

L'Administració pública i el turisme: l'Anoia

Arcadi Gafas i Oliveras i Manel Serra i Heredia

INTRODUCCIÓ

Catalunya és un país d'acusats contrastos. Observant el territori apareixen moltes preguntes sobre el perquè de la seva geografia humana; veiem com en els diferents espais s'han aprofitat les potencialitats territorials de maneres molt diverses: indústria, turisme, esport... Tot això ha originat desequilibris i diferències considerables entre els diversos espais que conformen el Principat.

Partint del fet que la utilització de les diferents potencialitats espacials és la millor eina per aconseguir el progrés equilibrat d'un territori, en l'estudi acurat d'una comarca s'ha de començar analitzant quins han estat aquells usos en potència que no s'han produït, fet que ens explicarà la realitat que es viu. En aquest context, l'Administració té un paper molt important, ja que ha de potenciar i canalitzar tot tipus d'iniciatives i projectes que afecten el territori per poder així crear noves i millors realitats que les existents. El turisme és una d'aquestes potencialitats. Cal veure, doncs, quin és el paper de les diverses administracions a l'hora de potenciar-lo, per tal de poder entendre i explicar el paper turístic d'un territori.

L'estudi aquí presentat se centra en la comarca de l'Anoia i fa una anàlisi del paper de l'Administració en matèria turística. Per fer això s'examina quins són els recursos turístics existents, així com quin és el turisme que s'hi dona. Seguidament, s'analitza el paper de l'Administració, tant el que fa com el que creiem que hauria de fer per potenciar el fet turístic.

EL TURISME A L'ANOIA. PERFIL BÀSIC

ELS ATRACTIUS TURÍSTICS

Un primer aspecte que cal analitzar és quins són els principals atractius turístics de la comarca. Els deu més importants són: àmbit rural, turisme industrial, monuments, festes, fires i mercats, excursionisme, esports d'aventura, gastronomia, artesanian i Montserrat.

L'element rural és un dels més importants dintre de la caracterització turística de l'Anoia. A diferència dels valors urbans que presenta l'àrea metropolitana de Barcelona, la comarca de l'Anoia resulta un àmbit molt proper que té un ambient fortament rural (especialment en la meitat nord), cosa que es potencia en gran manera, fruit de l'atracció que genera aquest aspecte als habitants de l'àrea urbana. Això es reflecteix en la gran oferta de cases rurals que hi ha.

L'element cultural té també un paper molt important en els factors d'atracció turística. Aquest es basa en el món industrial i en el patrimoni monumental. El turisme industrial es fonamenta en la creació de museus en antigues fàbriques de pell i de paper, com són el Museu de la Pell d'Igualada i el Museu del Paper de Capellades. Respecte al patrimoni monumental, es basa en una sèrie d'edificis d'estil noucentista, així com esglésies romàniques i gòtiques de la comarca, a més dels castells.

Les festes tenen una certa importància, especialment els pessebres vivents d'Òdena i dels Prats de Rei (entre d'altres).

A vegades lligats a les festes o separatament d'aquestes, trobem les fires i els mercats. Se'n fan diversos al llarg de l'any a tota la comarca, i també generen certa atracció turística.

Una activitat alternativa que s'ha impulsat en els darrers anys, i que aprofita els abundants espais rurals de la comarca, ha estat l'excursionisme.

L'àmbit esportiu es materialitza en els esports d'aventura. És un territori propici perquè es practiquin l'excursionisme i el barranquisme. També destaquen en aquesta modalitat d'activitats de lleure els viatges en globus (s'ubiquen a l'aeròdrom d'Òdena).

La gastronomia i l'artesanian són aspectes que ocupen un lloc secundari com a factors d'atracció turística, ja que representen un complement a l'oferta ja existent. En l'àmbit de l'artesanian destaca l'activitat comercial, centrada en els productes de la pell i del tèxtil.

Montserrat resulta l'últim atractiu turístic de la comarca, tot i que, atesa la seva poca extensió dintre de la comarca, és un factor quasi imperceptible i mínim en el còmput comarcal.

Ja observats els factors turístics, cal preguntar-se: qui visita la comarca?

Els visitants conformen una tipologia molt diversa, diversitat que respon a l'oferta turística existent. En general, trobem que ve a gaudir d'aquesta terra gent que arriba amb la seva parella o que busca tranquil·litat i descans (famílies). Un altre vessant (minoritari) és el referit al «turisme de museu», que és seguit per jubilats i nens que vénen amb les escoles a visitar els museus. El de Capellades té una afluença anual de 40.000 persones, mentre que el de la Pell d'Igualada en té 12.000. També hi ha un cert turisme orientat a la visita d'elements arquitectònics i històrics, ja que a Igualada hi ha edificis representatius del Modernisme català.

Respecte a l'origen dels visitants, la majoria ve de l'àrea metropolitana de Barcelona; encara que hi ha alguna excepció, com la que es produeix a Castellfollit de Riubregós, on tenen un turisme majoritàriament holandès.

L'EQUIPAMENT TURÍSTIC

L'equipament específic és molt reduït en comparació amb altres comarques catalanes més turístiques. La forta tradició i empenta de la indústria comarcal durant molts anys explica la poca existència d'aquest tipus d'allotjament, ja que el fenomen turístic s'ha desenvolupat des de fa pocs anys.

Partint de les xifres que proporciona l'Anuari Estadístic de Catalunya de l'any 2000, a la comarca de l'Anoia l'oferta hotelera és de 16 hotels (676 places d'allotjament), mentre que de càmpings només n'hi ha 1, que ofereix 63 parcel·les, i que s'ubica al municipi de la Llacuna.

El turisme rural a la comarca té 11 cases de pagès, que disposen de 67 places. Principalment s'ubiquen a l'Alta Anoia.

Un altre aspecte que cal destacar de la infraestructura turística és el nombre de bars-restaurants que hi ha en aquesta comarca, el qual ha sofert un lleuger increment des de l'any 1995 (93 bars-restaurants) fins l'any 2000 (99 bars-restaurants).

LES URBANITZACIONS TURÍSTIQUES I EL TURISME RESIDENCIAL

El turisme residencial és una modalitat d'oci molt consolidada a la comarca de l'Anoia. Originari de la dècada de 1960, en part està associat a la mateixa població de la comarca (famílies d'Igualada, principalment), però

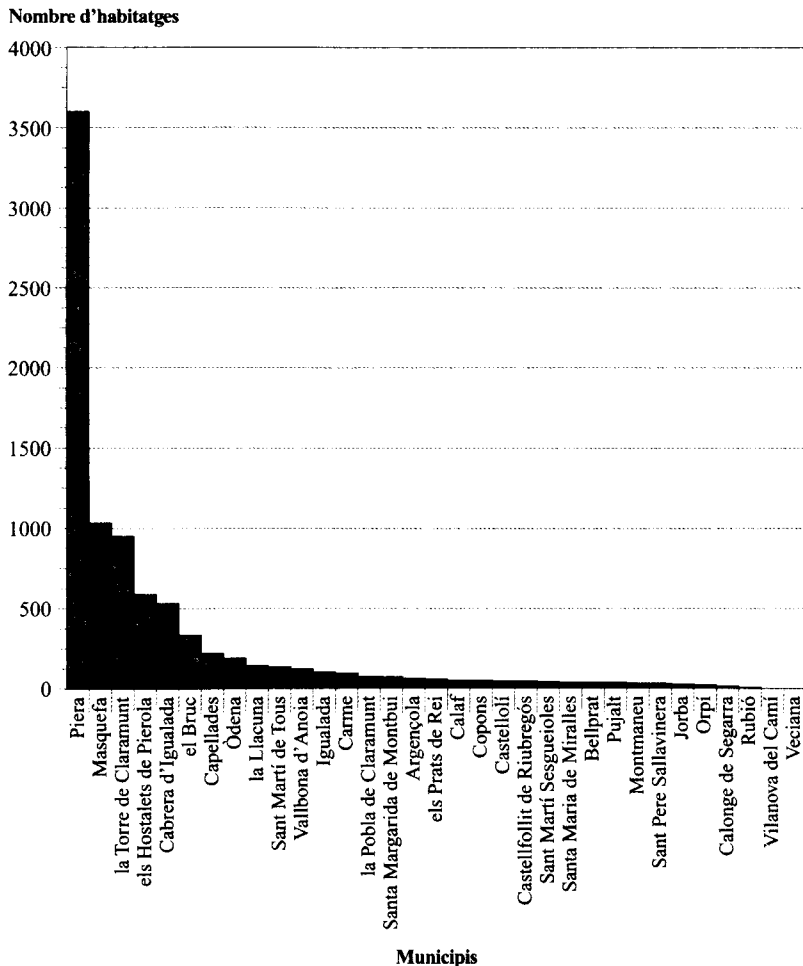
sobretot va anar lligat a població de l'àrea metropolitana, que aprofità la relativa proximitat de l'Anoia a Barcelona, juntament amb uns preus del sòl força baixos en comparació amb les comarques litorals. El que proliferaren foren xalets i habitatges unifamiliars en urbanitzacions. Aquesta dinàmica turística ha anat augmentant amb el pas del temps, fins a arribar als nostres dies. El 1970 l'Anoia disposava de 1.789 habitatges secundaris, l'any 1981 eren 7.785, i el 1991¹ el nombre d'habitatges d'aquest tipus arribava a 8.662, xifra que representa un increment de l'11,3% respecte del 1981.

Així, l'any 1991 l'Anoia disposava de 25.675 habitatges principals, 8.962 de secundaris, 5.653 vacants² i 114 habitatges d'un altre tipus. Això representa un 22,18% de segones residències en el total d'habitatges, percentatge que situa l'Anoia en divuitè lloc en el conjunt de les comarques de Catalunya. Malgrat això, aquesta proporció de segones residències és evidentment molt inferior als valors de les comarques més turístiques.

Els 8.962 habitatges secundaris de l'Anoia l'any 1991 permeten allotjar unes 38.088 persones,³ xifra que fa que el turisme residencial sigui el més important de la comarca. Aquests habitatges són quasi únicament unifamiliars, ja que menys del 6% formen part d'edificis de 2 o més habitatges, i el 79,77% són específicament unifamiliars.⁴ Es tracta d'habitatges construïts majoritàriament des del 1961, sobretot en el període 1971-1980 (32,6%) i 1981-1991 (12,78%), mentre que els construïts abans del 1960 són inferiors al 15%.⁵ Pel que fa al règim de tinença, es tracta majoritàriament d'habitatges en propietat (un xic més del 50%), mentre que el lloguer és molt minoritari (inferior al 3%).⁶ Respecte a la mida, se situen preponderantment entre els 70 i els 100 m² (35,92%),⁷ amb 4 o 5 habitacions (41,78%).⁸ Majoritàriament disposen d'aigua corrent i energia elèctrica, i destaca un 11% d'habitatges sense aigua calenta ni calefacció i un 73% sense gas canalitzat.

1. Darrer any del qual disposem de dades fiables sobre el nombre d'habitatges. El cens del 2001 proporcionarà properament nova informació sobre això.
2. Aquest concepte inclou els habitatges en lloguer, en venda o abandonats. No inclou els habitatges ruïnosos.
3. Usant el mòdul estàndard de 4,25 persones per habitatge.
4. Hi ha un 14,31% d'habitatges secundaris on no consta si són unifamiliars o no.
5. Un 34,7% d'aquests habitatges on no consta l'any de construcció.
6. Un 44,75% sense dades d'aquest tipus.
7. Un 41,08% sense dades d'aquest tipus.
8. Un 40,60% sense dades.

Habitatges secundaris a l'Anoia (1991)



Font: elaboració pròpia, a partir del Cens d'habitatges de Catalunya.

D'altra banda, el fet que molts d'aquests habitatges es construïssin en els anys 1960-1970 ha generat importants problemes als municipis amb més urbanitzacions, ja que aleshores els serveis bàsics (aigua, enllumenat, clavegueram, pavimentació) sovint no es construïen, o es feia de forma parcial; amb l'adveniment dels ajuntaments democràtics, les corporacions locals han hagut de fer un esforç considerable per anar dotant de serveis aquestes residències, amb l'agreujant que la dispersió territorial de la construcció en forma d'urbanització encaria notablement aquestes dotacions.

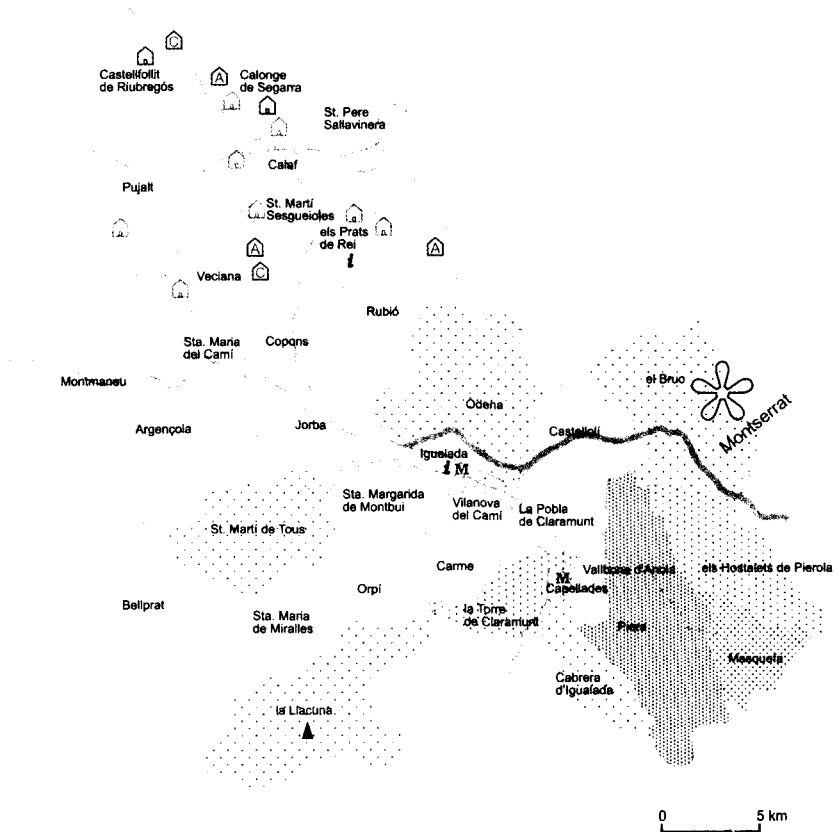
Aquest tipus de turisme presenta una accentuada concentració territorial: dels 8.962 habitatges secundaris de tot l'Anoia, Piera en concentra 3.622 (40,41%), Masquefa 1.027 (11,46%) i la Torre de Claramunt 955 (10,66%). Aquests tres municipis, que sumen 92,93 km² (el 10,7% de l'Anoia), concentren el 62,53% de les segones residències de la comarca. Destaquen també els municipis dels Hostalets de Pierola (656), Cabrera d'Igualada (573) i el Bruc (376). El conjunt d'aquests sis municipis (190,06 km², 21,9% de l'Anoia) aplega el 80,43% de les segones residències de la comarca. Per tant, doncs, el turisme residencial es concentra eminentment en la franja sud de la comarca, la zona més propera i accessible des del principal focus emissor d'aquest tipus de turisme en la zona, l'àrea metropolitana de Barcelona. El centre i el nord de la comarca presenten poc turisme residencial en termes numèrics, si bé aquest tipus de turisme és relativament important en alguns d'aquests municipis, on la proporció de segones residències respecte al parc total d'habitatges és alta; destaquem: Argençola (47,88%), Castellfollit de Riubregós (35,29%) Pujalt (32%), Sant Martí de Tous (33,18%), Sant Pere Sallavinera (33,33%) i Santa Maria de Miralles (50,75%).

EL TURISME EN L'ECONOMIA I EL TERRITORI COMARCAL

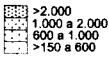
Analitzar l'impacte del turisme a l'Anoia representa distingir dues modalitats de turisme força diferenciades. Per una banda hi ha el turisme residencial, que s'associa a les extenses urbanitzacions situades a la franja sud de la comarca. Aquest tipus de turisme és el més important de l'Anoia, si bé la quantificació de la seva aportació és molt difícil, ja que l'activitat econòmica que genera és molt difícil de destriar de la propiciada pels mateixos habitants de la comarca. La resta d'activitats turístiques tenen una importància menor. Dins del PIB de l'Anoia de l'any 1999, el sector serveis —en el qual s'engloben les activitats turístiques— representava el 40,2% (era un 53,7% a tot Catalunya), i del total d'activitats terciàries, l'hoteleria i la restauració representaven únicament un 6,8% del total, valor superior al total de Catalunya (6,5%), però per darrere de les comarques més turístiques del país. A més, segons les dades del mateix any, el sector d'hoteleria i restauració de l'Anoia incrementà poc el PIB generat (2,6%), en comparació amb l'increment del conjunt de Catalunya (5,3%).

Analitzant la repercussió econòmica del turisme per ocupació, observem que del total de 32.259 persones de la comarca que hi treballen, 1.170 es dediquen a l'hoteleria i la restauració, valor que representa únicament un 3,6% del total.

EL TURISME A L'ANOIA



Nombre d'habitatges de segona residència:



Municipi pertanyent al Consorci de Promoció Turística de l'Alta Anoia



Limit de terme municipal

Argençola Nom de municipi

Principals vies de comunicació

- Vies importants de calçada única
- Autovia
- Ferrocarril

Principals recursos turístics

- Oficina d'informació Turística
- Museu important
- Càmping
- Residència-casa de pagès
- Alberg
- Casa de colònies
- Element turístic singular
- Montserrat
- Allotjament rural Independent

Elaboració pròpia a partir de fonts diverses (vegeu bibliografia final).

Així, doncs, basant-nos en els criteris quantitius, tant en aportació econòmica com en ocupació efectiva, la importància del turisme (sense considerar les segones residències) és força reduïda.

Ara bé, tot i aquesta poca importància del turisme, s'ha de destacar que a la franja nord de l'Anoia, la regió coneguda com l'Alta Anoia, la importància del turisme és més gran, i experimenta un creixement sostingut al llarg dels anys. Aquest espai, fins fa pocs anys en procés de declivi econòmic i de despoblació, ha vist com el model de turisme basat en la residència-casa de pagès ha permès complementar els decreixents ingressos agraris i, d'aquesta manera, mantenir uns ingressos estables a les famílies de la zona, la qual cosa ha propiciat la frenada de l'emigració. Les residències-cases de pagès han donat ocupació predominantment a la dona, mentre que l'home s'ha continuat dedicant a les tasques agràries. Per tant, el turisme de residències-cases de pagès ha permès el manteniment de moltes explotacions agràries que, altrament, haurien tancat, alhora que ha incorporat la dona al món del treball.

LA PROMOCIÓ TURÍSTICA: PERCEPCIONS I REALITATS

La imatge de la comarca de l'Anoia que en té el visitant és la d'un territori de la Catalunya central força proper a Barcelona i sense cap atractiu singular; en general, no es reconeix que part de Montserrat pertany a l'Anoia (el municipi del Bruc), sinó que el massís s'identifica predominantment amb el Bages.

Pel que fa a la percepció del turisme que es té a la comarca, hi ha tres situacions prou diferenciades. D'una banda, la franja sud de la comarca, la més afectada per les urbanitzacions, conviu amb el fenomen de les segones residències; aquest fet residencial poc sovint es considera explícitament turisme, sinó que es percep com un moviment pendular de població amb certes implicacions pel que fa al consum de serveis. En el centre de l'Anoia, les activitats predominants són industrials i terciàries no lligades al turisme, de manera que en general el fenomen turístic és quasi anecdòtic, i per això la població no el considera com una activitat productiva de la zona. Tant al centre com al sud de la comarca la població és conscient del poc atractiu turístic que té el seu territori, i en general tampoc hi ha la voluntat de promocionar-se turísticament. Només hi ha aquesta intenció en municipis dotats de recursos turístics importants on s'ha realitzat un important treball de conscienciació a través de l'Administració, com és el cas de Capellades amb el Capelló.

En canvi, a l'Alta Anoia la percepció del turisme és una altra. I és que es tracta d'un context prou diferent: són àrees plenament agràries, amb una agricultura extensiva en recessió, on el turisme rural es veu com un complement econòmic molt important de les explotacions agràries unifamiliars. Així, en aquesta àrea el turisme és considerat com una activitat necessària, i la seva promoció és realitzada amb tots els mitjans possibles (que són minsos a causa de l'escassa població de la zona i de l'escàs excedent econòmic generat en un context agrícola en crisi).

Pel que fa als visitants, la percepció de l'Anoia és diferenciada territorialment. Així, d'una banda hi ha Montserrat, que com ja s'ha dit és associada generalment al Bages, des d'on s'hi accedeix normalment. D'altra banda hi ha la franja sud de la comarca, on hi ha una important extensió de segones residències; aquest territori és vist pels visitants (residents secundaris) simplement com un territori relativament proper a l'àrea metropolitana, amb certes qualitats rurals i naturals (bosc, camps, natura), però sense res d'especial: trobaríem consideracions similars per exemple a àmplies àrees del Bages i del Vallès Occidental.

La part central de la comarca no és percebuda pel visitant com un reclam turístic, sinó com una àrea eminentment industrial, tradicionalment manufacturera, lligada a la pell, el tèxtil i el paper, seguint el riu Anoia. Així, els únics focus turístics que atreuen el visitant són els museus, i en algun cas l'arquitectura i la història (castells, etc.), a part de fires i esdeveniments puntuals.

En canvi, la part nord de la comarca des de fa uns anys ha sofert un canvi de valoració. Així, anteriorment era molt poc coneguda i, com a molt, percebuda com un espai rural llunyà, de tipus segarrenc. Però sobretot des del 1992, i arran de les campanyes de potenciació turística i del turisme rural —promoció específica de la zona i també general de la Catalunya central—, l'Alta Anoia s'ha anat considerant cada cop més un territori idoni per al turisme rural, ja que el visitant aprecia que conté uns paisatges i unes formes de vida no afectades per la cultura industrial o urbana moderna; es tracta, però, d'una visió estereotipada (evidentment l'agricultura sí que s'ha vist afectada pels progressos del segle XX, però aquest fet s'obvia en la valoració que en fa el visitant): aquesta visió es concentra en els paisatges, lleugerament ondulats, de camps de cereal, alternats amb franges de bosc i pigallat de barraques d'eines i alguna masia, mentre que la resta del poblament està més o menys agrupat.

El visitant urbà té actualment una alta estima pels paisatges que no han estat afectats per la dinàmica urbanitzadora iniciada a la major part del territori català cap al 1950, de manera que l'Alta Anoia és prou ben valo-

rada. A més, la proximitat a Barcelona, afavorida recentment per les millores viàries, fa incrementar l'atracció d'aquest territori: una àrea plenament rural a tocar de Barcelona.

ADMINISTRACIÓ I TURISME

LES ACCIONS DE L'ADMINISTRACIÓ COMARCAL I MUNICIPAL EN L'ÀMBIT TURÍSTIC

La gestió turística de l'administració local a la comarca de l'Anoia arrenca fonamentalment de l'any 1992, quan la Diputació de Barcelona inicia un pla de dinamització turística de tota la província, impulsant una planificació estratègica per tal d'aprofitar les potencialitats dels seus espais.

Abans d'això la Diputació de Barcelona no havia realitzat cap activitat concreta d'incentivació turística; de fet, aquesta administració no té competències específiques en el tema. Arran d'estudis realitzats, el 1992 s'esbrina que el turista de Barcelona fa una estada de 5-6 dies, i s'observa que hi ha la possibilitat de portar-lo a fer visites curtes (1-2 dies) en un radi de 50-60 km des de Barcelona, un territori que coincideix aproximadament amb la província. Arran d'aquesta observació, la Diputació pren consciència de la importància i la idoneïtat de realitzar una potenciació turística de tota la província (i no només de les marques instaurades fins llavors), i el mateix any (1992) es crea l'Agència de Turisme de la Diputació de Barcelona, amb un diputat específicament dedicat a l'Àrea de Turisme. A partir d'aleshores, la Diputació dona servei als ajuntaments de la província en matèria turística: impulsa programes de formació del personal de l'Administració pública en aquesta matèria, fonamentalment de caire tècnic, i fomenta la promoció de les diferents àrees que engloba la província, diferenciant el territori en marques turístiques. A més, ha procurat fomentar el desenvolupament turístic de caràcter endogen, impulsant la creació de consorcis de promoció turística, organismes en els quals hi ha representats tant les administracions públiques (Diputació, ajuntaments) com les iniciatives privades (hotelers, propietaris de cases de pagès...). Cal tenir en compte a més que aquesta voluntat política ha anat acompanyada d'importants sumes de diners, amb la qual cosa s'han pogut realitzar bona part dels projectes i idees concebudes.

Així, l'any 1998 la Diputació realitzà el Pla de Desenvolupament Turístic de la província de Barcelona, que permeté distingir dins la província diferents àrees territorials, cadascuna de les quals engloba territoris conti-

gus que comparteixen la mateixa tipologia turística. Cadascuna d'aquestes àrees s'anomenà *clúster*. Concretament, la comarca de l'Anoia n'inclou tres, que són el clúster de l'Anoia, el de l'Alta Anoia i una part del de Montserrat.

El mateix any (1998) es creà l'Associació de Municipis de l'Alta Anoia, que comprenia els municipis dels Prats de Rei, Sant Pere Sallavi-nera, Castellfollit de Riubregós, Calonge de Segarra, Pujalt, Argençola, Montmaneu, Sant Martí Sesgueioles i Rubió, radicats bàsicament a la franja nord de la comarca. Aquesta associació de municipis es transformà el 1999 en el Consorci de Promoció Turística de l'Alta Anoia, dedicat fonamentalment a la promoció del turisme rural de residència-casa de pagès. Aquest consorci comprenia, a part dels municipis de l'antiga associació, els empresaris vinculats al turisme de la zona, així com l'Associació pel Desenvolupament de l'Alta Anoia. Aquesta Associació integrava la Diputació (2 membres), un membre de la Unió de Pagesos, un membre dels Joves Agricultors i Ramaders de Catalunya i un membre del Consell Comarcal.

Els diners del Consorci, inicialment sense recursos, són aportats per la Diputació via el Departament de Promoció Econòmica i el Departament de Promoció Turística, i en menor proporció pels ajuntaments, els quals en no ser gaire poblats tenen pocs recursos monetaris. Cal dir també que l'Ajuntament de Calaf no forma part d'aquest Consorci, ja que el seu terme no conté cap casa de pagès. Així, Calaf realitza tasques de promoció turística de forma individual, i el Consorci no disposa dels avantatges que podria suposar el fet que inclogués el municipi que en certa manera actua de capital d'aquestes terres.

El Consorci de l'Alta Anoia ha anat prosperant en els seus objectius, i l'any 2001 s'ha ampliat, incorporant els municipis de Veciana i Copons; a mitjan 2001 s'hi afegeix Jorba, i arriba fins a les terres del centre de l'Anoia; així, aquest organisme ha agrupat tots els municipis rurals del centre i nord de l'Anoia que comparteixen les mateixes problemàtiques (despoblament, crisi agrària) i aspiren a les mateixes vies de solució (turisme rural com a instrument de complementarietat econòmica en el si de l'explotació agrícola).

Actualment, l'Agència de Promoció Turística de la Diputació de Barcelona s'està replantejant el seu funcionament, amb la idea d'incorporar en els diferents projectes turístics una major iniciativa privada, per tal d'augmentar la participació i les aportacions monetàries del sector privat i d'aquesta manera reduir la despesa de la mateixa Diputació. Cal preveure que aquest canvi afecti el Consorci de l'Alta Anoia, el qual disposa d'un presupost d'uns 150.000 €.

D'altra banda, el Consell Comarcal de l'Anoia no realitzà cap actuació de tipus turístic fins al 1993, quan es creà l'Oficina de Comerç, Turisme i Promoció Econòmica, per a la qual es contractà un tècnic dedicat a aquesta àrea. Val a dir que aquesta oficina en el seu vessant turístic està destinada a informar i fomentar el turisme a l'Anoia, però també realitza funcions d'agència de viatge per als anoïencs.

Des de llavors, el Consell Comarcal ha realitzat algunes actuacions de promoció i potenciació turística, elements que són eminentment de caire puntual; no s'aprecia una clara voluntat política de foment del turisme a nivell comarcal, ja que aquest no ha estat ni és un dels objectius bàsics del Consell Comarcal. Aquest fet, que a simple vista podria esdevenir xocant, cal analitzar-lo tenint en compte els següents aspectes: en primer lloc, el pes demogràfic, econòmic i polític de la comarca recau eminentment en el centre i en part al sud del seu territori, on les activitats predominants són bàsicament industrials i terciàries, no lligades al turisme. Els territoris rurals tenen poc pes poblacional i econòmic, de manera que la seva influència política és minsa. Aquest és un dels motius que propicià la formació d'un organisme específicament destinat a aquestes terres rurals de la comarca (Consorti de l'Alta Anoia), que hi aporta solucions que no tenen sentit al territori comarcal més urbanitzat i industrial, que és el que pesa més al Consell Comarcal.

D'altra banda, cal tenir en compte que l'Anoia és una comarca que, a part del fet físic que la defineix majoritàriament (la conca d'Òdena), és més una unió d'àrees individualitzades, sense adscripció territorial clara, que no una àrea amb consciència comarcal plena; no és una unitat funcional específica. En paraules dels seus habitants, és una mena de calaix de sastre, on hi ha part de territori segarrenc (Alta Anoia i municipis propers a Santa Coloma de Queralt), penedesenc (la Llacuna), montserratí (el Bruc) i la resta de territori aglutinat més o menys a l'entorn d'Igualada. De fet, l'*Informe Sobre la Revisió del Model d'Organització Territorial de Catalunya* (2000) preveia una important modificació territorial de l'Anoia, amb la creació de la comarca de l'Alta Segarra (amb capital a Calaf), del Baix Llobregat Nord, i canvis importants als límits de l'Anoia. Això denota el poc caràcter unitari de les terres compreses avui en la comarca anoïenca, fet pel qual les actuacions de caràcter integral o comarcal són poc reeixides.

Les accions del Consell Comarcal en matèria turística solen comptar amb el suport de la Generalitat i la Diputació de Barcelona. El fet de col·laborar amb la Diputació des del 1993 és important i destacable, més si tenim en compte que en altres àrees no hi ha hagut fins avui cap tipus de col·laboració entre ambdues administracions, principalment per motiva-

cions polítiques; aquest fet indica la importància que s'atorga al fet turístic, el qual se separa d'eventuals disputes polítiques.

A nivell municipal, les iniciatives de promoció i foment del turisme difereixen molt segons de la tipologia socioeconòmica de cada cas: d'una banda, hi ha els municipis industrials del centre de la comarca, els més poblats, on l'activitat turística s'ha potenciat històricament poc, i on actualment hi ha hagut un cert impuls del turisme, entenent-lo com a complement d'una indústria que en les darreres dècades ha patit importants crisis, fet pel qual s'ha interpretat com a negativa la gran dependència respecte del sector industrial; així, s'ha intentat diversificar l'economia municipal, potenciant quan ha estat possible el turisme. El cas més significatiu és el de Capellades.

En general, els municipis de l'Anoia no tenen regidoria de promoció turística, ja que el turisme és una activitat poc important en aquest territori; és el cas per exemple d'Igualada o de Piera, on la minsa temàtica turística tractada es reparteix entre les regidories pertinents. En altres casos, aquestes activitats solen estar dins de la regidoria de cultura o de festes, o bé englobades dins la regidoria de promoció econòmica, com és el cas de Calaf. A Capellades, un dels municipis importants amb més impuls turístic des de l'Ajuntament, aquestes activitats es canalitzen via l'Àrea de Comerç i Turisme.

D'altra banda, en els municipis de l'Alta Anoia, on el turisme és relativament més important, la petita dimensió dels ajuntaments (pocs regidors, a part de l'alcalde) fa que tampoc no hi hagi una regidoria especialitzada en el tema.

Malgrat que no és estrictament una administració local, considerem també en aquest punt el Patronat de la Muntanya de Montserrat, que territorialment inclou el terme municipal del Bruc. Tant el Consell Comarcal de l'Anoia com l'Ajuntament del Bruc en formen part,⁹ i aquest patronat té entre d'altres la funció de foment del turisme mitjançant la propaganda nacional i internacional adequada, i a través de la creació de circuits turístics a la muntanya. Ara bé, cal dir que les seves activitats fomenten sobretot l'accés a la muntanya des de la banda del Bages, i, per

9. El Patronat de la Muntanya de Montserrat està format per la Generalitat de Catalunya, els ajuntaments del Bruc, Collbató, Monistrol de Montserrat i Marganell, els consells comarcals de l'Anoia, el Bages i el Baix Llobregat, les diputacions de Barcelona, Girona, Lleida i Tarragona, l'administració general de l'Estat i el monestir de Santa Maria de Montserrat.

tant, el costat anoïenc del massís (el Bruc) està despenjat del major flux turístic, tot i que en el seu terme municipal hi hagi la zona d'escalada més atractiva.

Pel que fa a la coordinació de les activitats municipals de promoció turística, a banda del Consorci de l'Alta Anoia, aquesta coordinació és purament testimonial: només s'ha produït entre els municipis de la Pobla de Claramunt, Òdena, Montbui i Miralles, per a la promoció del patrimoni històric (castells), iniciativa que no ha reeixit.

Actuacions específiques

D'aquestes, destaquem les del clúster de l'Alta Anoia, des del qual el turisme s'organitza gràcies al Consorci de Turisme de l'Alta Anoia, el qual està potenciant molt fortament l'oferta turística del seu espai. Les seves estratègies es basen principalment en oferir una certa formació als interessats a treballar en aquest sector. A més, la promoció turística efectuada és molt important. El consorci s'articula a partir de l'oficina de turisme de l'Alta Anoia, ubicada als Prats de Rei. Entre les principals actuacions que ha dut a terme, des de 1998, s'ha de destacar que ha creat 120 places d'allotjament rural, 3 nous restaurants, 2 empreses d'activitats turístiques i ha format 8 guies locals.

Entre els diversos programes turístics que s'ofereixen al clúster de l'Alta Anoia, cal destacar-ne alguns d'una certa importància. Un d'ells és el de l'oferta gastronòmica, amb la promoció dels diversos establiments que ofereixen el servei gastronòmic per al públic en general. Un altre programa és el de promoció de la cuina de la comarca a partir de dues modalitats, com són la fira dels fogons de l'Alta Anoia i un concurs de cuina tradicional. Seguint en aquesta casuística tradicional, un fet que té molta acceptació i que es promociona molt fortament de cara turisme és el de la casa de pagès. Ha estat una modalitat d'oci molt acceptada, ja que les cases de pagès dedicades al turisme han tingut un augment significatiu en els darrers anys. Fruit d'aquesta acceptació, el Consorci ha passat a crear i promocionar els caps de setmana a l'Alta Anoia. S'ofereixen al visitant una sèrie de caps de setmana que són d'una naturalesa molt variada (històrics, gastronòmics, romàntics...).

Tota aquesta iniciativa se sustenta mitjançant un conveni entre el Consorci de Promoció Turística de Barcelona i la Diputació, a través del qual es pot promocionar i difondre aquesta oferta.

A part d'això, la Diputació ha creat també iniciatives per potenciar turísticament determinades zones. En el cas de l'Anoia, aprofitant la seva tradició industrial, es va intentar fomentar l'anomenat «turisme indus-

trial», basat en la visita a les fàbriques de la zona que estaven actives, perquè el visitant veiés com funcionaven realment. Aquí, un cert secretisme empresarial que hi ha, alimentat per la competència, ha fet que aquesta proposta no hagi prosperat.

D'altra banda, la Diputació col·labora en restauracions diverses del patrimoni arquitectònic de la comarca, com ara l'acabament de les obres de restauració de l'edifici del priorat de Santa Maria (Castellfollit de Riubregós), el Museu-Molí Paperer de Capellades o la restauració de l'antiga adoberia de Cal Granotes (Igualada). També col·labora en la mostra de teatre que es fa a Igualada al mes de maig i en el festival europeu de globus aerostàtics que es fa a l'aeròdrom d'Òdena.

En matèria turística han sorgit diverses iniciatives del Consell Comarcal, que sovint han estat recolzades econòmicament per l'Agència de Turisme de la Diputació de Barcelona. El Consell Comarcal, mitjançant aquest finançament, pot fer una sèrie de tríptics i de guies de la comarca, a més de promocionar-la en les fires de Barcelona i de Cornellà (Agrotur).

Les iniciatives dels municipis per fomentar el turisme són de diversa natura. A més de Capellades, que estudiarem en detall més endavant, hi ha altres municipis que tenen iniciatives en aquest sector, com és el cas de Calaf: a través de la regidoria de dinamització econòmica, ha creat iniciatives com la de potenciar el mercat de Calaf a partir de la primera fira de l'Eix, o la de fer un concurs d'escultura i ubicar les obres en el mateix municipi, amb la idea de redissenyar i omplir l'espai urbà de la vila.

Igualada també fa esforços turístics participant de forma activa en el museu comarcal (incentius econòmics), que està ubicat al mateix municipi i està gestionat al 50% pel Consell Comarcal i l'Ajuntament d'Igualada. La capital de l'Anoia té altres aspectes destacables en aquest sector, com el nou cementiri, fet per l'arquitecte Miralles (premi FAD d'arquitectura), el qual és visitat sovint per arquitectes.

Hi ha hagut altres intents de potenciar el turisme mitjançant la coordinació entre diversos municipis. Un exemple és la Ruta dels Castells. Aquesta es va iniciar ara fa uns set anys, i va començar amb la restauració del castell de la Pobla de Claramunt. Amb això es va voler potenciar la creació d'una ruta que recorregués diversos castells de la comarca. Els altres castells eren els de Miralles, d'Òdena i de Montbui. Aquesta iniciativa va fracassar per diversos motius: el de Miralles està enrunat; a més, un d'aquests castells és de propietat privada i hi ha trams del camí cap als castells on no es pot arribar amb cotxe. Amb aquesta iniciativa es van formar els guies perquè treballessin en aquest servei, tot i que no ho van poder fer, ja que finalment es va desestimar.

Entre altres iniciatives citem la de Calonge de Segarra, on hi ha una associació que està col·laborant amb l'Ajuntament per fer circuits i potenciar l'esport de la BTT.

Molts municipis, per millorar la qualitat de la seva imatge de cara al turisme, fan reformes i rehabilitacions del seu patrimoni cultural.

A Sant Martí de Tous es va fer un embassament amb la idea de fomentar el turisme fluvial, però l'embassament no s'ha emplenat mai, fet pel qual la infraestructura ha quedat obsoleta.

A Masquefa hi ha el Centre de Recollida i Recuperació d'Amfibis i Rèptils. Es vol fer que aquest lloc sigui visitable, per oferir un nou atractiu turístic, però aquest recinte és molt petit i fa que aquesta iniciativa sigui poc viable.

A Piera es va fer un estudi per a la potenciació turística de la zona, però un cop acabat l'estudi la idea no va prosperar. A més, aquest municipi té un paratge geomorfològic (privat) amb un gran valor com a tal, i que podria ser un interessant recurs turístic, però actualment no es pot ni visitar.

A Copons, l'Ajuntament impulsa el Circ de les Feixes, que fa de cert reclam turístic en aquest ambient rural.

Un cas exemplar de política turística: Capellades

Un exemple modèlic de desenvolupament turístic és el del municipi de Capellades. Aquest municipi va crear el Pla de Desenvolupament Turístic de Capellades, que compta amb diverses actuacions. Aquest pla l'ha realitzat l'Ajuntament de Capellades i l'àrea d'esports i turisme de la Diputació de Barcelona, i es basa en les possibilitats que té aquesta població de potenciar el fet turístic, mitjançant actuacions fonamentades en l'exploració dels recursos existents a nivell municipal; la intenció és que el visitant pugui passar-hi un dia sencer, o més d'un dia, de manera que es fomentin les places de pernoctació. El municipi de Capellades disposa d'un gran patrimoni històric i cultural: la cinglera del Capelló, la tradició industrial paperera i les mostres pictòriques del pintor Ràfols Casamada. El pla es basa en aquests tres elements:

1. La primera d'aquestes actuacions és la de la cinglera del Capelló. En aquest paratge es vol explotar turísticament la trobada de restes arqueològiques, que són un total de 30 jaciments. Això constituirà el que s'anomenarà Parc Prehistòric de Capellades, el qual es basarà en dues unitats ben diferenciades, com són la zona dels jaciments i la part museogràfica. Aquest projecte s'ha dividit en diverses fases (1983, 1986, 1998), i l'última és la que representa una aposta més seriosa per

a la creació d'un potent recurs turístic. Respecte als costos d'aquest projecte, la Diputació n'ha finançat el 60% mitjançant el PCAL (Pla de Cooperació amb l'Administració Local); aquesta obra té un cost de 841.416 €. La unitat de museografia té un cost d'1.700.864 €.

Per dur-ho a terme, es va crear una empresa gestora, que s'ha anomenat Parc Arqueològic de Capellades.

Els fons europeus també han ajudat al finançament necessari, ja que el Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) hi ha destinat 480.809 €.

2. El Museu-Molí Paperer és el segon recurs turístic del municipi. Compaginant-los amb la tasca de museu, també s'hi fan treballs artesanals, com els que es feien antigament al molí. Aquest és un gran atractiu turístic que fa desplaçar molta gent per visitar-lo. Cal dir que és dels pocs museus de Catalunya que s'autofinancien (no és deficitari).
3. El tercer recurs turístic que s'està potenciant és el de la Fundació Ràfols Casamada. Aquest pintor va deixar una important quantitat d'obres, cosa que fa que ara el municipi vulgui crear una fundació per potenciar el seu valor cultural. En la creació d'aquest projecte, la Diputació ha pagat un 50% del cost, mentre que l'altre 50% està posat per la Generalitat. L'Ajuntament de Capellades aporta la casa on s'ubicarà.

LES ACCIONS DE LES ADMINISTRACIONS AUTONÒMICA, CENTRAL I EUROPEA EN MATÈRIA TURÍSTICA

L'Administració autonòmica

La Generalitat no realitza una promoció global de la comarca, ja que es decanta per les actuacions puntuals. Així, dona diners per senyalitzar elements, com són la ruta de BTT, les esglésies romàniques i les masies. També és la responsable de fer els tríptics de promoció turística per a cada comarca, que després ven (fins i tot als mateixos consells comarcals) a raó de 0,04 € per cadascun.

La Generalitat també participa de manera indirecta en la potenciació turística de les comarques catalanes, millorant-ne les infraestructures. En el cas de l'Anoia, s'ha millorat la carretera que passa per Jorba-Copons-Calaf (C-1412) i la via Vilafranca-Igualada (C-244). A més, la potenciació turística de les comarques s'ha vist augmentada per la construcció de l'Eix Transversal (C-25). També la Generalitat gestiona el ferrocarril fins a Igualada (FGC), element que diversifica els mitjans d'accés a la part central de la comarca.

Pel que fa a les actuacions museístiques, la Generalitat ha creat la Xarxa de Museus de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya, en què s'inverteix per promocionar i millorar aquests museus. Tant el Museu de la Pell d'Igualada com el Museu-Molí Paperer de Capellades estan dins d'aquesta xarxa.

L'Administració autonòmica també inverteix a Montserrat, però a la comarca de l'Anoia li pertoca una petita part d'aquesta inversió, ja que la part de la muntanya que entra dins de la seva jurisdicció és molt reduïda. Destaca també la política d'ajuts de la Generalitat a la reforma de les masies per transformar-les en residència-casa de pagès.

L'Administració central

Les actuacions directes de l'Administració central a l'Anoia en el sector turístic són inexistents. De fet, no és d'estranyar, ja que l'Administració central només té competències en matèria de turisme en promoció exterior i en els paradors nacionals.

A l'Anoia no hi ha cap parador, i en la promoció exterior la imatge de l'Anoia no és emprada, ja que es tracta d'una comarca amb un turisme poc important, i on els paisatges i elements turísticament valorables no són apreciats per a la promoció a l'estranger del turisme.

Com a actuació destaca el desdoblament de la carretera N-II fins a Igualada, ja que ha afectat sensiblement tots els sectors de l'Anoia. S'està continuant el desdoblament d'aquesta carretera des d'Igualada fins a Cervera, mentre que el tram de Cervera a Lleida ja està desdoblant. A curt termini,¹⁰ disposar d'aquest desdoblament fins a Lleida permetrà captar turistes potencials.

Cal dir, però, que en el camp de les comunicacions ferroviàries les inversions estatals són minses i del tot insuficients. Així, pel nord de la comarca passa la línia Barcelona-Manresa-Lleida, amb parada a l'Anoia (Sant Pere Sallavina, Calaf, Sant Martí Sesgueioles), línia coberta per la Renfe i amb competències, per tant, de l'Administració central. Es tracta d'una via que, modernitzada, podria enllaçar el nord de l'Anoia de manera força ràpida i efectiva amb Cervera, Manresa, Lleida i Barcelona; ara bé, aquesta línia ferroviària està en males condicions, i les inversions efectuades darrerament no són suficients ni per evitar el progressiu deteriorament d'aquesta infraestructura, ja que la inversió necessària en tota la línia s'estima que oscil·la entre els 36 i els 54 milions d'euros.

10. Es preveu acabar l'autovia el 2004, segons el Ministerio de Fomento.

La Unió Europea

D'altra banda, la UE finança en part actuacions de potenciació turística. Així, la zona nord de l'Anoia és adjacent a la Segarra, que és una zona objectiu 2 de la UE (que pretén ajudar a la reconversió econòmica i social de les regions amb problemes estructurals). Per això, el nord de l'Anoia, amb l'autorització del propi Consell Comarcal, pogué rebre ajuts en aquest mateix concepte per als grups de competitivitat; concretament, fomentant el turisme rural i l'agricultura (Programa de desenvolupament i diversificació econòmica de les zones rurals, PRODER). A part d'aquests ajuts, a Capellades esperen rebre diners del FEDER per al projecte museogràfic del parc prehistòric del Capelló-Abric Romani.

CONCLUSIONS

a) Diversitat de plantejaments i actuacions

Parlar d'impuls turístic per part de l'Administració pública és parlar de la Diputació de Barcelona. A través de l'Agència de Promoció Turística, es va impulsar el turisme a la comarca amb el Pla de Desenvolupament Turístic de la Província de Barcelona. La Diputació també es va dedicar a formar la gent interessada en aquest sector.

D'altra banda, cada municipi es dedica a explotar els propis recursos. Amb això, es pot deduir que els esforços turístics de la comarca són d'importància i extensió molt diverses, i es constata una descoordinació general entre els diversos municipis de la comarca. On trobem una certa unió pel que fa a les actuacions municipals de promoció sectorial és en el Consorci Turístic de l'Alta Anoia, on aquesta unió ha propiciat que es faci promoció de certes activitats de manera conjunta.

b) L'actuació de l'Administració pública en comparació amb la intervenció en altres comarques

Per parlar d'aquest tema, ens hem de remetre a cadascun dels nivells administratius existents.

En el nivell municipal, a l'Anoia hi ha dues actituds davant el turisme: la dels municipis que pràcticament no consideren el turisme i la dels municipis que fan una aposta decidida per potenciar-lo, dedicant-hi diners i esforç (els del nord de la comarca i alguns municipis de la resta). El primer cas és anàleg als municipis de Catalunya on el turisme és quasi inexistent, com per exemple a l'àrea metropolitana de Barcelona (excloent Barcelona i els municipis costaners), i s'associa a àrees on les activitats econòmiques són fonamentalment terciàries no turístiques i secundàries.

Els municipis rurals que aposten pel turisme són semblants als d'aquelles àrees rurals de Catalunya sense cap més atractiu que la mateixa ruralitat i certa proximitat a Barcelona, com és el cas del nord del Bages o el Lluçanès. Com als municipis d'aquestes zones, es potencia l'activitat turística com a complement de l'explotació agrícola, en el marc de la residència-casa de pagès, alhora que es promociónen els valors rurals de l'àrea.

Pel que fa al Consell Comarcal, val a dir que aquí les diferències amb les altres comarques són més importants. De fet, els consells comarcals actuen més com a coordinadors (canalitzadors d'inversions) que com a font pròpia de recursos, atesa la migradesa dels seus pressupostos. En el cas de l'Anoia, les actuacions en matèria turística són poques i aïllades, sense una política clara i decidida de foment turístic. Aquest fet contrasta amb comarques com el Berguedà, on l'aposta pel turisme és molt més forta.

Pel que fa al nivell provincial, la Diputació de Barcelona ha realitzat i està portant a terme una aposta clara i decidida per fomentar el turisme rural a tota la província. La seva actuació a l'Anoia és equiparable a la que ha realitzat a les altres comarques del seu àmbit, tenint en compte, però, que cadascuna de les actuacions s'ha adequat a la casuística de cada comarca.

Si comparem l'actuació de la Diputació de Barcelona amb la de les altres diputacions, les diferències són molt importants, ja que és la que ha realitzat una campanya més forta de dinamització turística. De fet, és la diputació que ostenta més poder polític i econòmic entre les catalanes (en bona part per motivacions polítiques) i, per tant, la seva capacitat d'actuació és més important.

Les actuacions de la Generalitat de Catalunya específicament en matèria turística a l'Anoia són minses, i anàlogues a la majoria de terres de la Catalunya central. Així, l'actuació de la Generalitat s'ha concentrat als principals focus turístics del país (sol i platja, neu), prioritzant-ne la potenciació i millora. En canvi, tret d'una decidida aposta genèrica pel turisme de cases de pagès, la Generalitat no ha generat un impuls de nous espais turístics concrets, com és el cas de l'Alta Anoia.

L'Administració central no ha intervingut de forma directa en la promoció i potenciació turística de l'Anoia. Aquest fet no és singular, sinó que és equivalent a la majoria de comarques de Catalunya. L'Administració central només ha invertit diners en aquelles àrees específicament turístiques, col·laborant amb altres administracions (com per exemple a les àrees costaneres). Pel que fa a infraestructures, la política és dispar: l'actuació de l'autovia N-II s'inscriu en la millora general de les comunicacions a l'en-

torn de l'àrea metropolitana de Barcelona, però la deixadesa amb què es manté la línia de ferrocarril Manresa-Lleida sembla indicar la intenció d'un futur desmantellament.

Finalment, l'actuació de la Unió Europea en matèria turística a l'Anoia se centra a l'Alta Anoia i es produeix mitjançant el finançament d'iniciatives de desenvolupament, en les quals s'inclou el turisme rural.

Així, doncs, les actuacions de les diferents administracions a la comarca de l'Anoia s'inscriuen en el mateix comportament observat per a la resta de comarques de la Catalunya central, si bé cal tenir en compte que l'Anoia no posseeix cap fet singular turísticament parlant. Per tant, no es promociona cap element exclusiu i típic de la comarca, a diferència d'altres territoris (Pedraforca, Sau, Montseny...); cal tenir en compte també que el nivell comarcal potencia poc el turisme, en contrast amb altres comarques similars.

c) L'actuació pública futura en el turisme comarcal. Idees i perspectives

Respecte al nivell municipal, no es pot analitzar com un tot, ja que les actuacions d'aquests ens locals són molt diverses. Com ja s'ha explicat al llarg del treball, l'heterogeneïtat de les actuacions municipals en matèria turística és la pauta principal a la comarca. Així, no hi ha una coordinació entre els diversos ajuntaments, excepte els que integren el Consorci de Promoció Turística de l'Alta Anoia. Per aquests motius, analitzarem els municipis agrupats per afinitats turístiques, emprant la denominació de clústers de la Diputació.

Respecte al clúster de Montserrat, cal reorientar-lo i potenciar l'accés a través del Bruc, per promocionar l'entorn anoienc de la muntanya. Val a dir que no és una acció sense sentit, ja que el vessant del Bruc de Montserrat és el més abrupte i apte per als esports d'escalada i similars. Malgrat això, no s'aprecien tendències en aquest sentit.

El clúster de l'Alta Anoia (agrupat al voltant del Consorci de Promoció Turística) funciona molt bé, com es pot afirmar a partir dels resultats obtinguts aquests darrers anys. Aquest clúster ha anat creixent cap al sud de la comarca. Però cal ampliar-lo més, cap al sud? Nosaltres creiem que aquesta ampliació és factible i positiva per als municipis de la comarca que comparteixin amb l'Alta Anoia les mateixes problemàtiques (crisi rural, despoblament, entorn poc construït i vist com a bucòlic pel turista urbà). Potser aleshores seria necessari canviar el nom del Consorci per adaptar-lo al conjunt de territoris que abastaria (un exemple de nom podria ser *Anoia rural*). En el futur, preveiem una consolidació d'aquest consorci.

En els municipis del sud de la comarca s'intercalen actuacions turístiques destacades (Capellades) amb intents de promoció frustrats o que han

quedat només en projecte (Piera) i amb municipis que tenen un paper força passiu respecte a aquest tema (Igualada). Per aquest motiu, creiem que caldria integrar les potencialitats turístiques d'aquest territori mitjançant la creació d'un clúster que agrupés els municipis de tipus industrial-residencial. De fet, són els territoris que voregen el riu Anoia. Es tractaria, doncs, de potenciar el turisme articular pel riu:

- Industrial-museístic.
- Arquitectònic (castells, edificis modernistes d'Igualada).
- Natural (paisatge geomorfològic de Piera).
- Comerç barat (Igualada).

Lògicament no és una oferta que en general pugui atreure per si mateixa el turisme, però sí que tindria sentit articular-la en relació amb les ofertes turístiques properes. A partir dels recursos turístics de què disposaria aquest clúster es podria crear un *pack* (visita d'un dia o més, i fins i tot visita temàtica), que es podria oferir sobretot als turistes de l'Alta Anoia i als de Barcelona. Per a tot això, caldria coordinar les actuacions del clúster amb la Diputació, el Consorci de l'Alta Anoia, la indústria anoienca i el Consell Comarcal. En definitiva, es tractaria de promocionar el turisme, que hauria de ser vist pels municipis del clúster simplement com una activitat complementària.

Malgrat tot això, veiem realment difícil que en el futur es pugui realitzar aquesta coordinació. Més aviat ens decantem per un futur on persistiran les actuacions turístiques puntuals i descoordinades.

Les actuacions del Consell Comarcal són insuficients; a més, quasi no té recursos monetaris. A part d'això, es barregen en la gestió comarcal picabaralles entre els diferents municipis i sectors polítics. Per a una gestió comuna coherent, caldria desterrar les desavinences. D'altra banda, fins a l'actualitat el turisme no ha estat una activitat que políticament hagi interessat promocionar. En el futur, caldria potenciar el turisme amb més decisió que fins ara; això no vol dir oblidar els altres sectors importants de la comarca, com ara la indústria o els serveis no turístics, però seria necessari potenciar-lo en tant que activitat econòmica interessant: complementària en els territoris més poblats, quasi indispensable en les àrees més rurals.

El Consell Comarcal hauria de fer de coordinador dels municipis, fomentant l'esperit d'associació. Tenint en compte la diversitat de l'Anoia, cada clúster de municipis hauria de promocionar el seu turisme específic, però el Consell Comarcal els hauria de coordinar, promoure iniciatives conjuntes i fomentar la realització de paquets turístics. Atesa l'heteroge-

neïtat de l'Anoia, que en el nostre cas es tradueix en l'existència de diversos territoris amb una oferta turística diferenciada, no té gaire sentit que el Consell Comarcal intenti promocionar el turisme de la comarca de forma unitària; seria millor que coordinés les iniciatives dels diversos clústers, cadascun dels quals estaria específicament orientat a un producte turístic diferent.

En el futur proper, però, l'actuació del Consell Comarcal no sembla que hagi de canviar gaire, sobretot si tenim en compte el poc pressupost del qual està dotat, greu problema que caldria solucionar en l'àmbit del país, i en el qual no es veu cap millora immediata.

La Diputació té un paper molt important en el turisme. Cal dir que la seva actuació des de 1998, amb el Pla de Desenvolupament Turístic de la Província de Barcelona, ha fet que augmenti significativament el moviment turístic a la comarca de l'Anoia, sobretot a l'Alta Anoia. Aquesta administració s'ha encarregat de potenciar els recursos turístics, a més de promocionar els diversos actes i campanyes turístiques que es realitzen a la comarca. També ha tingut un paper molt important en la formació del personal que desenvolupa tasques turístiques. A més, ha donat suport econòmic a les actuacions turístiques dels municipis anoiencs i del Consorci de l'Alta Anoia. És per tot això que considerem molt important el paper de la Diputació aquests darrers anys. En el futur, creiem que cal seguir en aquesta línia: intentar promocionar els recursos d'aquestes àrees d'interior per impulsar més aquest tipus de turisme. A més, caldria intentar que aquest producte fos més atractiu per al turisme estranger. Fins ara, la Diputació s'ha centrat en la promoció orientada al visitant barceloní, però seria interessant incorporar els recursos de l'Anoia a les ofertes promogudes a l'estranger, fins i tot per potenciar les marques turístiques ja existents a nivell internacional, com ara Barcelona: això permetria complementar l'oferta urbana de la gran ciutat amb un món rural i idíl·lic molt pròxim.

Les perspectives futures de la Diputació són mantenir el seu paper en el turisme, si bé cedint part del protagonisme (en actuacions i finançament) a les empreses privades.

Respecte a la Generalitat, pel que fa a les accions genèriques de potenciació del turisme rural a la Catalunya central (promoció, subvencions per arranjar cases de pagès), aquesta administració ha tingut un paper important; ara bé, les actuacions territorials específiques a l'Anoia en el terreny turístic són molt minses, i creiem que caldria millorar notablement aquest aspecte. D'altra banda, és important la tasca de construcció i millora de la xarxa de comunicacions; s'ha reduït l'aïllament de l'Alta

Anoia, i això ha apropiat aquests territoris a Barcelona. De cara al futur, hi hauria d'haver una millor coordinació entre els diversos departaments d'aquesta administració, ja que moltes activitats de turisme estan relacionades amb tasques d'altres departaments (cultura, esports...); aquesta millor coordinació s'hauria de traduir en una sèrie de plans per a una promoció més adequada dels diversos territoris turístics de la comarca. L'encarregat de fer-ho hauria de ser Turisme de Catalunya. Creiem també que seria interessant continuar potenciant la Catalunya central dins del paquet turístic de Catalunya a escala internacional, en la línia de les actuacions que s'han proposat per a la Diputació. D'altra banda, creiem que cal potenciar i continuar modernitzant el ferrocarril, per anar reduint els temps de viatge i acostar cada cop més l'Anoia a Barcelona.

L'actuació futura de la Generalitat creiem que continuarà centrada en la línia que ha anat marcant aquests darrers anys, promocionant les terres rurals de Catalunya de forma general.

Pel que fa a l'Administració central, l'únic paper rellevant a l'Anoia en aquest sector és en infraestructures, ja que les competències turístiques són majoritàriament de la Generalitat. En aquest sentit, l'actuació de l'Administració central és dispar: ha millorat la xarxa automobilística, amb l'autovia N-II, però lamentablement s'està tendint cap a un desmantellament de la línia de ferrocarril Barcelona-Manresa-Lleida. De cara al futur s'ha de continuar millorant les comunicacions, apostant decisivament pel ferrocarril, que té una gran possibilitat estructuradora del territori de l'Alta Anoia a tots els nivells, també en el turístic.

Malgrat això, creiem que en el futur l'Administració central tendirà a abandonar encara més aquesta línia de ferrocarril, tret que augmenti la pressió dels grups socioeconòmics que volen que es millori aquesta línia.

L'actuació de la Unió Europea, finançant projectes per a la millora dels territoris en crisi o reconversió, és positiva per a la comarca, i això afecta també aquest sector. Creiem que s'ha de continuar aquesta línia de subvencions, ja que està ajudant a fer créixer el principal recurs turístic de l'Anoia rural, les residències-cases de pagès. En el futur proper, els ajuts de la UE seguint persistint, si bé posteriorment, amb la incorporació a la Unió de països més pobres, aquesta política s'haurà de replantejar.

Resumint, en matèria turística, cal destacar que el paper de les administracions és força contrastat. Com a rol més important, cal parlar del realitzat per la Diputació, que des de fa una colla d'anys ha anat seguint una línia ascendent; d'altra banda, les accions de la Unió Europea són positives. També hi ha una sèrie de papers que caldria revisar. Aquest és el cas

de la Generalitat de Catalunya, que creiem que hauria de destinar més esforços en matèria turística; al seu torn, l'Administració central hauria d'apostar per millorar les infraestructures de comunicacions de la comarca. En un altre sentit situem el Consell Comarcal, perquè en l'actualitat té pocs instruments i recursos per millorar la seva actuació en aquest àmbit; caldria, doncs, millorar-ne el finançament.

En el nivell municipal, els ajuntaments que fins avui no han tingut una especial atenció respecte el fet turístic, caldria que a partir d'ara n'iniciessin la potenciació; aquest fet ajudaria a millorar les relacions intermunicipals, i així es podria arribar a un mínim consens i es podrien realitzar una sèrie d'actuacions turístiques més coordinades, cosa que afavoriria que la promoció turística esdevingués més fructífera.

El creixent sector turístic de l'Anoia ha permès anar complementant l'economia de la comarca, fonamentalment basada en els sectors industrial i rural. De cara al futur, seria interessant prosseguir el creixement del turisme —entès com a sector econòmic complementari—; la potenciació d'aquest creixement caldria realitzar-la mitjançant la coordinació de les iniciatives turístiques municipals amb les polítiques i iniciatives de les altres administracions, de cara a configurar uns paquets turístics atractius i competitius. En aquest sentit, l'agrupació de municipis en clústers i la implicació de les altres administracions, com ha passat a l'Alta Anoia, és una iniciativa molt important i destacable pels resultats aconseguits tenint en compte la migradesa de recursos de què es partia. Malgrat que les tendències apunten cap a una continuïtat en les actuacions de les administracions, creiem que el cas de l'Alta Anoia és un exemple que cal seguir.

BIBLIOGRAFIA

- AGÈNCIA DE PROMOCIÓ TURÍSTICA DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA: *Pla de Desenvolupament Turístic de la Província de Barcelona*. Barcelona, 1998.
- Anuari econòmic comarcal Caixa Catalunya 1997*. Barcelona, Caixa d'Estalvis de Catalunya, 1997.
- Anuari econòmic comarcal Caixa Catalunya 2000*. Barcelona, Caixa d'Estalvis de Catalunya, 2000.
- Anuari Estadístic de Catalunya 2000*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Institut d'Estadística de Catalunya, 2000.
- Anuari Estadístic de Catalunya 2001*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Institut d'Estadística de Catalunya, 2001.
- Anuario Estadístico de España 2000*. Madrid, Instituto Nacional de Estadística, 2001.
- Cens d'habitatges de Catalunya 1991*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Institut d'Estadística de Catalunya, 1997.

- COMISSIÓ D'EXPERTS CREADA A INSTÀNCIA DEL PARLAMENT DE CATALUNYA: *Informe sobre la Revisió del Model d'Organització Territorial de Catalunya*. Barcelona, 2000.
- DEPARTAMENT D'INDÚSTRIA, COMERÇ I TURISME: *Memòria 2000*. Barcelona, 2001.
- Guia de càmpings 2001: Catalunya*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, 2001.
- Guia de residències-casa de pagès 2001: Catalunya*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, 2001.
- Nomenclator de las ciudades, villas, lugares, aldeas y demás entidades de población con especificación de sus núcleos, Censos de Población y Viviendas 1991*, Barcelona. Madrid, Instituto Nacional de Estadística, 1993.
- VEA BARBANY, Isabel: *The development of wine tourism in Catalonia*. Surrey, University of Surrey, School of management studies for the service sector, 1998.

Pàgines web

- Ajuntament d'Igualada: www.aj-igualada.net
- Alta Anoià: www.altaanoia.com
- Associació de Ciclistes: www.trespedals.com
- Consell Comarcal de l'Anoià: www.anoia.net
- Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya: www.gencat.es/turisme
- Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT): www.idescat.es
- Museu Molí Paperer de Capellades: www.mmp-capellades.net
- Paradores Nacionales: www.parador.es
- Programa LEADER: www.rural-europe.acidl.be
- Turisme de la Diputació de Barcelona: www.diba.es