

# Els Fons Europeus, una oportunitat per al turisme a Catalunya

*Del "turisme tradicional" a l'"economia del visitant"*

INFORME GEREK NÚM. 2

GRUP D'EXPERTS PER A LA REACTIVACIÓ ECONÒMICA DE L'ECONOMIA CATALANA (GEREC)

## Presentació

A mitjans del mes de juny de 2020 es va constituir el Grup d'Experts per a la Reactivació Econòmica de l'Economia Catalana (GEREC), iniciativa endegada pel Col·legi d'Economistes de Catalunya i per Pimec, amb l'objectiu de fer un seguiment continuat de la situació econòmica i fer propostes de política econòmica per a la reactivació. El Grup està integrat per les següents persones:

- **Elisabet Bach**, consultora, membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya i membre de la Junta Directiva de Pimec.
- **Alexandre Blasi**, president de Mútua Intercomarcal.
- **Albert Carreras**, director d'ESCI-UPF (Universitat Pompeu Fabra) i membre de la Comissió d'Economia Catalana del Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Joan B. Casas**, exdegà del Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Conxita Cervera**, Directora general de Vidremot i membre de la Junta Directiva de PIMEC.
- **Àngel Díaz**, president d'Advanced Leisure Services.
- **Carme Garcia**, sòcia de FJM Advocats, membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya, secretària executiva del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya (CTESC) i coordinadora del GEREC.
- **Àngel Hermosilla**, gerent de l'Àrea Institucional de PIMEC.
- **Ester Oliveras**, professora i delegada del Rector per a la Sostenibilitat de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) i membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Xavier Segura Mingorance**, general manager de Festo Automation Spain/Portugal i membre de la Junta Directiva de PIMEC.
- **Xavier Segura Porta**, soci del despatx Tracis, Projectes i Econòmics i Financers i responsable tècnic de l'Enquesta de Situació Econòmica del Col·legi d'Economistes de Catalunya.

Fins el moment el GEREC s'ha reunit en nombroses sessions de treball, en algunes de les quals també han participat experts externs, i s'han tractat temes variats.

Amb la finalitat de participar en el debat social i polític actual, encaminat a la reactivació de la nostra economia i a la recuperació de la senda alcista dels nostres nivells de progrés i benestar, el GEREC es proposa fer públics documents que recullin el seu posicionament sobre temàtiques d'actualitat diverses. El primer d'aquests documents es va dedicar als Fons de Rescat de la Unió Europea i aquest segon al sector del turisme.

## PREMISSES DE PARTIDA

### General

La primera matèria del turisme és el territori, natural i antròpic, els costums i tradicions (cultura), i els propis residents de la destinació. El turisme és una activitat que, convenientment gestionada, enriqueix les persones i les destinacions, permet conèixer l'altre i ajuda a fomentar la tolerància. Ara bé, també és una activitat que, si no es controla, pot destruir el territori, la cultura i l'economia local diferencial. És una activitat que **lliga de forma indissoluble allò privat amb allò públic**. Ambdós tenen responsabilitat sobre la planificació, la gestió, els resultats i la sostenibilitat a llarg termini del model turístic d'una destinació.

El turisme és una **activitat molt important per a l'economia de Catalunya i d'Espanya**, en terme de PIB, d'ocupació, de marca, de cultura, de generació de divises, ... El sector suposa directament poc més del 12% del PIB a l'Estat, ocupant gairebé 3 milions de persones (13,5% del total). Espanya és el segon país del món quan a turistes estrangers, darrera de França, i a ingressos per turisme, darrera dels Estats Units. Per la seva part, a Catalunya el sector representa més de l'11% del PIB, generant més de 400.000 llocs de treball (prop del 14% del total). Compta amb gairebé 80.000 empreses i un total d'1 milió de llits. Catalunya va rebre l'any 2019 un total de 27,9 milions de visitants forans (turistes i excursionistes), i tingué 132,8 milions de pernoctacions de turistes catalans i 24,4 milions de pernoctacions de turistes de la resta de l'Estat. **Només els turistes estrangers van generar el 2019 una despesa declarada total directa a Catalunya de 21.318,8 milions d'euros, a la que cal afegir els gairebé 11.000 milions d'euros dels turistes catalans i de la resta d'Espanya.**

### Respecte de la destinació

Catalunya és la principal destinació de l'Estat Espanyol, i una de les principals d'Europa. **Concentra un 23% dels turistes estrangers que arriben a Espanya i de la despesa total que aquests generen.** Catalunya / Barcelona tenen molts factors d'excel·lència que les fan atractives per a un gran nombre de persones, de professionals i de sectors d'activitat.

Catalunya disposa de tres marques molt reconegudes a nivell internacional: Barcelona, Costa Brava i Costa Daurada. Barcelona és una de les destinacions urbanes més desitjades del món, amb un posicionament "difús", però, en general, atractiu: Sagrada Família – Gaudí – Platja / Congressos / Techcity – MWC / Qualitat de vida – Mediterrani. Barcelona es situa en posicions competitives a nivell internacional com a lloc per a visitar / estudiar / treballar / viure. A Barcelona hi ha, de mitjana, 160.000 visitants, residents temporals, al dia, els usos i costums dels quals s'han d'integrar de forma harmònica en l'ús que es fa de la ciutat, de la mateixa forma que es fa amb els residents.

A algunes destinacions, Barcelona entre elles, el creixement de l'activitat turística ha generat tensions entre veïns i visitants i la destrucció de part dels atractius locals. Al mateix temps, ha permès gaudir d'una ciutat i d'un territori més atractiu i d'una oferta més àmplia d'infraestructures, serveis i atractius per a la població local que, sense turisme, no serien possibles. Diverses ciutats del territori català, com Barcelona, Sitges, Lloret, Salou, Girona, ...), no tindrien les mateixes infraestructures, serveis i oferta per a la població local si el turisme no formés part de la seva activitat econòmica.

## Respecte de l'activitat turística

A Catalunya, però sobretot a Barcelona, l'activitat turística depèn en un percentatge molt elevat del visitant forà. Així, **dos de cada tres euros que es generen anualment pel turisme prové de l'estranger.**

És una activitat intensiva en mà d'obra i, en general, els llocs de treball lligats tradicionalment al sector turístic han estat, històricament, considerats de baixa qualificació, amb salaris reduïts i amb una valoració social baixa. És també una activitat intensiva en l'ús de l'espai públic i en l'ús dels espais atractius de la destinació. Val a dir que la principal activitat que fan els visitants és passejar i visitar.

El turisme s'ha identificat normalment amb l'allotjament, i una mica amb la restauració i el comerç, que són els sectors més organitzats, però **la seva cadena de valor és molt més àmplia, i té uns impactes directes, indirectes i induïts sobre el conjunt de l'economia important.** Per tant, és una **activitat complexa, amb una cadena de valor molt llarga i transversal respecte a l'activitat econòmica.** Comprèn, en major o menor mesura, moltes activitats tradicionals, com són: hotels, apartaments, altres allotjaments, restaurants i cafeteries, centres comercials i grans magatzems, botigues i eixos comercials, actius i recursos visitables, empreses gestores de la destinació (excursions, incentius, ...), gestors culturals, gestors d'activitats turístiques, guies, empreses d'excursions i activitats, organitzadors de congressos, taxis i altres transports individuals, transport de viatgers per carretera, línies aèries, rent a car, lleure nocturn, esdeveniments culturals i grans esdeveniments esportius, ..., així com d'altres col·lectius que s'han de tenir en compte, com les ONG i tercer sector, els mitjans de comunicació i les diferents estructures de representació social i veïnal. Inclou, també, empreses i institucions d'altres sectors, però amb gran incidència en l'activitat turística, com són les relacionades amb les infraestructures, algunes de les quals són públiques, com port, aeroport o tren, així com empreses per a les quals l'activitat turística representa uns ingressos molt rellevants, com operadors de telecomunicacions, bancs, companyies de subministraments bàsics, empreses d'aliments i begudes, ..., o escoles de negocis, centres universitaris i de formació professional i serveis que, pensats per a la població local, esdevenen en un moment donat un element de competitivitat internacional i, per tant, d'atracció de visitants de diversos tipus, com són centres mèdics i de recerca, esportius, culturals, ....

El model turístic de Catalunya s'ha basat tradicionalment més en un turisme quantitatiu, fonamentat en "hem d'atraure més turistes", més que qualitatiu, recolzat en "hem d'atraure un tipus específic de turistes". Això ha provocat fins fa 4-5 anys un creixement dels visitants sense massa control. Així, l'activitat turística i els seus efectes s'han començat a gestionar quan els problemes de convivència entre els turistes i la població local s'han fet més evidents.

Actualment, l'activitat turística, que habitualment ha gaudit de totes les lloances i felicitacions, és una activitat qüestionada, no tan sols ja des d'una part de la ciutadania, sinó també des de la perspectiva política, i com a model de desenvolupament a futur. Els indicadors que s'utilitzaven per a mesurar l'evolució, i l'èxit, del turisme estaven basats, únicament, en el nombre de persones i pernoctacions, i les seves variables vinculades -com l'estada mitjana-, i en la despesa des del punt de vista de la cartera del turista. Però aquests no serveixen per a conèixer i poder avaluar l'activitat turística en termes relacionats amb el benefici -material i immaterial- que aporta a la destinació i als seus residents, ni per conèixer si l'activitat turística contribueix a la competitivitat i el posicionament de la destinació a llarg termini, i tampoc per a mesurar l'impacte sobre la qualitat i el nivell de vida dels residents.

### Respecte de l'atractiu de la destinació

Allò què fa que la gent vulgui visitar un lloc determinat és el conjunt d'activitats, vivències i experiències que pot practicar i experimentar en aquell lloc. En aquest sentit, una destinació, fins i tot una ciutat com a Barcelona, necessita renovar el seu atractiu, de forma progressiva o escalonada, per tal de mantenir el seu poder d'atracció. Val a dir que el gran atractiu històric de Catalunya ha estat el sol i platja, i el de Barcelona Gaudí / Sagrada Família, passejar i estil de vida.

Cal remarcar que almenys als deu darrers anys no s'ha creat cap atractiu significatiu a Catalunya i a Barcelona amb poder d'atracció internacional, ni al territori (el darrer va ser Port Aventura) ni a la ciutat (sí congressos, el MWC, o esdeveniments musicals (Sònar, Primavera Sound)). No s'ha fet un esforç, ni per part del sector públic ni del sector privat, per gestionar de forma coordinada i proactiva l'atractiu de la destinació per tal d'incrementar el valor afegit de l'oferta. La iniciativa privada ha buscat, maximitzar el retorn de les seves inversions, sense un marc general de creació col·lectiva de valor per a la destinació, i el sector públic no ha treballat de forma proactiva per desenvolupar i/o atraure operadors i marques de referència per a enriquir l'oferta i l'experiència a la destinació.

Des del punt de vista de l'atractiu de la destinació, la tendència en el desenvolupament de les normatives i en la gestió dels recursos públics està molt més dirigida a que no canviï res que a promoure canvis ambiciosos i amb visió de futur.

## QÜESTIONS SOBRE LES QUALS CONVINDRIA REFLEXIONAR

En base a les reflexions prèvies, sorgeixen una sèrie de temes de gran importància que necessiten urgentment d'un profund debat social i econòmic per part de totes les instàncies directa i indirectament implicades.

### Està en crisi l'activitat turística?

**A nivell global podríem dir que no.** No és la indústria de l'acer o la de les drassanes de la dècada dels anys setanta del segle passat. El fet que no hi hagi mobilitat i que hi hagi restriccions per a visitar o per realitzar activitats no qüestionen la base de l'activitat turística, encara que sí poden qüestionar determinats models de desenvolupament turístic. En termes generals, podem aventurar que els sectors de l'automoció, del *retail* o del transport i la mobilitat han de passar per canvis molt més dràstics de paradigmes que el sector de l'activitat turística, entès aquest com el fet de visitar un lloc que no és on es viu.

El que hi ha és una crisi de demanda, deguda, si més no això és el que diuen totes les enquestes, perquè la mobilitat està molt restringida, no perquè la gent ja no tingui ganes de viatjar. Tots, o pràcticament tots, els "experiments" que s'han fet, tant a Àsia com a Europa, de reobrir, encara que sigui per pocs dies, l'espai aeri, han generat una demanda que excedia l'oferta. Per tant, **es pot parlar d'una crisi -temporal- d'activitat associada a una "crisi de mobilitat", motivada per la pandèmia de la covid19 i per les restriccions derivades.** El nombre de visitants estrangers que ha rebut Catalunya durant el 2020 és menys d'una tercera part dels que va rebre l'any anterior, i la despesa generada ha estat un 83% inferior en valors corrents.

El que sí pot passar, i és molt més greu a llarg termini per a les destinacions que una manca de demanda a curt termini, és que **una part important de l'oferta i de l'atractiu de la destinació desaparegui com a efecte de no poder mantenir l'activitat tancada al llarg de molts mesos.** L'any 2020 la població ocupada en el cas específic de l'hostaleria s'ha reduït a Catalunya un 14,3% en relació amb el 2019 segons l'Enquesta de Població Activa (EPA). Dades de PIMEC apunten que totes les empreses d'hoteleria i restauració palesaven a finals de l'exercici 2020 un nivell d'activitat inferior al d'un any abans, un 85,2% per sota del 50% i una tercera part no tenien activitat. A més, un 92,7% tenien problemes de tresoreria, tres de cada quatre havien subscrit un préstec amb aval ICO o ICF7Avalis i un 97,4% anticipava problemes financers, majoritàriament durant la primera part del 2021.

Tot l'anterior sí és un empobriment de la destinació, amb desaparició de molts negocis i la generació d'una alta taxa d'atur, que genera tres preguntes molt directes:

- Podem ajudar aquesta oferta, al menys la diferencial i la de valor afegit, a sobreviure a aquesta catàstrofe?
- Si no podem, quan es recuperi la demanda, quina oferta voldrem / podrem aconseguir que es generi?
- En tots dos casos, tenim / tindrem les eines necessàries per aconseguir-ho?

### Com podem fer front a la crisi d'activitat actual que pateix el sector turístic?

Davant la crisi conjuntural que pateix en l'actualitat el sector turístic tres són els fronts que requereixen una actuació immediata:

- **Àmbit sanitari.** A més de la resposta general a la pròpia pandèmia covid19, cal esmerçar esforços en la "immunitat de grup" a través de l'acceleració de la vacunació de la població, combinada amb l'impuls del "passaport sanitari" i una clara acció preventiva capaç d'anticipar com afrontar les temporades turístiques previstes per enguany (Setmana Santa, Estiu, ...).
- **Àmbit d'ajustament d'estructures empresarials.** En l'actualitat l'objectiu és garantir la continuïtat del teixit empresarial en un context caracteritzat per la davallada d'activitat i ingressos i el manteniment de despeses. Pel que fa a això últim, convé actuar sobre els diversos components de costos, entre els quals destaquen els apartats de personal, d'impostos i taxes, i de lloguers. A més de l'allargament dels expedients de regulació temporal d'ocupació (ERTO), cal pensar en condonacions d'impostos i taxes i de lloguers que vagin més enllà de simples moratòries.
- **Àmbit financer.** És necessari instrumentar mecanismes que ajudin les empreses a dotar-se de liquiditat i solvència, i no només amb mitjans que les obliguin a endeutar-se posant en qüestió la seva viabilitat futura.

## Visió a mitjà i llarg termini: podem crear marcs de referència que ens ajudin en el procés de mantenir la competitivitat com a destinació i, al mateix temps, incrementar de forma progressiva el valor afegit de l'activitat turística per al territori?

La crisi actual de demanda, d'activitat i de mobilitat es superposa a un relatiu **qüestionament del model turístic de Catalunya/Barcelona i d'alguna manera obliga a realitzar un cert replantejament de les seves bases i competitivitat amb visió de mitjà i llarg termini**, adaptant-les a les inèrcies que des de fa un temps, i de forma particular els darrers mesos, s'estan produint. En aquesta línia, a partir d'aquesta nova i actual realitat val la pena canviar un fonament tan important com és la nostra visió conceptual del turisme, des del "turisme tradicional" (vacacional/negoci) a la de l'"**economia del visitant**" (cadena de valor de la destinació dirigida a atendre al què ens visita, per qualsevol motiu). Aquest nou concepte és molt més ampli i enriquidor per a la destinació, tant des del punt de vista polític com econòmic i social, i permet tenir una visió transversal de causes i efectes i aprofitar les nostres fortaleses i potenciar les nostres oportunitats.

## Com podem potenciar aquest canvi de visió i fomentar una "economia del visitant" que reforci la competitivitat del territori en el llarg termini? Quina "economia del visitant" voldríem?

Si es parla d'"economia del visitant" tindria sentit plantejar-se quins són els usos que el visitant pot fer de la destinació i classificar-los en funció d'aquest ús, doncs això donaria la possibilitat de seleccionar aquells usos, i, per tant, visitants, que més ens interessin com a territori i com a destinació.

Des del nostre punt de partida com a destinació (destinació madura, moltes infraestructures turístiques, marca, ciutat cosmopolita, ...), voldríem una "economia del visitant" i, per tant, uns visitants que:

- Potenciessin els nostres **atributs**, allò que ens fa **diferencial com a destinació** i lloc on gaudir, estudiar, treballar i viure i que volem que sigui el motiu pel qual la gent ens visita. Volem preservar-los i reforçar-los amb la presència de gent de fora.
- Ens permetessin maximitzar les **utilitats** per a la destinació, bàsicament en factors que incrementin l'atractiu general de la destinació per als que vivim en ella en termes de resiliència, sostenibilitat, responsabilitat, digitalització, efecte econòmic i preservació de la nostre qualitat i el nostre nivell de vida.
- Ens ajudessin a complir, com a ciutat i territori i des del punt de vista tan públic com a privat, amb l'**Agenda 2030** i els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).



Això implica **centrar els nostres esforços en gestionar de forma efectiva** -fent el què hem de fer- i **eficient** -fer-lo el millor possible- **els eixos de transformació global**, aplicats a l’“economia del visitant”, eixos que poden reforçar la nostra posició com a destinació en l’àmbit global:

- Gestió de l’oferta / atractiu i gestió de la demanda.
- Gestió de la digitalització.
- Gestió de la sostenibilitat / responsabilitat.
- Gestió de la informació, coneixement i intel·ligència.
- Gestió de la transversalitat turística / transversalitat sectorial.
- Gestió de les destinacions i desenvolupament d’indicadors sobre competitivitat.

## FONS EUROPEUS DE RECUPERACIÓ I RESILIÈNCIA: OPORTUNITAT PER AL TURISME

### EL turisme català té una oportunitat única per esdevenir un sector del segle XXI

Sota aquest marc de referència, la possibilitat d’accedir als fons europeus *Next Generation EU* representa una gran oportunitat per a la Destinació Catalunya en el seu conjunt.

En el document *“España Puede. Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia”*, publicat a l’octubre de 2020, que exposa les directrius del govern espanyol per a l’assignació i distribució dels fons europeus, s’identifiquen quatre directrius per a la selecció i aplicació dels fons -la transició ecològica, la transformació digital, la igualtat de gènere i la cohesió social i territorial-, i s’identifiquen deu polítiques palanca per a la reforma estructural per a un creixement sostenible i inclusiu, la cinquena de les quals és la **“modernització i digitalització del teixit industrial i de la pime, recuperació del turisme i impuls a Espanya una nació emprenedora”**.

En relació amb el turisme, es diu explícitament que “el turisme és un sector que juga un paper crucial en la nostra economia. A més de suposar més d’un 10% del PIB, genera importants efectes tractors sobre altres sectors, per la qual cosa el seu efecte total sobre l’activitat econòmica i l’ocupació és encara més alt. El turisme sostenible, a més, deu servir per a impulsar la transició ecològica i servir de tractor per a potenciar l’economia local de forma sostenible”.

La línia de treball 14 d’aquesta política està dedicada al sector turístic, sota el nom *“Pla de modernització i competitivitat del sector turístic”*, per “fomentar la resiliència, la sostenibilitat, la diversificació i el valor afegit d’aquest sector tractor de l’economia en el conjunt del territori nacional, amb especial atenció a Balears i Canàries i al turisme en zones despoblades”.

A altres línies es proposen actuacions a les quals el turisme es podria sumar. A la línia 12, *“Política Industrial Espanya 2030”*, es proposa un “Pla de digitalització de quatre sectors estratègics: salut, automoció, turisme i comerç, a més de l’agroalimentari”; a la línia 13, *“Impuls a la pime”*, es proposa

un "Pla de digitalització de les pimes, amb inversió en equipament, capacitats, plataformes i xarxes", i l'"Estratègia Espanya Nació Emprenedora, per tal de potenciar la creació, el creixement de les empreses, el desenvolupament de xarxes i l'adaptació de el teixit productiu". Finalment, la línia 15, "Connectivitat Digital", es proposa "l'impuls de la ciberseguretat i desplegament del 5G per garantir la cohesió territorial, impulsant el desenvolupament tecnològic i el creixement econòmic sobre la base de la posició de lideratge de país en xarxes d'alta velocitat, desenvolupament de 5G i ecosistema empresarial...".

Al mateix document, quan s'explica l'assignació de fons a les diferents polítiques, **a aquesta política número cinc li correspon el 17,1%<sup>1</sup> del fons, és a dir, més de 105.000 milions d'euros.**

## Catalunya ha de presentar projectes estructurants de la Destinació Catalunya 2030

En aquest context, **els fons europeus representen sense cap mena de dubte una gran oportunitat per al sector turístic en diverses àrees** lligades als diferents àmbits de gestió enumerats a l'apartat anterior. És per això que, dins d'aquest marc, proposem que des de Catalunya es presentin projectes ambiciosos que reforcin la competitivitat del sector turístic català en cadascuna de les quatre directrius que proposa el document "*España Puede. Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*" (transició ecològica, transformació digital, cohesió social i territorial, i igualtat de gènere).

Una enquesta realitzada el passat mes de febrer entre petites i mitjanes empreses (PIME) del sector turístic català <sup>2</sup> revela que la meitat d'elles ha sentit parlar del fons *Next Generation EU* i que el 93,1% manifesta estar interessades, en principi, en presentar un projecte per rebre recursos. Es pensa en la presentació de projectes, principalment, en les àrees de digitalització i intel·ligència de mercat i de resiliència, en un 39% per un import inferior als 50.000 euros, en un 24,3% per un volum d'entre 50.000 i 100.000 euros i en un 22,5% per una xifra d'entre 100.000 i 500.000 euros. La meitat de les PIME enquestades creu que podrà cofinançar com a màxim un 10% del total de la inversió estimada.

A l'Annex 1 es presenta un llistat de possibles actuacions que des del sector turístic es podrien impulsar, dins del marc de les directrius marcades per aquest document. Podrien ser aquestes, o altres, però a l'analitzar aquest llistat de possibilitats es veu que poden haver actuacions que:

- **Encaixin a més d'una directriu**, per la qual cosa és possible generar propostes de projectes robustes, transversals i consistents.
- **Siguin multisectorials**, propostes que **requereixen de la col·laboració, cooperació i coordinació entre sectors d'activitat diversos**, per tal de generar objectius comuns i treballar per a l'atractiu i la capacitat de diferenciació de la destinació en el seu conjunt.

<sup>1</sup> Aquest percentatge es refereix a la suma dels fons del Mecanisme de Recuperació i Resiliència (560.000 milions d'euros) i de REACT EU (55.000 milions d'euros).

<sup>2</sup> Iniciativa endegada per Pimec, Diputació de Barcelona i Ajuntament de Barcelona.

- Impliquin la **necessitat de crear aliances, entre empreses del sector i amb empreses d'altres sectors**, com infraestructures i serveis, per tal d'aprofitar al màxim el flux de visitants com a generador d'economia a nivell local.
- **Enforteixin i potenciïn el sector de l'"economia del visitant"**, com a un sector d'activitat econòmica fonamental per a un ventall molt ampli de sectors d'activitat econòmica, alguns dels quals són importants per a la competitivitat internacional de Catalunya. Per tant, tenen la capacitat d'enfortir la competitivitat de la nostra economia en l'àmbit global.
- Impliquin la **col·laboració, coordinació i cooperació entre la iniciativa privada, les administracions públiques, el tercer sector i la població local**, potenciant, l'encaix de l'activitat turística entre la població i les institucions del país, i la implicació de tots els grups d'interès per tal d'aconseguir un objectiu comú: que el turisme, l'"economia del visitant", sigui un contribuïdor fonamental per a la millora del nivell i qualitat de vida dels residents.

Tots aquest aspectes estan a la base dels plantejaments de la iniciativa *Next Generation UE*, que defineix el marc d'actuació i engloba les actuacions que des d'Europa els diferents estats membres i la pròpia Unió Europea portaran a terme per poder donar resposta als enormes reptes generats per la covid19.

### Catalunya ha de tenir la capacitat d'unir voluntats perquè aquest sigui un projecte de país

En aquest marc, a ningú se li escapa que tots els estats membres de la Unió Europea competiran molt proactivament per aquests fons europeus, i que les comunitats autònomes competiran també entre elles.

Encara que hi hagi assignacions a nivell de països i de directrius, i que a nivell Espanya es proposi un **repartiment amb les comunitats autònomes de la gestió dels fons assignats, que seria desitjable fos del 50% del total**, la **capacitat de presentar projectes engrescadors, robustos, creïbles, realistes, col·laboratius i enfocats a resultats concrets esdevé un factor de cabdal importància** per poder tenir èxit en aquest entorn de concurrència competitiva.

A més, encara que els procediments de presentació i valoració de propostes no estan totalment definits, **sí estan clares algunes de les premisses que marcaran la selecció de projectes**. Més enllà de l'acompliment de les condicions lligades al tipus de projectes que seran elegibles, s'ha de destacar que el rigor i la qualitat dels projectes presentats, la factibilitat de la seva realització, la capacitat de portar-los a terme, l'efecte real que puguin tenir en la transformació de les economies locals, els criteris i indicadors de gestió que permetran mesurar l'acompliment d'objectius quantitatius i qualitius, i segurament molts altres, seran tots ells factors determinants per aconseguir fons per a la seva realització.

Per tant, és necessari que **des de Catalunya siguem capaços de presentar projectes que no tan sols compleixin amb aquests criteris, sinó que els superin**, per tal de reforçar molt significativament el nostre posicionament i la nostre competitivitat com a destinació diferenciada i d'alt valor afegit.

En aquest sentit, som conscients que en aquests moments a Catalunya hi ha ja moltes iniciatives i molts esforços per tal de generar projectes que puguin tenir accés als fons europeus. Per això mateix, som conscients també que és possible que es dilueixin els esforços i s'acabin presentant de forma individualitzada molts projectes d'ambició limitada o amb enfocaments molt rígids i verticals. Per això, **demanem a les institucions, públiques i privades, a les empreses i als agents socials, treballar conjuntament per identificar, donar forma i presentar aquells projectes que puguin ser més ambiciosos i determinants per al futur de Catalunya com a destinació líder a nivell mundial**. Ho hem estat en el passat, quan vam ser de les regions pioneres al món en el desenvolupament del turisme de masses, ho hem de ser en el futur, com a pioners en el desenvolupament de l'"economia del visitant" com a eix estratègic de la nostra economia i com a referent internacional amb capacitat d'aportar a la comunitat internacional una destinació digital, sostenible, resilient, cohesionada i amb personalitat pròpia, factors tots ells que garantirán el nostre paper rellevant per a les properes dècades.

És una oportunitat històrica per al nostre territori, és un deure de país preparar els millors, més adequats i més atractius projectes possibles.

ANNEX 1	Transició Ecològica	Transformació Digital	Cohesió social i territorial	Igualtat de gènere
<b>PREPARACIÓ I MILLORA DE LA DESTINACIÓ</b>				
<b>Ser una destinació digital</b>		Transformació digital de les empreses Generació d'informació sobre el visitant Perfil Mobilitat Ús de la destinació Pautes de compra Opinió sobre la destinació Capacitat de donar informació i servei al visitant Capacitat de gestió d'organitzacions i institucions Foment de l'emprenedoria i la innovació digital		
<b>Ser una destinació sostenible 2030 / ODS's</b>	Eficiència energètica hotels, altres allotjaments, restaurants, comerços, atraccions, museus, ... Ús eficient de l'aigua Gestió i reciclatge residus Gestió sostenible dels espais naturals Gestió sostenible del medi marítim, fluvial i lacustre Certificacions de gestió turística sostenible			
	Renovació flotes vehicles elèctrics Mobilitat intel·ligent Connectivitat Vehicles intel·ligents Taxis Transport de viatgers Busos i trams turístics Optimització fluxos de visitants i vehicles Optimització capacitat acollida espais visitables			
<b>Ser una destinació igualitària i cohesionada</b>			Distribució dels visitants fora dels grans nuclis turístics Desenvolupament capacitats professionals, de gestió i d'acollida empreses turístiques territori	Polítiques d'igualtat de gènere al lloc de treball

	Transició Ecològica	Transformació Digital	Cohesió social i territorial	Igualtat de gènere
<b>MILLORA DE L'ATRACTIU DE DESTINACIÓ</b>				
<b>Creació de nous imaginaris i pols d'atracció</b>			Posada en valor d'atractius del territori Posada en valor de la cultura i les tradicions locals Desenvolupament de nous atractius al territori	
<b>Foment i consolidació de l'economia del visitant</b>	<p>Foment de les diverses Catalunyaes des del punt de vista de qui ens visita:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La Catalunya de la tecnologia</li> <li>La Catalunya de la indústria</li> <li>La Catalunya de la medicina i la biotecnologia</li> <li>La Catalunya de les indústries creatives</li> <li>La Catalunya de l'esport</li> <li>La Catalunya de la investigació</li> <li>La Catalunya de la logística</li> <li>La Catalunya de la cultura local</li> <li>Incubadora projectes lligats a l'economia del visitant</li> </ul>			
<b>MILLORA DE LES COMPETÈNCIES DE PERSONES, EMPRESES I INSTITUCIONS</b>				
<b>Millora de les competències de persones, empreses i institucions</b>		<p>Millora de les competències de les persones que treballen al sector: flexibilitat, digitalització, ...</p> <p>Millora de les competències i capacitats de les empreses del sector: professionalització, digitalització, consciència sostenibilitat, polítiques d'igualtat, gestió de la informació</p> <p>Millora de les capacitats de les administracions públiques: digitalització, especialització, processos, informació, ...</p> <p>Programes d'igualtat de gènere, incorporació de persones en risc d'exclusió social, persones amb discapacitat, ...</p>		
<b>MILLORA CAPACITATS DE GESTIÓ I PRESA DE DECISIONS A LA DESTINACIÓ</b>				
<b>Millora de les capacitats de gestió i presa de decisions a la destinació</b>	<p style="text-align: center;">Destinació amb majors i millors capacitats de gestió: UOC / CETT / IESE / ESADE</p> <p>Destinació amb informació per a la presa de decisions</p> <p>Destinació amb capacitats IA per a la generació d'oferta i atracció de demanda</p> <p>Destinació amb capacitats de generar aliances amb <i>big partners</i></p> <p>Destinació transversal i integrada amb capacitats de promoure l'economia del visitant</p>			
<b>FOMENT DE L'ECONOMIA DEL VISITANT COM A EINA DE MILLORA DE QUALITAT I NIVELL DE VIDA DE LA DESTINACIÓ</b>				
<b>Foment de l'economia del visitant com a eina de millora</b>	<p>Sistema d'indicadors per a mesurar l'impacte de l'economia del visitant en els ingressos, l'ocupació, la fiscalitat, les infraestructures i equipaments, la imatge de marca, la capacitat d'atraure talent i inversions, l'aportació al nivell de vida de la ciutat, ...</p> <p>Sistema d'indicadors per a mesurar el grau d'acompliment d'objectius</p>		<p>Processos d'informació i formació per a millorar la relació entre visitants i residents</p> <p>Integració del concepte, implicacions i resultats de l'economia del visitant en l'imaginari popular, les escoles, ...</p>	<p>Sistema d'indicadors per a mesurar la bretxa de gènere i la seva evolució</p>

	Transició Ecològica	Transformació Digital	Cohesió social i territorial	Igualtat de gènere
<b>FOMENT DE LES ALIANCES PER A REFORÇAR LA COMPETITIVITAT DE LA DESTINACIÓ I DE LES SEVES EMPRESES</b>				
<b>Foment de les aliances per a reforçar la competitivitat</b>	<p>Foment de les aliances entre empreses dels diferents subsectors turístics: allotjament, transport, atracció de visitants, comerç, restauració, activitats, oci, ... per tal d'oferir formes d'ús de l'espai públic i privat i experiències integrades i adaptades a la idiosincràsia i les capacitats de la destinació, maximitzant el retorn generat pel visitant</p> <p>Foment de les aliances amb empreses d'infraestructures: aeroports, ports, autopistes, telecomunicacions, energia per tal de millorar les prestacions a empreses i usuaris de l'economia del visitant</p> <p>Foment de les aliances amb empreses prestadores de serveis i productes al sector turístic, com empreses de begudes i menjar, entitats financeres, empreses de telecomunicacions, grans superfícies i grans magatzems, ... per tal de reforçar la competitivitat de la destinació i maximitzar el retorn per a la població local</p> <p>Foment de les aliances entre el sector privat i el sector públic per tal de millorar la competitivitat de la destinació: desenvolupament de productes estratègics, millora de la legislació, coplanificació del desenvolupament de les destinació, cofinançament de projectes estratègics, gestió de l'atractiu de la destinació, ... sota criteris de sostenibilitat, eficiència i eficàcia</p>			<p>Foment de les aliances entre les empreses del sector perquè aquest ofereixi igualtat d'oportunitats, de salaris, de tracte social, ... a dones, col·lectius LGTBI, ...</p>