico”, 65/148, de 20 de diciembre de 2010, titulada “Código Ético Mundial para el Turismo”, 68/207, de 20 de diciembre de 2013, titulada “Turismo sostenible y desarrollo sostenible en Centroamérica”, y 69/233, de 19 de diciembre de 2014, titulada “Promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente”,

Tomando nota de la resolución aprobada por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo en su vigésima primera reunión, celebrada en Medellín (Colombia) del 12 al 17 de septiembre de 2015, sobre el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, 2017⁶,

Acogiendo con beneplácito los esfuerzos de la Organización Mundial del Turismo, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, la secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica y otros para promover el ecoturismo y el turismo sostenible en todo el mundo,

Acogiendo con beneplácito también la aprobación del marco decenal de los programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible en 2012, y la puesta en marcha del programa de turismo sostenible del marco, y alentando a que se siga ejecutando mediante proyectos de desarrollo de la capacidad e iniciativas para apoyar el turismo sostenible,

Reconociendo la importancia del turismo internacional y, en particular, de la designación de un año internacional del turismo sostenible para el desarrollo, para promover una mejor comprensión entre los pueblos en todas partes, conducir a que se tome una mayor conciencia del rico patrimonio de las diversas civilizaciones y crear una mejor apreciación de los valores inherentes a las diversas culturas, contribuyendo así al fortalecimiento de la paz en el mundo,

⁴ Resolución 69/137, anexo I.

⁵ *Ibid.*, anexo II.

⁶ Organización Mundial del Turismo, documento A/RES/653 (XXI).

Reconociendo también la importante función del turismo sostenible como instrumento positivo para erradicar la pobreza, proteger el medio ambiente, mejorar la calidad de vida y empoderar económicamente a las mujeres y los jóvenes, así como su contribución a las tres dimensiones del desarrollo sostenible, especialmente en los países en desarrollo,

1. *Decide* proclamar 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo;

2. *Invita* a la Organización Mundial del Turismo, teniendo presentes las disposiciones que figuran en el anexo de la resolución 1980/67 del Consejo Económico y Social, a que facilite la organización y la observancia del Año Internacional, en colaboración con los gobiernos, las organizaciones competentes del sistema de las Naciones Unidas, otras organizaciones internacionales y regionales y otros interesados pertinentes;

3. *Destaca* que los costos de todas las actividades que puedan derivarse de la aplicación de la presente resolución que sean distintas de las que se incluyen actualmente en el mandato del organismo coordinador deberán sufragarse mediante contribuciones voluntarias;

4. *Alienta* a todos los Estados Miembros, al sistema de las Naciones Unidas y a todos los demás agentes a que aprovechen el Año Internacional para promover medidas a todos los niveles, en particular mediante la cooperación internacional, y a que apoyen el turismo sostenible como forma de promover y acelerar el desarrollo sostenible, especialmente la erradicación de la pobreza;

5. *Solicita* a la Organización Mundial del Comercio, teniendo presentes las disposiciones de los párrafos 23 a 27 del anexo de la resolución 1980/67 del Consejo Económico y Social, que informe a la Asamblea General, en su septuagésimo tercer período de sesiones, informe sobre la aplicación de la presente resolución, proporcionando una evaluación detallada del Año Internacional.



Com a part fonamental d'aquesta necessària sensibilització sobre el turisme sostenible, l'Institut de Turisme Responsable posa en marxa la campanya **# TOURISM17**, una iniciativa des de la qual es pretén promoure la sostenibilitat no com a element estratègic dels agents turístics, sinó com un nou model de desenvolupament sobre el que s'ha d'apostar de manera decidida.

La campanya pretén conscienciar el major nombre possible de persones sobre la importància de conservar el nostre patrimoni social, cultural, ambiental. Sota el lema **#Tourism17**, es convida els viatgers a gravar-se en vídeo, fent 17 girs de 360º amb la càmera, en algun lloc on han anat de vacances i que creuen que s'hauria de preservar. L'objectiu és que el sector turístic contribueixi a la sostenibilitat, i també sensibilitzar sobre el respecte al medi ambient i la necessitat de practicar un turisme responsable. Vegeu el web de la campanya (<http://www.sustainabletourism2017.com/es/turismo-sostenible-2017/>) per a més informació.

Apropant-nos al nostre país, el turisme ha assolit un rol important en la societat catalana i l'experiència adquirida en aquest punt de maduresa turística, ha portat a Catalunya a perseguir nous reptes respecte el futur del turisme a Barcelona i a la resta de ciutats i pobles. El futur del turisme ha de prioritzar també la sostenibilitat econòmica, sociocultural i ambiental, i una relació equilibrada entre residents i visitants. Aquesta basa visió es basa en la definició de turisme responsable segons la Declaració de Cape Town (2002) i en la **Carta de turisme responsable de Barcelona** (2010) i el document *La visió del turisme responsable a Catalunya 2020: la Declaració de Barcelona* (annex) que proposa posar més èmfasi en la gestió dels impactes del turisme, la reducció de l'estacionalitat i l'increment d'ingressos, així com també una distribució més equitativa dels seus efectes positius i negatius, en especial que el control i la gestió dels impactes ambientals és crucial, no només per a la preservació del medi ambient, sinó també per a la subsistència del turisme mateix.

Catalunya s'adhereix a la proclamació de l'OMT i impulsa un model de turisme responsable, accessible, ambientalment sostenible i socialment inclusiu.

Catalunya treballa perquè les destinacions i empreses turístiques avancin amb pas ferm cap a un turisme sostenible i responsable i promou models de gestió responsable:

- Orientant sobre els diferents segells que permeten acreditar-ne la sostenibilitat
- Vetllant perquè cada vegada siguin més els espais i les destinacions accessibles per a tothom
- Conscienciant el sector turístic de la importància dels elements i efectes del canvi climàtic i de la implementació dels criteris de l'ecoeficiència als establiments
- Donant suport a aquelles iniciatives que persegueixin premiar les bones pràctiques en aquests àmbits

Del document *La visió del turisme responsable a Catalunya 2020: la Declaració de Barcelona* destaquem els següents apartats:

"3.1. Assumir la responsabilitat dels impactes ambientals del turisme

Tot i el reconeixement del turisme com a una activitat econòmica de rellevància i una eina excel·lent pel coneixement i respecte entre les diverses societats i cultures, hem d'acceptar que el turisme ha generat i encara genera impactes negatius en el medi ambient (per exemple, contribució al canvi climàtic, contaminació de l'aire, consum de recursos no renovables com ara el sòl, l'aigua i l'energia, degradació dels ecosistemes, etc.).

El control i gestió d'aquests impactes és crucial no només per la preservació del medi ambient sinó també per la subsistència del turisme.

Les qüestions principals per tal d'avançar són les següents:

1. **Planificació per la sostenibilitat** integrada i integral: en l'origen, en la destinació i en el viatge.
2. **Entendre i respectar les diverses capacitats de càrrega** (exemple: zones urbanes versus àrees naturals) per ajudar a la implementació dels plans i mesures de gestió dels visitants, incloent la imposició de límits de visitants quan sigui necessari.
3. **Participació i partenariat** de totes les parts interessades: gestionar el medi ambient amb responsabilitat compartida entre empreses, sector públic, turistes i residents a través de la participació comunitària.
4. **Minimitzar els impactes** comunicant informació mediambiental als turistes.
5. La promoció de la oferta turística ha d'incloure i prioritzar el "**màrqueting de la sostenibilitat**", incloent productes locals, la preservació del patrimoni natural i cultural, la cooperació i integració de les societats d'acollida i la contribució a la millora de la qualitat de vida local i al desenvolupament econòmic.
6. La **millora de les destinacions turístiques** ha d'equivaldre a la **millora de la qualitat de vida** de les societats d'acollida.
7. **Millor adequació de l'oferta i la demanda**, incloent aspectes com l'estacionalitat, per minimitzar l'excés de capacitat i les aglomeracions de persones.
8. **Animar les empreses a adoptar un enfocament de gestió i cura de la destinació** que vagi més enllà de les activitats d'RSE relacionades amb l'empresa, que impliqui les associacions veïnals i partenariats locals per maximitzar els beneficis locals de l'activitat turística.
9. Maximitzar l'ús de **tecnologia innovadora** per reduir els impactes ambientals, centrant-se en l'eficiència energètica i hídrica i les sinergies entre totes dues, així com la gestió dels residus i la contaminació de l'aire.

3.2. El paper dels governs en la planificació i gestió de destinacions

Cal reconèixer que la governança de les destinacions va més enllà de l'administració pública, i que per tant cal implicar-hi tots els actors rellevants en un treball col·laboratiu, transparent i amb un esperit de responsabilitat compartida per crear llocs millors per viure i per visitar.

Aquest fet requereix, per part de l'administració:

1. **Lideratge** en la planificació del turisme en col·laboració amb les parts interessades
2. **Identificar amb precisió tots els actors**, incloent-hi els que estan fora de l'activitat turística, i involucrar-los activament en la planificació i gestió del turisme a fi que els

diversos interessos i objectius siguin entesos i reconciliats en els plans per a proporcionar un benefici net per a la destinació.

3. **Involucrar totes les parts pertinents dels governs locals**, per exemple el transport, l'ordenació del territori, els serveis públics, etc., que afecten el turisme amb la finalitat de crear un enteniment mutu i forjar aliances.
4. Reunir els diferents grups d'interès i **facilitar la col·laboració en el desenvolupament de productes i el màrqueting. Donar oportunitat als habitants locals de participar en com es comercialitza la destinació.**
5. Que el govern local actuï com a **catalitzador i aporti capital llavor** per desenvolupar conjuntament amb el sector productes que abordin les llacunes de la demanda pel que fa a l'experiència d'una destinació i construeixin a partir de característiques autèntiques de la destinació.
6. **Col·laboració amb les institucions d'educació i formació** en la recerca, pràctiques en empresa i el desenvolupament professional continuat, per tal d'augmentar el coneixement sobre els impactes del turisme en les destinacions, trobar solucions per millorar la gestió dels impactes i millorar les habilitats per a l'anàlisi crítica i la innovació.
7. **Reconèixer i protegir els drets de les diferents parts interessades en el turisme:** ciutadans, turistes, empresaris, treballadors del sector turístic i inversors.
8. Reconèixer que el turisme és un sector de serveis caracteritzat per l'estacionalitat, el treball informal, l'ocupació a temps parcial i barreres d'accés a l'ocupació baixes. **Protegir els drets dels treballadors** de la indústria del turisme per unes condicions d'ocupació justes i participació en els beneficis.
9. Reconèixer els **turistes com a ciutadans temporals** i protegir el seu dret a estar fora de perill i no ser explotats.
10. **Avaluar la magnitud i l'impacte del turisme** més enllà de les mesures convencionals de l'arribada de visitants (quantitat). Posar major atenció a la qualitat dels turistes, el repartiment dels beneficis econòmics del turisme, i la millor comprensió dels impactes socioculturals per als ciutadans. Involucrar els residents per comunicar de manera transparent la informació sobre els impactes i les realitats del turisme. Treballar amb els ciutadans per trobar formes de superar els impactes negatius, com ara la congestió i les aglomeracions de persones, augmentar els beneficis per a l'entorn local immediat i estendre els beneficis cap a altres zones geogràfiques.
11. **Entendre els punts de vista i perspectives dels propis turistes.**
12. **Crear sistemes i processos per recopilar la informació pertinent.**
13. **Definir clarament els papers dels diferents actors en l'assoliment del Turisme Responsable**, reconeixent que la majoria dels impactes del turisme s'experimenten a nivell local i que els governs locals com a representants elegits pels residents locals són els més ben situats per planificar i gestionar el turisme a aquest nivell.

14. A través de la normativa relativa als criteris de funcionament i llicències urbanístiques i d'incentius financers i no financers, **atraure nous operadors que ajudin la destinació a crear millors destinacions per viure-hi i per visitar.**
15. **Aplicar les normes i sancions** relatives als criteris de funcionament i aportar orientació tècnica i suport per **influir en els operadors existents per ajudar a crear millors destinacions per viure -hi i per visitar.**
16. **Crear plans estratègics integrals, mantenir la coherència en l'execució, verificar posteriorment que els resultats estan en línia amb els objectius desitjats, i revisar les accions per respondre a la nova informació i realitats.**
17. **Comprometre's amb la implementació a llarg termini amb voluntat política i pressupostos adequats.**
18. Assegurar que les **intervencions siguin factibles i generin beneficis socioeconòmic amb equitat**, especialment per als grups d'interès locals.
19. Procurar que les **aspiracions de sostenibilitat dels plans estratègics es reflecteixin també en els plans de màrqueting i comunicació.**
20. Prendre en consideració **l'equilibri de diverses activitats econòmiques**, situant el turisme en la perspectiva de l'economia en el seu conjunt, crear vincles entre el turisme i altres activitats econòmiques a través de la innovació i d'iniciatives i acords de col·laboració.
21. Maximitzar el potencial del turisme per aprofitar oportunitats que vagin més enllà de les visites a curt termini, com ara les **inversions estrangeres en altres activitats econòmiques.**
22. **Governança de la Destinació:** garantir **l'autenticitat i la preservació de la destinació** i l'experiència turística. Posar els recursos en valor. L'objectiu s'eleva a facilitar la integració. Cercar una demanda més sensible, per atraure aquells segments que es volen.
23. Promoure una **estratègia de màrqueting conjunta centrada més en la qualitat** i menys en l'arribada de turistes.
24. **Assegurar l'enfocament cooperatiu en la planificació, gestió i promoció de la destinació** a través de diverses institucions i sectors privats. Implementar estratègies que donin **prioritat als contractes més responsables i sostenibles.**
25. **Com a responsabilitat de tots els actors, assegurar el diàleg permanent:** Cal que totes les parts interessades, públiques i privades, participin en l'objectiu comú d'aconseguir un turisme més responsable, acceptant la responsabilitat que correspon a cada persona.
26. **Coordinació i prosperitat col·lectiva** per a l'obtenció del benefici social i col·lectiu, preservant l'interès general del segment de mercat desitjat i garantint millors condicions

de vida per als treballadors, els empleats i les seves famílies. Aquest **nou model de turisme, més permeable, requereix una major comunicació entre les autoritats i els ciutadans.**

27. **Compromís amb la transparència** en el govern i l'administració dels impostos i la gestió dels impactes de l'activitat en la destinació.
28. **Encoratjar les empreses amb responsabilitat social** i un major compromís amb el seu negoci i l'entorn.

Disposeu d'informació al respecte a continuació.

La Visió 2020 pel Turisme Responsable de Catalunya: La Declaració de Barcelona

1. Preàmbul: Reconeixement de la trajectòria

- 1.1. La tradició turística de Catalunya es remunta a principis del segle XX. Posteriorment, el creixement massificat tant de la oferta com de la demanda en alguns punts de la costa durant els anys 60, i l'excursionista creixement degut a les olimpíades de l'any 1992, va posar Barcelona i Catalunya en el mapa internacional.
- 1.2. Malgrat ritmes diferents en el creixement turístic i, a vegades, insuficient planificació a mig i llarg termini de l'oferta respecte de la demanda, i en el context de canvis polítics, socials, culturals i econòmics, Catalunya ha assolit un lideratge natural en aquest camp. Gràcies als seus atractius, condicions de seguretat i desenvolupament econòmic, en aquests darrers anys, Catalunya s'ha consolidat com una de les principals regions turístiques del món amb més de 24,5 milions d'arribades de turistes al 2012. El turisme conforma a dia d'avui al voltant del 11 % del PIB de Catalunya i genera al voltant de 400.000 llocs de treball.
- 1.3. S'ha de tenir en compte que el turisme ha estat utilitzat com a plataforma per projectar-se al món. L'eix central, doncs, de les polítiques turístiques ha estat la promoció. Durant el Fòrum de les Cultures que va tenir lloc a Barcelona l'any 2004, ja es va fer una reflexió sobre el turisme i la sostenibilitat. Encara avui en dia, les seves conclusions i reflexions alimenten el debat sobre el turisme. Barcelona i Catalunya han gaudit d'un augment de visitants i beneficis provinents del turisme. Els darrers anys s'ha gestionat el turisme de forma activa a la ciutat, província i país al reconèixer que el creixement turístic ha ocasionat efectes tant positius com negatius al territori i que, per aquest motiu, ha estat necessària una nova fase de desenvolupament turístic.
- 1.4. Aquesta nova fase ha reforçat els trets identitaris del territori. La diferenciació permet treballar a nivell territorial el turisme, estenent-lo més enllà dels límits de la ciutat per contribuir a minimitzar els impactes negatius, com ara la concentració en determinats punts i redistribuir els beneficis en el territori, promovent la sostenibilitat i la participació comunitària.
- 1.5. A dia d'avui, per a Catalunya continua essent important el nombre de visitants però reconeix que s'ha de posar menys èmfasi en només un nombre creixent

d'arribades i el major èmfasi en la gestió del turisme; la reducció de l'estacionalitat i l'augment d'ingressos així com una distribució més equitativa dels efectes positius i negatius.

1.6. La diversitat del territori i el compromís del sector públic i privat creen un element afegit en la promoció d'un turisme que reconeix la singularitat i el patrimoni cultural local, tractant d'assegurar que el turisme s'ajusti millor a les necessitats de Catalunya per tal de garantir la sostenibilitat i la participació de la comunitat local.

1.7. Per aquestes raons, la importància del turisme ha portat recentment al desenvolupament de plans estratègics i de màrqueting per part de les diferents autoritats de turisme de Catalunya, per ordenar el turisme i, especialment, repensar el model de turisme que Catalunya vol i necessita.

1.8. En els darrers anys els catalans han treballat intensament amb la voluntat de consolidar Catalunya i Barcelona com una destinació turística posicionada, gestionada per persones amb un profund compromís i vitalitat, centrant-se en la millora de la qualitat de l'espai públic, els recursos i els serveis turístics.

1.9. Tota aquesta tasca ha estat reconeguda amb diverses certificacions que donen continuïtat al compromís vers el turisme sostenible. Un bon exemple d'això en seria la certificació Biosphere World Class Destination (2011) atorgada a la ciutat de Barcelona, que recull el conjunt de criteris del Global Sustainable Tourist Council, i la Carta Europea de Turisme Sostenible a diferents parcs naturals de Catalunya.

2. La Visió de Catalunya per al 2020 és de Creixement sostenible amb participació comunitària:

2.1. El turisme ha assolit un rol important en la societat catalana i l'experiència adquirida en aquest punt de maduresa turística, ha portat a Catalunya a perseguir nous reptes respecte el futur del turisme a Barcelona i a Catalunya. La nova visió

- es basa en la definició de Turisme Responsable de la Declaració de Cape Town (2002) i en la Carta de Turisme Responsable, de Barcelona (2010)
- respecta el desenvolupament de Barcelona i Catalunya
- equilibra la relació entre residents i visitants

- prioritza la sostenibilitat econòmica, sociocultural i ambiental

2.2. Les següents etapes són:

- assegurar el consens entre els actors per tal de planificar el turisme més enllà del cicle polític. Catalunya reconeix la necessitat d'una estratègia consistent de gestió de la destinació.
- canviar la prioritat del màrqueting i la promoció cap a la governança.
- exercir un lideratge basat en la promoció de la complicitat dels residents per assegurar que els seus interessos són respectats
- distribuir el turisme de manera més uniforme en el territori i la societat
- garantir a llarg termini la sostenibilitat econòmica, sociocultural i ambiental del turisme al territori

2.3. El repte de Catalunya:

Per part de les institucions hi ha voluntat d'aprofundir en totes les dimensions del turisme, especialment en la seva viabilitat de futur, i d'aquest interès neix la reflexió de fons de la 7^a Conferència Internacional de Turisme Responsable en Destinacions que es concreta en un seguit de principis:

- a) El que es bo pel ciutadà és bo per al turisme. Els llocs que són bons per viure, són bons per visitar. Els esforços es concentraran en millorar la qualitat de vida dels ciutadans, gestionant la fricció entre residents i visitants, fomentant el diàleg i la interacció entre visitant i resident.
- b) Descobrir Catalunya requereix fonamentar-se en la riquesa dels valors locals per expressar la pròpia realitat, posant en valor les experiències més genuïnes i autèntiques dels territoris, amb la seva població, evitant els estereotips i acotant el producte.
- c) El turista que Catalunya vol atraure és aquell responsable i respectuós amb el medi, la societat i la cultura local, desitjós de descobrir i compartir experiències.
- d) Amb l'objectiu comú de fer del turisme a Catalunya una eina de dinamització social, econòmica i ambiental per assolir les aspiracions del turisme responsable, es requereix la coordinació, comunicació i treball conjunt de les diverses administracions i els sectors implicats.

3. Conclusions de la 7ª Conferència Internacional de Turisme Responsable en Destinacions

Aquesta secció de la Declaració presenta els resultats dels grups de treball. Reconeixent que la llista de mesures no és exhaustiva, sinó un indicador del camí a seguir per a millorar el turisme i fer una realitat el Turisme Responsable a Catalunya, aquestes recomanacions es tindran en compte per a la seva inclusió en l'estratègia turística de Catalunya i els plans que la desenvolupen.

Es presenten cinc grups de conclusions que reflecteixen el treball realitzat pels participants de la conferència en els grups de treball durant l'RTD7. Les conclusions representen l'opinió de les persones que van participar en els panells i grups de treball i no poden ser enteses com la representació de les opinions dels socis organitzadors de la Conferència RTD7. Els resultats dels grups no han estat modificats i es presenten aquí, juntament amb algunes conclusions addicionals formulades a la plenària de la conferència i pertinents al tema.

3.1. Assumir la responsabilitat dels impactes ambientals del turisme

Tot i el reconeixement del turisme com a una activitat econòmica de rellevància i una eina excel·lent pel coneixement i respecte entre les diverses societats i cultures, hem d'acceptar que el turisme ha generat i encara genera impactes negatius en el medi ambient (per exemple, contribució al canvi climàtic, contaminació de l'aire, consum de recursos no renovables com ara el sòl, l'aigua i l'energia, degradació dels ecosistemes, etc.).

El control i gestió d'aquests impactes és crucial no només per la preservació del medi ambient sinó també per la subsistència del turisme. Les qüestions principals per tal d'avançar són les següents:

1. **Planificació per la sostenibilitat** integrada i integral: en l'origen, en la destinació i en el viatge.
2. **Entendre i respectar les diverses capacitats de càrrega** (exemple: zones urbanes versus àrees naturals) per ajudar a la implementació dels plans i mesures de gestió dels visitants, incloent la imposició de límits de visitants quan sigui necessari.
3. **Participació i partenariat** de totes les parts interessades: gestionar el medi ambient amb responsabilitat compartida entre empreses, sector públic, turistes i residents a través de la participació comunitària.
4. **Minimitzar els impactes** comunicant informació mediambiental als turistes.

5. La promoció de la oferta turística ha d'incloure i prioritzar el **“màrqueting de la sostenibilitat”**, incloent productes locals, la preservació del patrimoni natural i cultural, la cooperació i integració de les societats d'acollida i la contribució a la millora de la qualitat de vida local i al desenvolupament econòmic.
6. La **millora de les destinacions turístiques** ha d'equivaldre a la **millora de la qualitat de vida** de les societats d'acollida.
7. **Millor adequació de l'oferta i la demanda**, incloent aspectes com l'estacionalitat, per minimitzar l'excés de capacitat i les aglomeracions de persones.
8. **Animar les empreses a adoptar un enfocament de gestió i cura de la destinació** que vagi més enllà de les activitats d'RSE relacionades amb l'empresa, que impliqui les associacions veïnals i partenariats locals per maximitzar els beneficis locals de l'activitat turística.
9. Maximitzar l'ús de **tecnologia innovadora** per reduir els impactes ambientals, centrant-se en l'eficiència energètica i hídrica i les sinergies entre totes dues, així com la gestió dels residus i la contaminació de l'aire.

3.2. El paper dels governs en la planificació i gestió de destinacions

Cal reconèixer que la governança de les destinacions va més enllà de l'administració pública, i que per tant cal implicar-hi tots els actors rellevants en un treball col·laboratiu, transparent i amb un esperit de responsabilitat compartida per crear llocs millors per viure i per visitar.

Aquest fet requereix, per part de l'administració:

1. **Lideratge** en la planificació del turisme en col·laboració amb les parts interessades
2. **Identificar amb precisió tots els actors**, incloent-hi els que estan fora de l'activitat turística, i involucrar-los activament en la planificació i gestió del turisme a fi que els diversos interessos i objectius siguin entesos i reconciliats en els plans per a proporcionar un benefici net per a la destinació.
3. **Involucrar totes les parts pertinents dels governs locals**, per exemple el transport, l'ordenació del territori, els serveis públics, etc., que afecten el turisme amb la finalitat de crear un enteniment mutu i forjar aliances.
4. Reunir els diferents grups d'interès i **facilitar la col·laboració en el desenvolupament de productes i el màrqueting. Donar oportunitat als habitants locals de participar en com es comercialitza la destinació.**

5. Que el govern local actuï com a **catalitzador i aporti capital llavor** per desenvolupar conjuntament amb el sector productes que abordin les llacunes de la demanda pel que fa a l'experiència d'una destinació i construeixin a partir de característiques autèntiques de la destinació.
6. **Col·laboració amb les institucions d'educació i formació** en la recerca, pràctiques en empresa i el desenvolupament professional continuat, per tal d'augmentar el coneixement sobre els impactes del turisme en les destinacions, trobar solucions per millorar la gestió dels impactes i millorar les habilitats per a l'anàlisi crítica i la innovació.
7. **Reconèixer i protegir els drets de les diferents parts interessades en el turisme:** ciutadans, turistes, empresaris, treballadors del sector turístic i inversors.
8. Reconèixer que el turisme és un sector de serveis caracteritzat per l'estacionalitat, el treball informal, l'ocupació a temps parcial i barreres d'accés a l'ocupació baixes. **Protegir els drets dels treballadors** de la indústria del turisme per unes condicions d'ocupació justes i participació en els beneficis.
9. Reconèixer els **turistes com a ciutadans temporals** i protegir el seu dret a estar fora de perill i no ser explotats.
10. **Avaluar la magnitud i l'impacte del turisme** més enllà de les mesures convencionals de l'arribada de visitants (quantitat). Posar major atenció a la qualitat dels turistes, el repartiment dels beneficis econòmics del turisme, i la millor comprensió dels impactes socioculturals per als ciutadans. Involucrar els residents per comunicar de manera transparent la informació sobre els impactes i les realitats del turisme. Treballar amb els ciutadans per trobar formes de superar els impactes negatius, com ara la congestió i les aglomeracions de persones, augmentar els beneficis per a l'entorn local immediat i estendre els beneficis cap a altres zones geogràfiques.
11. **Entendre els punts de vista i perspectives dels propis turistes.**
12. **Crear sistemes i processos per recopilar la informació pertinent.**
13. **Definir clarament els papers dels diferents actors en l'assoliment del Turisme Responsable,** reconeixent que la majoria dels impactes del turisme s'experimenten a nivell local i que els governs locals com a representants elegits pels residents locals són els més ben situats per planificar i gestionar el turisme a aquest nivell.
14. A través de la normativa relativa als criteris de funcionament i llicències urbanístiques i d'incentius financers i no financers, **atraure nous operadors que ajudin la destinació a crear millors destinacions per viure-hi i per visitar.**

15. **Aplicar les normes i sancions** relatives als criteris de funcionament i aportar orientació tècnica i suport per **influir en els operadors existents per ajudar a crear millors destinacions per viure -hi i per visitar.**
16. **Crear plans estratègics integrals, mantenir la coherència en l'execució, verificar posteriorment que els resultats estan en línia amb els objectius desitjats, i revisar les accions per respondre a la nova informació i realitats.**
17. **Comprometre's amb la implementació a llarg termini amb voluntat política i pressupostos adequats.**
18. Assegurar que les **intervencions siguin factibles i generin beneficis socioeconòmic amb equitat**, especialment per als grups d'interès locals.
19. Procurar que les **aspiracions de sostenibilitat dels plans estratègics es reflecteixin també en els plans de màrqueting i comunicació.**
20. Prendre en consideració **l'equilibri de diverses activitats econòmiques**, situant el turisme en la perspectiva de l'economia en el seu conjunt, crear vincles entre el turisme i altres activitats econòmiques a través de la innovació i d'iniciatives i acords de col·laboració.
21. Maximitzar el potencial del turisme per aprofitar oportunitats que vagin més enllà de les visites a curt termini, com ara les **inversions estrangeres en altres activitats econòmiques.**
22. **Governança de la Destinació:** garantir **l'autenticitat i la preservació de la destinació** i l'experiència turística. Posar els recursos en valor. L'objectiu s'eleva a facilitar la integració. Cercar una demanda més sensible, per atreure aquells segments que es volen.
23. Promoure una **estratègia de màrqueting conjunta centrada més en la qualitat** i menys en l'arribada de turistes.
24. **Assegurar l'enfocament cooperatiu en la planificació, gestió i promoció de la destinació** a través de diverses institucions i sectors privats. Implementar estratègies que donin **prioritat als contractes més responsables i sostenibles.**
25. **Com a responsabilitat de tots els actors, assegurar el diàleg permanent:** Cal que totes les parts interessades, públiques i privades, participin en l'objectiu comú d'aconseguir un turisme més responsable, acceptant la responsabilitat que correspon a cada persona.
26. **Coordinació i prosperitat col·lectiva** per a l'obtenció del benefici social i col·lectiu, preservant l'interès general del segment de mercat desitjat i garantint millors condicions de vida per als treballadors, els empleats i les seves famílies. Aquest **nou model de turisme, més permeable, requereix una major comunicació entre les autoritats i els ciutadans.**
27. **Compromís amb la transparència** en el govern i l'administració dels impostos i la gestió dels impactes de l'activitat en la destinació.

28. **Encoratjar les empreses amb responsabilitat social** i un major compromís amb el seu negoci i l'entorn.

3.3. El sentit del lloc: les comunitats locals, la responsabilitat i l'experiència del visitant

Les destinacions són el lloc en què es desenvolupa el turisme. **El sentit del lloc està en el centre del turisme responsable**; contribueix a la identitat, l'orgull i la vinculació amb el lloc del resident i al mateix temps millora les experiències dels visitants. És però un tema complex amb diversos significats de per a diferents persones.

Les persones prenen afecció als llocs i els transformen progressivament perquè siguin els seus. Aquest fet pot canviar el caràcter d'un lloc amb el temps i transformar les percepcions respecte a les que en tenen les generacions més grans. **Els llocs estan en constant evolució perquè són dinàmics.**

Al sentit del lloc s'inclouen aspectes relacionats amb la història, el patrimoni i la cultura integrant l'entorn natural, la literatura, l'art i la gastronomia.

Quins són els problemes i per què són importants:

1. El sentit del lloc és important per als ciutadans i també garanteix una experiència vital per als visitants: encaixa amb una tendència actual a buscar experiències úniques i autèntiques i encoratja les visites repetides. Cal, però, **equilibrar el desig d'autenticitat amb la necessitat de controlar o evitar impactes derivats del turisme.**
2. La imatge i la marca d'una destinació poden contribuir a un sentit del lloc que pot ser un avantatge comercial competitiu. El sentit del lloc es pot formar abans que els potencials visitants iniciïn el viatge. **Els turistes, ciutadans i mitjans de comunicació contribueixen a formar la imatge i en són solidàriament responsables.**
3. Sovint una destinació és més que les primeres suposicions, i les percepcions evolucionen i canvien amb el temps.
4. **Reforçar el sentit del lloc té com a objectiu reduir la desvinculació del ciutadà i l'alienació dels seus barris.**
5. **La interacció ciutadà-visitant és fonamental per a la formació d'una comprensió dels impactes socioculturals del turisme i la manera de gestionar-los.** Tanmateix, aquesta interacció poques vegades és gestionada de forma activa i l'oportunitat es perd. La intervenció pot crear experiències riques que poden crear millors vacances i retorn de visitants.

6. **El ritme de canvi d'una destinació pot provocar reaccions negatives entre habitants locals i visitants.** És important involucrar la població local per parlar de com els seus llocs podrien o haurien d'evolucionar.
7. La retenció d'un sentit del lloc és beneficiosa per a ciutadans, visitants i empreses: **la creació d'un lloc millor per viure-hi i treballar crea un lloc millor per visitar.**
8. **Totes les parts interessades han de ser incloses** en els processos de planificació i de gestió que tenen per objectiu reconèixer, desenvolupar i "gestionar" el(s) sentit(s) del lloc, però **cal prioritzar les perspectives de les comunitats d'acollida.**
9. La **integració del sentit de lloc als processos i estratègies de gestió** existents és fonamental.
10. **El sentit del lloc i l'associació amb un lloc es poden crear a través de les narracions, a través de la reactivació del patrimoni o de la cultura i poden permetre als residents redescobrir o promoure la seva història.**
11. Un primer pas vital per a qualsevol pla d'acció és entendre què és el que crea el sentit de lloc en la destinació; esbrinar el que és important per als residents i el que és atractiu o interessant per als visitants: **identificar els interessos comuns i els possibles impactes/tensions.**
12. Es poden prendre **mesures pràctiques per comprendre i gestionar la interacció entre amfitrions i visitants, aprenent de les experiències d'altres destinacions a tot el món.** Aquests aprenentatges poden incloure:
 - Desenvolupament de productes
 - * Interpretació
 - La pràctica del màrqueting responsable
 - Capacitació i suport per als guies i empreses
 - Participació de la comunitat
 - Mesura i seguiment
13. Aquestes **accions pràctiques i els processos de gestió han de ser capturats en un pla d'acció per tal d'identificar els responsables de cada acció acordada.**
 - Resiliència (diversificació de productes, estacionalitat, ofertes, etc.)
 - Retenció del client, fidelització, millora de l'experiència del visitant.
 - Millorar la destinació amb la participació de tots.
 - Garantir que el turista pugui satisfer les experiències en un conjunt de destins propers i connectats del territori requereix enfortir la regularització i implantar estratègies de desconcentració de l'activitat turística que alhora milloren la sostenibilitat econòmica de l'activitat.

3.3. L'ampliació de la participació social en el turisme: accés per a tothom.

Tota persona té dret al descans i al lleure que li permeti desenvolupar plenament les diverses facetes de la seva personalitat i la seva integració social. El dret al turisme és, sens dubte, una expressió concreta d'aquest dret general, existeix el desig de fer-lo universal i accessible a tothom.

Fomentar el **turisme inclusiu com a millora de l'accessibilitat per als grups amb discapacitat (física, sensorial o intel·lectual) i el turisme social obert als grups amb restriccions econòmiques o dificultats geogràfiques.**

Participació Social en el Turisme

1. **Fomentar el desenvolupament de les iniciatives locals** de turisme que portaran oportunitats de subsistència a les persones que viuen a Catalunya.
2. **Promoure la importància de les tradicions i cultures locals** com a producte diferenciador que fa única Catalunya.
3. **Reconèixer les empreses i organitzacions que exerceixen el seu paper en l'ús i la promoció dels productes locals i en assegurar prosperitat de l'entorn de la destinació i l'economia local;** subministrar tots els ingredients que fan les vacances especials a dia d'avui, i en els propers anys.
4. **Ajuda a finançar la conservació del patrimoni natural i cultural, i proporcionar als visitants experiències agradables i d'alta qualitat** mitjançant la participació en experiències de turisme sostenible millorades tant per als amfitrions com per als hostes.
5. **Promoure la formació i l'ocupació de les persones vulnerables i desfavorides en empreses turístiques.**

Accessibilitat : Turisme per a Tothom

1. **Compromís ferm amb la inclusió social de les persones amb discapacitat, oferint-los serveis i formació** que garanteixin l'accessibilitat a tots els àmbits de la vida i que els permetin desenvolupar-se amb autonomia i participar activament en el seu entorn.
2. Promoure el "**Turisme per a tothom**" com a acció per a l'**accessibilitat universal** dels recursos naturals i culturals, l'esport, les comunicacions, els esdeveniments, etc.
3. **Eliminació progressiva de barreres arquitectòniques** en els diferents àmbits, com ara carreteres, edificis públics, el transport i les comunicacions.

4. La indústria del turisme i les parts interessades han de tenir la responsabilitat d'aplicar o **donar suport a programes i accions que garanteixin l'accés a tots els turistes, reconeixent el potencial d'aquest segment de mercat com una oportunitat de negoci** i un mitjà per contribuir al desenvolupament econòmic i social.
5. Les activitats de turisme social s'han de caracteritzar per oferir una **cura especial a la qualitat total**, tant en termes d'instal·lacions com del servei del personal.
6. El grup recomana encaridament que el **monitoratge, avaluació i la presentació d'informes** es converteixi en part de la declaració global.

3.4. La gestió del turisme de creuers en el Mediterrani

1. **La naturalesa del producte de creuers.** La indústria dels creuers ha ajudat a complir amb els drets vinculats a l'accés als viatges. No obstant això, el creixement de la indústria dels creuers pot ser resultat del fet que els clients no paguin el cost real dels serveis rebuts, que es paguen com a externalitats per les destinacions visitades. Un **producte sostenible internalitza els seus impactes, i una indústria responsable reconeix aquesta necessitat.**
2. **Disseny de producte sostenible.** Els creuers i els serveis relacionats han de ser dissenyats amb criteris de sostenibilitat. Entre d'altres, cal **incloure l'eficiència ambiental i mesures de protecció, treball just i condicions dels proveïdors, incorporades en el disseny del producte i dels contractes.** Els proveïdors més vulnerables són els que pateixen més.
3. **Gestió de la cadena de proveïdors.** Hem de reconèixer que la majoria d'impactes ocults es produeixen a través de la subcontractació i en les cadenes de subministrament. Els **criteris ambientals i socioeconòmics han de ser incorporats per als proveïdors de béns i serveis a creuers i excursions en terra.** Això ha de tenir en compte la capacitat d'aquests proveïdors i incloure mesures per desenvolupar els proveïdors que beneficiïn l'economia local, oferint sempre que sigui possible visites o excursions que fomentin la cultura local i ajudin a protegir maneres de viure tradicionals aportant a la destinació una font d'ingressos.
4. **Planificació i gestió integrada de la sostenibilitat.** L'escala dels efectes positius i negatius d'empreses de creuers i empreses proveïdores significa que la col·laboració amb les destinacions és essencial. Més enllà de centrar-se en l'eficiència i eficàcia de les operacions, en la planificació de l'ús del sòl i dels recursos marins, i en la gestió dels fluxos de clients, ha de considerar els impactes negatius no evidents. **La introducció de noves normes i pràctiques requerirà la col·laboració de tot el sector.**

5. **Transparència.** Destins, ports, empreses de creuers i proveïdors tenen la responsabilitat ètica de **desenvolupar sistemes d'informació públics que vagin més enllà dels requisits legals.** Dir que la seva contribució és crear llocs de treball i generar ingressos no és suficient. **Cal acordar els criteris i metodologies de presentació d'informes per incrementar la capacitat d'aprendre els uns dels altres i col·laborar en les millors pràctiques.**
6. **El flux de passatgers que visiten el centre de la ciutat ha de ser gestionat de manera responsable per evitar les aglomeracions de persones, la degradació dels recursos i l'espai i el desplaçament de la població local.**

Nosaltres, els participants en l'organització de la conferència reconeixem que el turisme ha contribuït en gran mesura al desenvolupament de Barcelona i Catalunya, i que la majoria de la població de la ciutat i del país està orgullosa de viure aquí. Experiències turístiques més enriquidores poden contribuir a crear nous mitjans de vida, noves activitats culturals i de lleure i nous equipaments per la població local, enriquint les experiències tant del visitant com del resident.

El turisme d'experiències pot ser compartit entre el turista nacional i internacional, els treballadors i els habitants de la destinació.

Agraïm la contribució de tots els assistents en el debat i formulació d'aquesta Declaració Final de la conferència **“La visió pel Turisme Responsable de Catalunya 2020: La declaració de Barcelona”** en la que el sector públic i privat relacionat amb el turisme ha acordat certs criteris, directrius i compromisos a implementar pel futur desenvolupament del turisme en el nostre territori. Un turisme en pro de l'impuls de “millors llocs per viure, i en conseqüència, millors llocs per visitar”, valorant al resident, l'entorn i el ciutadà en trànsit.

Ha estat molt enriquidor escoltar experts internacionals debatre els 5 temes de la conferència i ens comprometem a treballar, juntament amb la resta d'actors envers la responsabilitat econòmica, social i mediambiental del turisme en el nostre territori-volem utilitzar el turisme, no ser utilitzats pel turisme. Reconeixem que aquest camí no serà fàcil, però amb el compromís i acció de cada un dels implicats en aquests propers anys, esperem explicar en futures conferències els reptes i progressos realitzats a partir d'aquesta declaració.

Esperem participar en les futures edicions de Conferències Internacionals de Turisme Responsable i compartir la nostra experiència en fer el turisme més responsable.



Tota aquesta tasca ha estat reconeguda amb diverses **certificacions** que donen continuïtat al compromís vers el turisme sostenible.

Un bon exemple d'això en seria la **certificació Biosphere** World Class Destination atorgada a les ciutats de Barcelona i Sitges, i a Catalunya i a la Vall d'Aran en conjunt, que permeten fer visible l'aposta per un model de turisme responsable, ambientalment sostenible, socialment inclusiu i universalment accessible.

La certificació Biosphere es recolza en estàndards basats en els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU integrats en l'Agenda 2030, seguint les directrius i recomanacions emanades de la Carta Mundial de Turisme Sostenible + 20 proclamada a la Segona Cimera Mundial de Turisme sostenible, un esdeveniment patrocinat per la COP21, la UNESCO, l'OMT i el PNUMA.

Catalunya, Sitges, Vall d'Aran i Barcelona han rebut aquest certificació

Disposeu d'informació al respecte a continuació.



També n'és un bon exemple la **Carta Europea de Turisme Sostenible** (CETS) a diferents parcs naturals de Catalunya (Montseny, Montsant, Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter, Zona Volcànica de la Garrotxa, Delta de l'Ebre, Sant Llorenç del Munt i l'Obac).

La Carta és una acreditació d'àmbit europeu que certifica que el desenvolupament del turisme en un territori es realitzarà de forma sostenible d'acord amb els objectius de la Carta i és una proposta per avançar de manera efectiva en els principis del turisme sostenible en els espais naturals protegits: a través del foment del coneixement i el suport als espais naturals protegits, que representen una part fonamental del nostre patrimoni natural i cultural, i que per això s'han de conservar per al gaudi de les generacions actuals i futures; i mitjançant la orientació cap a la sostenibilitat de la gestió i el desenvolupament turístic dels espais protegits, és a dir, fer compatible la conservació dels valors del territori amb la satisfacció de les aspiracions dels empresaris, les expectatives dels visitants i les necessitats de la població local.

Disposeu d'informació al respecte a continuació.

Control de la freqüentació turística

Coneixement dels fluxos de visitants

L'empresa participarà en els treballs d'anàlisi i de seguiment dels fluxos de visitants en l'espai i durant el temps que gestioni l'espai protegit. Participarà, especialment, en la realització dels baròmetres de l'activitat turística al territori. Aquesta acció li permetrà, entre altres coses, mesurar la repercussió dels seus esforços de comunicació i promoció.

Canalització dels fluxos de visitants

L'empresa turística s'esforçarà a orientar els seus visitants vers els llocs menys sensibles del territori. Recomandarà els itineraris i camins turístics que afavoreixin un millor repartiment dels visitants a l'espai. També encoratjarà els seus clients perquè hi vagin en períodes de baixa freqüentació, al mateix temps que s'esforçarà a promoure l'espai protegit.

Control dels transports

S'encoratjarà als clients a utilitzar al màxim els transports públics o a descobrir l'espai protegit en bicicleta o a peu o per altres mitjans no contaminants. Aquesta política s'aplicarà tant a l'accés a l'establiment turístic com als desplaçaments dins l'espai protegit.

Gestió i integració dels equipaments turístics

Quan es duguin a terme treballs d'ampliació, renovació o condicionament dels edificis, l'empresa turística s'assegurarà de respectar els volums, l'estil arquitectònic local, els materials i la integració a l'entorn. Quant a les noves construccions, es donarà prioritat a la rehabilitació del patrimoni ja edificat. En tots els casos, el condicionament i la construcció de nous equipaments serà fruit d'un diàleg amb l'autoritat responsable de l'espai protegit.

4. Validar l'estratègia i el programa d'accions

L'empresa sotmetrà la seva estratègia i el seu programa d'accions a la Comissió Europea d'Avaluació, la qual determinarà la qualitat del projecte. A més, rebrà la visita d'un expert en turisme sostenible encarregat d'avaluar la qualitat de la seva candidatura.

L'empresa haurà d'estar situada en un espai protegit signatari de la Carta europea del turisme sostenible.

L'estratègia i el programa d'accions hauran de donar resposta a les exigències fixades per la Carta i ser coherents amb l'estratègia del territori. S'hauran de presentar segons els models que acompanyen la Carta europea del turisme sostenible als espais protegits.

El contracte de compromís de l'empresa turística serà signat per l'empresa, l'autoritat que gestiona l'espai protegit i la comissió europea d'avaluació.

5. Avaluar els resultats de l'estratègia

L'empresa es compromet a fer un seguiment i avaluar els resultats de la seva estratègia i del seu programa d'accions mitjançant un instrument de control anual que s'ha de trametre a l'espai protegit. Es compromet, també, a distribuir sistemàticament un qüestionari de satisfacció entre els clients, els resultats del qual es remetrà a la Comissió Europea d'Avaluació. Si no es respecta la Carta, la Comissió Europea d'Avaluació hi enviarà un expert. L'empresa es compromet a rebre i en les millors condicions i a facilitar la seva missió al seu establiment.

6. Renovar l'adhesió a la Carta

Per renovar l'adhesió a la Carta, cal seguir el mateix procediment que a la primera adhesió. Tindrà una periodicitat de tres anys.

EL TURISME SOSTENIBLE PER ALS ORGANITZADORS DE VIATGES CAP ALS ESPAIS PROTEGITS I EN EL SEU INTERIOR

Cada vegada hi ha més organitzadors de viatges que proposen circuits de descobriment dels espais protegits. D'aquesta manera, confirmen la seva voluntat de promoure una nova manera de viatjar i de descobrir els entorns naturals, la fauna o la flora.

Aquests viatges, limitats de manera voluntària a grups de 12 a 15 persones, donen prioritat a trobades de qualitat amb els habitants dels llocs visitats. Són el fruit d'homes i dones apassionats per la natura, amb ganes de fer-la descobrir i comunicar els seus coneixements sobre el món dels espais protegits.

En adherir-se a la Carta, el responsable de l'empresa organitzadora de viatges es compromet a adoptar una nova ètica del turisme i contribuir, d'aquesta manera, al desenvolupament turístic sostenible dels territoris que inclou al programa. La seva acció s'orienta cap a una millor satisfacció del seus clients, el respecte dels quals pel medi ambient i les cultures, així com per la reducció de la repercussió de les seves activitats, és una preocupació creixent.

La Carta permet que l'empresa organitzadora de viatges:

- obtingui una distinció europea
- desenvolupi noves oportunitats comercials per:
 - accedir a una nova clientela europea molt sensible a les qüestions mediambientals,
 - proposar una oferta que satisfaci els nous clients europeus,
 - establir una col·laboració amb els organitzadors de viatges d'altres països,
- reforci la qualitat de la seva oferta turística mitjançant:
 - un 'acolliment més ben organitzat als espais protegits que inclou al seu programa,
 - la intervenció dels actors locals en els seus viatges,
 - el suport de l'espai protegit a l'elaboració dels seus productes, (identificació dels llocs, disponibilitat del personal de l'espai protegit, ajuda a identificar les personalitats locals que poden intervenir durant l'estada...).
- augmenti la satisfacció dels visitants mitjançant:
 - el seu compromís formal a favor del desenvolupament turístic sostenible dels espais protegits,
 - l'elecció de petits grups i d'un acompanyant de qualitat.

Avantatges per als organitzadors de viatges

La Carta permet que l'empresa organitzadora de viatges:

- obtingui una distinció europea
- desenvolupi noves oportunitats comercials per:
 - accedir a una nova clientela europea molt sensible a les qüestions mediambientals,
 - proposar una oferta que satisfaci els nous clients europeus,
 - establir una col·laboració amb els organitzadors de viatges d'altres països,
- reforci la qualitat de la seva oferta turística mitjançant:
 - un 'acolliment més ben organitzat als espais protegits que inclou al seu programa,
 - la intervenció dels actors locals en els seus viatges,
 - el suport de l'espai protegit a l'elaboració dels seus productes, (identificació dels llocs, disponibilitat del personal de l'espai protegit, ajuda a identificar les personalitats locals que poden intervenir durant l'estada...).
- augmenti la satisfacció dels visitants mitjançant:
 - el seu compromís formal a favor del desenvolupament turístic sostenible dels espais protegits,
 - l'elecció de petits grups i d'un acompanyant de qualitat.

Compromís de l'organitzador de viatges

Els principis

1. **Acceptar i respectar els principis del desenvolupament sostenible enunciat a la present Carta, adaptant-los a la seva activitat.**
2. **Definir una estratègia (1 any) en estreta col·laboració amb la institució que gestiona l'espai protegit.**

Un mètode

Aquesta estratègia concreta el seu compromís, en referència al territori, pel que fa a:

- Respecte al medi ambient,
- Suport al desenvolupament econòmic i social,
- Preservació de la qualitat de vida,
- Satisfacció dels clients.

L'estratègia fixa els principals objectius que ha d'assolir l'empresa. Per contribuir al desenvolupament turístic sostenible del territori, l'empresa reforçarà la seva col·laboració amb els proveïdors locals (hotelers, agències locals de turisme, restauradors, artesans, personalitats locals que poden intervenir durant els circuits). L'empresa també s'implicarà activament en la vida del territori participant, sempre que sigui possible, a les reunions organitzades per l'espai protegit i aportant noves idees per dur a terme l'estratègia de desenvolupament turístic sostenible i per fer-ne un seguiment.

3. Presentar aquesta estratègia sota la forma d'un programa d'accions

Aquest programa detalla les accions realitzades o que encara s'han de dur a terme per assolir els objectius fixats per l'estratègia.

El programa detalla els compromisos de l'empresa per a tots els temes següents:

Millora de la qualitat de l'oferta turística

Per satisfer les expectatives dels clients europeus, l'empresa organitzadora de viatges ajudarà l'espai protegit en la seva gestió de qualitat, amb consells i recomanacions. L'empresa realitzarà la mateixa gestió de qualitat per a la seva oferta.

Coneixement dels clients

Per millorar la satisfacció dels clients, l'empresa trametrà regularment a la institució gestora de l'espai protegit informació sobre les expectatives i necessitats dels seus clients. D'aquesta manera, la destinació podrà adaptar la seva oferta a la demanda.

Gestió de qualitat

L'oferta de l'empresa es basarà en un aprofitament qualitatiu: la qualitat de l'acolliment, les prestacions, els equipaments i les instal·lacions seleccionats, la promoció i la comercialització, sense oblidar el servei posivenda. Una selecció rigorosa dels proveïdors locals ajudarà l'empresa a dur a terme aquesta gestió.

Recerca de nous clients

L'empresa cercarà nous clients sensibles a la qualitat del medi ambient. D'altra banda, s'esforçarà per tenir en compte clients sovint ignorats per les ofertes turístiques com, per exemple, persones disminuïdes, malalts o convalescents, joves i clients amb poc poder adquisitiu.

S'evitarà tota forma d'elitisme a l'hora de seleccionar els visitants.

Creació d'una oferta turística específica

L'oferta de viatges desenvolupada per l'empresa haurà de donar prioritat al fet de descobrir i apreciar el patrimoni natural i cultural, prendre consciència sobre el medi ambient i comprendre el paper de l'espai protegit.

Per aquest motiu, farà intervenir animadors naturalistes als circuits i presentarà l'entorn amb un enfocament sistèmic: comprensió del conjunt del sistema de l'entorn o d'un hàbitat. Aquests animadors hauran de tenir uns coneixements excel·lents sobre el medi i els llocs visitats.

Sensibilització dels visitants

Educació i interpretació

L'objectiu del circuit i estades a l'espai protegit de l'empresa serà la sensibilització i l'educació dels visitants sobre el medi ambient. L'empresa intentarà que l'opinió dels visitants evolucioni pel que fa a la natura i que es comprenguin millor els llocs visitats.

Informació per als visitants

Sempre que sigui possible, l'empresa organitzarà sessions per preparar el viatge. Així mateix, també inclourà informació completa sobre l'espai protegit en els documents de viatge. Amb això, s'intenta sensibilitzar els clients sobre el patrimoni natural i cultural i les tradicions que descobriran. D'altra banda, l'acompanyant i les diferents persones que intervinguin al viatge també donaran informació de qualitat.

Els clients seran informats especialment sobre els comportaments que hauran d'adoptar pel que fa a la compra de records i el respecte a la fauna, la flora i l'estil de vida.

També seran informats sobre els objectius de conservació del patrimoni i de desenvolupament sostenible.

Màrqueting i promoció responsables

Les accions de promoció i venda de l'empresa permetran sensibilitzar els visitants sobre els valors reals de l'espai protegit. També es tractarà d'adoptar una comunicació responsable pel que fa a la fauna que s'observarà. (No es garanteix que s'observin els animals, però en tot cas es proposarà la descoberta del medi on viuen). Tots els documents de promoció hauran de destacar el caràcter fràgil dels territoris visitats.

Els fullers i els altres documents en venda podran incloure recomanacions als futurs visitants dels espais protegits. Per últim, l'adhesió de l'empresa a la Carta només es podrà fer constar en aquells productes que siguin objecte de contracte amb l'espai protegit i la Comissió Europea d'Avaluació.

Formació del personal

La formació serà una eina prioritària per poder dur a terme els compromisos de l'empresa.

Es sensibilitzarà el personal de venda, els majoristes i els acompanyants sobre la gestió del desenvolupament turístic sostenible. També es completarà els seus coneixements sobre el patrimoni natural i cultural dels territoris visitats. D'aquesta manera, es contribuirà a una millor informació i satisfacció dels clients.

Preservació i millora de la qualitat de vida dels habitants de l'espai protegit

Per garantir la qualitat de la relació entre els seus clients i els habitants, l'empresa s'esforçarà, en tot moment, a preservar i millorar la qualitat de vida dels habitants. En aquest aspecte, es donarà prioritat al respecte a l'estil de vida i els costums locals. Per això, el nombre de persones per grup es limitarà voluntàriament a un nombre d'entre 12 i 15. També es donaran recomanacions sobre quin comportament s'ha d'adoptar per no ferir la sensibilitat dels habitants. Serà responsabilitat dels acompanyants donar aquesta informació.

Per últim, l'empresa s'implicarà en la vida local, i participarà especialment en la promoció de les manifestacions culturals organitzades pels habitants de l'espai protegit.

Protecció i valorització del patrimoni

Respecte per les capacitats d'acolliment

Les activitats proposades per l'empresa seran compatibles amb els objectius de conservació del l'espai protegit. Perquè així sigui, l'empresa s'assegurarà que tenen una repercussió reduïda en medi ambient. A més, tindrà en compte les normes i prescripcions específiques a l'espai protegit i demanarà consell als seus tècnics per a la concepció de noves activitats.

Valorització del patrimoni

L'empresa participarà, sempre que sigui possible, en la valorització del patrimoni natural, cultural i històric. Les seves activitats es basaran especialment en el descobriment i la comprensió d'aquest patrimoni.

Conservació dels recursos naturals

A la programació, el majorista de viatges afavorirà els proveïdors locals respectuosos amb el medi ambient. Aquests hauran adoptat una gestió mediambiental per als recursos d'aigua, energia i espai, i per al tractament dels residus.

L'empresa intentarà reduir la repercussió de les seves activitats sobre els recursos naturals.

Contribució de l'empresa al manteniment del patrimoni

L'empresa ajudarà l'espai protegit a protegir els entorns naturals i a fer-ne un seguiment, i també comunicarà qualsevol canvi observat pels seus clients o pels seus guies acompanyants.

A més, aplicarà un programa de retorn del capital. Destinatarà una part del preu del viatge a la conservació i el manteniment del patrimoni i ho comunicarà als seus clients.

Desenvolupament econòmic i social

Suport a l'economia local

Per sostenir l'economia local, l'empresa afavorirà un desenvolupament turístic que sigui fruit de la iniciativa local. Amb aquest objectiu, comptarà al màxim amb la participació dels proveïdors locals en els seus viatges, tant en l'acompanyament, l'al·lotjament i la restauració com en l'aprovisionament.

Desenvolupament de les noves formes d'ocupació

L'empresa afavorirà, sempre que sigui possible, la integració social contractant persones locals amb dificultats, joves i un nombre igual de dones i homes.

Control de la freqüentació turística

Coneixement dels fluxos de visitants

L'empresa contribuirà a conèixer els fluxos de visitants i a fer-ne el seguiment, i aportarà, a l'espai protegit, informacions de manera regular sobre els itineraris que utilitza i els períodes de freqüentació.

Canalització dels fluxos de visitants

L'empresa s'esforçarà a orientar els clients vers els llocs menys sensibles del territori. També fomentarà el descobriment de l'espai protegit en els períodes menys freqüentats. Tot això d'acord amb els esforços de promoció de l'espai protegit.

Control dels transports

Per als desplaçaments cap a l'espai protegit i dins, s'haurà d'utilitzar al màxim els transports públics, o anar a peu o en bicicleta. Per aquest motiu, l'empresa informará els seus clients sobre quins mitjans disposen per arribar als llocs amb transport públic. L'empresa també s'esforçarà a organitzar trobades a les estacions o punts d'arribada amb aquests mitjans de transport.

D'altra banda, els vehicles d'oci motoritzats seran exclosos de tots els productes turístics quan siguin utilitzats amb una finalitat d'oci (per exemple, vehicles per a l'oci, 4x4, etc.).

Gestió i integració dels equipaments turístics

Per donar suport als esforços de valorització de l'arquitectura local duts a terme pel territori, l'empresa donarà prioritat als allotjaments típics i ben integrats al paisatge de l'entorn.

4. Validar el compromís de l'empresa organitzadora de viatges

L'empresa sotmetrà la seva estratègia i el programa d'accions a la Comissió Europea d'Avaluació que determinarà la qualitat del projecte. Per a les prestacions que es desenvolupin als espais protegits cosignataris, l'oferta de l'empresa haurà de donar resposta a les exigències fixades per la Carta europea del turisme sostenible. Per a la seva oferta global, haurà de respectar l'ètica del desenvolupament turístic sostenible.

L'empresa turística signarà el contracte de compromís amb l'autoritat gestora de cada espai protegit i la Comissió Europea d'Avaluació.

5. Avaluar

L'empresa es compromet a seguir i avaluar els resultats de la seva estratègia i del seu programa d'accions mitjançant un instrument de control tramès a l'espai protegit implicat per les prestacions.

També es compromet a distribuir sistemàticament un qüestionari de satisfacció als clients, el resultat del qual es trametrà a la Comissió Europea d'Avaluació. En cas que no es respecti la Carta, la Comissió Europea d'Avaluació enviarà un expert encarregat de validar el producte.

6. Renovar l'adhesió a la Carta

Per renovar l'adhesió a la Carta, cal seguir el mateix procediment que per a la primera adhesió. L'adhesió tindrà una periodicitat d'un any.

Altres exemples

Iniciatives com "**Barcelona és Molt Més**", que ajuda a ressaltar la sorprenent varietat d'entorns naturals i el patrimoni cultural dins la província de Barcelona.

Els pobles del **Priorat** estan definint un model turístic que passa, inevitablement, pel paisatge, la conservació i la sostenibilitat. Les empreses i els emprenedors tenen aquest nou valor com a repte per tal de garantir un futur a la comarca.

En termes de patrimoni natural, **Terres de l'Ebre**, disposa d'una reveladora quota de biodiversitat al seu entorn geogràfic. La seva situació, la combinació radical entre estructura i morfologia i la diversitat de formes de relleu expliquen la gran varietat de paisatges i d'hàbitats i la biodiversitat existent. En poc més de 30 quilòmetres, el territori passa de nivell de mar a relleus característics dels 1.500 metres d'altitud: de sorral i aiguamolls de la plana deltaica a serres i altiplans d'interior, passant per cubetes tectòniques, i la vall i els dipòsits al·luvials de l'Ebre.

La proposta de Reserva de Biosfera per Terres de l'Ebre s'entén necessàriament com a projecte vinculat al patrimoni natural i al mateix temps, des de la perspectiva de la funció de conservació, com a propòsit amb una triple vocació:

- Contribuir a l'impuls de l'actual gestió dels espais i béns naturals i la conservació de la biodiversitat, coordinant i cohesionant diferents polítiques i plans d'acció i facilitant la disponibilitat de recursos tècnics i econòmics.
- Integrar la matriu agrària en les polítiques de conservació, perquè aquestes contribueixin a impulsar socioeconòmicament espais humanitzats protegits per les seves característiques ambientals.
- I, finalment, en el context del canvi climàtic, unir esforços en l'estudi i anàlisi pluridisciplinari i transversal, a escala local, per a la mitigació dels eventuais efectes derivats a les Terres de l'Ebre, un dels territoris més sensibles de la mediterrània.

La proposta inclou un Grup de Treball del Sector Turístic: principals actors de la hostaleria, restauració i de serveis turístics.



A finals de l'any 2012, el **Montsec** i el seu cel van ser avaluats mitjançant els processos d'auditories astronòmica i turística establerts per la Fundació Starlight per tal de poder certificar la idoneïtat del Montsec. L'avaluació realitzada va concloure, a inicis de l'any 2013, que un total de vint-i-quatre termes municipals (total o parcialment) eren certificats com a **DESTINACIÓ TURÍSTICA STARLIGHT** i que onze dels mateixos (total o parcialment), també eren certificats com a RESERVA STARLIGHT (cels excel·lents). La conclusió final de tot el procés és que el MONTSEC i el seu cel és un dels millors llocs del món per fer observació astronòmica i gaudir de la llum de les estrelles.