

Del volum al valor: cap a un turisme que generi prosperitat al territori

Conclusions diàleg LABIIT "Repensant el turisme: fórmules per generar valor per al territori"

El Laboratori d'Innovació i Intel·ligència Turística (LABIIT) va organitzar el 4 de juny de 2026 el diàleg de turisme sostenible de les Terres de l'Ebre "Repensant el turisme: fórmules per generar valor per al territori".

La jornada va situar sobre la taula una qüestió de fons: l'èxit turístic no es pot continuar mesurant únicament a partir del nombre de visitants, les pernотacions o la despesa. El repte és analitzar també què queda al territori, com es distribueix el valor generat i fins a quin punt l'activitat contribueix al benestar de la població, al manteniment del paisatge, al patrimoni, a l'ocupació de qualitat i a la cohesió social.

Del creixement a la prosperitat

El primer diàleg, protagonitzat per Pili Malagarriga (cofundadora i directora de Segundo Mundo, conferenciant i consultora en turisme socialment responsable i membre experta del Consell turisme i ciutat de l'Ajuntament de Barcelona) i Josep Lladós (doctor i llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de Barcelona (UB) i professor agregat dels Estudis d'Economia i Empresa de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), va plantejar precisament com passar d'un

turisme generador de riquesa a un turisme capaç de generar prosperitat.

Lladós va recordar que el turisme no és una activitat homogènia, sinó un sistema complex format per allotjament, restauració, comerç, mobilitat, cultura i moltes altres activitats, amb impactes i models empresarials molt diversos. Aquesta complexitat obliga a fugir de diagnòstics excessivament simplistes. Tot i reconèixer externalitats negatives com la pressió sobre l'habitatge, les infraestructures o els serveis públics, va apuntar també que alguns d'aquests problemes responen a dèficits estructurals que van més enllà del mateix turisme.

Malagarriga, per la seva banda, va traslladar el concepte de prosperitat a una dimensió especialment territorial. Arrelament, governança compartida i nous indicadors apareixen com tres grans vectors de transformació. Com més vinculades estiguin al territori les inversions, la contractació, les compres o la producció, més capacitat tindrà el turisme de generar prosperitat local.

Així, passar del volum al valor no significa simplement augmentar els preus o atraure un visitant amb més capacitat de despesa. Implica aconseguir que cada

empresa i cada inversió deixin més valor econòmic, social, ambiental i comunitari al territori, sense que això depengui necessàriament de continuar incrementant el nombre de turistes.

Tres maneres de generar retorn al territori

La segona part de la jornada va traslladar aquest debat a la pràctica a través de tres experiències molt diferents —Grup El Pòsit, Camins Km0 i Som Ebre.

El Grup El Pòsit, a través de l'Ángel Pérez (director comercial i copropietari del Grup el Pòsit) va mostrar com una empresa de restauració pot integrar la sostenibilitat en tot el seu model de gestió. La proposta s'articula entorn de quatre dimensions — persones, producte, planeta i patrimoni— i parteix de la premissa que la sostenibilitat només és possible si l'empresa també és econòmicament viable. Salari i condicions dignes, formació, producte de proximitat, reducció del malbaratament i preservació de la gastronomia tradicional formen part d'una mateixa estratègia.

Des d'una altra escala, Maria J. Santiago, sòcia co-fundadora de la Cooperativa de Turisme Cultural, Camins km0 SCCL, va exemplificar com el turisme cultural pot contribuir a connectar patrimoni, economia local i comunitat. El seu model cooperatiu entén el territori com un ecosistema en què paisatge, pagesia, història, patrimoni i activitat turística estan interrelacionats. Un dels elements més interessants és el retorn directe sobre els recursos visitats.

La darrera bona pràctica, a càrrec de Marisa Bordera de Som Ebre, posa l'accent en la connexió entre sector primari, alimentació, paisatge i turisme. La iniciativa neix de detectar circuits de distribució poc coherents territorialment i busca facilitar la relació directa entre petits productors i consumidors.

Governar el turisme des del territori

El debat va ampliar la mirada cap a qüestions que condicionen directament la capacitat del turisme de generar prosperitat. La transversalitat atribuïda al sector turístic reforça la idea que el turisme no es pot gestionar de manera aïllada.

La governança ha d'implicar administracions, empreses, tercer sector, centres de coneixement i comunitat local, i avançar des de col·laboracions puntuals cap a estructures de treball més estables. L'Administració hi té un paper rellevant com a facilitadora de connexions, suport a iniciatives amb retorn positiu i impulsora del model territorial que es vol construir. A més, aquesta nova mirada també exigeix nous indicadors.

Créixer millor i de manera compartida

El repte no és necessàriament créixer més, sinó créixer millor i de manera compartida. Generar valor significa aconseguir que l'activitat turística tingui un retorn visible en forma d'oportunitats, activitat econòmica, treball digne, conservació del patrimoni, manteniment del paisatge i qualitat de vida.

Aquesta transformació no depèn d'una única gran actuació, sinó de moltes decisions coherents sobre com es produeix, com es consumeix, qui es beneficia del turisme, què es preserva i quins límits s'estableixen. El territori deixa així de ser simplement l'escenari on es desenvolupa l'activitat turística per convertir-se en el seu principal beneficiari.

La visió que emergeix és la d'un turisme més arrelat i regeneratiu: un model que no es limiti a reduir els impactes negatius, sinó que sigui capaç de contribuir activament a deixar territoris més vius, resilients i amb més oportunitats de futur.