

El sector del turisme als mercats emergents del Mediterrani

Aquest document destaca les idees i els resultats principals de l'estudi de l'Observatori de Mercats Exteriors «Sectors emergents als països del Mediterrani», realitzat per l'Institut de Governabilitat de Catalunya (IIG)

El sector del turisme als mercats emergents del Mediterrani

Sumari

1. Una aposta mediterrània
2. El turisme, un sector potent
3. Canvis a la dinàmica turística
4. Israel i el context geopolític
5. Síria i Jordània, el turisme ocult

1. Una aposta mediterrània

El pes econòmic del sector turístic a la regió del Mediterrani és molt destacat (veure taula 1). Per a Tunísia, Jordània i Egipte suposa entre el 15 i el 20% del PIB. Per al Marroc, el Líban i Turquia entre el 10 i el 15%. A Algèria, Síria i Israel, però, no arriba al 10%.

2. El turisme, un sector potent

Les dues tercers parts dels visitants a la Mediterrània provenen d'Europa Occidental i s'arriba a percentatges més alts als països del Magrib. La motivació que mou els turistes d'aquests països és l'oci i presenta una forta estacionalitat. Tot i així s'ha de tenir en compte que en aquests països la inestabilitat política i el risc d'atemptats pesa com no ho fa en altres destins.

En aquest sector, Catalunya té una gran presència de la mà del port de Barcelona, que és un referent pel que fa al transport marítim, tant en forma de creuers com de transbordadors de passatgers.

El sector turístic al Mediterrani té una sèrie de punts forts que s'hi exploten de manera més o menys eficient. La bona conservació i la diversitat d'atractius, ja siguin culturals o marítics, el clima i els paisatges naturals, l'hospitalitat de la gent i la competitivitat en preus són algunes de les seves millors característiques.

Però encara hi ha mancances i això és el que hauria d'aprofitar l'empresa catalana. Per exemple, la manca d'operadors turístics i agències de viatges als països d'origen, la pobra diversitat en alguns destins, centrats gairebé en el turisme de platja, i els sectors hotelers i el transport aeri, que no es troben tant modernitzats com en altres llocs.

Taula 1. Visitants i ingressos per turisme internacional (2004) i nombre de llits disponibles (2002)

	Entrades (en milers)	% Entrades mundial	Ingressos (milions €)	Ingressos €/ entrades	Llits disponibles (en milers)	Entrades/ llits
Marroc	5.501	0,7%	3.152	572,9	137,8	39,9
Algèria	1.234	0,2%	105	85,0	72,6	16,9
Tunísia	5.998	0,8%	1.536	256,0	214,3	27,9
Libia	500	0,1%	6	1,2	21,0	23,8
Egipte	8.000	1,0%	4.924	615,5	264,2	30,2
Israel	1.506	0,2%	1.918	1.273,5	1.147,0	1,3
Jordània	2.853	0,4%	664	232,7	-	-
Líban	1.278	0,2%	1.027	803,5	30,4	42,0
Síria	3.032	0,4%	1.785	588,7	35,3	85,8
Turquia	16.826	2,2%	12.773	759,1	408,0	41,2

Font: OMT/UNWTO, 2005.

Tot, sense oblidar la inestabilitat política i el risc d'atemptats terroristes que es viu a països com Israel.

3. Canvis a la dinàmica turística

Cal tenir en compte una sèrie de canvis que s'estan produint a nivell europeu. Un d'aquests canvis és la major qualitat i diversificació de serveis, i també l'esforç cap a la modernització de les instal·lacions. Un altre canvi és el turisme alternatiu, que està de moda, i per al qual aquests països ofereixen moltes possibilitats. Tampoc cal oblidar la democratització de productes turístics com els creuers, el termalisme o la talassoteràpia. Una eina que s'està col·locant en una posició predilecta en aquestes destinacions és Internet: la xarxa apropa a l'usuari els viatges de baix cost, i també la combinació i competència de l'oferta turística.

4. Israel i el context geopolític

Encara que no ho sembli, el turisme és un sector important per a l'economia israeliana, ja que representa un 6% del PIB i el 2006 va donar feina a unes 100.000 persones. Però aquesta tendència i la seva importància es veu afectada pel context geopolític local i regional. Així ho demostra la davallada que va sofrir el turisme durant el 2001, 2002 i 2003, anys en què les condicions de seguretat es van veure molt debilitades. Tot i així, el 2005 Israel va arribar a 1,9 milions de turistes, una progressió del 26% respecte al 2004 (veure taula 2).

Un dels punts forts del turisme israelià és la diversitat; des del turisme religiós i cultural al terapèutic, passant pel d'esports i d'aventura, sense oblidar l'ecoturisme. Sens dubte el turisme religiós és el que encapçala aquestes modalitats de turisme, perquè no s'ha d'oblidar que Israel està considerat

Terra Santa per a les 3 religions monoteistes. El turisme cultural té una gran empena perquè a Israel es poden visitar jaciments arqueològics de primer ordre, alhora que compta amb una cinquantena de parcs nacionals i reserves protegides.

Per fomentar el turisme, les autoritats hebrees estan prenent mesures, entre les quals la progressiva liberalització de l'espai aeri, que té la intenció d'atreure les companyies de vols xàrter i les aerolínies. A més, el Govern israelià ha iniciat contactes per millorar les relacions amb les autoritats de Jordània, Egipte i Palestina, amb el propòsit d'avançar amb la concentració dels operadors turístics, la coordinació de la seguretat i l'agilització dels tràmits necessaris per obtenir els visats.

5. Síria i Jordània, el turisme ocult

5.1. Síria, destí històric

Aquest és un dels països amb més potencial de la regió pel que fa al sector turístic. Amb uns destins històrics i naturals de primera magnitud però de moment amb una manca d'infraestructures hoteleres, sembla que no acaba d'explotar al màxim els seus recursos. El Govern sirí ha començat a considerar el turisme un sector prioritari i ha introduït canvis en la reglamentació per tal de liberalitzar el sector. El turisme de negocis, el cultural, el familiar i el religiós esperen properes visites.

El Ministeri de Turisme té els ulls posats al 2010, any en què pretén arribar als 8 milions de turistes i ingressar al voltant de 6.000 milions de dòlars. A més, es preveu la creació d'un organisme de promoció i obertura d'oficines als principals països emissors de turistes. Aquest Ministeri és conscient de la necessitat de millorar i modernitzar determinats serveis. Per això, ara mateix busca inversions estran-

Taula 2. Evolució del turisme a Israel, 2000-2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nombre de turistes (en milions)	2,67	1,21	0,86	1,06	1,50	1,90
Variació	4%	-54%	-29%	23%	41%	26%

Font: Ministeri de Turisme israelià.

geres. Aquestes expectatives dinamitzaran el sector de les infraestructures i suposaran un fort creixement de les consultories i assessories.

5.2. El turisme és el futur per a Jordània

Les autoritats jordanes són conscients de la importància del sector turístic pel que fa a l'entrada de divises i l'augment de l'ocupació. Però com passa a Israel, el context geopolític pesa massa de moment. Tot i això, l'any 2004, el Govern jordà es va llançar a crear una estratègia nacional del turis-

me amb la intenció d'assolir el 2010 els 12 milions de turistes, amb els corresponents ingressos i la creació de 50.000 llocs de treball.

Jordània ofereix destins de tot tipus: cultural, esportiu, religiós, de contacte amb la natura o terapèutic, un dels més importants del país. Així mateix, l'impuls que està prenent el turisme mèdic pot ser una font d'oportunitats per a les empreses dedicades al sector de la salut. Així doncs, el turisme és clarament un sector en expansió. De fet, s'estan desenvolupant projectes turístics al mar Mort i Aqaba. Els inversors estrangers comencen a arribar al país.