

DECLARACIÓ D'ANDORRA SOBRE TURISME DE NEU I ESPORTS D'HIVERN

EL PRIMER CONGRÉS MUNDIAL DE TURISME DE NEU I ESPORTS D'HIVERN,

Celebrat a Andorra, del 16 al 18 d'abril del 1998, organitzat conjuntament pel Govern d'Andorra i l'Organització Mundial del Turisme (OMT), va ser inaugurat per l'Hble. Sra. Lydia Magallón Font, cònsol major d'Escaldes-Engordany, amfitriona del Congrés, l'Excm. Sr. Francesco Frangialli, secretari general de l'OMT, i el M: I: Sr. Enric Pujal Areny, ministre de Medi Ambient i Turisme del Principat, amb la participació de 150 delegats representant empreses i organitzacions professionals i administracions públiques de 24 països destacats d'arreu del món involucrades en el turisme de neu,

Després de debatre la situació actual de la indústria i els factors clau per desenvolupar estratègies i competitivitat en un entorn ràpidament canviant,

Considerant els reptes derivats de l'evolució de la demanda i la creixent exigència dels consumidors, l'aparició de noves tecnologies, la globalització dels mercats, els canvis climàtics i la creixent necessitat de qualitat i eficiència en les pràctiques professionals,

Examinant les perspectives de la indústria a mitjà i llarg termini, els possibles escenaris de gestió de regions de destinació turística de neu en el futur, i les estratègies per al seu desenvolupament sostenible, i

Reconeixent la necessitat de cooperació entre els sectors privat i públic per especificar polítiques conjuntes per a la promoció, la gestió i el desenvolupament de les estacions de neu,

Declarem:

1. El turisme de neu i esports d'hivern és una part important de l'activitat turística mundial i un element clau per a la consecució del benestar a molts països i regions.
2. La competitivitat del turisme de neu demana una estreta col·laboració del sector privat i les administracions, definint marcs flexibles per al desenvolupament sostenible en comptes de reglamentacions rígides. Les comunitats locals amfitriones han de participar molt activament en aquest procés.
3. L'Organització Mundial del Turisme, per la seva posició en el marc global de l'activitat turística i les seves relacions privilegiades amb els governs i el sector privat, ha de tenir un paper clau a l'hora de definir i gestionar sistemes de qualitat voluntaris instituïts conjuntament.
4. La iniciativa del Govern d'Andorra i l'OMT, en convocar el Primer Congrés Mundial de Turisme de Neu i Esports d'Hivern, ha demostrat la utilitat de l'intercanvi d'informació i punts de vista professionals per crear consens entre les persones amb poder de decisió del sector. Els participants recomanen vivament la continuació d'aquesta iniciativa.
5. La feina duta a terme durant el Congrés ha d'ampliar-se aprofundint en el coneixement dels mercats, la recollida d'informació estadística, la difusió de nous conceptes i mètodes, el debat en fòrums professionals i la celebració periòdica de congressos sota els auspicis de l'OMT. Els participants preguen vivament l'Organització Mundial del Turisme i el Govern d'Andorra, com a organitzadors d'aquest primer Congrés, així com altres institucions implicades, que actuïn en conseqüència.

Les institucions i les persones que han participat en el Primer Congrés Mundial de Turisme de Neu i Esports d'Hivern volen deixar constància del seu sincer reconeixement al Comú d'Escaldes-Engordany i al Govern d'Andorra, així com a la resta de patrocinadors, per l'organització d'aquest esdeveniment professional i per l'èxit obtingut.

Conclusions del 1r Congrés Mundial de Turisme de Neu i dels Esports d'Hivern

El Primer Congrés Mundial de Turisme de Neu i dels Esports d'Hivern ha tingut lloc del 16 al 18 d'abril del 1998 a Escaldes-Engordany, Andorra. Ha aplegat uns 150 participants de 24 països per analitzar la situació de llur activitat i reflexionar sobre les perspectives de futur d'un sector que es veu confrontat a nombrosos canvis, com ara els hàbits de consum, el clima o la clientela.

Certament, "la neu" ha de continuar essent una activitat tenyida de somni, però les estacions no poden permetre's d'evolucionar sense una reflexió global quant al conjunt d'aquells qui estan interessats per un sector important de l'activitat turística. L'OMT, conscient d'aquest repte i amb la clara voluntat d'assegurar el seu paper de catalitzador d'intercanvis, ha inspirat aquest Congrés. Per primera vegada en 130 anys d'existència del turisme d'hivern, han tingut lloc debats que han permès de reflexionar conjuntament sobre les problemàtiques essencials següents: la mesura del pes actual del turisme d'hivern, la creació de definicions de general acceptació o l'elaboració de vies de futur.

En acabar-se els debats, hom es pot mostrar relativament optimista pel que fa al futur d'un sector amb grans possibilitats de desenvolupament. Això no obstant, convé precisar que el futur es presenta especialment encoratjador per a aquells qui sabran adaptar-se a les noves característiques del turisme d'hivern.

Les intervencions dels experts i els diferents debats amb els professionals que han assistit a aquest Congrés permeten de concloure el següent:

1. El panorama actual del turisme de neu mostra tendències diferents.

En primer lloc, una lleugera progressió en països com França i Espanya, i en segon lloc, una gran esperança de desenvolupament a la Xina del Nord, que s'obre als capitals estrangers per finançar les seves infraestructures i pot comptar amb un mercat potencial, intern i pròxim, absolutament gegantí.

Observem sobretot una estagnació i, en alguns casos, fins i tot una amenaça de recessió, en els mercats clàssics de Suïssa, d'Àustria o dels Estats Units, on, des de fa vint anys, el nombre d'esquiadors, 50 milions, no ha evolucionat (**Goeldner**). El Colorado n'és l'única excepció positiva.

És una situació inquietant, atès que el turisme de neu representa un sector important per a l'economia de nombrosos països, i per a alguns d'ells és, fins i tot, primordial. Dades recents palesen que a Àustria i a Suïssa el turisme de la temporada d'hivern té més impacte econòmic que el de la temporada d'estiu (**Zlamal**). D'altra banda, Austràlia, on les estacions estan situades a baixa altitud, es veu afectada de ple per l'anunci d'un escalfament del planeta d'aproximadament 2 graus dins de trenta anys. Per a les seves estacions es planteja un dilema en el qual està en joc la seva viabilitat econòmica (**Bent**).

2. La producció de neu artificial apareix com una resposta al problema del canvi climàtic, encara que convé recordar que el clima només és un dels nombrosos factors que influeixen sobre la indústria del turisme de neu (**König**). Factors demogràfics (progressió d'una població anomenada "sènior"), socioculturals (recerca de sensacions, rebuig de l'autoritat, obertura als altres, atractiu pels productes culturals), econòmics (reducció del poder adquisitiu, fragilitat dels llocs de treball) i d'altres afaïonen una població cada cop més exigent. Per reaccionar en funció d'aquestes noves característiques, cal ser pragmàtic.

Així doncs, els experts a Espanya precisen que, tot i que l'evolució de la clientela segueix una tendència favorable, les estacions espanyoles, acostumades des de la seva creació a modernitzar-se contínuament, han de prosseguir aquesta transformació per adaptar-se a les noves característiques de la demanda (**Llano Falcón**). La regió catalana en particular, on l'esquí és d'implantació relativament recent, pot fer front avui dia a la competència gràcies a enormes inversions i a una oferta d'estacions ben equipades (**Pujol**).

3. L'experiència i la recerca científica han definit cicles de vida propis a les estacions d'esports d'hivern (**Pikkemaat**). Actualment la majoria d'estacions d'Europa i d'Amèrica del Nord es troben en la fase de maduresa i de concentració. Cadascuna ha de saber situar-se i utilitzar els mètodes moderns de màrqueting i d'estudis de mercat per crear nous productes i activitats especials a fi d'estar a l'altura de les expectatives del client, que cada cop és més exigent.

La segmentació del sector del turisme de neu apareix, doncs, com una via de sortida necessària.

4. Encara que no es pugui dissociar el turisme de neu de l'activitat de l'esquí, en un futur pròxim caldrà parlar més aviat de l'activitat de "lliscada" ja que la història del monocultiu de l'esquí, base del desenvolupament de les estacions d'esports d'hivern, forma ja part del passat i ha donat pas a un policultiu on l'*snowboards* o el surf de neu i altres productes nous proposen emocions particulars i tenen l'avantatge d'agradar enormement els joves. Com a mínim durant uns anys, ja que caldrà trobar ràpidament quelcom més per seduir un públic a la recerca de novetats, d'acció, de plaer i de riure (**Strasser**); un públic anomenat *beat generation* (**Berry**) pel qual les estacions nord-americanes han apostat plenament.

Les noves tecnologies són, sense cap mena de dubte, una ajuda que no s'ha de negligir a l'hora d'atraure aquest immens mercat de no-esquiadors. Ja hi ha a la venda miniesquís o trineus revolucionaris que permeten de practicar l'esport de lliscada de manera molt més simple, i d'altres models apareixeran ben aviat.

5. El nou repte és que aquestes noves activitats puguin practicar-se en estacions tipus parc temàtic, totalment consagrades a la diversió a la neu sense que hi hagi cap tipus de risc. Aquesta tendència es palesa ja en la implantació al Japó, al Regne Unit o a Bèlgica de les *ski domes* o catedrals de l'esquí, que permeten de practicar esports de neu en dominis artificials propers a les grans ciutats, on els avenços tecnològics fan possible esquiar sobre una neu fabricada capaç de suportar temperatures exteriors que poden arribar als 32° C (**Benford**). Aquestes estacions "disneylanditzades" són una adaptació a un nou segment de clientela, tot i que no són pas, és clar, els únics models d'estacions del futur.

6. El futur es troba principalment en el condicionament d'espais de lleure de neu que permetin pràctiques diversificades en equipaments concentrats, moderns i polivalents. Així doncs, ens hauríem de dirigir cap a dos tipus d'espais ben definits (**Rouffet**). D'una banda, ens trobarem amb les estacions principalment dedicades a l'esquí, que sabran com valorar el seu domini esquiable i donar una nova imatge al seu urbanisme tot respectant el medi ambient, un tema que tant una gran majoria de la clientela com les autoritats tenen en molta estima avui dia. Aquestes estacions estarien situades generalment a gran altitud i, per tant, haurien de poder beneficiar-se d'una innivació satisfactòria.

D'altra banda, els esports d'hivern seran un xic menys "esportius" en aquests "pobles de neu" constituïts de zones esquiables sempre de qualitat, però més petites. Aquestes estacions jugaran la carta de l'autenticitat, de la tradició, i per això estaran impregnades de la cultura muntanyenca, tot i que aquest fet no exclou pas, ans al contrari, la necessitat d'un gran professionalisme pel que fa a l'allotjament, a la promoció i a la gestió.

7. El turista ha canviat. Actualment és un "promidor", és a dir, un productor i alhora consumidor (**Gaido**). Per tant, les estacions s'han de comunicar amb ell de manera diferent. Cal un acoblament de promoció i venda que no oblidí que el turisme de neu continua essent un somni que cal mantenir, fins i tot a través d'Internet, que, tal com s'esdevé per al conjunt del màrqueting directe, va agafant un lloc considerable al costat del "de boca en boca", sempre important. "Comunicar tot venent", això vol dir que les estacions hauran de fer paquets per poder continuar existint davant dels gegants de la distribució, que són els agents de viatges de l'Europa del Nord, i amb la finalitat de marcar llur territori i defensar llur imatge, sovint mal representada. Només cal donar un cop d'ull als catàlegs dels agents de viatges de països tan diferents com el Japó, Alemanya o el Regne Unit per convèncer-se que les estacions necessiten urgentment reapropiar-se de la seva pròpia identitat (**Bauer**).

8. El turisme de neu, tot i que a Europa, amb 7,6 milions d'estades el 1997, representa un segment important del turisme d'hivern (**Pauchant**), es troba cada cop més davant la competència d'altres formes de vacances i d'altres destinacions. La cooperació de les principals estacions americanes per redinamitzar la imatge dels esports de neu entre els joves a través de l'operació Snoblast és una resposta interessant (**Berry**). Es tracta d'una política de cooperació que té el deure de ser horitzontal i vertical alhora i que troba una excel·lent il·lustració en l'Associació de Les Portes du Soleil, una xarxa que gaudeix de tots els avantatges d'un gegant però que ha volgut preservar una dimensió acollidora i de relacions socials tot evitant de donar el sentiment de ser un turisme de masses (**Long**).

9. La recerca de la qualitat també és un dels camins obligats per assegurar el futur. En aquest marc, la sensibilització de tots els socioprofessionals i de les autoritats concernides per la vida d'aquelles estacions que necessiten una gestió de qualitat, esdevé primordial per tal de conèixer les expectatives dels consumidors, fer propostes de millora i vetllar per la seva aplicació (**Serres**).

L'estat també té un rol a executar a través de la seva política d'ordenament del territori en el desenvolupament sostenible del turisme de neu. Això no obstant, les normes i les lleis, tot i haver de garantir la preservació del medi ambient, no han de constituir un fre al progrés.

Una política realista i intel·ligent significa també la promoció del turisme de neu a través de la organització de grans esdeveniments que tinguin força impacte com ara el Jocs Olímpics o els campionats del món. Aquestes manifestacions tenen efectes directes extremament positius que resulten principalment de les despeses dels visitants, del suport dels patrocinadors externs, del suport de l'estat per a les infraestructures i dels ingressos procedents de l'activitat dels mitjans de comunicació. Tot el conjunt porta a estimular l'activitat i el **consum (Solberg)**.

Així doncs, es pot dir que l'èxit futur del turisme d'hivern dependrà del fet que tots els actors siguin capaços de trobar un equilibri entre tres components fonamentals: la utilitat econòmica i la rendibilitat, la salvaguarda de certs valors naturals i ecològics i la bona integració dins la societat (**Sauvain**).

10. Aquest primer congrés ha donat una bona visió global de tot el camí que cal recórrer, ha plantejat grans qüestions i qüestions encertades i ha traçat algunes pistes molt interessants que marquen l'inici d'un gran i difícil repte. Però l'atenció de tots els participants i la qualitat i la quantitat de les dades intercanviades palesen que es tracta d'un bon mètode de progressió.

Davant tots aquests reptes, l'OMT s'anuncia com un membre entusiasta que ja ha proposat posar a la disposició de tots els països membres la gran font d'informacions que té emmagatzemada, d'estar present per ajudar a definir normes de qualitat i per estimular la intel·ligència i el "savoir-faire".

Després d'aquest Congrés, la manca de transmissió d'informacions entre els actors del turisme d'hivern, que es podia lamentar en el passat, sembla que es va superant cada cop més. El concepte que empeny a "Pensar globalment, actuar localment" troba precisament aquí el seu sentit. L'OMT s'hi adhereix i impulsa la reflexió i la continuació dels debats donant ja cita, a partir de l'any vinent, al segon congrés mundial de turisme de neu i d'esports d'hivern del 2000.