

El turisme a l'àmbit del Penedès



Direcció

José Antonio Donaire. INSETUR (Universitat de Girona)

Equip tècnic

Núria Galí. Anàlisi dels recursos turístics

Joaquim Majó. Estimació de la demanda turística

Lluís Mundet. Anàlisi de l'oferta turística

Konstantina Zerva. Estudi de l'oferta enoturística

Anàlisi estadística

Lluís Coromina

Cartografia i gestió de dades

Ester Noguer

Suport administratiu

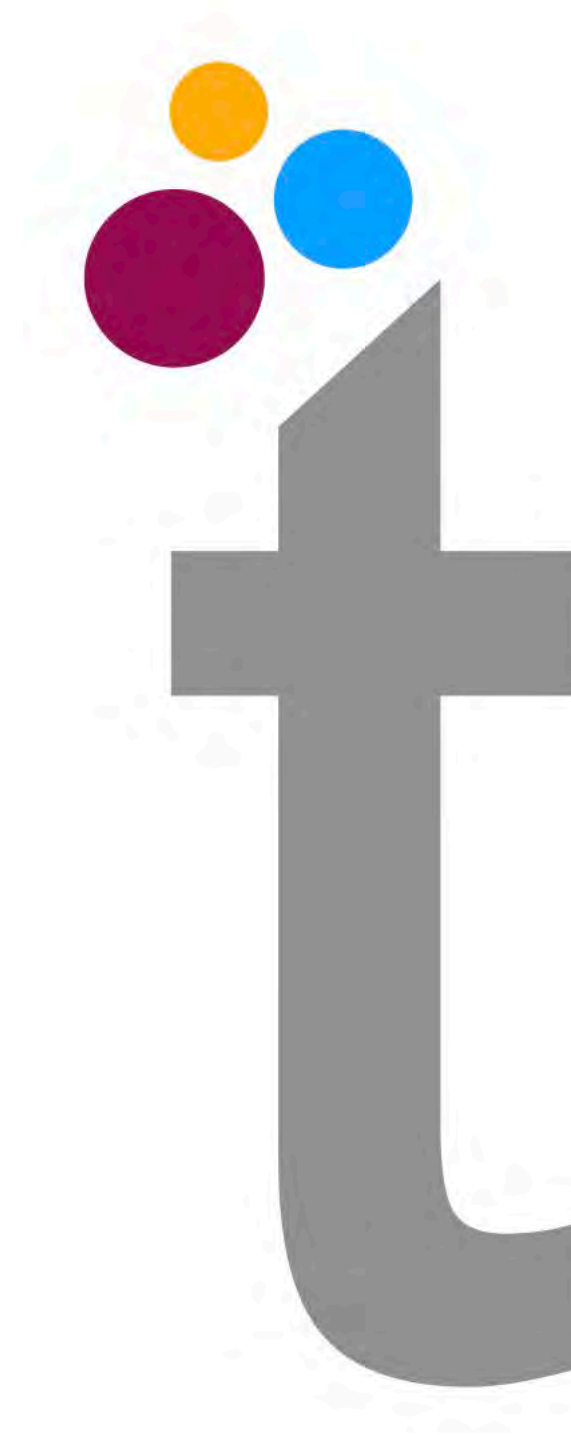
Carme López. INSETUR



Vilafranca del Penedès, juliol 2022



Presentació



L'àrea del Penedès és un dels vuit àmbits funcionals en què està organitzat el territori català. Aquest àmbit va ser aprovat per la Llei 23/2010 que modificava la Llei 1/1995 sobre el Pla Territorial General de Catalunya. L'àrea del Penedès és un espai situat entre tres grans unitats territorials, l'Àrea Metropolitana de Barcelona, el Camp de Tarragona i la Catalunya Central i comparteix característiques dels tres àmbits: Està afectat per la influència de la corona metropolitana, dibuixa el perfil del litoral del sud del Llobregat i està connectat amb els corredors fluvials del centre del país.

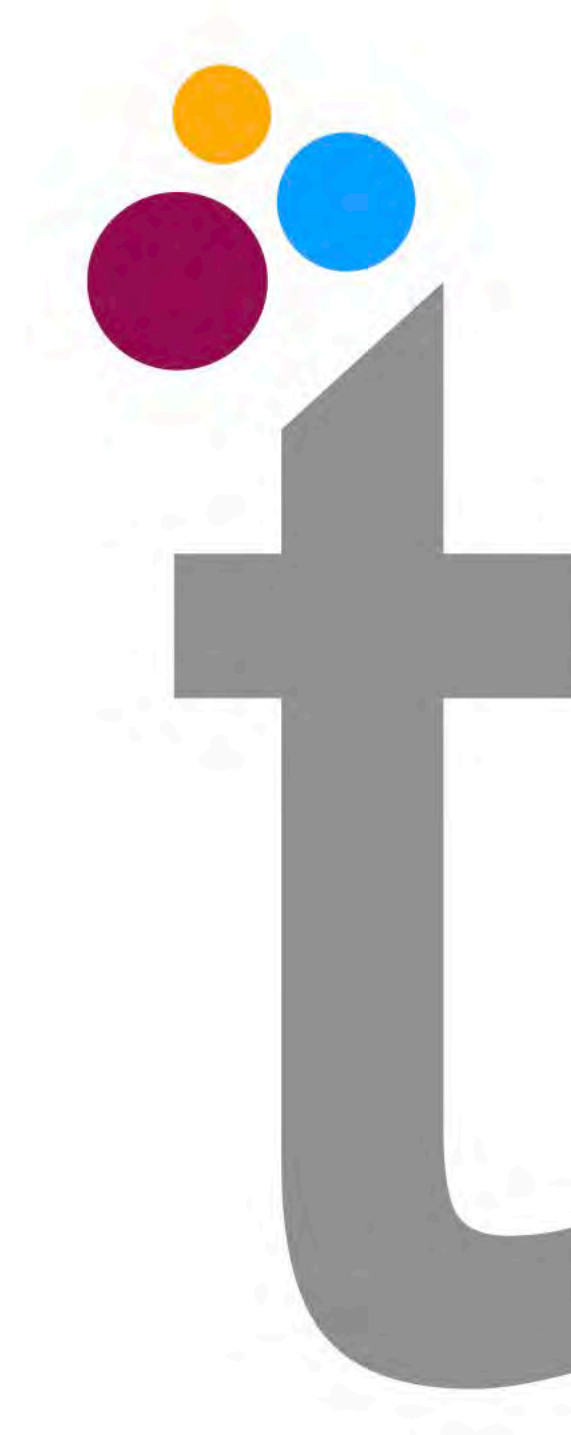
L'àmbit és un mosaic de peces territorials diverses: una costa retallada que anticipa un espai litoral suau, una plana agrícola fèrtil, una xarxa de ciutats mitjanes connectades entre sí, una successió de sistemes rurals amb diversos graus d'especialització i una complexitat d'unitats del paisatge, entre el litoral, muntanyes mitjanes i planes rurals. El conjunt del territori està organitzat en 72 municipis i 4 comarques (si bé alguns municipis de l'Anoia formen part del Pla territorial Parcial de la Catalunya Central). S'han identificat 180 nuclis i 206 urbanitzacions, en una àrea que es caracteritza per l'extrema diversitat. La Vegueria del Penedès és una organització territorial de tradició històrica, que vincula els habitants de les comarques que l'integra.

Aquest informe presenta les característiques bàsiques del turisme en l'àmbit del Pla territorial parcial del Penedès. És també un espai de contrastos turístics, amb àrees de forta concentració d'oferta vinculada amb el turisme litoral, del desenvolupament de l'enoturisme en la plana central i d'ofertes de caràcter cultural, natural i rural en els espais muntanyencs. És un territori de contrastos, amb recursos arqueològics i paleontològics, un sistema de fortificacions que recorden la seva condició d'espai de frontera, una oferta cultural en el litoral vinculada amb l'esclat del XIX i la presència d'un paisatge relacionat amb el vi, d'un enorme potencial.

L'informe està organitzat en l'estructura clàssica de l'anàlisi turística. El primer capítol està dedicat a la identificació dels recursos turístics, estructurats en l'àmbit natural, els recursos culturals i l'oferta vinculada amb l'enoturisme, així com l'oferta complementària. El segon capítol identifica les magnituds de l'oferta turística del territori, especialment a partir de l'oferta d'allotjament. El tercer capítol és una aproximació al volum de visitants en aquest territori, a partir d'indicadors diversos. Les dades estan presentades o bé a escala municipal o bé utilitzant els set sistemes urbans del territori. En el quart capítol, es fa una estimació de l'impacte econòmic de l'activitat turística en aquest territori. L'informe clou amb una sèrie de consideracions sobre la gestió turística futura d'aquest espai.



Els recursos turístics



1. Els recursos turístics

Els espais turístics són el resultat de la creació de productes a partir dels recursos existents. Podríem dir que els recursos són la condició necessària per a l'activitat turística, però no la condició suficient. Els desplaçaments turístics es justifiquen pels factors d'atracció de la destinació, per la capacitat que ha tingut un territori per organitzar els seus actius en productes i integrar-los en els circuits turístics.

L'àmbit del Penedès és un territori que està caracteritzat per la superposició de cinc recursos, que tenen una jerarquia molt diferent. El principal actiu de l'àrea és la façana litoral, que està connectada amb la resta del sistema costaner català, un dels principals centres turístics de la Mediterrània. Un segon actiu incipient, i amb una extraordinària capacitat de creixement, és el paisatge del vi. La consolidació de Catalunya en els circuits enoturístics europeus atorga a la regió del Penedès un nou rol vinculat amb l'actiu tangible i intangible del paisatge i la cultura del vi. En tercer lloc, aquest és un espai de frontera que manté els vestigis del desenvolupament medieval o l'expansió cultural i artística del XIX. El Penedès no disposa d'icones o nodes de rang nacional, però és un espai amb alta densitat patrimonial i una notable singularitat. En quart lloc, aquest és un territori de planes extenses i muntanyes suaus, que permeten extraordinàries visuals i un potencial destacat pel turisme actiu i de natura. Finalment, el mosaic de camps i pastures i la successió d'espais compactes, amb molta personalitat, ha afavorit el desenvolupament del turisme rural.

L'àmbit del Penedès es beneficia de la seva ubicació. Situat en un espai intersticial entre l'Àrea Metropolitana i el Camp de Tarragona, és un territori ben connectat, integrat en una cruïlla de camins, i que permet el contrapunt natural i rural a les tensions metropolitans del sud i

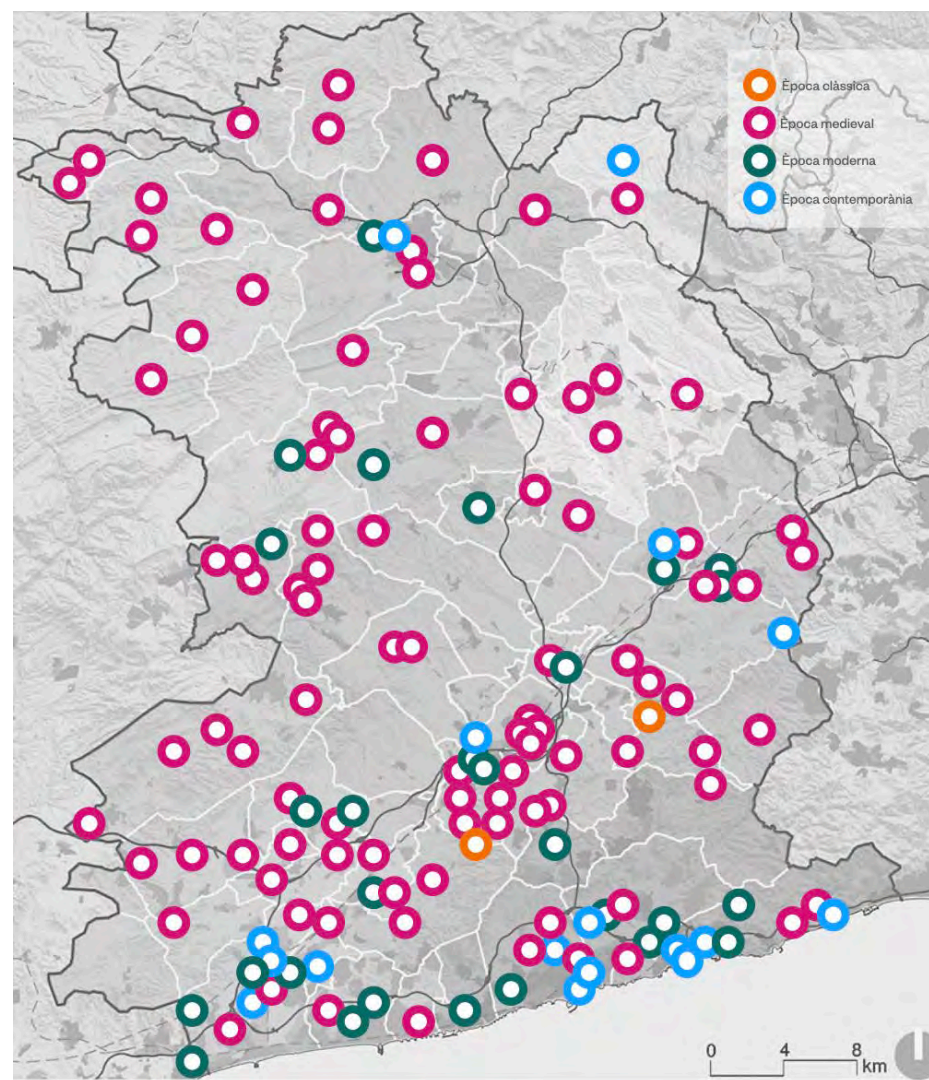
especialment del nord. Tant per l'expansió recreativa dels residents de l'Àrea de Barcelona i el Camp de Tarragona com per la connexió amb el turisme internacional d'aquests dos espais, el Penedès té una forta capacitat de creixement turístic.

1.1. Els recursos patrimonials

Els béns culturals d'interès nacional (BCIN) són una primera aproximació a la distribució dels recursos patrimonials a l'àrea del Penedès. La figura 1 mostra la localització geogràfica dels BCIN en els municipis que integren l'àmbit d'estudi. Es dibuixa clarament un espai d'alta concentració patrimonial en el corredor central i també en la façana litoral. Es pot identificar també la importància de la Conca d'Òdena i una distribució més dispersa entre les muntanyes del sistema prelitoral.

Del període clàssic, destaca especialment el complex d'Olèrdola, que permet seguir la història d'aquest espai des de la prehistòria a la decadència medieval, quan el centre de gravetat del Penedès es va desplaçar a la plana. En el conjunt de l'àrea, hi predomina clarament el patrimoni del període medieval, especialment entre els segles XI i XIII. Durant aquesta època, el Penedès fou una marca del comtat de Barcelona, on van proliferar les estructures defensives pròpies de les zones de frontera. Alguns dels dominis se situaren sobre les estructures preexistents, com en el cas d'Olèrdola. El segle XIII es consolidà la Vegueria del Penedès i el territori s'organitzà essencialment a partir d'una xarxa de ciutats mitjans connectades entre sí, en una estructura policèntrica. Hi ha menys recursos de l'època moderna, sobretot si ho relacionem amb altres espais veïns del Camp de Tarragona o la Catalunya Central. El desenvolupament d'una burgesia activa explica la rellevància del patrimoni del segle XIX, que es concentra sobretot en les ciutats del litoral i, en menor mesura, de la plana prelitoral.

Figura 1. Distribució dels BCIN



Font. Departament de Cultura

La taula 1 permet veure la distribució d'aquests recursos per tipologies. El patrimoni d'aquest espai s'identifica clarament amb la funció defensiva: Hi trobem torres de vigilància, restes de muralles, castells i fortificacions escampades per tota l'àrea. Per això, Anoia Turisme ha centrat la seva estratègia de promoció en el concepte de 'Terra de castells' i identifica la comarca amb el seu llegat medieval. També Penedès Turisme identifica una sèrie de castells en la seva selecció de llocs d'interés, però els integra en un conjunt més ampli, amb restes arqueològiques, monestirs, caves i museus. És evident que els castells són l'element que millor defineix el passat històric d'aquest territori, però hi ha un elevat nombre de monuments en unes condicions que no permeten la visita: Espais abandonats, enrunats, integrats en un edifici contemporani o en alguns casos, desapareguts. Un dels principals problemes dels espais defensius és la seva vulnerabilitat pel pas del temps, especialment quan perden la seva funció i són abandonats.

Uns pocs castells tenen una estructura permanent, que permet una visita turística com el Castell de Gelida, el conjunt monumental de Sant Martí Sarroca, la ciutadella i els castell de Calafell o el Castell de Claramunt, que rep uns 6.000 visitants anuals. Altres castells han estat rehabilitats i permeten o bé una visita lliure o bé una visita guiada, com en el cas dels castells de Subirats, Mediona, Tous, Òdena, Jorba o la Llacuna. El gruix d'edificacions defensives, però, té unes condicions de visita molt deficientes i no poden ser considerats recursos turístics. Com es pot veure en la taula 1, hi ha un nombre significatiu de cases i masos inscrits en el catàleg de patrimoni, molts d'ells amb una clara funció defensiva i situats en punts estratègics de la regió.

Taula 1. BCIN per tipologies i comarques

	Alt Penedès	Anoia ^a	Baix Penedès	Garraf
Estructures militars (castells, torres, muralles)	32	28	29	20
Edificis religiosos	4	2	1	
Vivendes (cases, masos, palaus)	12		8	1
Centres urbans				1
Edificis civils (hospitals, museus, biblioteques)	2			3
Edificis industrials	1	1		
Altres			2	

a. Els municipis de l'Anoia que formen part del PTP del Penedès

Font. Departament de Cultura

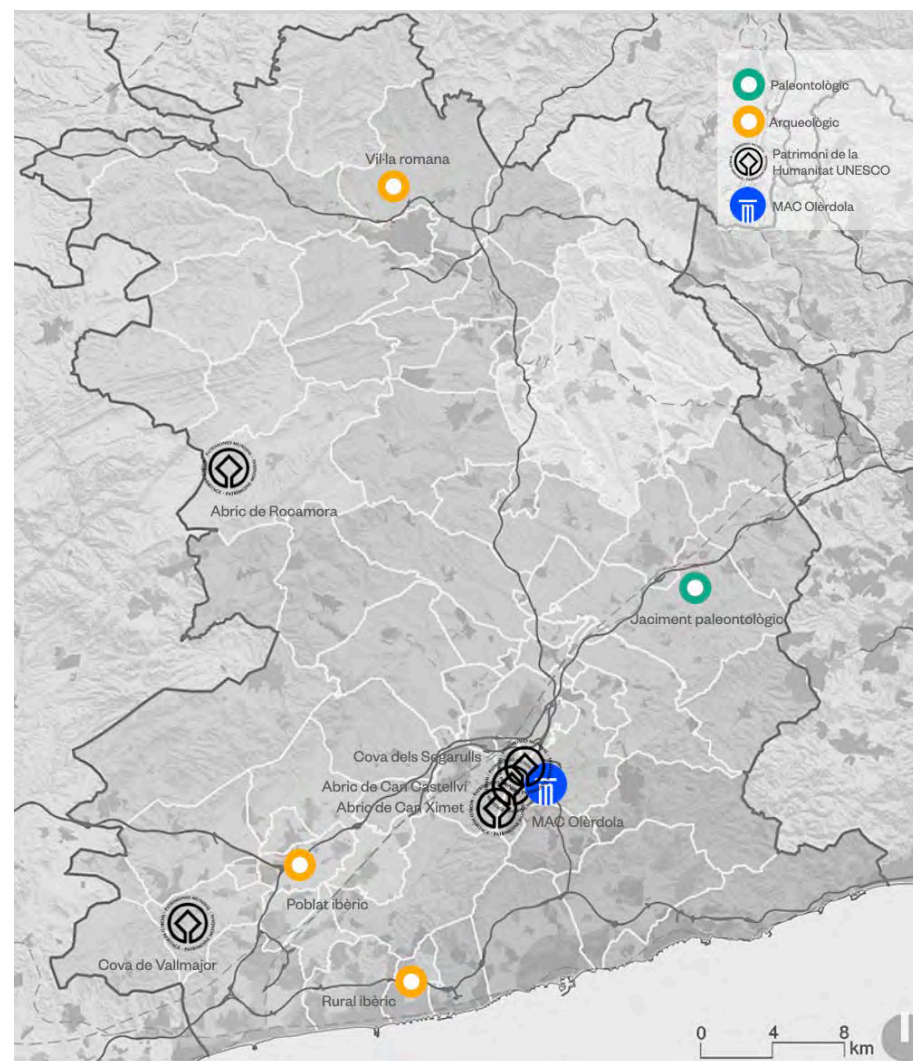
Destaca l'escassa rellevància del patrimoni religiós en aquesta àrea. Segurament, les dues peces més destacades són l'església de Santa Maria al conjunt monumental de Sant Martí Sarroca i la Basílica gòtica de Santa Maria de Vilafranca del Penedès. Hi ha un nombre significatiu d'esglésies medievals a la comarca de l'Anoia, però la major part d'elles no formen part del catàleg de BCIN. Tampoc hi ha un nombre significatiu d'edificis civils o de caràcter industrial, malgrat la importància de la industrialització al curs de l'Anoia i la petjada cultural de la burgesia del XIX en les viles costaneres.

L'àrea del Penedès destaca per un patrimoni arqueològic molt rellevant sobretot del període íber. La figura 2 mostra la distribució dels béns culturals d'interés nacional (BCIN) de caràcter arqueològic o paleontològic. El més destacat és el conjunt arqueològic d'Olèrdola, un espai que permet resseguir la història del país des dels primers assentaments prehistòrics fins la Baixa Edat Mitjana i l'època moderna. El conjunt d'Olèrdola és una de les subseus del Museu d'Arqueologia de Catalunya i va rebre 17.751 visitants el 2019, just abans de la pandèmia.

En aquest espai s'hi ubiquen quatre mostres d'art rupestre, integrades en el catàleg d'art llewantí i catalogat com a Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO: l'abric de Roca Roja (La Llacuna), la Cova de Vallmajor (Albinyana) i la Cova dels Segarulls i els abrics de Can Castellví i Can Ximet (Olèrdola). Les mostres d'art rupestre són una representació artística excepcional d'un període crític, a la fi de la prehistòria; Catalunya hi té inscrits 50 enclaus, però l'inventari de la UNESCO recull també manifestacions a les comunitats autònomes d'Andalusia, Aragó, Castella-la Manxa, Múrcia i València. Els espais no estan prou adequats per la visita i tenen un alt valor artístic i històric, però un potencial turístic molt feble.

L'inventari recull també restes íberes a Banyeres del Penedès i a Cunit, i una vil·la romana al municipi d'Òdena. Al municipi de Subirats s'hi troba l'excepcional jaciment paleontològic de Casots, una de les troballes més rellevants del miocè inferior. En tots aquests casos, el valor turístic dels recursos és molt limitat per la manca d'adequació dels espais.

Figura 2. Distribució dels BCIN (arqueologia i paleontologia)



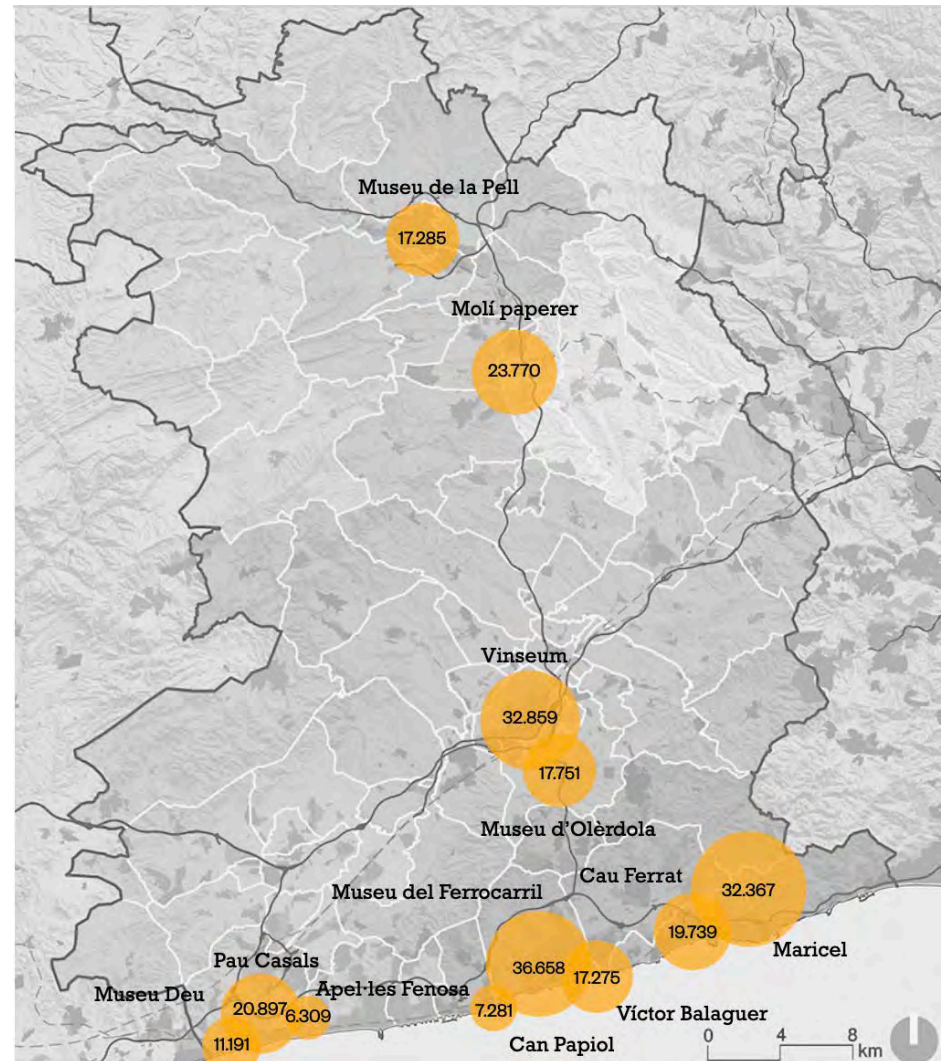
Font. Departament de Cultura

El nombre de museus de l'àrea del Penedès és molt significatiu. En l'àmbit d'estudi s'hi localitzen 12 museus que el 2019 van rebre més de 200.000 visites. Tal i com es veu en la figura 3, la major part dels museus estan situats en la façana litoral. Hi ha una continuïtat temàtica en aquesta successió de museus. Ofereixen una mirada molt diversa de la cultura catalana els segles XIX i XX: cases museu, museus d'autor, dipòsits de col·leccionistes contemporanis... L'itinerari permet apropar-se a l'obra de referents internacionals com Santiago Rusiñol, Pau Casals o Apel·les Fenosa. A banda, el Museu Romàntic de Can Papiol (i la Masia de Can Cabanyes) ajuden a entendre les formes de vida de la burgesia del XIX en aquesta àrea. Els museus Maricel, Deu i el Víctor Balaguer mostren les obres artístiques col·leccionades per diversos personatges de la regió.

En segon lloc, es poden trobar museus relacionats amb l'activitat industrial de la regió, com el Museu de la Pell d'Igualada, el Molí paperer de Capellades o el Museu del ferrocarril, que és un dels elements emblemàtics del desenvolupament industrial del XIX. Per tant, hi ha una clara vinculació dels museus amb el períodes dels segles XIX i primer meitat del segle XX, que tenen un fort potencial turístic, perquè connecten amb el relat turístic de Barcelona.

Finalment, cal destacar el Museu de les Cultures del Vi que és una de les àrees amb major capacitat de creixement de la regió. Tot i que els orígens del museu del vi de la Vilafranca tenen prop de 100 anys, el Vinseum es va crear l'any 2000 i actualment es troba en fase d'ampliació. Molt a prop, el MAC d'Olèrdola que hem esmentat anteriorment completa l'oferta museística de la regió.

Figura 3. Visitants als museus de la regió. 2019



Font. Departament de Cultura

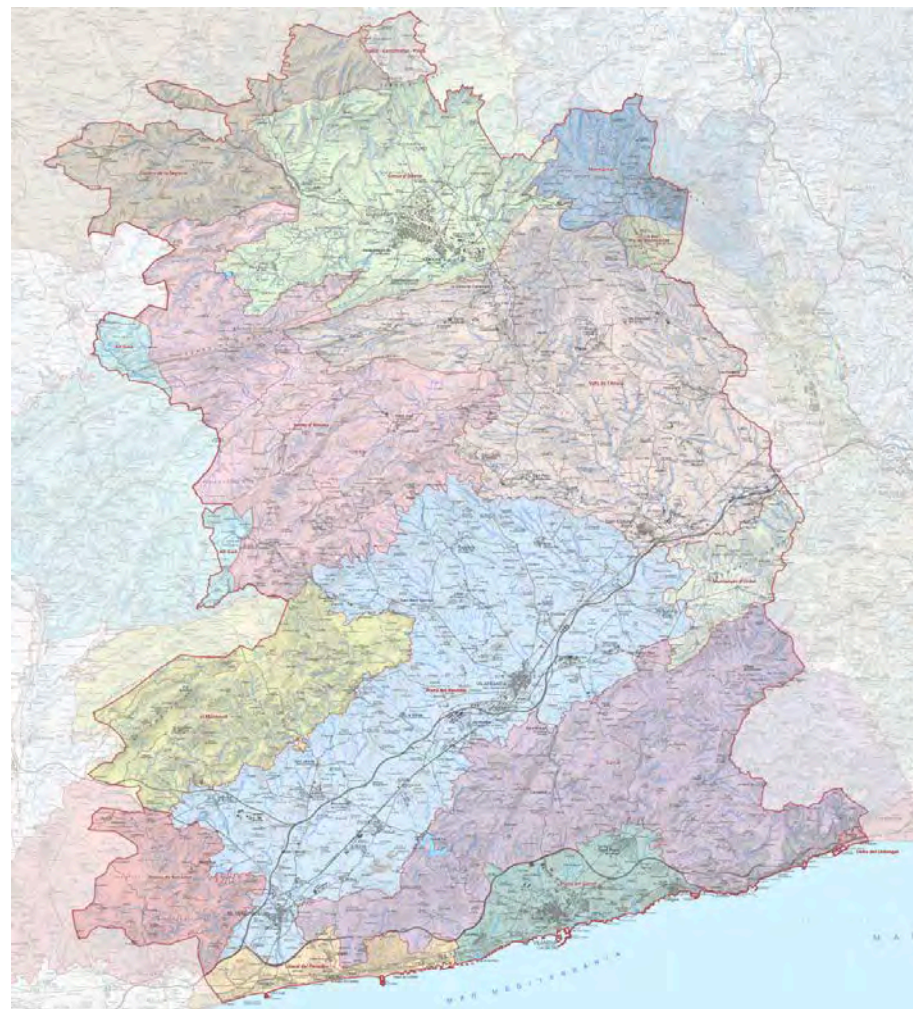
1.2. Els recursos naturals

El territori del Pla Territorial Parcial del Penedès es caracteritza per una notable diversitat paisatgística amb diversos graus d'interés i de conservació. És un espai característic de la zona litoral i prelitoral del país, amb una successió de muntanyes suaus i mitjanes que encerclen valls de vegades amples i extenses i en altres ocasions, espais tancats. És també un espai amb una petjada històrica molt notable, perquè existeixen assentaments des de l'època prehistòrica i un aprofitament agrícola en les zones més fèrtils.

L'Observatori del Paisatge ha identificat 16 unitats del paisatge. Tots els espais perimetrals estan compartits amb altres paisatges veïns. La meitat dels paisatges catalogats són muntanyes mitjanes i baixes i l'altra meitat són planes amb una forta presència de l'activitat agrícola. Això configura un mosaic paisatgístic en el qual predominen les visuals i els espais escènics.

La taula 2 sintetitza les unitats del paisatge de l'àrea. Una primera estructura de paisatges està formada per la línia de muntanyes del Sistema Litoral. L'element més significatiu és el Massís del Garraf, que es caracteritza per un relleu abrupte de caràcter calcari, amb una vegetació escassa i un perfil molt singular. Històricament, ha estat molt poc valorat i això explica la profusió de pedreres, algunes de les quals tenen una història molt dilatada. Altres espais de la Serralada Litoral són les Muntanyes d'Ordal, situades bàsicament a l'Espai Metropolità, i a l'oest les muntanyes calcàries de Montmell i el Massís de Bonastre, amb una presència notable d'espais agrícoles d'alt valor paisagístic.

Figura 4. Les unitats del paisatge



Font. Observatori del Paisatge

Taula 2. Unitats del paisatge

	Tipologia
Alt Gaià	Muntanyes mitjanes
Conca d'Òdena	Plana agrícola
Costers de la Segarra	Espai agrícola i forestal
Delta del Llobregat	Delta fluvial
Garraf	Muntanyes baixes
Litoral del Penedès	Plana litoral urbanitzada
Massís del Bonastre	Muntanyes i espai agrícola
Montmell	Muntanyes mitjanes
Montserrat	Muntanyes mitjanes
Muntanyes d'Ordal	Muntanyes baixes i espai agrícola
Pla de Montserrat	Espai agrícola urbanitzat
Plana del Garraf	Plana litoral urbanitzada
Plana del Penedès	Plana agrícola
Serra de Rubió	Paisatge forestal de muntanya
Serres d'Ancosa	Muntanyes baixes i espai agrícola
Valls de l'Anoia	Plana agrícola

Font. Observatori del Paisatge

A les muntanyes del sistema prelitoral destaca la unitat de Montserrat, que pertany essencialment a l'Àrea Metropolitana, però que està connectada amb l'àrea del Penedès en el seu extrem més occidental. Montserrat és un dels espais escènics més importants del país i juga un paper molt rellevant en els paisatges del Penedès perquè sovint hi apareix com a espai de fons. Al nord, la Serra de Rubió està molt influenciada per la presència del parc eòlic. La resta d'unitats de muntanya estan situades en l'extrem més occidental, els Costers de la Segarra, l'Alt Gaià i les Serres d'Ancosa, i es caracteritzen per la presència d'explotacions agrícoles en les petites valls obertes entre les muntanyes. Els paisatges de caràcter calcari o els badlands afavoreixen la presència de fonts i gorgs.

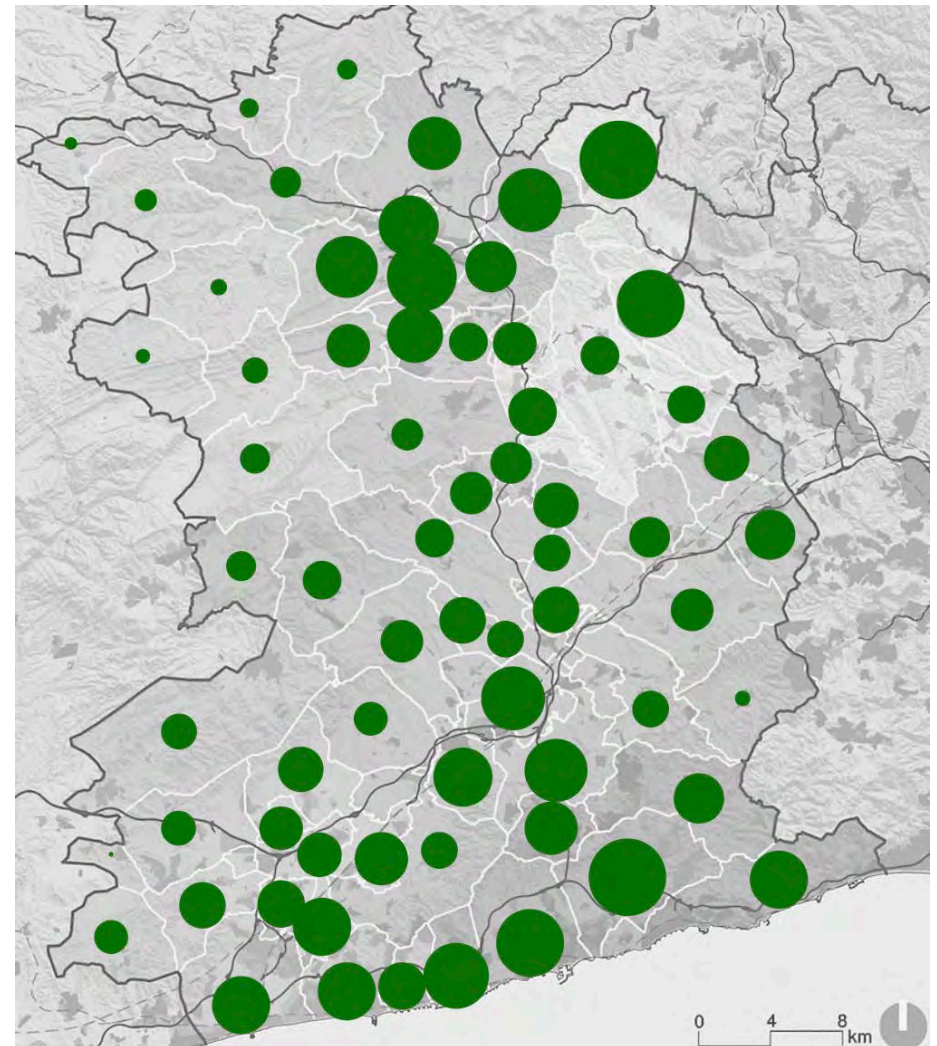
Si una part de les unitats del paisatge està configurada pel laberint de muntanyes solcades per rius i rieres dels sistemes litoral i prelitoral, l'altra espai (el negatiu de les muntanyes) són les valls i les planes encaixades entre les muntanyes. El front litoral té un petit espai connectat amb el delta del Llobregat, que afecta dues platges de Sitges, i les planes del Garraf i Litoral del Penedès. És una costa planera, molt afectada per la forta urbanització i per l'efecte barrera de la xarxa de comunicacions. L'espai més extens de la regió és la plana del Penedès, el corredor natural que connecta amb la resta del país i que es caracteritza per la presència de la vinya. De fet, en els treballs de participació sobre el paisatge del Penedès la identificació més habitual d'aquest espai ha estat la del paisatge de la vinya, que és l'element que millor resumeix una plana diversa i de llarga tradició històrica.

Les dues planes agrícoles situades al contraforts de la Serralada Prelitoral són les Valls de l'Anoia i la Conca d'Òdena, solcats pel riu Anoia. En aquest cas, hi predominen els conreus de secà que conviuen amb les ciutats mitjanes i petites situades al curs dels rius i dels eixos de comunicació. La presència de polígons industrials i d'urbanitzacions ha afectat la qualitat del paisatge en aquests espais, on encara es troben vestigis de la industrialització més precoç del país. També hi ha una part de la plana de Montserrat que s'endinsa dins el territori del Penedès, que té un alt valor paisatgístic i simbòlic.

Una de les formes de conèixer l'ús social dels espais naturals és amb la difusió de els itineraris en bicicleta o a peu en les xarxes socials. En aquest cas, hem utilitzat la xarxa Wikiloc. En el moment de fer l'anàlisi (juny de 2022), la comunitat estava integrada per 10,4 milions de persones que comparteixen 35 milions de rutes i 61 milions d'imatges. Les figures 5 i 6 mostren la distribució dels itineraris compartits els darrer any (juny 2021 - juny 2022), realitzats a peu o en bicicleta. En aquests imatges, es pot veure la importància de la façana litoral i el corredor del Penedès. També s'evidencia el valor de la Conca d'Òdena i els espais situats a prop de Montserrat; de fet, el municipi amb un major nombre d'itineraris compartits és El Bruc.

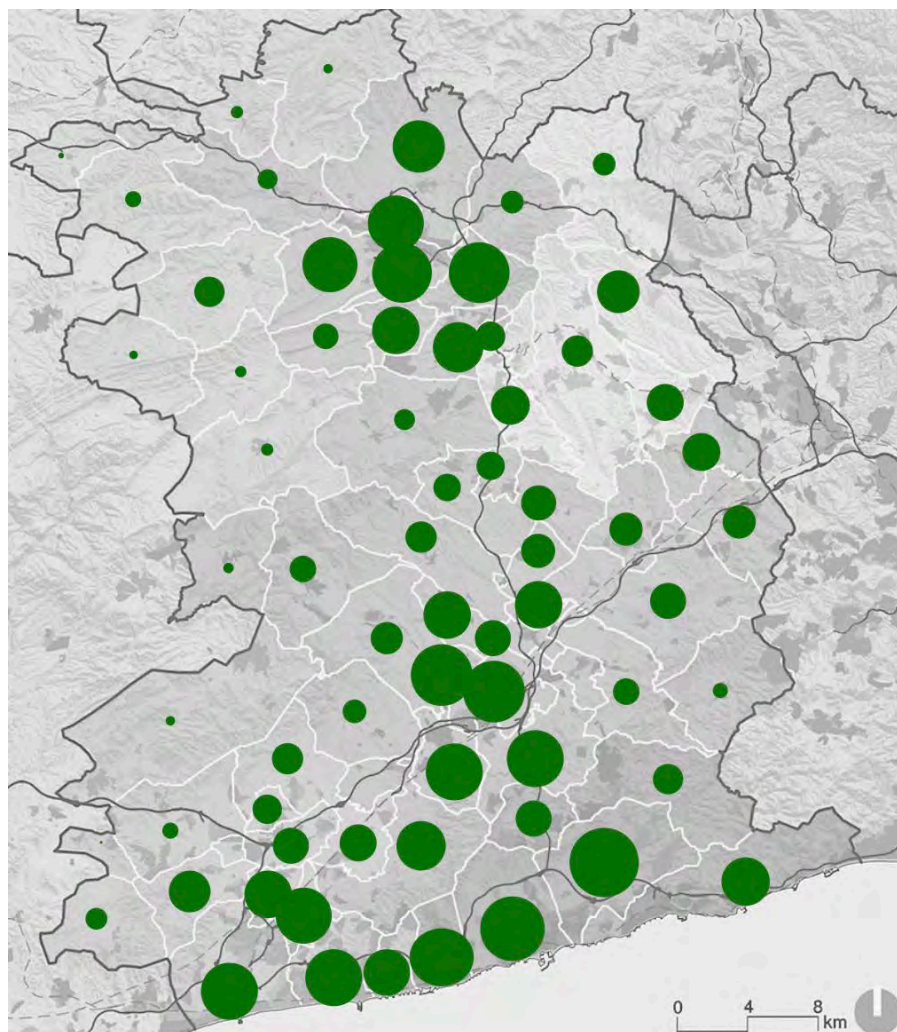
Els mapes també mostren els buits. La successió de muntanyes occidentals tenen una escassa presència de turisme actiu. Ni els Costers de la Segarra ni l'Alt Gaià ni les Serres d'Ancosa mostren valors significatius i resten fora dels circuits de turisme actiu i de les excursions de proximitat, malgrat el seu potencial i els seus valors paisatgístics.

Figura 5. Itineraris a peu compartits a Wikiloc (darrer any)



Font. Elaboració pròpia a partir de Wikiloc

Figura 6. Itineraris en BTT compartits a Wikiloc (darrer any)



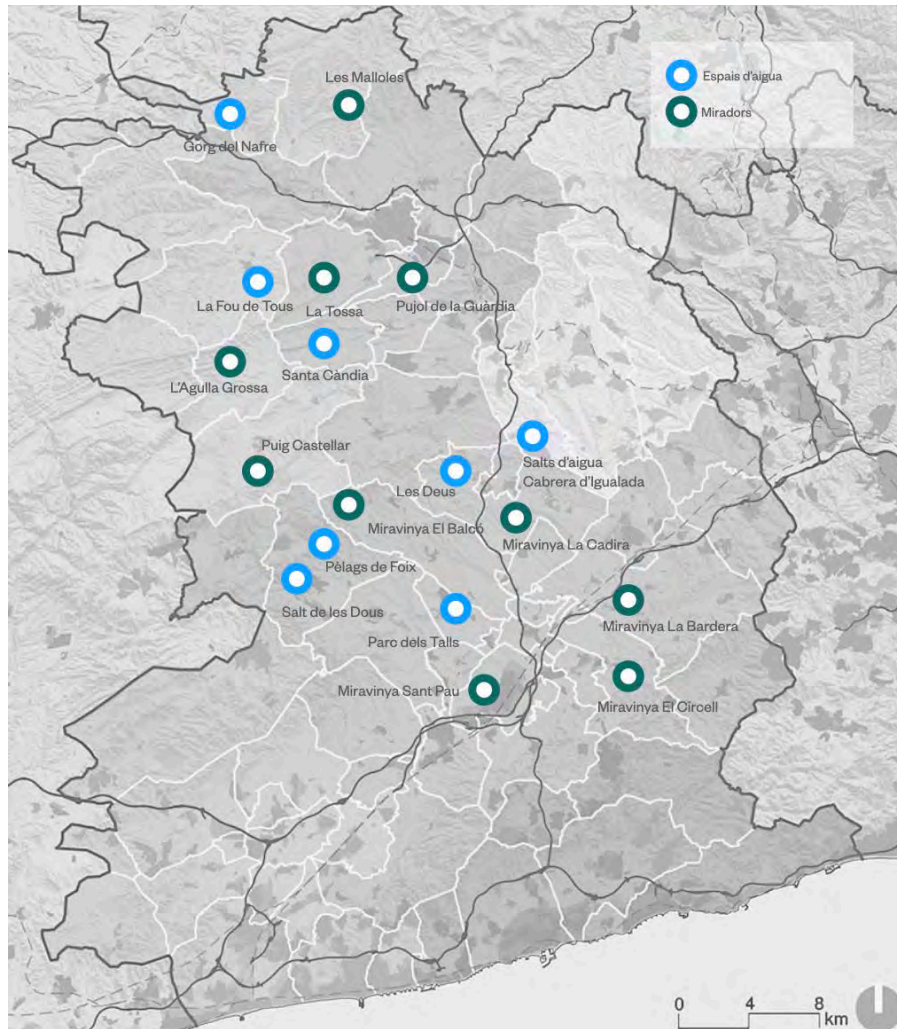
Font. Elaboració pròpia a partir de Wikiloc

Hi ha dos elements naturals que sobresurten en el paisatge de l'àrea del Penedès: els espais d'aigua i els miradors. Els primers s'expliquen per les formacions geològiques de l'àrea, que afavoreixen la creació de pèlags, gorgs i salts d'aigua. Els segons s'expliquen pel joc de valls i muntanyes mitjanes, amb el teló de fons de Montserrat o de la costa. La figura 7 mostra la localització dels elements més destacats en el territori.

Els salts d'aigua se situen a l'Anoia i l'Alt Penedès i aprofiten les formes geològiques de les muntanyes, que obren caus subterranis, gorgs i petits salts. Destaquen especialment Les Dous de Torrelles del Foix i la Fou de Sant Martí de Tous. Hi ha diversos nuclis amb itineraris de fonts, com en el cas de les fonts d'Olèrdola. El projecte *El camí del riu* és una iniciativa de sis municipis que té com objectiu millorar les condicions del curs mitjà de l'Anoia, així com el riu de Bitlles, el Lavernó i la Riera de Mediona. Aquesta recuperació paisatgística pot tenir un alt valor turístic i recreatiu.

Els miradors són un dels recursos naturals proposats per Anoia Turisme, especialment amb les visuals sobre Montserrat. Al Penedès, el projecte Miravinya ha identificat i posat en valor cinc miradors situats en punts estratègics, en els quals s'han portat a terme intervencions paisatgístiques com La Cadira o El Balcó. Aquestes actuacions han creat un ritual fotogràfic i han esdevingut un referent visual de la comarca. El joc entre les ondulacions de les vinyes i el perfil de Montserrat és una de les icones turístiques més rellevants d'aquest espai.

Figura 7. Espais d'aigua i principals visuals



Font. Elaboració pròpia



1.3. Els recursos enològics

L'enoturisme és una de les activitats turístiques que ha tingut un creixement més rellevant en la darrera dècada. La vinculació entre els atributs de lloc (el paisatge, la cultura, la història, la gastronomia) i la producció del vi ha donat lloc a una activitat que ha crescut de forma exponencial. És molt difícil establir una comparació entre espais enoturístics perquè la demanda es mesura amb criteris diferents, però en general tots els indicadors mostren un increment de la demanda i una estratègia de diferenciació.

1.3.1. L'enoturisme internacional

Les principals destinacions d'enoturisme han aconseguit incrementar el nombre de visitants en la darrera dècada, amb nivell de creixement que es mouen entre el 2 i el 5% de creixement anual. L'impacte de la covid ha estat inferior que en altres segments perquè han pogut compensar una part de la caiguda de visitants internacionals amb el turisme de proximitat, que ja era molt rellevant en el període anterior a la pandèmia. Les estratègies de posicionament del mercat de l'enoturisme a nivell internacional es basen en cinc eixos: (a) l'aposta per la sostenibilitat, (b) la creació de productes híbrids, (c) la connexió amb els valors del territori, (d) l'atracció de nous segments i (e) la innovació en l'àmbit de l'allotjament.

Burdeus és segurament un dels millors exemples de la importància de l'estratègia sostenible en l'àmbit de l'enoturisme. França és una de les principals destinacions d'enoturisme i el 2019 s'estima que va acollir 10 milions de visitants amb un impacte econòmic de 5.200 milions d'euros. A França, el mercat internacional és especialment important

perquè representa un 42% del volum total de visitants, però la majoria provenen de països veïns, especialment Bèlgica, Països Baixos, Alemanya i Regne Unit. La distribució de l'enoturisme a França és més dispersa que a la resta de països, si bé més del 80% dels enoturistes es concentren en cinc regions: Burdeus (18%), Champagne (17,2%), Alsàcia (16,9%), Borgonya (16,2%) i Val de Loire (13%).

Burdeus és, per tant, la primera destinació enoturística de França. S'estima que aquesta regió va acollir uns dos milions de visitants d'enoturisme, de manera que és una de les àrees de major atracció a nivell internacional. El vi de Burdeus és un element clau de l'economia de la regió: Genera uns 60.000 llocs de treball i és el principal sector de la regió en ocupació. Pel que fa a la producció, hi ha censats 5.660 viticultors, que produeixen 5 milions d'hl. de vi (666 milions d'ampolles) i, de fet, 3/4 de les exportacions de la regió estan relacionades amb el vi. En el seu conjunt, la superfície de la vinya és de 110.800 hectàrees, amb una mitjana de prop de 20 hectàrees per cada explotació. Com és conegut, la reputació de Burdeus es deu essencialment al vi negre (89% de la producció), sobretot de la variant merlot (66% del total del vi negre).

La regió enoturista de Burdeus destaca per la creació d'itineraris, que tenen una llarga tradició i que organitzen les visites a partir de sis recorreguts principals. A la ciutat de Burdeus s'hi ha ubicat el complex de La cité de vin, creat el 2016 i que disposa de 13.000 metres quadrats d'exposició, amb una arquitectura d'avantguarda coronada per una estructura de 35 metres d'alçada. El 2019 aquest complex va rebre 416.000 visitants, dels quals el 46% eren internacionals (de 176 nacionalitats diferents). El museu ha aconseguit esdevenir un node integrat en l'oferta enoturística de la regió.

La principal estratègia de diferenciació de Burdeus és la seva aposta per la via sostenible. De fet, la regió de la Gironde és el primer departament de França que ha estat certificat amb l'HVA (Label d'Alt Valor Ambiental). Per exemple, la regió ha iniciat una reducció sistemàtica dels pesticides químics, especialment aquells que tenen una major incidència en la biodiversitat. És també la primera regió enoturística que ha mesurat el seu nivell d'emissions de GEH (gasos d'efecte hivernacle), que s'ha estimat en unes 840.000 Tn equivalents de CO₂. La principal línia de recerca de la regió se centra en la recuperació de determinades variants i peus, la creació de corredors biològics entre les vinyes que afavoreixin la microfauna i els processos de recuperació paisatgística.

Itàlia és la principal destinació enoturística a nivell internacional. S'estima que el primer trimestre de 2019 el país va acollir 14 milions de persones (turistes i excursionistes) que van generar un impacte econòmic directe de 2.500 milions d'euros. De fet, Itàlia ha fet de la seva oferta enogastronòmica un dels grans actius econòmics del país. Dels 3.120 productes enogastronòmics certificats a Europa, 814 (el 26%) són italians. S'estima que hi ha unes 81.000 empreses italianes relacionades amb la producció del vi. Les tres principals àrees enològiques del país són la Toscana, el Vèneto i Sicília.

La **Toscana** disposa de 592 cellers escampats per les diverses regions enoturístiques. El 2019, la regió va rebre 14,5 milions de turistes que van realitzar gairebé 50 milions de pernотacions. Els àmbits turístics amb major impacte del turisme internacional són els enoturístics. Per exemple, en el conjunt de la regió el percentatge d'internacionals va ser del 53%, però a l'àmbit de Chianti es va enlairar fins el 80%; en aquest espai, el 2019 es van registrar 356.632 arribades turístiques amb 1,2 milions de nits. La principal estratègia de l'enoturisme a la Toscana és la reconexió amb el territori, de manera que s'ha reduït el pes de les

visites als cellers i s'ha incrementat l'aposta pels productes vinculats amb el paisatge i el territori: recorreguts, itineraris, cates a l'exterior, visites a les vinyes... La Toscana intenta vincular els atributs del seu paisatge cultural (Pisa, Siena, San Gimignano...) amb el paisatge del vi.

També **Portugal** ha situat l'enoturisme en el centre de la seva estratègia turística. El país disposa d'un 190.000 hectàrees de vinya, amb 31 DO protegides i 14 DIG. Entre les àrees més destacades del país es troben l'Alentejo i el Douro, catalogat per la UNESCO com a paisatge cultural, que és la regió vitivinícola demarcada i regulada més antiga del món. L'estratègia enoturística de Portugal es basa en la creació de productes híbrids, que combinin l'oferta enoturística amb altres actius del país. el programa '*Wine pairs*' crea ofertes híbrides integrades per dos components, en els quals el vi és el principal atractiu: Aventura, art, música, benestar i descoberta. El programa d'acció enoturística destina 60 milions d'euros a equipaments en el territori: enoteques, rehabilitació de cellers, espais museístics i centres d'interpretació.

La principal destinació d'enoturisme internacional és **Napa Valley**, situada a Califòrnia. El 2018, el darrer any del qual es disposen dades, la regió va acollir 3,85 milions de visitants, que pràcticament supera amb milió el registre de 2012 (2,94 milions). L'impacte econòmic de l'enoturisme a la regió va ser de 2.200 milions de dòlars, amb una despesa mitjana de 246 dòlars per dia i visitant i una estada mitjana de dos dies aproximadament. Cal tenir present l'elevat percentatge d'excursionistes, ja que un 65% no pernocta a Napa Valley. Aquest és un bon exemple de la importància del mercat de proximitat per consolidar una oferta enoturística: El 81% dels visitants provenen dels Estats Units i només un 19% són internacionals. Del mercat nacional un 54% provenen de l'estat de Califòrnia, de manera que Napa Valley és essencialment una destinació de caràcter regional, amb una

reputació internacional. Això explica l'elevat pes de la repetició en la demanda: Un 51,4% dels turistes han estat a Napa anteriorment.

Pel que al fa al comportament dels visitants durant la seva estada, les activitats més habituals són el tast (81%), els tours (45%) i la utilització del Napa valley Wine train (28%), que és alhora un mitjà de transport i un recurs turístic. Cal destacar l'elevat pes dels esdeveniments especials (MICE, celebracions), que representen un 11% de la demanda, és a dir, prop de 400.000 persones cada any. Una de les estratègies d'aquest territori ha estat la captació de nous segments i l'atracció de visitants que tradicionalment estaven desvinculats de l'oferta enoturística. D'aquesta manera, s'ha aconseguit que la majoria dels visitants de la regió siguin dones (un 51%, per un 43% d'homes) o que el tram d'edat amb un major nombre de turistes sigui el de 20 a 34 anys, de manera que l'edat mitjana ha davallat fins el 46 anys. D'aquesta forma, Napa Valley s'ha consolidat essencialment com un espai d'atracció per a la població de la seva àrea d'influència, amb un component menor de visitants de la resta del país i internacionals.

El desenvolupament de l'enoturisme ha afectat també regions amb una reputació menys consolidada, especialment en països com Xile, Argentina, Austràlia o Sudàfrica, que són algunes de les zones amb major quotes de creixement. Per exemple, la regió de Mendoza, a l'Argentina, ha aconseguit incrementar sensiblement la demanda gràcies al posicionament de la seva oferta enoturística. Si el 2010 aquesta regió havia arribat als 1,5 milions de visitants, el 2019 havia superat els 3,7 milions de visitants, dels quals prop de 3 milions són turistes nacionals i uns 800.000 turistes internacionals. Tot i que la major part de les places d'allotjament se situen en les regions del nord i del sud, l'àrea que està presentant un major creixement és el Valle de Uco, a peus de la Serralada Andina. La principal característica del creixement del turisme en aquesta regió és la innovació en les formes

d'allotjament. Aquests espais es caracteritzen per l'avantguarda arquitectònica, que aconsegueix un equilibri entre noves expressions constructives i un lligam amb les estructures tradicionals. Una línia similar ha seguit la Rioja Alavesa, amb la construcció de cellers Marqués de Riscal (Gehry), Ysios (Calatrava), Baigorri (Aspiazu) o l'Hotel Viura.

1.3.2. L'enoturisme a l'Estat espanyol

L'informe sobre les 'Rutas del Vino de España' de 2019 identifica més de 3 milions d'usuaris de les rutes del vi, el que representa un 3,9% respecte 2019 i més que duplica el valor de 2009, quan es van comptabilitzar 1,4 milions. Cal tenir present que aquesta dada només recull les persones que accedeixen a un dels recursos enoturístics de les regions que formen part de la Ruta, En total, hi ha 31 regions del vi que participen de la marca de 'Rutas del Vino', de les quals dues són catalanes, el Penedès i Lleida Costers del Segre.

Tal i com es mostra a la figura 8, el volum de visitants als equipaments enoturístics del Penedès se situa en el tercer lloc del conjunt de regions, amb uns valors similars als de la Ribera del Duero o la Rioja Alta, si bé molt lluny de Jérez, que és el principal espai enoturístic del país. Mentre que la majoria de les regions han crescut al llarg dels darrers anys, en el cas del Penedès s'ha registrat un decreixement molt fort respecte dels valors de 2018 (441.000) i 2017 (438.000). Tot i així, la regió es manté entre les regions enoturístiques amb un major nombre de visites. Cal insistir que les estadístiques no recullen els enoturistes que s'apropen a les vinyes i que gaudeixen del paisatge, però no entren en contacte amb cap dels equipaments que els hi ofereix la regió.

Figura 8. Nombre de visitants a les principals regions enoturístiques de la Ruta del Vino



Font. Las Rutas del Vino

Només dues regions de la xarxa tenen un predomini de visitants d'origen internacional, Alacant i el Penedès. Dels 370.000 visitants que han estat comptabilitzats en aquest espai, 192.000 són internacionals i 178.000 nacionals. En el conjunt de la xarxa, prop de tres quarts dels visitants són d'origen nacional, especialment de les regions més properes.

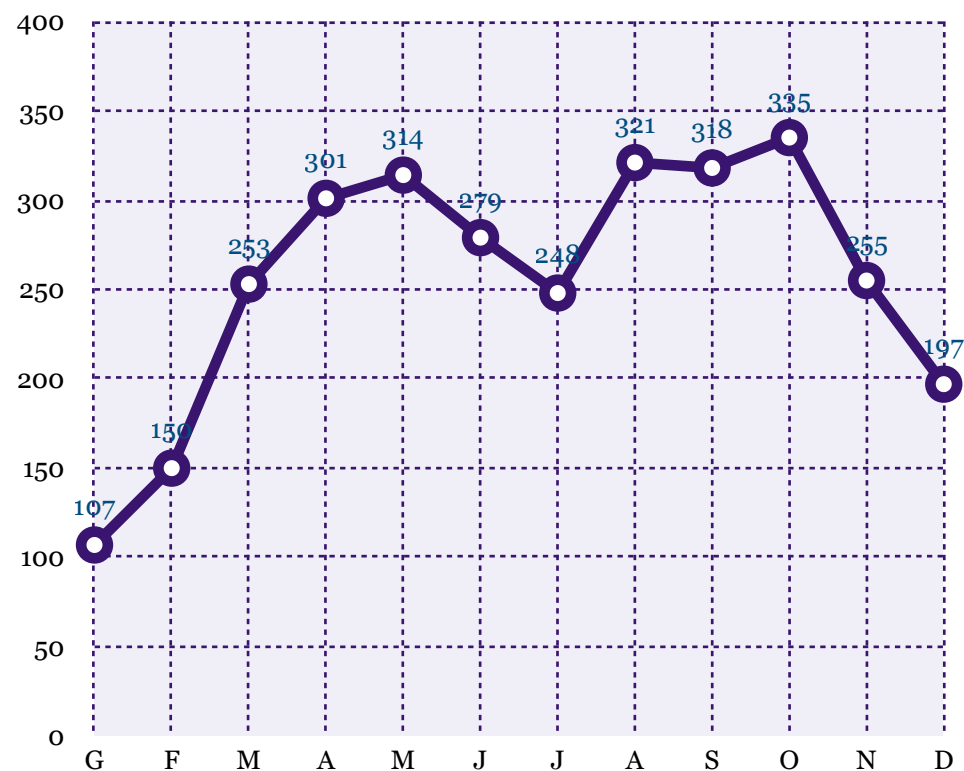


Figura 9. Visitants mensuals a la Ruta del Vino (milers)

Font. Las Rutas del Vino

Una de les característiques més interessants de l'enoturisme és que trenca l'estacionalitat. Com es veu en la figura 9, la punta de visitants s'obté entre els mesos d'agost i octubre, que coincideixen amb els mesos de la verema. Per contra, l'hivern i el mes de juliol marquen els

mínims de visitants. A la regió del Penedès, el mes amb major nombre de visitants també és l'octubre.

L'estada mitjana en el conjunt d'espais de la xarxa és de 2,41 dies; hi predomina clarament el perfil de visitant que hi pernocta (amb un 63% del total), però cal tenir present el pes de l'excursionisme, és a dir, els visitants que no pernocten en el territori de visita. Les activitats més habituals són la visita a cellers (85,2%), la visita a les vinyes (17,7%) o els esdeveniments (1,4%). La mitjana de cellers que es visita és de prop de 2 (1,93). Pel que fa al perfil del visitant, hi predominen les dones (57,2%) i la franja d'edat 36 - 45 anys, si bé s'ha detectat una reducció dels perfils d'edat més baixos. El 40% dels visitants es considera aficionat, un 22% principiant, un 21% expert i un 6%, professional.

1.3.3. L'enoturisme a Catalunya

El vi forma part del paisatge i de la identitat de Catalunya, com a la resta d'espai de la Mediterrània. Els paisatges del vi formen part de la mateixa història del país: Els grecs el van introduir per l'Empordà i està acreditat el comerç de vi en diversos ports romans i ciutats del corredor prelitoral. El vi també està lligat al desenvolupament de comunitats monacals, com el Císter a Poblet i Santes Creus o els cartoixans a Escaladei. Amb el modernisme arribà l'esclat de les grans catedrals del vi, obres monumentals que mostren la importància d'aquesta indústria durant el XIX, just abans de l'efecte devastador de la fil·loxera.

El vi català viu una nova edat daurada, que és el resultat de la visió renovada d'antics espais del vi i la incorporació de nous espais amb una forta expansió. Tal i com es veu a la figura 10, Catalunya disposa

d'11 DO de vi i una DO de cava, que està situada essencialment al Penedès. A banda, la DO Catalunya se superposa amb la resta de DO.

Figura 10. DO de Catalunya

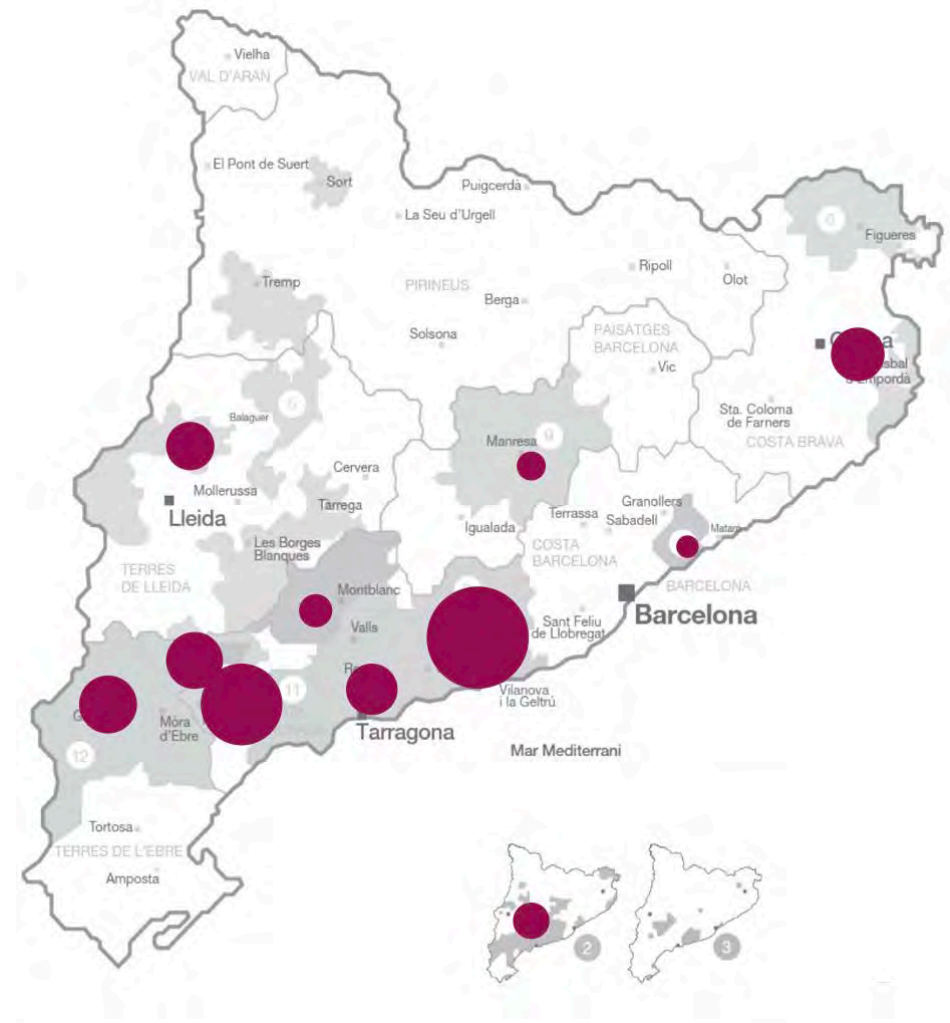


Font. Agència Catalana de Turisme

Les figures 11, 12 i 13 mostren la distribució de la producció dels diversos territoris, mesurats a partir del nombre de cellers integrats en les DO, del nombre de viticultors i viticultores i de la superfície en hectàrees. Hi sobresurten d'una manera molt clara tres DO. D'una banda, la DO del Priorat (l'única DO de qualitat del país) supera el centenar de cellers integrats en la DO i els 500 viticultors. La superfície arriba fins les 2.000 hectàrees. El gran espai del vi del país és el Penedès, que lidera tots els indicadors, ja que integra 180 cellers, més de 2.000 viticultors i una superfície de 16.500 hectàrees. Per la seva banda, la Terra Alta té una presència habitual en els premis internacionals i destaca pel nombre de viticultors i l'extensió dels camps. La meitat de la superfície de vinyes vinculades amb una DO de Catalunya estan situades o bé al Penedès o bé a la Terra Alta. També destaquen per la seva extensió la DO Tarragona i la DO Catalunya, que és líder en exportació. Aquest mosaic de DO està concentrat sobretot en el sud del país, de manera que el Penedès és un element més del paisatge del vi de Catalunya i està envoltat de zones d'alt valor paisatgístic i productiu.

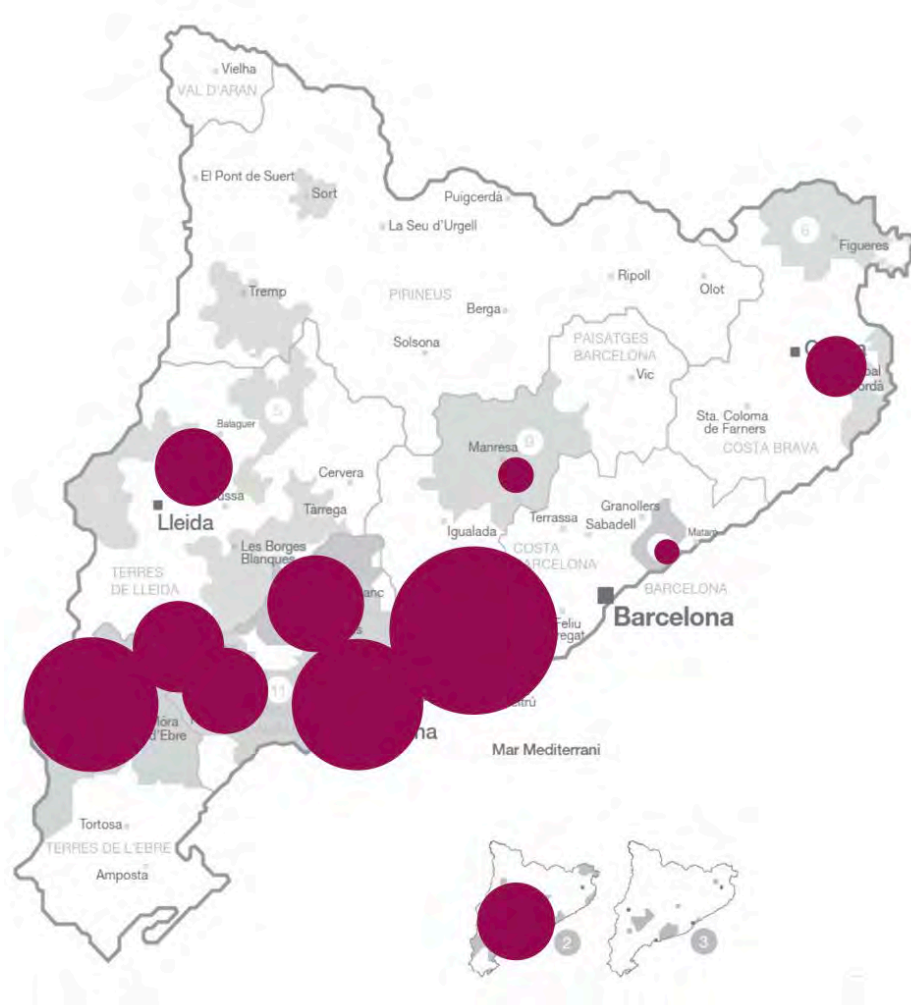
Els 611 cellers inclosos en les DO de Catalunya van produir l'any 2019 uns 100 milions d'ampolles. De cada 100 ampolles, 47 es van vendre al mercat nacional, 17 a la resta d'Espanya i 36 a l'estranger, el que confirma la tendència a un creixement del consum intern. Les vendes directes de vi van generar uns ingressos de 314 milions d'euros.

Figura 11. Nombre de cellers en les DO de Catalunya



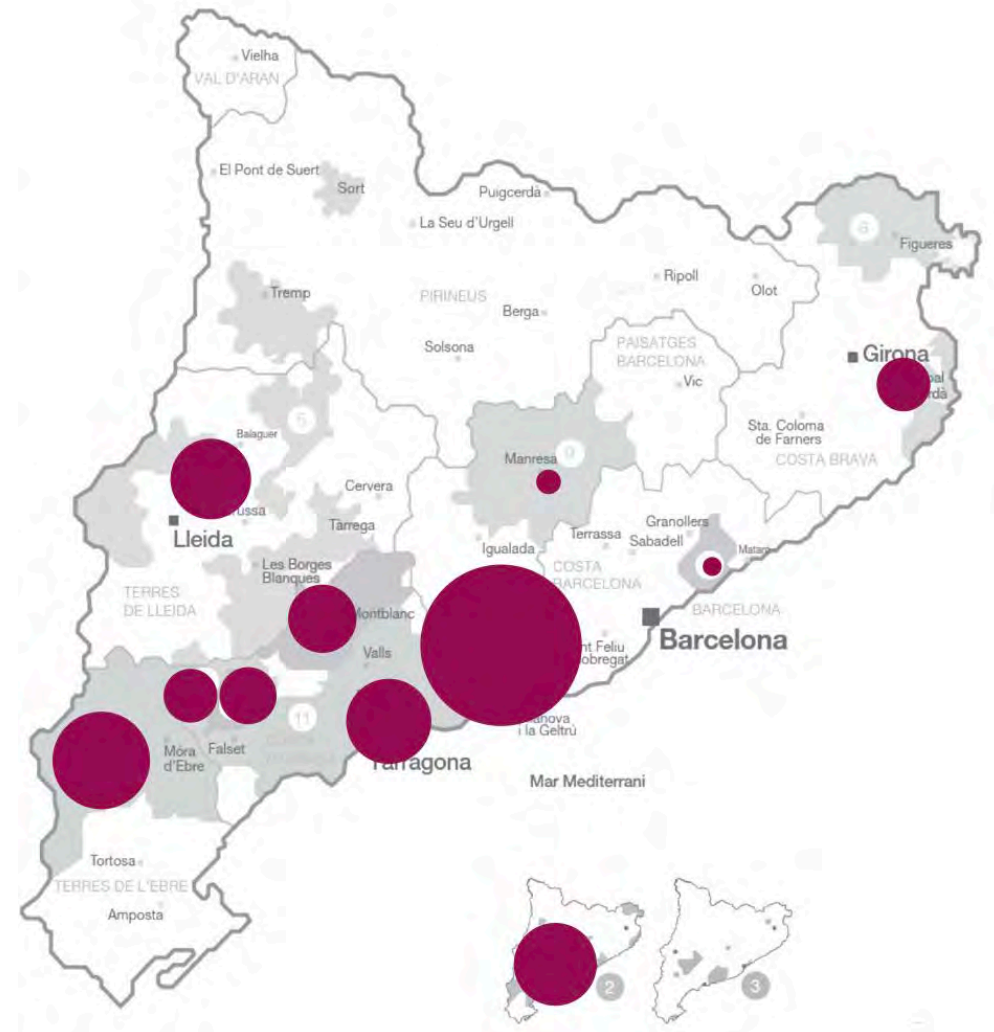
Font. INCAVI

Figura 12. Nombre de viticultors en les DO de Catalunya



Font. INCAVI

Figura 13. Superfície de la vinya en les DO de Catalunya



Font. INCAVI

Catalunya està organitzada en nou rutes del vi, que coincideixen essencialment amb les DO del país:

- Priorat
- Penedès
- Trepat
- Empordà
- Pla de Bages
- Alella
- Terra Alta
- Costers del Segre
- Tarragona

Actualment, es considera que el producte d'enoturisme a Catalunya està adreçat a quatre perfils diferenciats, que és el resultat de creuar motivacions i orígens.

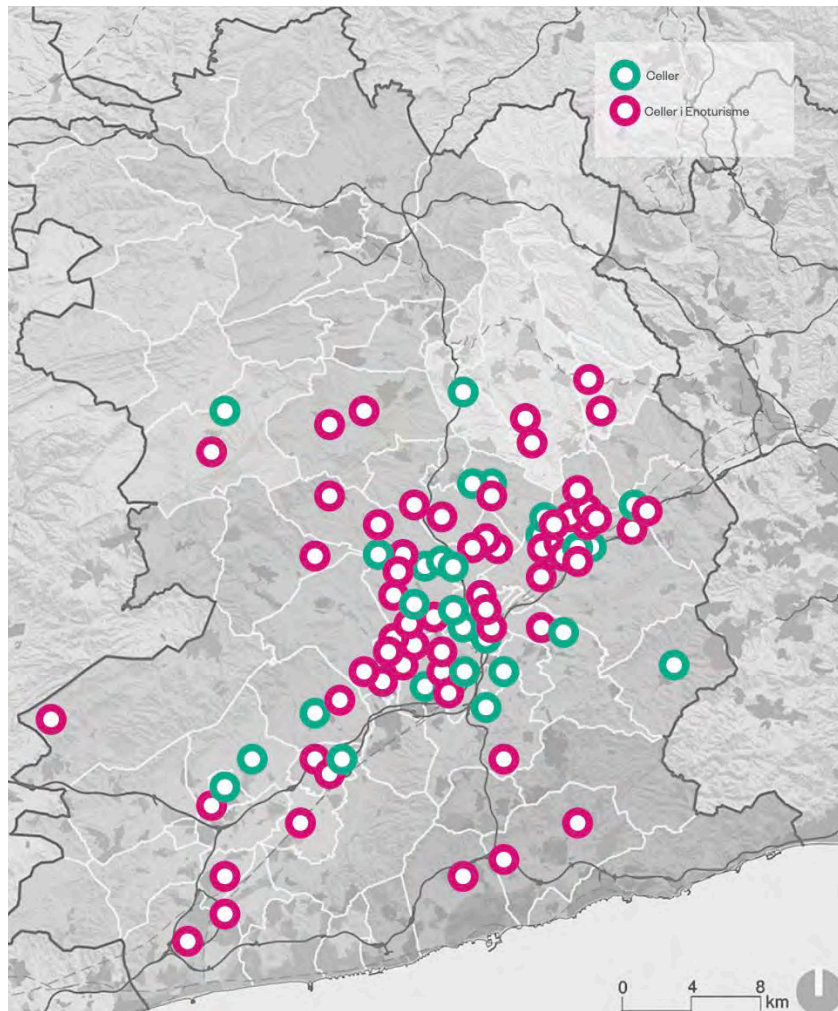
- Turista internacional expert. Turista allotjat a Catalunya pel qual el vi és un factor d'atracció que ha condicionat la seva selecció, amb o sense altres elements d'atracció del territori. És un segment que està experimentant un fort creixement a tota Europa.
- Turista internacional ocasional. Turista allotjat a Catalunya, que ha vingut atret per un o varis factors d'atracció (la cultura, el mar, la natura) i que realitza una visita puntual als atractius enològics. La població potencial és molt elevada, però la demanda real està molt condicionada pel grau de penetració (el percentatge de turistes que acaben finament interessats per l'oferta enològica).
- Turista nacional expert. Turista que prové de Catalunya i que realitza una estada a la regió del vi, essent aquest recurs un dels factors bàsics d'atracció. És un segment clau per l'increment del turisme de proximitat.

- Turista nacional ocasional. Turista que prové de Catalunya i que s'ha allotjat a la regió motivat per un altre factor d'atracció, però que realitza una excursió facultiva als recursos enoturístics que són complementaris de la seva visita.
- Excursionista. Persona que pernocta en el seu espai residencial i que realitza una visita als paisatges del vi, que té una durada breu. Molts excursionistes són l'anticip de turistes en el futur.

1.3.3. L'enoturisme al Penedès

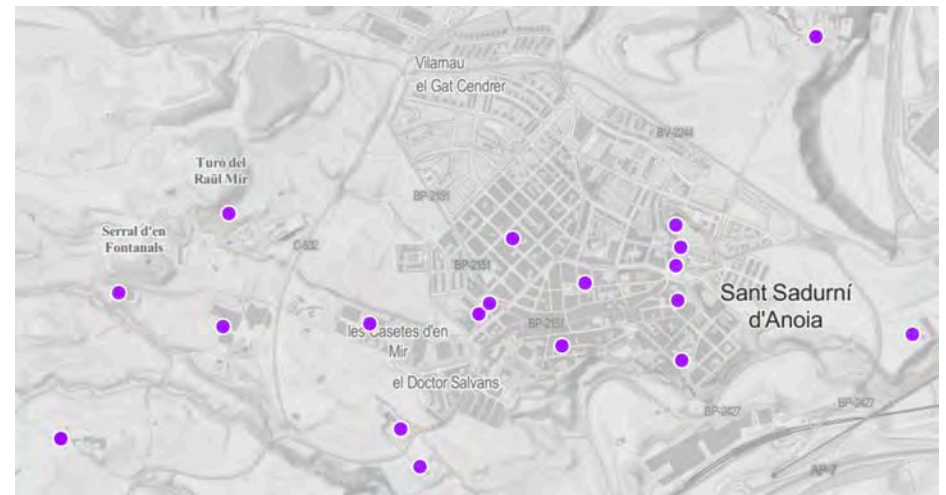
El Penedès és la principal regió enoturística de Catalunya, i una de les principals regions del vi d'Europa. En un corredor que uneix les localitats de Vilafranca del Penedès i Sant Sadurní d'Anoia es concentren la major part de cellers. La integració entre les finques i els camps de vinyes són un element paisagístic d'un gran potencial turístic. Els cellers representen la història de l'arquitectura del vi a la regió, amb la presència d'imponents masos (com la Masia Grabuach a Font-Rubí o el Mas Comtal a Avinyonet del Penedès), edificis senyorials (la Bodega Torre del Veguer a Sant Pere de Ribes) o cellers modernistes (amb el Codorniu de Puig i Cadafalch com emblema, però amb molts altres representants, com el Cava Rovellats de Sant Martí Sarroca). Darrerament, s'han rehabilitat o creat nous espais que apel·len a una arquitectura contemporània, tal i com ha fet altres grans regions del vi europees. El Mas Rodó de Mediona, finalista dels premis FAD, el Castelo de Pedregosa a Sant Sadurní d'Anoia, Gramona, també a Sant Sadurní o el Celler Heretat Mastinell són alguns dels principals exemples.

Figura 14. Cellers de la DO Penedès



Font. DO Penedès

Figura 15. Cellers de la DO Penedès a Sant Sadurn d'Anoia



Font. DO Penedès

Les figures 14 i 15 mostren la distribució dels cellers de la DO Penedès en el territori. S'evidencia la importància del corredor central i especialment la concentració entorn les localitats de Vilafranca del Penedès (amb els municipis veïns) i Sant Sadurn d'Anoia. En aquest espai també se superposa la DO del cava, que és una de les senyals d'identitat del territori. En el seu conjunt aquesta regió disposa de 148 cellers, molts dels quals són visitables i han esdevingut un veritable recurs turístic. La ruta del vi del Penedès integra uns 70 d'aquests cellers, que ha de seguir unes normes homologades (obertura, idiomes, aparcament, senyalització, productes); a banda, uns 200 establiments integren l'oferta enoturística de la ruta del vi del Penedès.

L'enoturisme del Penedès té un nivell elevat de desenvolupament de producte. Disposa d'una molt àmplia oferta de cellers, molts dels quals ofereixen visites regulars, amb un portafoli diversificat. És un sistema clàssic de combinació entre grans cellers de reputació internacional i petits cellers que ofereixen un major grau de proximitat. Molts dels cellers han desenvolupat equipaments adaptats per a les cates, pels esdeveniments, els MICE i l'oferta gastronòmica; alguns d'ells han integrat també la funció d'allotjament.

En els últims anys s'ha posat en funcionament la primera carretera del vi de l'Estat, que incorpora la idea de las *wine roads* molt habituals als Estats Units. La carretera del vi és una iniciativa que implica els cellers de set municipis entre Sitges i Sant Martí Sarroca, en un recorregut escènic d'uns 33 kilòmetres. Hi ha també recorreguts escènics a peu que vinculen l'enoturisme amb el turisme actiu. Per exemple, a Vilafranca del Penedès s'ha habilitat un camí del vi de caràcter sensorial que uneix diversos punts en un recorregut de prop de 4 kilòmetres. Com s'ha esmentat anteriorment, Penedès Turisme ha promogut la creació de la Ruta Miravinya, que posa en valor diversos miradors per contemplar el paisatge del vi de la regió.

El Penedès disposa de tres equipaments museístics relacionats amb el vi. El Vinseum està situat a Vilafranca del Penedès i intenta ser el kilòmetre zero de l'experiència enoturística de la regió. Creat el 1945, és el primer museu dedicat al vi de l'Estat espanyol; des del Patronat formalitzat el 2000, s'ha impulsat la renovació del complex, amb obres d'ampliació el 2007, el 2012 i les obres iniciades el 2018, encara en procés. Les ampliacions han reformat els edificis, han creat un nou espai soterrani i han integrat noves peces en el complex. Amb poc més de 30.000, el Vinseum no ha aconseguit encara esdevenir el centre de gravetat del projecte enoturístic de la regió. A banda, a Sant Sadurní

d'Anoia opera el Cava Centre, a la Fassina de Can Guineu, i a Sitges s'ha obert el Centre d'Interpretació sobre la Malvasia.

Figura 16. Recorregut de La carretera del vi



Font. La carretera del vi

A banda, tal i com es recull a la taula 3, hi ha un nombre molt rellevant d'activitats relacionades amb el món del vi, tot i que la majoria amb un impacte relatiu.

Taula 3. Esdeveniments vinculats amb el vi

	Tipologia	Mes	Municipi
Vigralla	gastronomia	maig	Llorenç del Penedès
Riu de Vins	gastronomia	maig	St Pere de Riudebitlles
Microvi	gastronomia	maig	Avinyonet del Penedès
Viar	cultural	abril	St Llorenç d'Hortons
COTA	gastronomia	juny	Mediona
Temps de vi	gastronomia	juny	Vilafranca del Penedès
Vijazz	cinema	juliol	Vilafranca del Penedès
Música a les vinyes	música	estiu	Subirats
Festa de la fil·loxera	cultural	setembre	Sant Sadurní d'Anoia
Cavatast	gastronomia	octubre	Sant Sadurní d'Anoia
MOST	cinema	novembre	Vilafranca del Penedès
Tasta'l	gastronomia	novembre	Subirats

Font. Elaboració pròpia



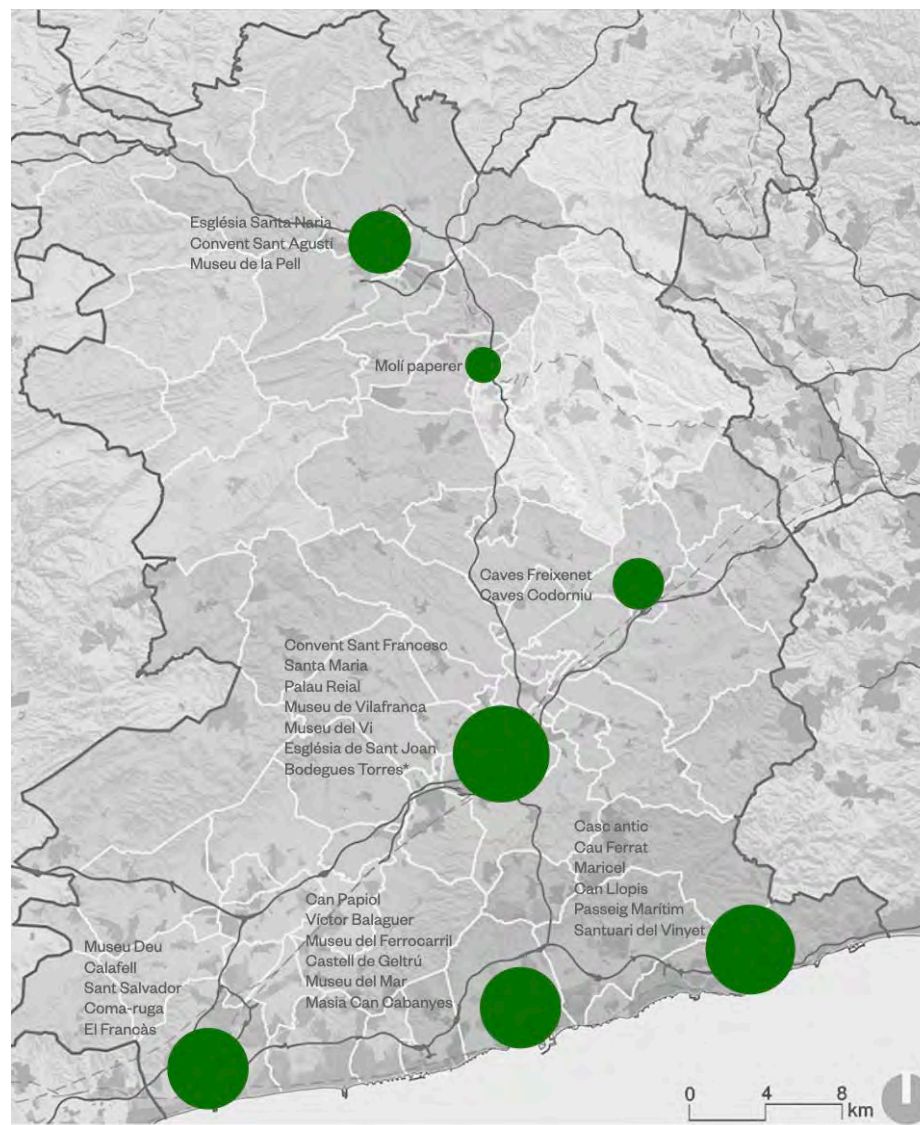
1.4. La jerarquia de recursos del Penedès

Les guies de turisme han estat utilitzades habitualment com un indicador de la jerarquia dels recursos d'un territori. D'una banda, les guies actuen com a prescriptores, és a dir, orienten i domestiquen la mirada del visitant i contribueixen a crear i difondre una determinada jerarquia; d'altra banda, les guies són les transcriptors de valors creats socialment i ajuden a entendre quina és l'organització dels nodes d'un territori. En aquest epígraf es mostren els elements destacats a les guies de la regió del Penedès.

1.4.1. La Guia Verda de Catalunya

La Guia Verda és una de les obres amb major influència, no només pel volum de vendes sinó també perquè és un element de referència per a la resta de guies i per la valorització turística en general. Creada el 1926 per l'empresa Michelin, és una de les referències més importants en la informació turística. La figura 16 mostra les mencions de la guia sobre Catalunya dedicades a l'àrea del Penedès. El mapa mostra clarament la rellevància del triangle Vilanova i la Geltrú - Sitges - Vilafranca del Penedès, amb tres nodes secundaris, que són Igualada, Sant Sadurní d'Anoia i el Vendrell. Dels 29 elements destacats, 11 són museus. A la guia només es destaquen les Bodegues Torres i les Caves Codorniu i Freixenet a Sant Sadurní d'Anoia. Aquesta és l'estructura, l'esquelet bàsic de l'oferta turística del Penedès: el front litoral, l'eix del vi Vilafranca - Sant Sadurní i l'àrea d'influència d'Igualada.

Figura 17. Nodes rellevants a la Guia Verda



Taula 4. Nodes valoritzats a la Guia Verda

	Municipi	Estrelles
Sitges	Sitges	**
Museu Cau Ferrat	Sitges	**
Maricel	Sitges	*
Museu Can Llopis	Sitges	*
Vilafranca del Penedès	Vilafranca del Penedès	*
Convent de Sant Francesc	Vilafranca del Penedès	*
Basílica de Santa Maria	Vilafranca del Penedès	*
Museu del Vi	Vilafranca del Penedès	*
Vilanova i la Geltrú	Vilanova i la Geltrú	*
Can Papiol	Vilanova i la Geltrú	*
Museu Víctor Balaguer	Vilanova i la Geltrú	*
Museu del Ferrocarril	Vilanova i la Geltrú	*
Museu Deu	El Vendrell	*
Caves Codorniu	Sant Sadurní d'Anoia	*

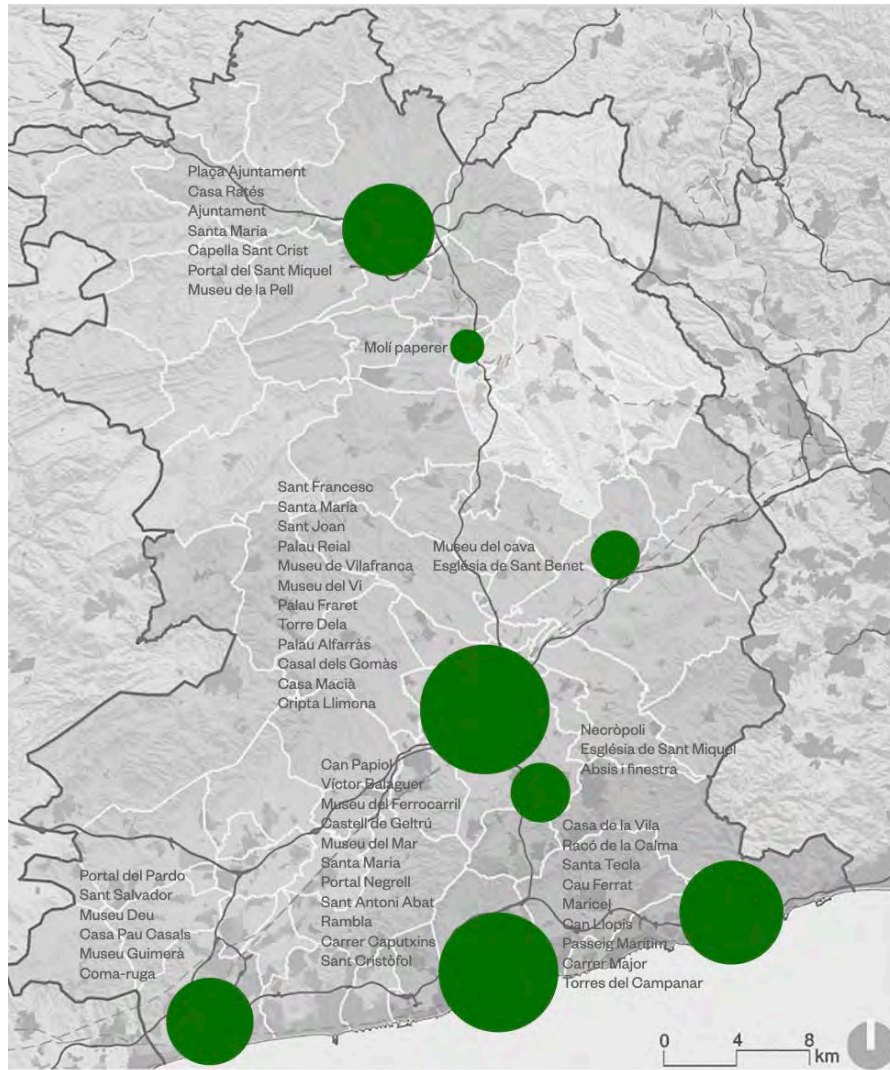
Font. Elaboració pròpia

La guia també estableix una categoria dels nodes d'acord al seu valor turístic. Les tres estrelles 'justifiquen el viatge', és a dir, són els elements d'atracció que per ells mateixos poden moure els visitants fins la destinació; les dues estrelles identifiquen els recursos que 'valen la pena', de manera que sobresurten en el conjunt d'elements; per última, els elements d'una estrella són 'interessants'. A banda, hi ha mencions de nodes que no tenen cap valoració i que han estat representats en la figura 17. La taula 4 mostra els nodes valoritzats a la Guia Verda. Només dos elements tenen dues estrelles, que són Sitges i el Museu del Cau Ferrat; cap element de la regió té tres estrelles i és l'única àrea del país que no en té. Això vol dir que el territori no disposa de nodes amb capacitat d'atracció internacional. Pel que fa als nodes d'una estrella es concentren en el triangle Sitges - Vilafranca del Penedès - Vilanova i la Geltrú. Hi predominen els museus, que representen més de les meitat de les mencions.

1.4.2. La Guia Anaya de Catalunya

L'editorial Anaya va iniciar el seu camí en l'àmbit educatiu els anys 50 i va desenvolupar la línia de guies Anaya Touring el 1989. Des de llavors s'ha convertit en una de les referències a nivell estatal, amb una gran influència en la resta de guies. Organitza els elements en dues o una estrella d'acord amb la seva rellevància.

Figura 18. Nodes rellevants a la Guia Anaya



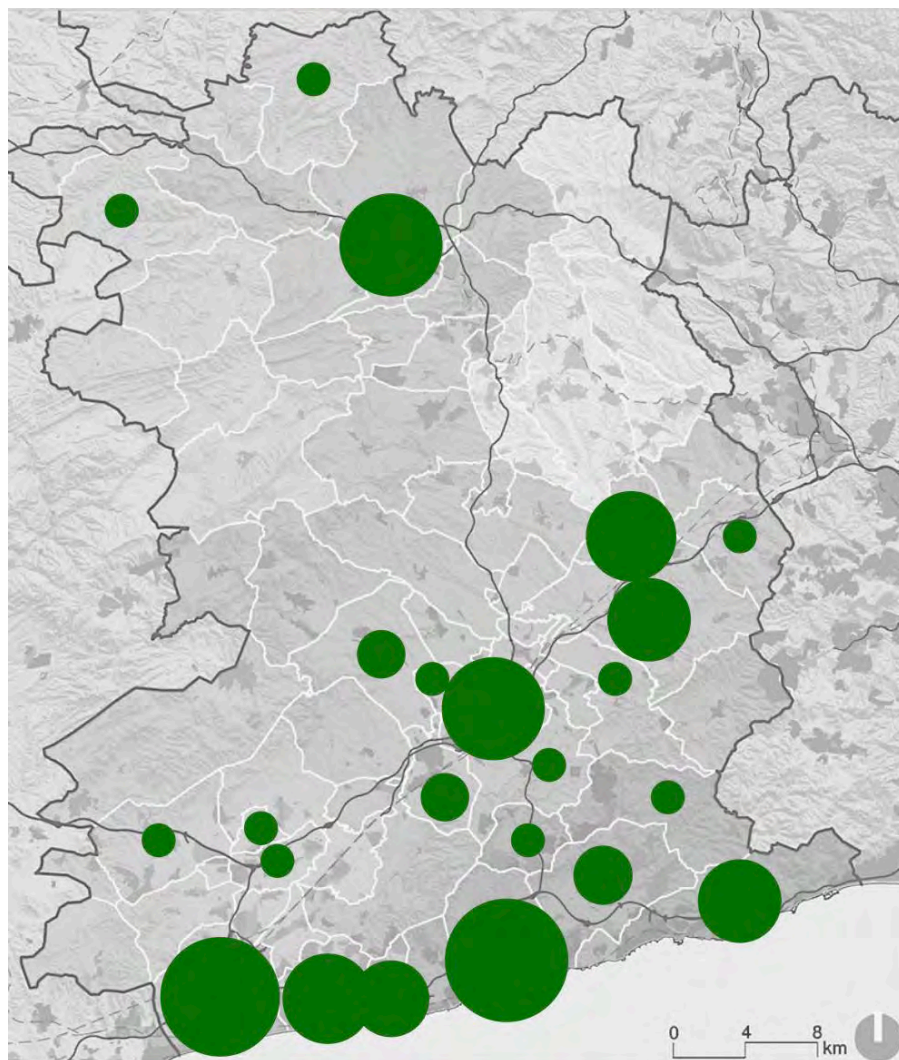
La figura 18 mostra la distribució dels nodes més rellevants a la guia. Es manté la importància del triangle Vilanova i la Geltrú - Sitges - Vilafranca del Penedès, si bé ara hi atorga molta més rellevància a la ciutat de l'interior. Novament, destaca la importància del Vendrell i Igualada. En el tercer nivell de jerarquia, a banda de Sant Sadurn d'Anoia, la guia destaca el Molí paperer de Capellades i el complex d'Olèrdola, tant la necròpoli com l'església de Sant Miquel i els elements arquitectònics més destacats d'aquest espai. En el seu conjunt, l'obra dona valor a l'oferta de museus del territori i també als elements monumentals més destacats dels centres històrics. Pel que fa als nodes jerarquitzats, la guia només atorga una estrella a Sitges i a Olèrdola.

1.4.3. La Guia Blava de Catalunya

La Guia Blava de l'editorial Gaesa es caracteritza per la seva extensió. Això permet integrar en l'anàlisi els nodes secundaris i terciaris. La figura 19 mostra la distribució geogràfica dels elements destacats a la guia. En aquesta figura es pot veure la importància dels dos corredors turístics principals d'aquest territori: D'una banda, la façana litoral, amb els pols de Sitges, Vilanova i la Geltrú i el Vendrell, i d'altra, el corredor del prelitoral, escorat a l'est, pel pes de l'àrea de Vilafranca del Penedès i de la serralada litoral. L'àrea de Subirats - Gelida destaca de manera molt evident en aquesta guia. Al nord, Igualada és un pol d'atracció molt rellevant, però aïllat.

La guia també ajuda a detectar els buits, els espais amb poca capacitat d'atracció turística en l'actualitat. I és evident que al nord de l'eix Sant Sadurn d'Anoia - Vilafranca del Penedès els recursos turístics no han aconseguit situar-se en el sistema d'elements d'atracció, amb l'excepció d'Igualada i algun punt aïllat.

Figura 19. Nodes rellevants a la Guia Blava



1.4.4. La Guia RACC de Catalunya

Les associacions d'automòbil estan molt relacionades amb els viatges de caràcter itinerant. Les guies editades per les associacions d'Alemanya o dels Països Baixos tenen una gran influència en la valoració turística dels espais i dels equipaments; per exemple, la principal referència en la jerarquia de càmpings a Europa està elaborada per ANWB i ADAC. A Catalunya, la guia del RACC proporciona informació sobre la valoració dels elements turístics per desplaçaments en vehicle. El resultat estan representats a la figura 20. Es reforça la idea dels eixos urbans connectats, tant a la façana litoral (el Vendrell - Vilanova i la Geltrú - Sitges) com en la plana prelitoral. La guia també organitza els recursos turístics amb les estrelles que ha generalitzat Michelin. La guia identifica tres pols amb dues estrelles, que són Vilafranca del Penedès, Sitges i Vilanova i la Geltrú. A banda, també destaca Olèrdola amb una estrella.

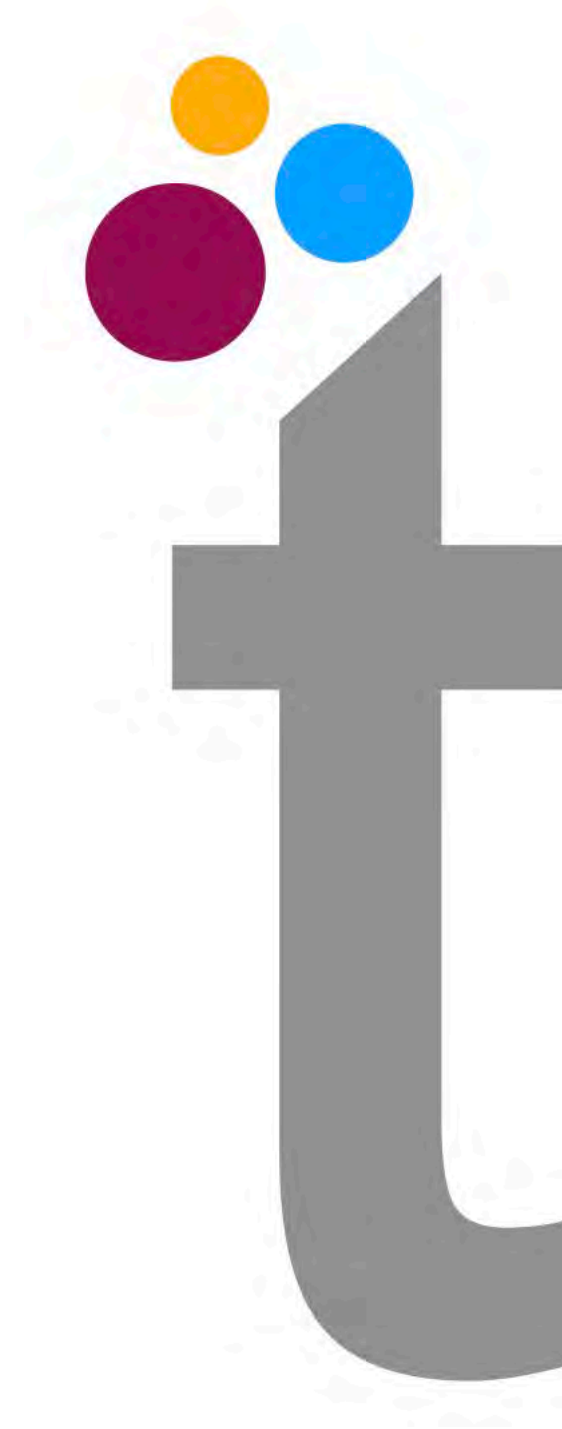
1.4.5. La promoció de Catalunya

Catalunya Turisme és l'organisme que té la responsabilitat de promoure la destinació Catalunya en el seu conjunt. Aquesta promoció es porta a terme a partir de diversos mitjans audiovisuals i digitals, i també en recursos en paper. Hem recollit tot el material de promoció generalista de Catalunya actualment i hem identificat totes les mencions a l'àrea del Penedès. A diferència de les guies (que és una mirada exògena, des de fora), el material de l'Agència Catalunya Turisme mostra allò que el país aspira a ser (és, per tant, una mirada endògena, des de dins).

La figura 21 mostra la síntesi d'aquest recull. La primera idea és que l'àrea del Penedès no forma part dels grans espais turístics del país. El sistema turístic de Catalunya està basat en tres grans elements d'atracció Barcelona - Costa Brava (amb l'Alt Maresme) - Costa Daurada, essent el Pirineu una àrea secundària que a poc a poc s'està consolidant en l'imaginari turístic del país. Hi ha dos espais que tenen dificultats per consolidar-se turísticament, malgrat la importància dels seus recursos, com són la Plana de Lleida i, en menor mesura, la Catalunya Central. I, finalment, hi ha dos espais que es troben en una situació intermèdia: les Terres de l'Ebre i l'àrea del Penedès.

L'oferta turística de l'àrea gravita sobre l'eix litoral, amb el contrapunt de Vilafranca del Penedès. L'estructura turística està molt connectada amb la xarxa urbana de ciutats que organitza aquest territori. A banda, la promoció turística posa en valor el corredor enoturístic, que apareix en dues de les promocions. En l'àmbit de l'ecoturisme, la promoció turística de Catalunya només destaca el Garraf. Aquest mapa sintetitza les dificultats de l'àrea nord i de les àrees de muntanya per integrar-se en els circuits turístics a escala catalana. El seu paper potencial se centra sobretot en la capacitat d'atracció del mercat de proximitat.

L'oferta d'allotjament



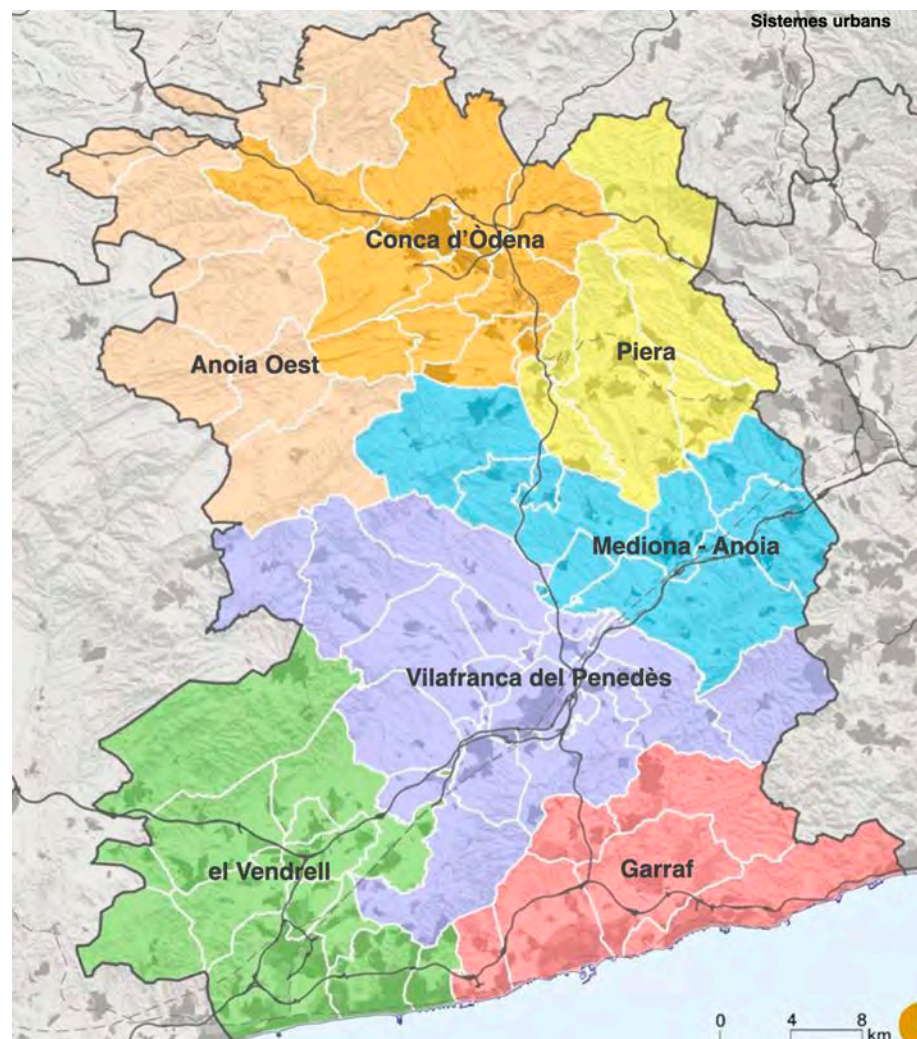
2. L'oferta d'allotjament

L'oferta d'allotjament és un indicador de la capacitat turística d'un territori. També és un element que ajuda a avaluar el grau de saturació de l'activitat turística en determinats espais. En aquest epígraf es mostren els resultats de l'oferta d'unitats i places de les diferents formes d'allotjament en el territori. Per tal de facilitar la lectura, els gràfics treballen amb els sistemes urbans de l'àrea del Pla Territorial Parcial del Penedès:

- Garraf. Coincideix amb la comarca del Garraf
- El Vendrell. Equival a la comarca del Baix Penedès
- Vilafranca del Penedès. Es correspon amb la major part de la comarca de l'Alt Penedès, centrada entorn la capitalitat de Vilafranca del Penedès.
- Mediona - Anoia. Aquest corredor uneix la part nord-est de la comarca de l'Alt Penedès, entre Mediona i Subirats.
- Conca d'Òdena. Sistema urbà organitzat a partir de la centralitat d'Igualada i la seva àrea d'influència més propera.
- Anoia Oest. Coincideix amb les elevacions del nord i l'oest de la part de l'Anoia integrada en el PTP del Penedès.
- Pïera. Petita àrea urbana situada en l'extrem occidental de la part de l'Anoia integrada en el PTP del Penedès.

La figura 22 mostra la distribució dels set sistemes urbans de l'àrea d'estudi.

Figura 22. Sistemes urbans de l'àrea del Penedès



Font. Pla Territorial Parcial del Penedès

2.1. L'oferta hotelera

L'àrea del Penedès disposa de 136 hotels, que se situen essencialment en l'àrea de la costa. En els sistemes del Garraf i el Vendrell se situen 101 dels 136 hotels que hi ha en el conjunt del territori. Sitges és el principal nucli turístic de l'àrea pel que fa a l'oferta hotelera, mentre que el volum al Vendrell està distribuït entre els diversos municipis litorals. Hi ha una feble presència hotelera en el corredor prelitoral, sobretot en l'àrea de Vilafranca del Penedès i, en menor mesura, en la zona de Sant Sadurní d'Anoia. Més enllà d'aquests dos eixos, l'oferta hotelera és molt dispersa i només es constata una certa concentració a la Conca d'Òdena, especialment a Igualada.

Figura 23. Nombre d'hotels en els sistemes urbans

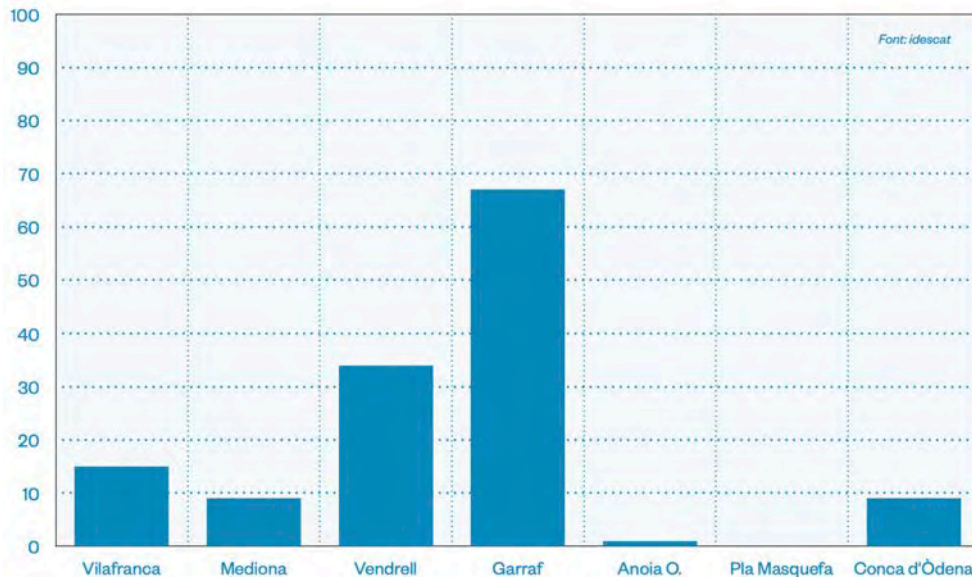
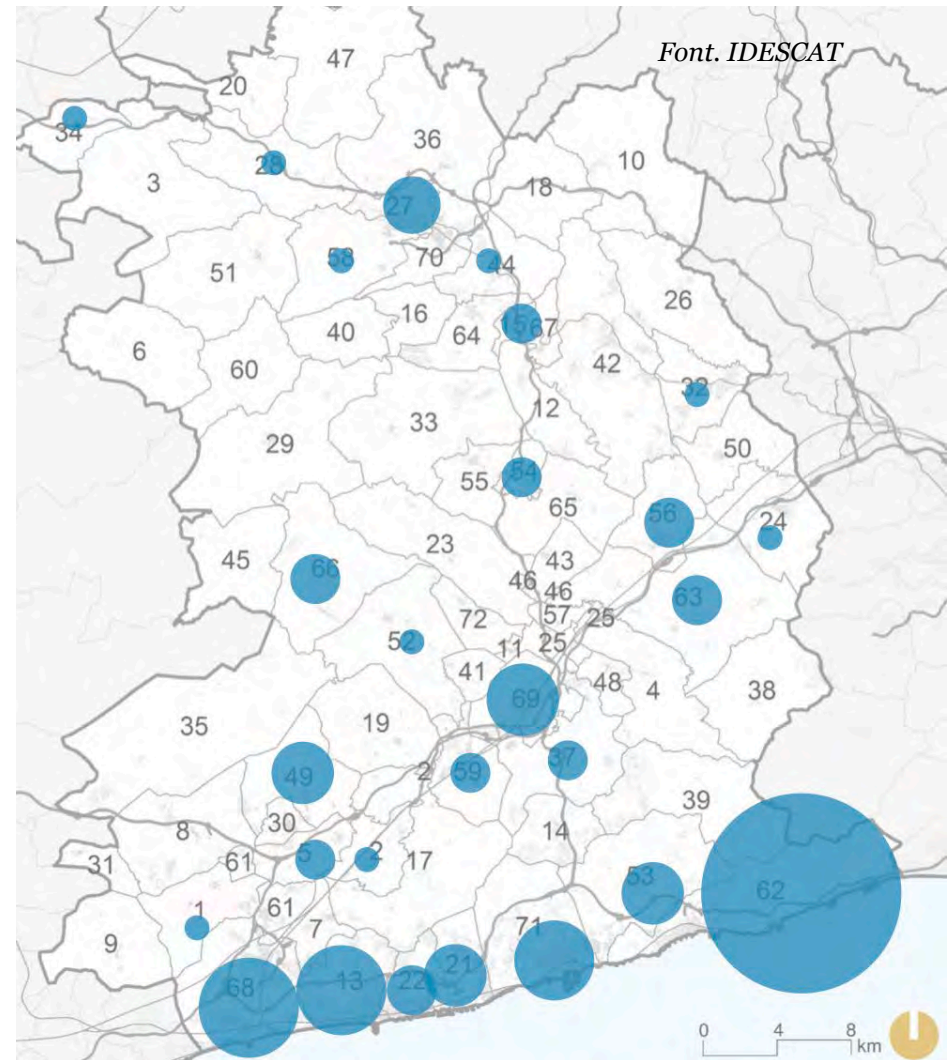


Figura 24. Distribució dels hotels en els municipis



La concentració en els espais de litoral és encara més evident si tenim en compte les places turístiques. La meitat de les 11.000 places d'hotel que hi ha en el territori se situen en el Garraf, especialment en els nuclis del litoral, i prop d'un 90% de totes les places estan ubicades en els dos sistemes del litoral, Garraf i Vendrell. Com en la major part del model català, la costa és el principal factor d'atracció. Les 11.000 places hoteleres de la regió estan molt lluny dels principals espais turístics del país, Barcelona, Costa Brava i Costa Daurada (si no considerem el Baix Penedès), però també de la Costa de Barcelona Nord. El Maresme concentra tres vegades més places hoteleres que la regió del Penedès. El seu volum és més o menys el mateix que presenta el Pirineu.

Figura 25. Places hoteleres en els sistemes urbans

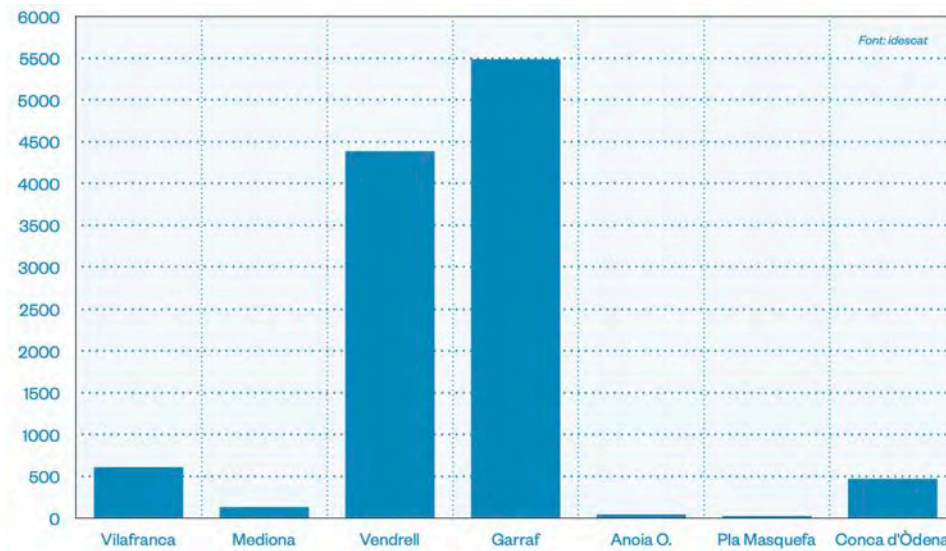
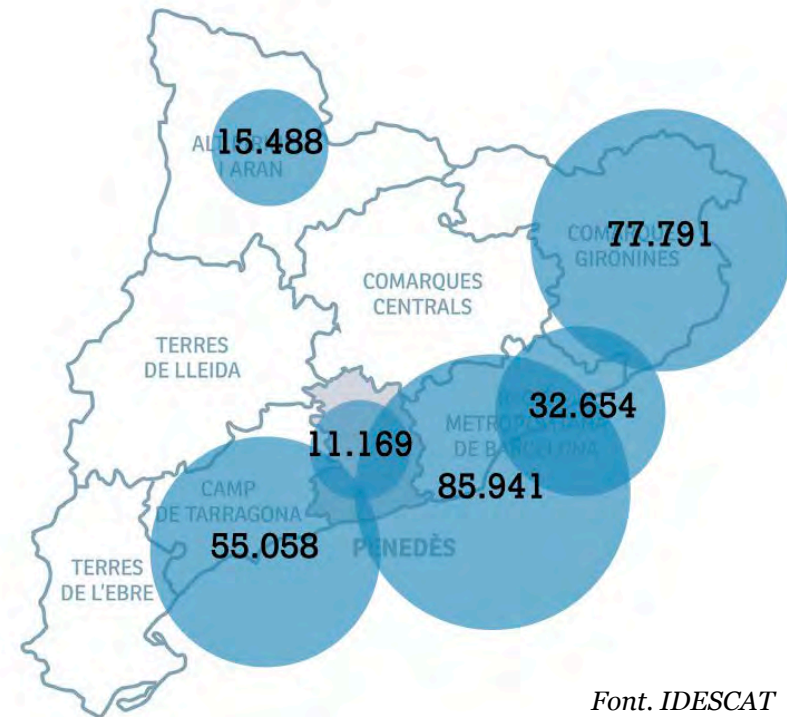
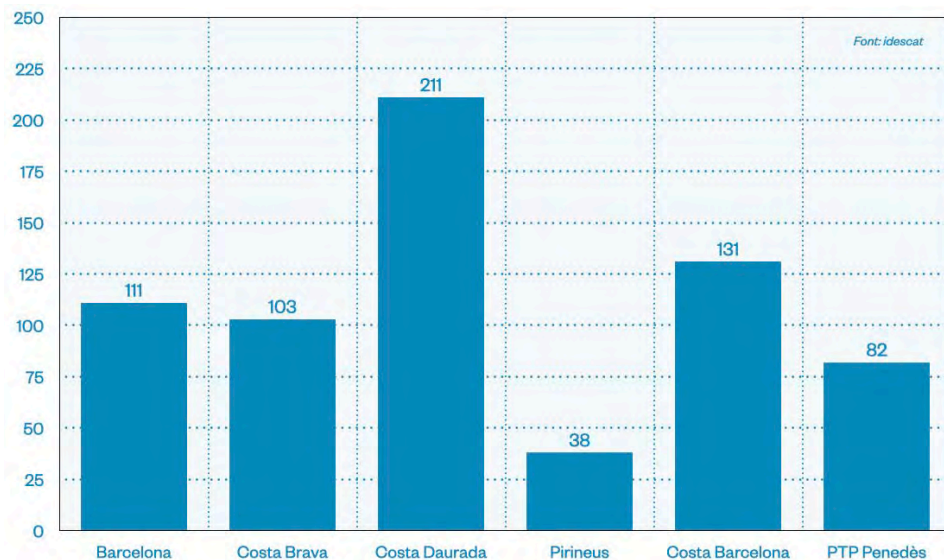


Figura 26. Places hoteleres de les principals regions turístiques del país



La capacitat mitjana dels hotels de l'àrea és inferior a la mitjana del país i se situa per sota de la mitjana de les àrees litorals. Els hotels de l'àrea tenen una capacitat de 80 places per hotels, amb un percentatge molt significatiu d'hotels petits, especialment vinculats amb l'enoturisme. Les places mitjanes del litoral són aproximadament les mateixes que les de la mitjana del país.

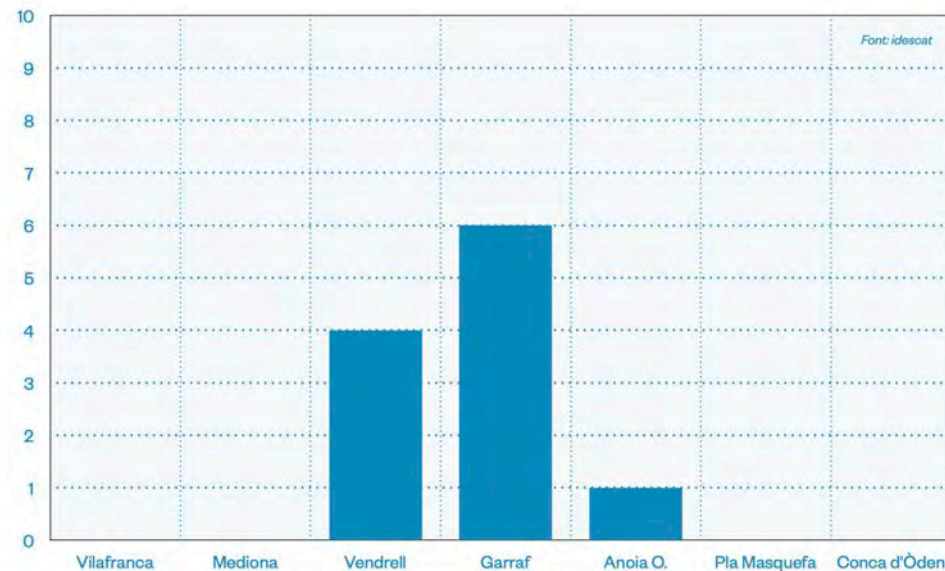
Figura 27. Capacitat mitjana dels hotels de les marques turístiques en relació a la capacitat mitjana del Penedès



2.2. L'oferta de càmpings

Els càmpings són un dels elements més característics del model turístic català, perquè el seu pes relatiu és molt superior al d'altres destinacions de litoral de la Mediterrània. El Penedès és una excepció. En tot el territori només s'hi ubiquen 12 càmpings, 11 dels quals estan situats en els sistemes urbans del litoral i només un a l'Anoia, al municipi de La Llacuna.

Figura 28. Nombre de càmpings en els sistemes urbans



La majoria dels càmpings estan situats en la primera línia de mar o bé en la primera corona, en l'espai delimitat entre la C-32 i la línia de costa. Com en la major part d'equipaments del país, una part de les unitats d'acampada ha estat transformada en oferta de bungalows. La capacitat mitjana dels càmpings se situa en unes 1.000 places, que està per sobre de la capacitat mitjana del país. En el seu conjunt, la regió del Penedès oferta unes 12.000 places de càmping, que estan molt per sota de l'oferta d'altres espais litorals com la Costa Brava o la Costa Daurada (sense el Baix Penedès) i fins i tot per sota d'altres àmbits turístics com els Pirineus.

Figura 29. Distribució dels càmpings en els municipis

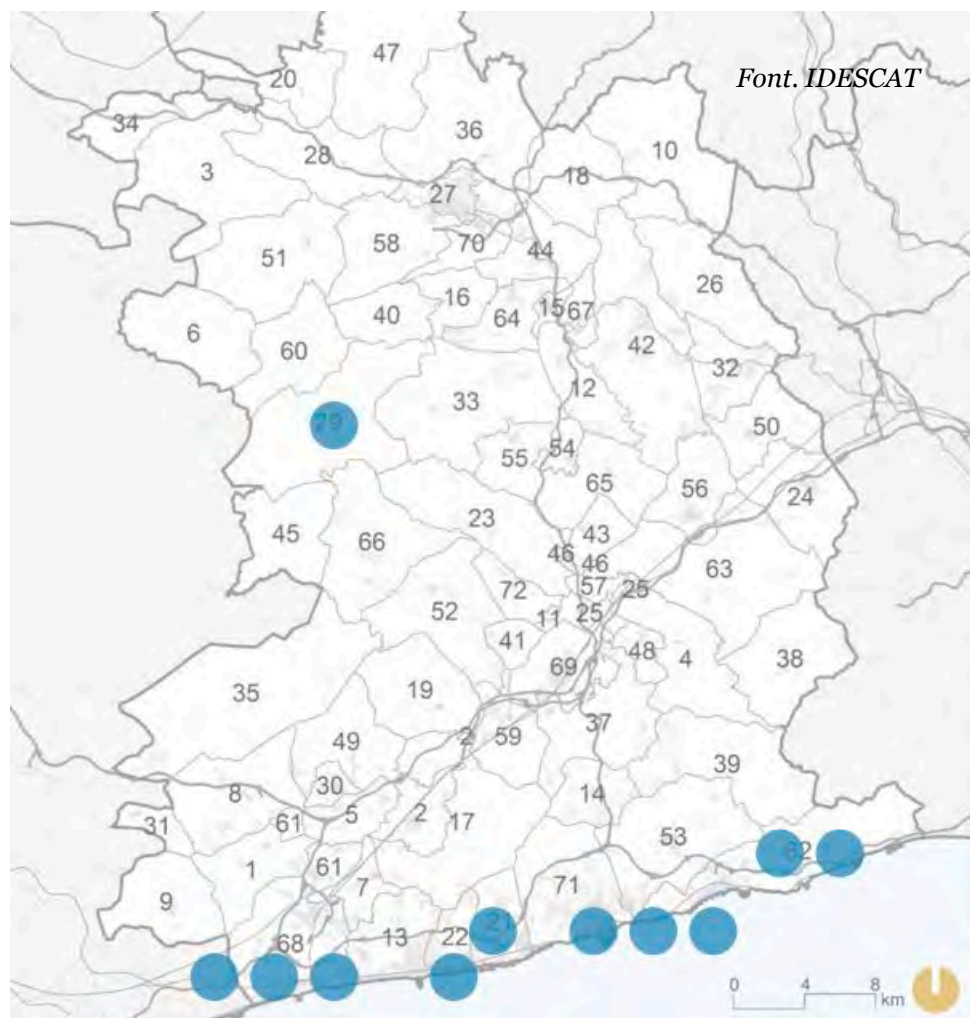
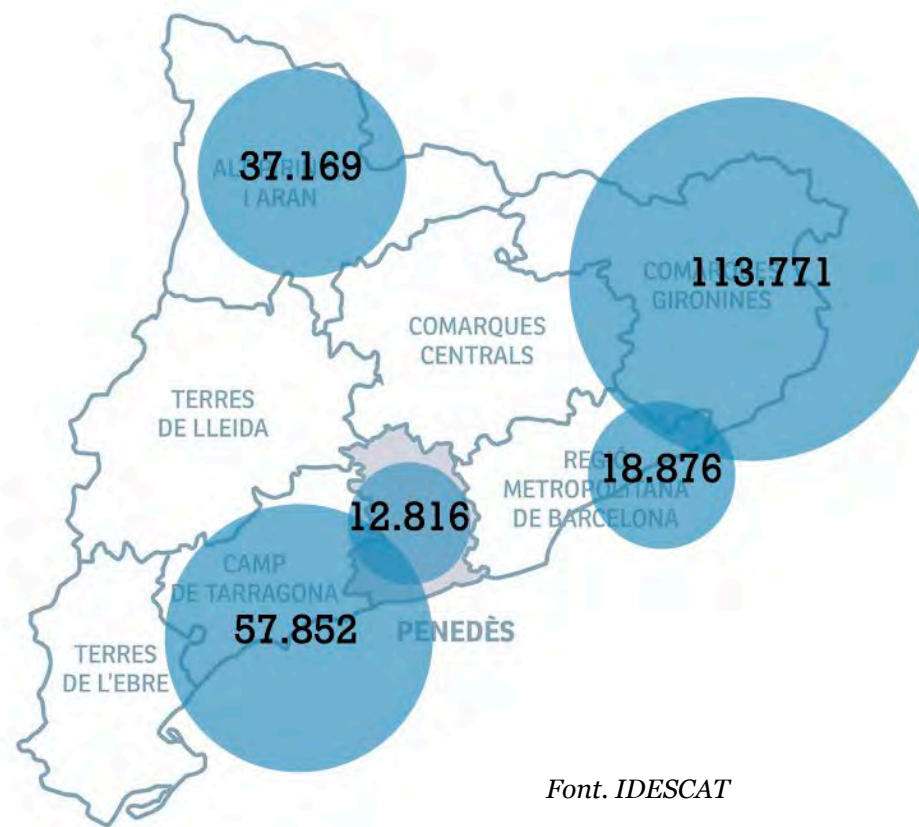


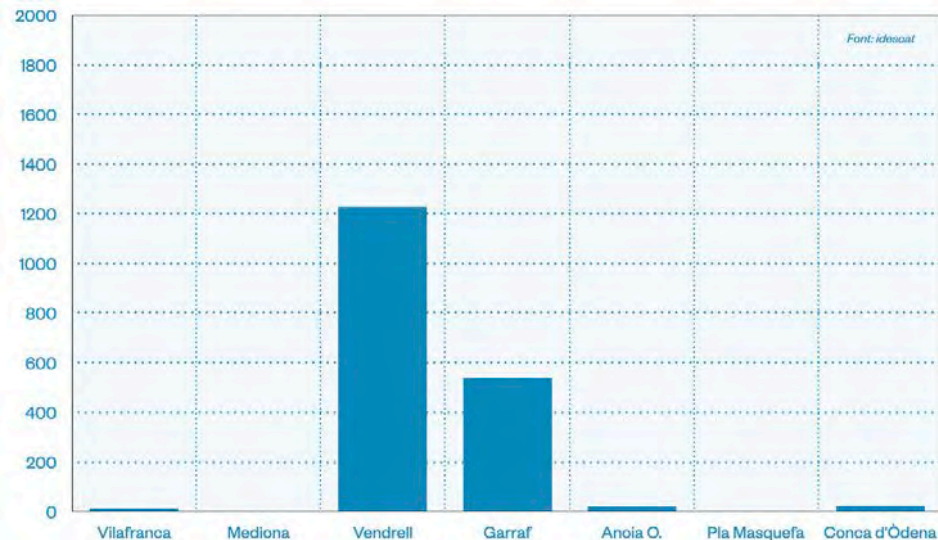
Figura 30. Places de càmping de les principals regions turístiques del país



2.3. L'oferta d'apartaments

Amb la nova regulació dels HUT (habitatges d'ús turístic), els apartaments turístics han perdut un pes relatiu. Molts dels antics apartaments turístics ara són ofertats com HUTs i la frontera entre l'un i l'altre és molt poc clara. A banda, moltes zones del litoral tenen apartaments de lloguer que són utilitzats com a segones residències i que també se situen en aquesta categoria. Per això, el nombre efectiu d'apartaments a Catalunya és un indicador poc precís, però sí dona informació sobre aquestes tipologies: Allà on el turisme residencial és important, el nombre d'apartaments també ho és. És l'única oferta d'allotjament en la qual l'àrea del Vendrell sobresurt per sobre del Garraf.

Figura 31. Places d'apartaments per sistemes urbans



2.4. L'oferta de turisme rural

El turisme rural és una tipologia molt important en l'estratègia d'equilibri territorial del turisme a Catalunya. Tot i que en termes relatius, el seu pes és molt inferior a les altres formes d'allotjament, la seva incidència en àrees rurals de poca població i d'activitat primària ajuda a diversificar l'economia dels nuclis rurals i d'interior. La figura 32 mostra la distribució de les unitats de turisme rural en el territori. L'organització territorial és molt diferent a la que hem presentat fins ara: Destaca en primer lloc el corredor del Penedès, amb una oferta de turisme rural que està molt vinculada amb l'enoturisme i l'oleoturisme. La segona àrea d'alta concentració és el sistema de Mediona, ja que en els municipis de La Llacuna o Pontós (i fins tot Torrelles de Foix, ja a l'àrea de Vilanova) tenen una oferta molt àmplia. Al costat oposat, els contraforts de Montserrat han afavorit una oferta de turisme rural, especialment en el municipi de El Bruc. El turisme rural és més moderat a la Conca d'Òdena i el Vendrell. Hi ha dos grans buits, que són el sistema del Garraf i el pla de Masquefa, que no ha aconseguit una oferta complementària malgrat la seva vocació agrícola.

En el conjunt del territori, s'hi localitzen 1.182 places de turisme rural. Aquest volum és molt significatiu tant si el posem en relació amb les places turístiques totals com si el relacionem amb l'oferta de places de turisme rural del país. És un volum equivalent a dues zones de clara vocació rural, com les Terres de Lleida i les Terres de l'Ebre. Aquesta oferta, per tant, dota de personalitat al model turístic del Penedès, el connecta amb el projecte d'enoturisme i ajuda a consolidar l'estratègia de conreu del vi associada a les visites turístiques del territori.

Figures 32 i 33. Nombre de establiments i places de turisme rural per sistemes urbans

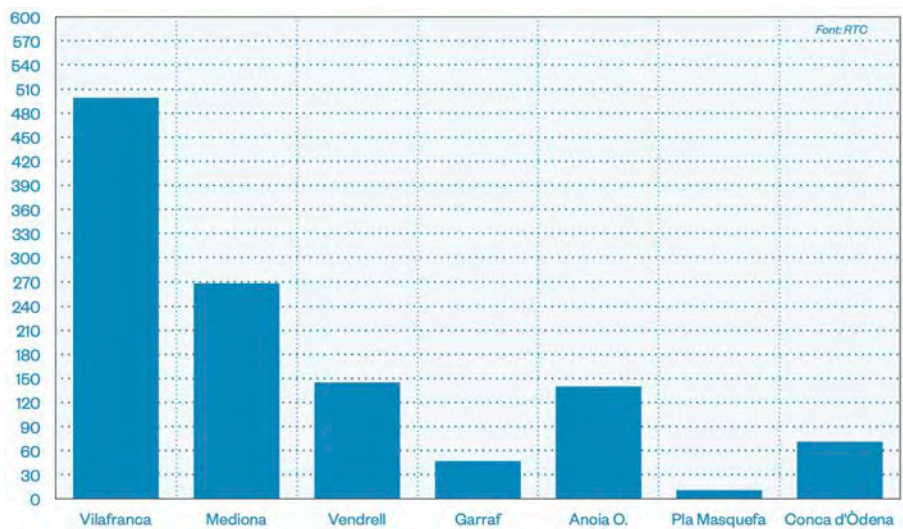
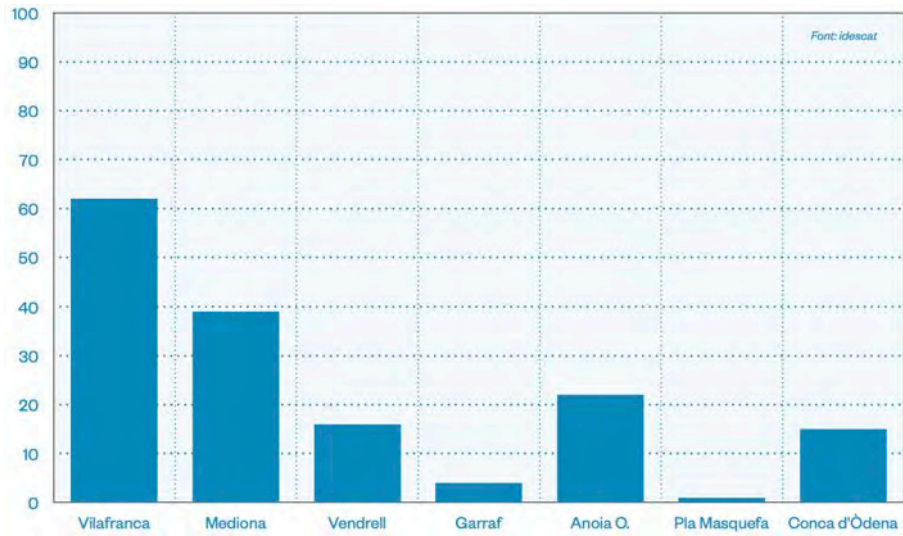
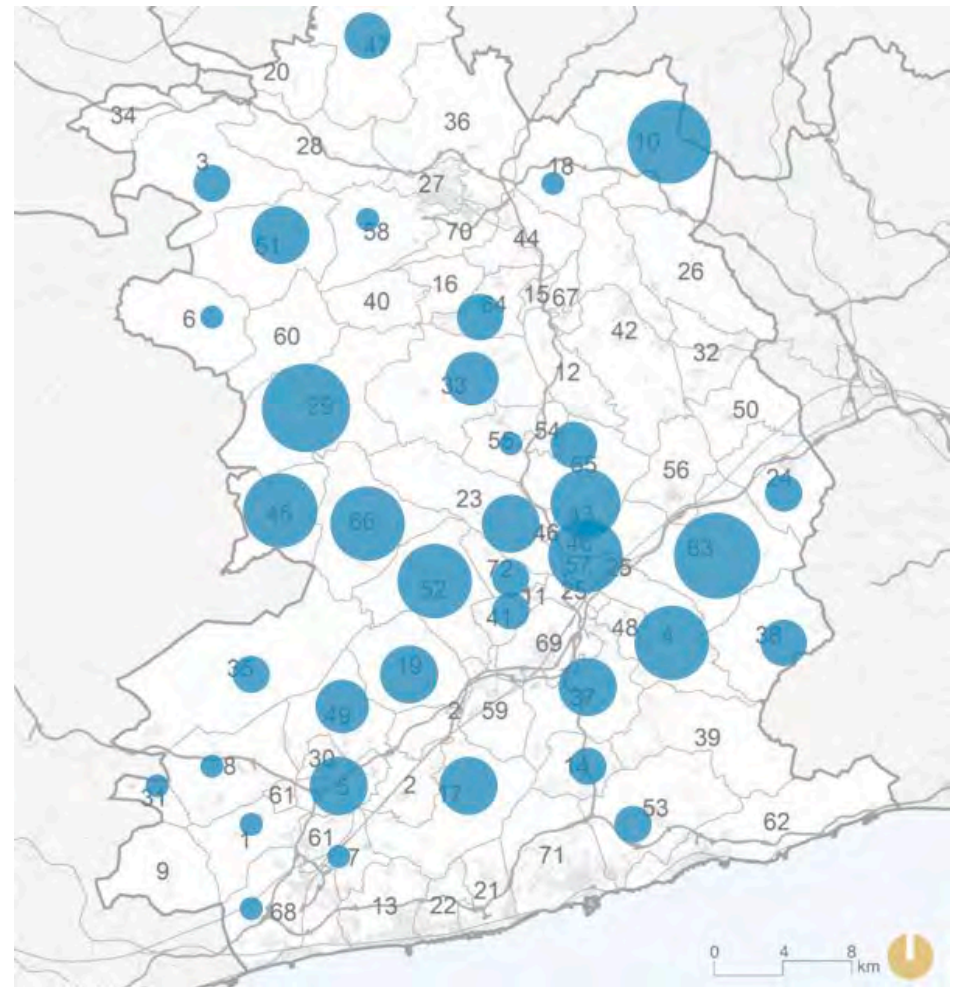
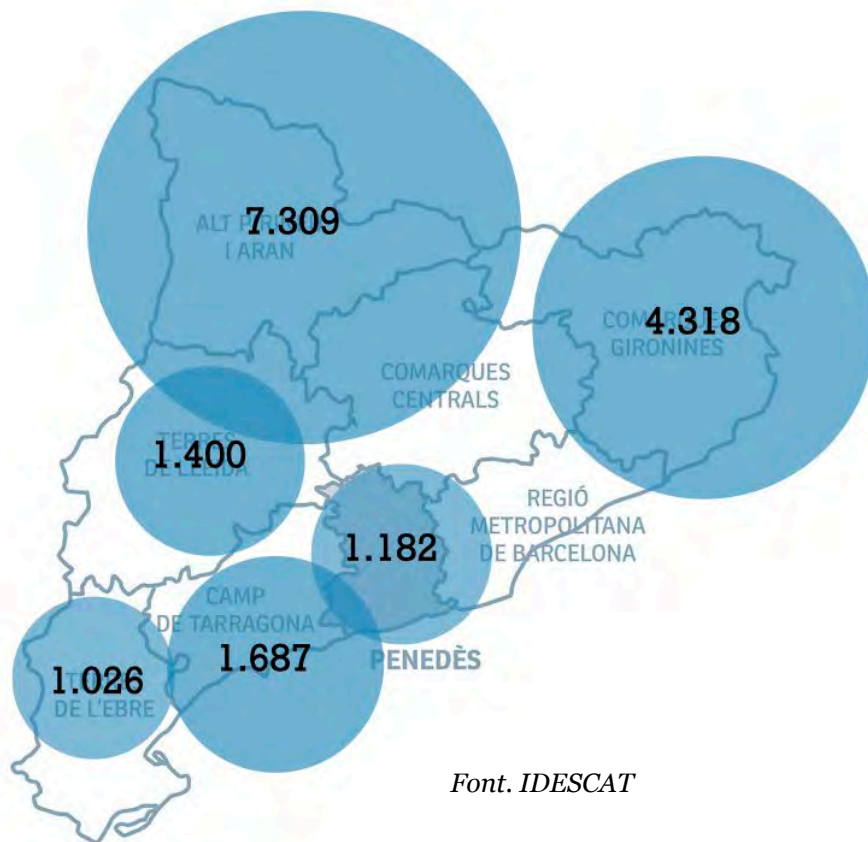


Figura 34. Establiments de turisme rural per municipis



Font. IDESCAT

Figura 35. Distribució de les places de turisme rural a Catalunya



2.5. Els habitatges d'ús turístic

Els habitatges d'ús turístic (HUT) són una forma d'allotjament relativament recent, que ha alterat el sistema d'oferta del país i que ha tingut un impacte sobre l'oferta d'habitatge. El principal operador de servei és Airbnb, una empresa fundada el 2007 i que ràpidament va accedir al mercat internacional de cases de particulars. La llei de 2011 va permetre la regulació d'aquesta tipologia i es va produir un esclat d'oferta, especialment a la ciutat de Barcelona que s'ha limitat amb l'aprovació del PEUiAT.

Els habitatges d'ús turístic són una tipologia d'allotjament molt singular. Si originàriament aquesta forma d'allotjament estava associada a l'economia col·laborativa, aviat es va transformar en una activitat econòmica lucrativa. Una part de l'oferta està operat per serveis professionals que gestionen de forma simultània diversos apartaments, mentre que una altra part està ofertada per particulars. La normativa catalana exigeix que els habitatges d'ús turístic estiguin registrats i disposin d'una llicència, que és registrada al CCEAT, el Cens d'Establiments d'Allotjament Turístics. Aquesta és la base de dades amb la qual hem treballat, si bé cal tenir present que en aquesta oferta hi ha un percentatge d'oferta il·legal. D'altra banda, no tots els establiments que estan incorporats en el registre actuen efectivament com una oferta turística. Pels estudis en altres àmbits, sabem que un percentatge dels habitatges no fan cap activitat, una altra fan una activitat puntual (temporada, viatges dels amfitrions) i un grup final concentra la major part de les demandes.

La figura 36 recull la distribució dels habitatges d'ús turístic en els sistemes urbans del Penedès. La lectura més evident és que els HUTs són un fenomen completament circumscrit al turisme litoral: La

pràctica totalitat de l'oferta està situada en el Garraf i el Baix Penedès. En el seu conjunt, els habitatges d'ús turístic de la regió ofereixen gairebé 7.000 places. En el conjunt de Catalunya, aquesta oferta és molt elevada i supera àmpliament altres marques turístiques com el nord de la Costa de Barcelona, Terres de Lleida i Terres de l'Ebre i se situa no massa lluny de l'oferta de Barcelona. Aquest volum tan important demostra la rellevància del model de turisme residencial a l'espai del Penedès.

Figura 36. HUTs per sistemes urbans

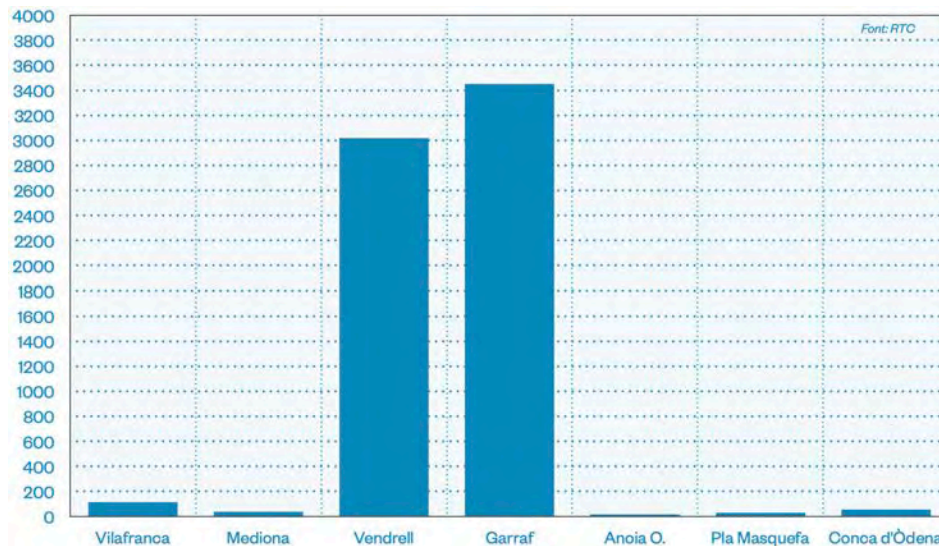
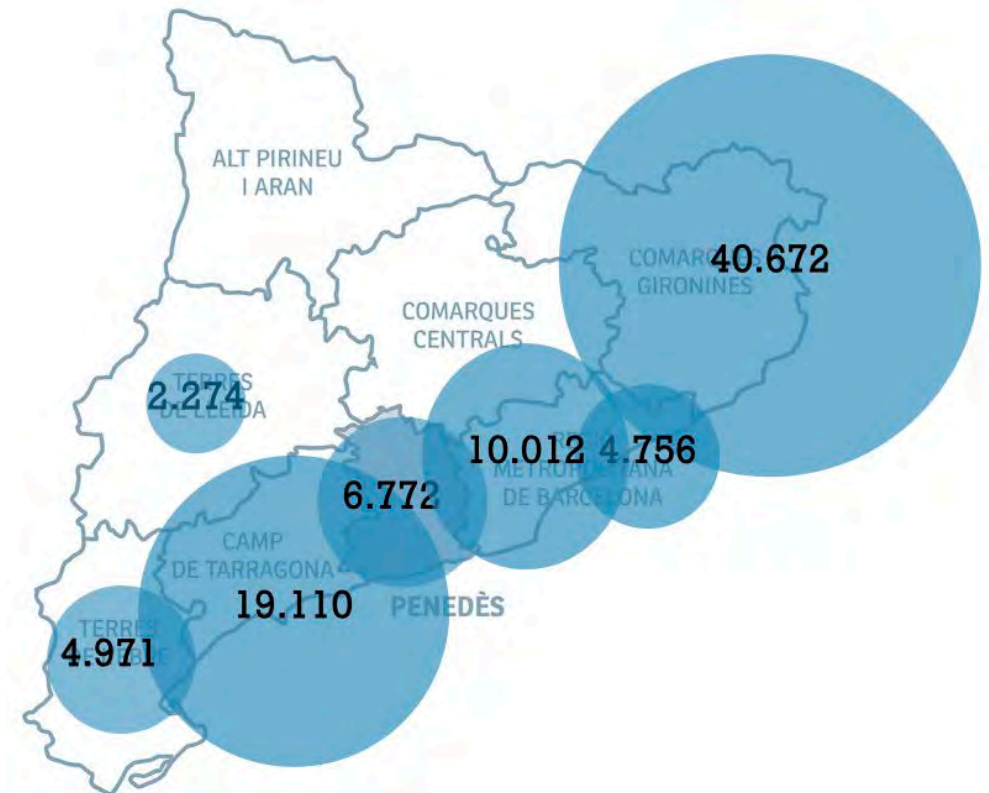


Figura 37. Distribució de les places d'HUT a Catalunya



Font. RTC

2.6. Les segones residències

El turisme residencial és un element molt característic de l'àrea del Penedès, especialment en la façana litoral. El turisme residencial és un concepte imprecís perquè inclou pràctiques molt diverses, que estan relacionades amb altres formes d'allotjament com els HUTs o els apartaments turístics. Hi ha tres formes de residencial:

- Segona residència en propietat. Aquesta és la forma més evident de turisme residencial i té un impacte molt important en aquest espai per la seva proximitat a Barcelona. Els segons residents visiten freqüentment l'espai i s'estableixen milers de relacions binàries entre l'Àrea Metropolitana de Barcelona i aquest espai.
- Segona residència de lloguer recurrent. Hi ha també formes de turisme residencial en règim de lloguer, en les quals els usuaris tenen un nivell d'interacció molt gran i una extrema fidelitat. L'única diferència respecte del primer grup és el règim de propietat.
- Turisme residencial ocasional. Un tercer grup creixent pot tenir una relació perllongada durant varis estius, però acaba modificant la destinació o l'espai residencial, que s'adapta a les necessitats dels usuaris (ampliació de la família, canvis en la situació econòmica...). Per tant, poden ser considerats en alguns casos com HUTs, habitatges d'ús turístic.

El turisme residencial utilitza tres formes d'allotjament. La més infreqüent és l'apartament turístic que va néixer per donar resposta a la tercera categoria. Una part molt significativa no utilitza un allotjament turístic en sentit estricte, perquè el contracte de lloguer o l'adquisició de l'immoble es porta a terme fora dels canals de comercialització turístics. En els darrers anys, amb l'aparició de la

figura dels HUTs, una part de l'oferta s'ha desplaçat del sector immobiliari al sector turístic. Tant els apartaments com els HUTs consten en el Registre d'Establiments Turístics de la Generalitat de Catalunya, però l'única forma de quantificar el volum de la segona residència és amb el Cens d'Habitatges.

Les darreres dades disponibles són del Cens de 2011 i, per tant, són dades que no han recollit els canvis territorials, demogràfics i socials de la darrera dècada. Els Cens de 2021 encara no he fet públics els resultats. Els Cens d'Habitatges distingeix entre habitatges principals, habitatges secundaris i habitatges buits; alguns autors suggereixen que els habitatges buits són amb freqüència habitatges secundaris, però en aquest document només s'han considerat els habitatges que consten com a secundaris. Una part d'aquests habitatges està ubicada en les urbanitzacions del territori. L'àmbit del Pla Territorial Parcial del Penedès té censades 206 urbanitzacions, el que representa un 14% de les urbanitzacions de Catalunya. Si fem referència a la superfície, les urbanitzacions de l'àrea representen el 19% del total de Catalunya quan l'àrea del Penedès és només el 5,4% de la superfície del país. És evident, per tant, que la taca de les urbanitzacions, tant a la costa com en la depressió pre-litoral i en alguns dels espais de la serralada litoral, és una de les característiques d'aquest territori. No tots els habitatges de segona residència són a les urbanitzacions ni tots els habitatges de les urbanitzacions estan ocupats per la segona residència.

D'acord amb les dades del Cens de 2011, en aquest territori s'hi ubiquen 61.873 segones residències. La taula 5 mostra els municipis amb major nombre de segones residències i la següent els municipis amb la Taxa de Funció Turística Residencial (TFTR) més elevada.

Taula 5. Municipis amb major volum de segones residències

Calafell	13.635
El Vendrell	12.369
Cunit	7.587
Sitges	4.466
Piera	3.187
Vilanova i la Geltrú	2.816
Sant Pere de Ribes	1.471
La Bisbal del Penedès	1.120
Mediona	862
Vilafranca del Penedès	820

Font. INE (2011)

La major concentració de segones residències té lloc en la façana litoral; alguns dels municipis tenen un volum molt elevat, equivalent a la població de ciutats mitjanes del país. És especialment evident en la costa del Vendrell, on s'ha consolidat un continuum urbà integrat per una taca urbanitzada amb una clara funció turística. Però hi ha també una extensió de les segones residències en altres espais, com en la frontera entre el Penedès i l'Anoia, a la serralada prelitoral (Mediona, Piera), les muntanyes del litoral (La Bisbal del Penedès, Bonastre, Masllorenç) o a la plana agrícola del Penedès.

La Taxa de Funció Turística Residencial (TFTR) posa en relació el nombre de segones residències i el de primeres residències. La TFTR de l'àrea del Penedès és del 34%, és a dir, hi ha una segona residència per cada tres primeres residències, mentre que en el conjunt del país la taxa és del 16%. La taula 6 mostra els municipis amb una taxa més elevada. Hi ha cinc municipis en els quals el nombre de segones residències és superior al de les primeres. Novament es dibuixa clarament el perfil de la costa (en municipis que tenen una població permanent molt elevada), però també una taca que ocupa la segona i la tercera corona, especialment en aquells municipis que tenen urbanitzacions.

Taula 6. Municipis amb major TFTR

Cunit	151
Calafell	135
El Montmell	113
Cabrera d'Anoia	108
Bellprat	100
Mediona	97
La Bisbal del Penedès	89
Bonastre	88
El Vendrell	86
Masllorenç	80

Font. INE

2.7. L'oferta d'allotjament global

L'àrea del Pla Territorial Parcial del Penedès és la suma de cinc espais turístics completament diferents:

- És un espai litoral obert al turisme nacional i internacional, associat sobretot al recurs de la platja, amb una altra concentració d'equipaments i una clara centralitat en el municipi de Sitges, un dels centres turístics més importants del país.
- És una zona de turisme vinculat amb l'activitat del vi, que és el principal recurs de la plana i l'element identitari del Penedès. Aquesta paisatge d'enoturisme combina la demanda internacional i la nacional.
- És una zona amb una taca discontinua de turisme rural en alguns dels nuclis rurals, afavorida per l'skyline de Montserrat i per la proximitat a l'Àrea Metropolitana de Barcelona.
- És una xarxa de ciutats mitjanes en una estructura policèntrica, que afavoreix una feble implantació de turisme urbà, vinculat amb el patrimoni històric i museístic, l'activitat econòmica i, en menor mesura, els MICE.
- És essencialment un espai dedicat al turisme residencial, que s'explica per la proximitat de l'Àrea Metropolitana de Barcelona i que ha donat lloc a una proliferació d'urbanitzacions i un ús del territori més elevat a la primera i segona corona, així com en altres espais de muntanyes mitjanes.

Si analitzem el volum de l'oferta turística (taula 7) veiem que aquesta àrea té una notable concentració hotelera, però més feble que altres espais litorals, amb una menor incidència dels càmpings o dels habitatges d'ús turístic que en la resta del litoral del país. Per contra, l'oferta fonamental se centra en la segona residència, que representa la

major part de l'allotjament turístic. És un volum molt elevat per un espai tan reduït, que ha arribat al llindar de saturació i que ha generat en algunes zones un impacte paisatgístic molt important. Finalment, les places de turisme rural són poc rellevants en el context de l'oferta global, però tenen una gran importància en els municipis en els quals s'hi han ubicat.

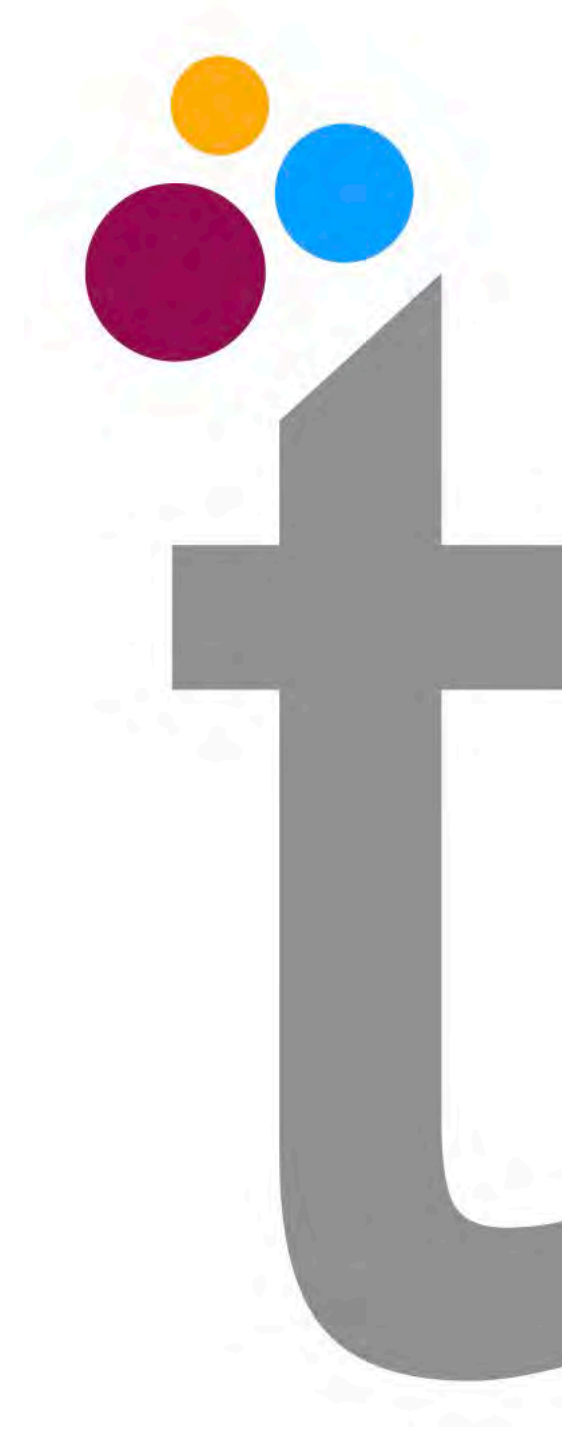
Taula 7. Oferta d'allotjament global

	Places	Percentatge
Places hoteleres	11.169	5,1%
Places d'apartament	1.800	0,8%
Places de càmping	12.816	5,8%
Places de turisme rural	1.182	0,5%
Habitatges d'ús turístic	6.772	3,1%
Segones residències*	185.619	84,6%
Total	219.358	100%

* Cens d'Habitatges 2011. Estimació 3 places per habitatge

Font. Idescat, Cens d'habitatges i RTC

La demanda



3. La demanda

La coexistència de diversos models turístics i de turisme residencial en un mateix espai dificulta la identificació del comportament dels visitants en aquest espai. Cada model d'oferta genera una demanda específica:

- El turisme urbà queda estadísticament diluït amb les altres formes de turisme, malgrat que alguns esdeveniments i la vida econòmica del sistema urbà explica parcialment la demanda de les ciutats mitjanes. La importància dels nuclis urbans (Igualada, Vilafranca del Penedès, Vilanova i la Geltrú, el Vendrell...) justifica la presència d'hotels urbans i probablement hi hauria espai per alguns equipaments en espais estratègics de les ciutats.
- L'enoturisme està format per dos tipus de demanda. D'una banda, els fluxos de proximitat generen excursions que tenen un impacte relatiu en el sistema econòmic de l'àrea; d'altra banda, l'enoturisme aconsegueix atraure turistes ad hoc, tant en l'oferta d'hotels a la regió com en els equipaments de turisme rural. Amb una oferta molt densa de cellers, l'enoturisme ha de crear una oferta d'allotjament (i una demanda induïda) més elevada.
- El turisme rural és un complement de l'activitat agrícola i un element de dinamització dels nuclis rurals. Ajuda a potenciar una oferta complementària d'escala rural (restaurants, establiments comercials, turisme actiu...). Hi ha una oferta molt extensa i en alguns municipis hi ha una certa saturació, però en conjunt el territori pot acollir un increment de l'oferta d'aquesta tipologia.
- El turisme nacional i internacional del litoral té una estructura habitual a la costa, amb la combinació d'oferta hotelera, càmping i apartaments. És un model dual, en el qual hi conviu la demanda internacional situada essencialment en els principals nuclis

turístics i una demanda nacional, que s'explica per la proximitat a l'Àrea de Barcelona.

- El turisme residencial és el principal volum d'oferta del territori i, per tant, el major generador de demanda. Aquesta demanda és invisible perquè els fluxos des de la primera a la segona residència només són registrats a l'enquesta sobre el comportament del turisme dels catalans, que no ofereix dades desagregades territorialment.

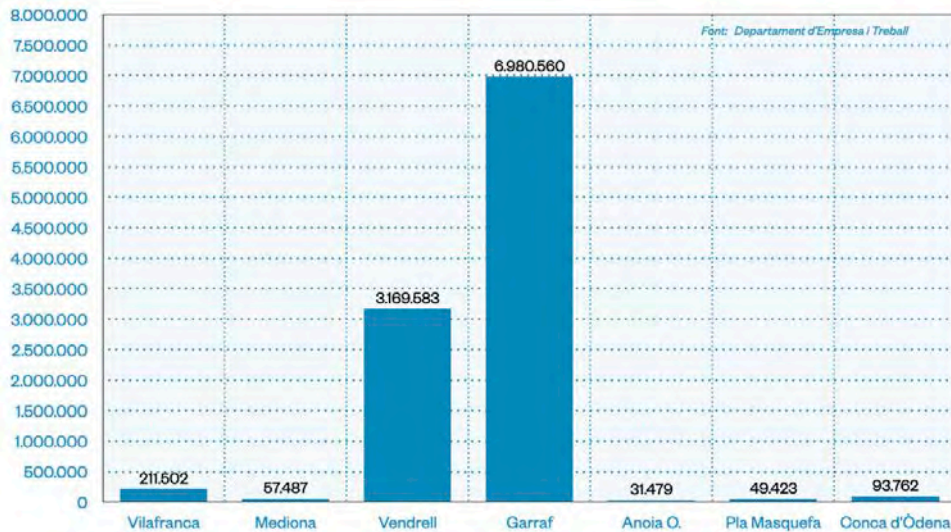
Hi ha tres indicadors per identificar el volum del turisme en aquest espai:

- L'impost sobre les estades en establiments turístics (IEET)
- L'enquesta de turisme de la província de Barcelona (exclou per tant el Baix Penedès) que fa anualment l'Observatori de Turisme de la Regió de Barcelona
- L'estimació del turisme internacional a partir del track del mòbil dels turistes que realitza de forma experimental l'INE

3.1. L'impost sobre les estades turístiques

L'impost sobre les estades en establiments turístics (IEET) va ser creat el 2012 i va ser modificat el 2017 i el 2020. És un impost que grava les estades dels turistes (nacionals i internacionals) majors de 16 anys. Això permet disposar de les dades sobre recaptació municipal i fer una estimació del volum d'estades turístiques en establiments. L'impost afecta totes les formes d'allotjament (hotels, càmpings, turisme rural i HUTs) però no el turisme residencial, perquè no es considera un establiment turístic.

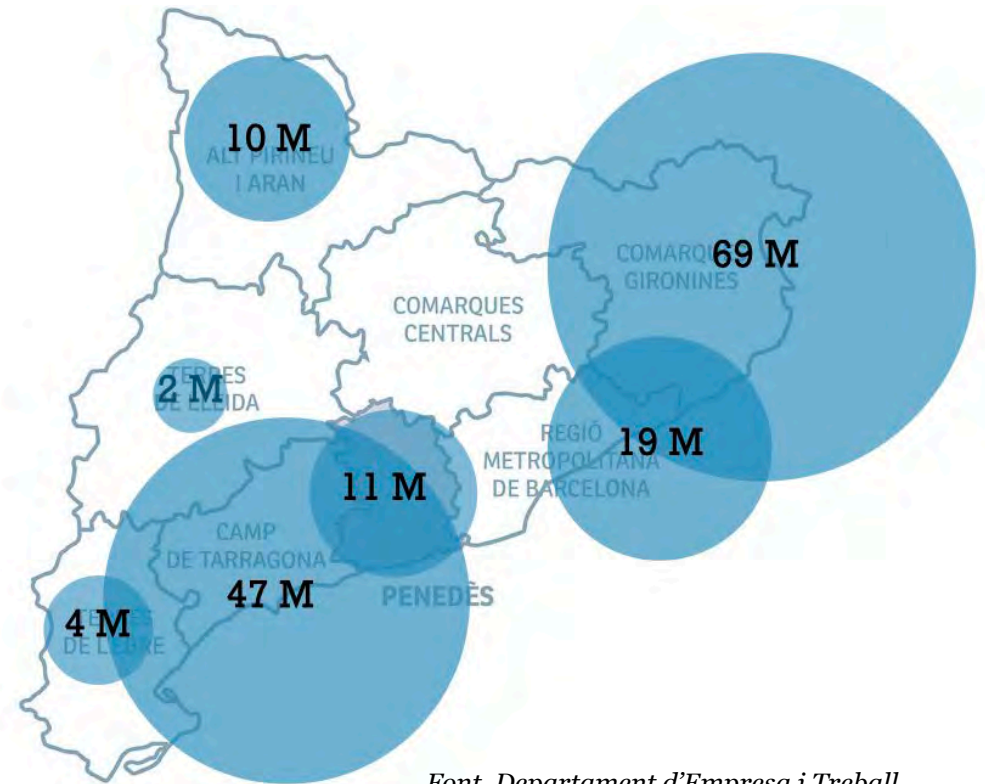
Figura 38. Recaptació de l'Impost sobre Estadets en Establiments Turístics per sistemes urbans (2012-2021)



En el període 2012 - 2021, els sistemes urbans del Garraf i el Vendrell han concentrat la pràctica totalitat de l'activitat turística d'aquest territori. La recaptació al Garraf ha estat de 7 milions d'euros durant aquest període, que és més del doble de la del Vendrell (que es correspon amb el Baix Penedès). La resta de sistemes tenen un volum de recaptació molt reduït i només sobresurt lleugerament l'àrea de Vilafranca, que és més de deu vegades inferior al volum del Vendrell.

Si comparem el volum de recaptació de l'àrea del Penedès amb el volum del conjunt del país (figura 39) podem veure que aquest territori té una activitat equivalent a la del Pirineu. Està, però, molt per sota del volum de la Costa Brava i de la Costa Daurada (que tenen un territori molt més gran) i fins i tot que la Costa de Barcelona nord, que recapta gairebé el doble de recursos via IEET que l'àrea del Penedès.

Figura 39. Distribució de l'IEET a Catalunya (2012-2021)



Font. Departament d'Empresa i Treball

Les dades sobre recaptació ens permetrien fer una estimació sobre l'impacte de la COVID en el model turístic. El comportament del turisme durant la pandèmia és un indicador de la capacitat de resiliència del model turístic i de la seva adaptació a un model de proximitat per l'efecte de la transició energètica. La taula 8 mostra els valors dels semestres de 2019 i de 2020 per les quatre comarques que integren l'àrea del Penedès; els valors de l'Anoia fan referència al

conjunt de la comarca, inclosos els municipis que estan integrats en l'àmbit.

Taula 8. L'impacte de la COVID en l'IEET comarcal

	S1 2019	S2 2019	S1 2020	S2 2020
Alt Penedès	46.918	23.382	27.459	13.715
Anoia	88.392	48.391	27.116	22.775
Baix Penedès	409.717	69.652 ^a	98.797	8.024
Garraf	792.677	171.980	252.879	52.946

a. Estimació

Font. Departament d'Empresa i Treball

Com es pot veure a la taula, el turisme litoral és més sensible a la caiguda del turisme internacional. El 2020 el nombre de visitants del litoral (mesurat a partir de l'activitat de l'IEET) va ser del 22% al Baix Penedès i dels 32% al Garraf respecte els valors de l'any anterior. Per contra, a l'Anoia el valor es va situar al 36% i a l'Alt Penedès es va assolir el 59% del valor de 2019.

L'IEET permet fer una estimació del volum de visitants. Abans de la darrera modificació, l'impost gravava amb 2,25 euros les estades en els hotels de cinc estrelles, 0,90 les estades en els hotels de quatre estrelles i els HUTs i 0,45 la resta d'estades turístiques, inclosos els establiments de turisme rural. Això vol dir que el nombre de visitants és entre 1,1 i 2,2 vegades la recaptació de l'IEET, si no tenim en compte els hotels de gama més alt. Hem aplicat un coeficient de 2 a l'Alt Penedès i l'Anoia, un coeficient de 1,7 al Baix Penedès i 1,8 al Garraf.

D'acord amb aquesta aproximació, el 2019 l'àrea d'estudi va rebre uns 2,8 milions de visitants (de més de 16 anys) en establiments turístics, dels quals 1,6 milions van escollir el Garraf, 740.000 el Baix Penedès, uns 270.000 l'Anoia i uns 140.000 l'Alt Penedès.

3.2. El turisme internacional

L'Institut Nacional de Estadística està treballant de forma experimental amb les dades que provenen del senyal dels mòbils per identificar el comportament dels turistes internacionals. Els diversos operadors que ofereixen el servei de telefonia mòbil proporcionen informació sobre el moviment dels turistes internacionals, amb dades que no es poden vincular amb els usuaris. Aquesta estadística recull la informació mensual a escala municipal dels estrangers no residents que operen amb companyies internacionals i es fa una estimació del volum total de visitants a partir dels perfils dels usuaris. Les dades es poden consultar a escala municipal, sempre i quan el volum sigui suficient com per no comprometre l'anonimat, de manera que en els valors molt baixos no es proporciona la dada.

La figura 40 mostra la distribució del turisme internacional a l'àrea d'estudi a escala municipal, durant l'estiu de 2019. Lògicament, destaquen els municipis que estan situats a la façana litoral i molt clarament la localitat de Sitges, que és una de les principals ciutats turístiques del país. Tota la costa del Vendrell mostra una activitat molt intensa. Més enllà d'aquest gran espai, cal destacar el corredor del Penedès, amb els dos nodes de Vilafranca del Penedès i de Sant Sadurní d'Anoia, però també els municipis situats en el vessant més occidental. Al nord, també es veu la rellevància de la Conca d'Òdena i la centralitat d'Igualada.

Figura 40. Distribució del turisme internacional (estiu 2019)

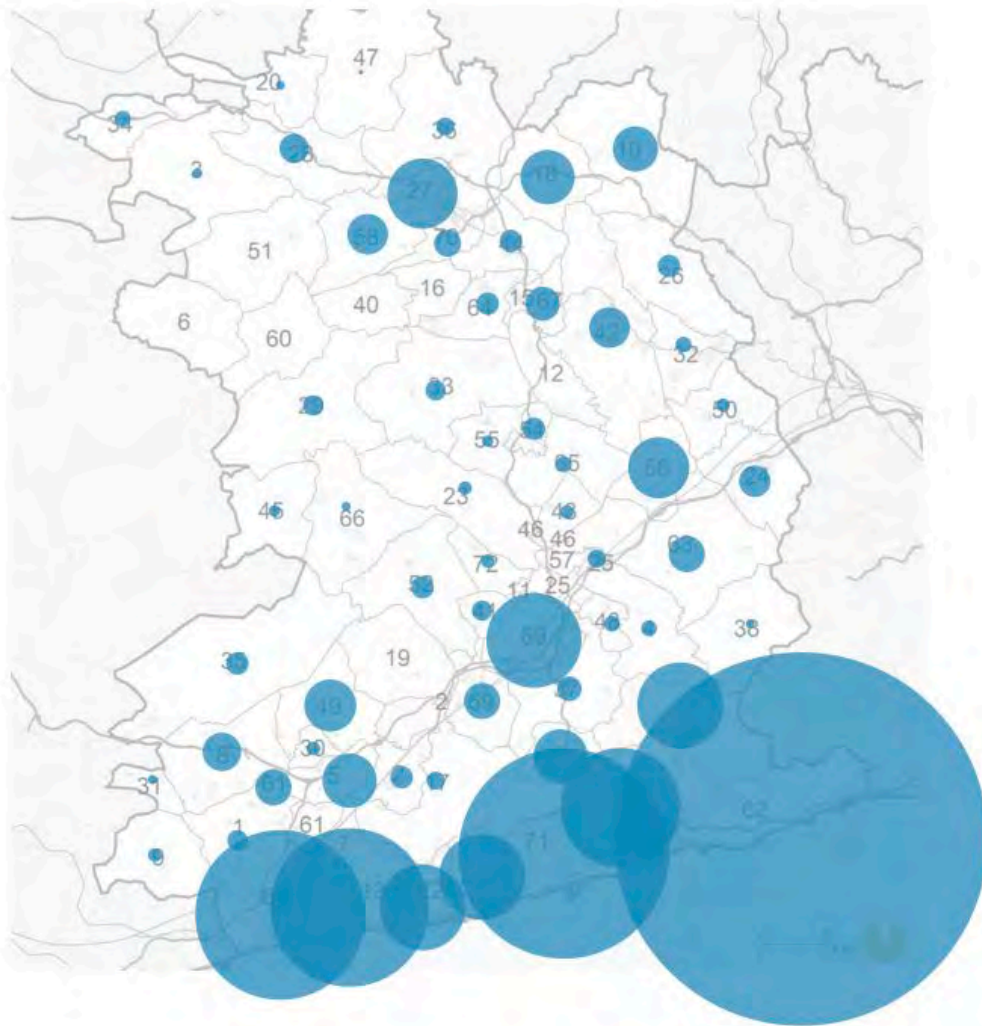
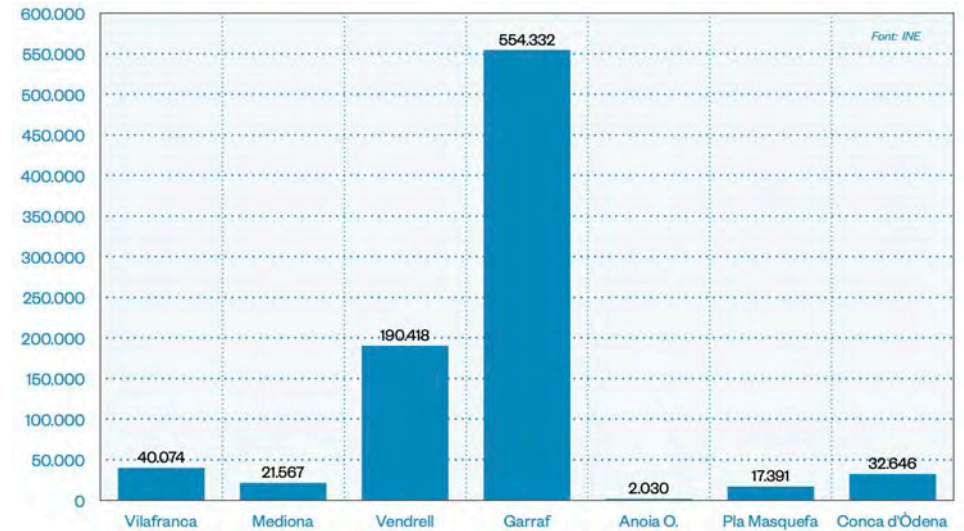


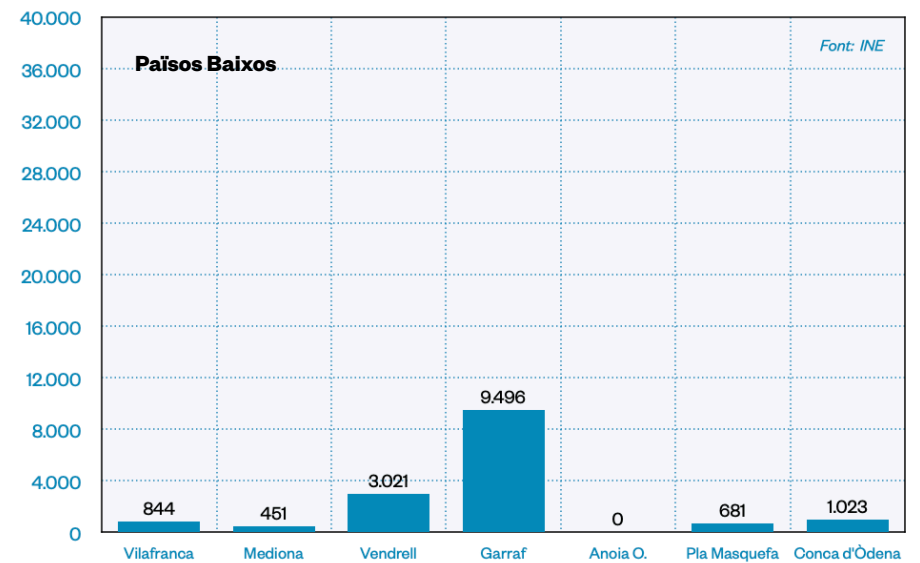
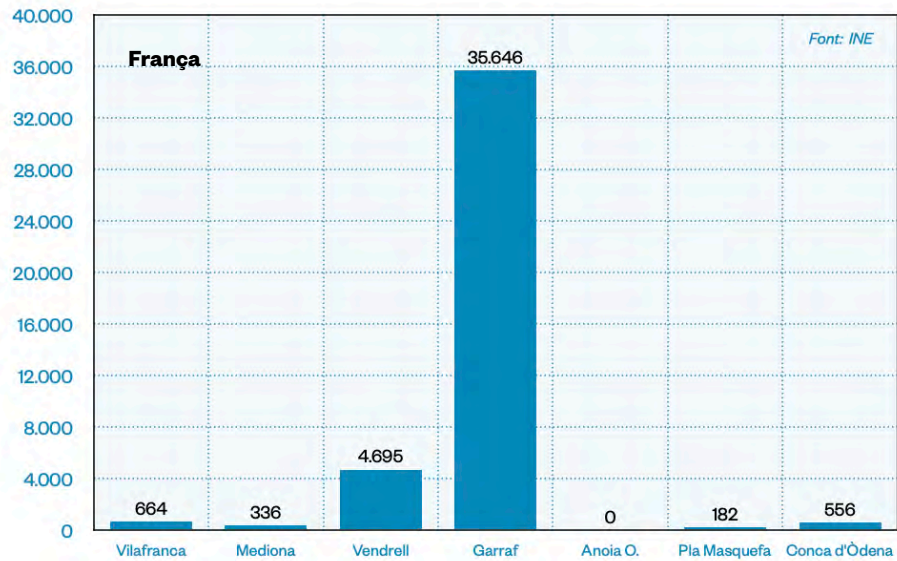
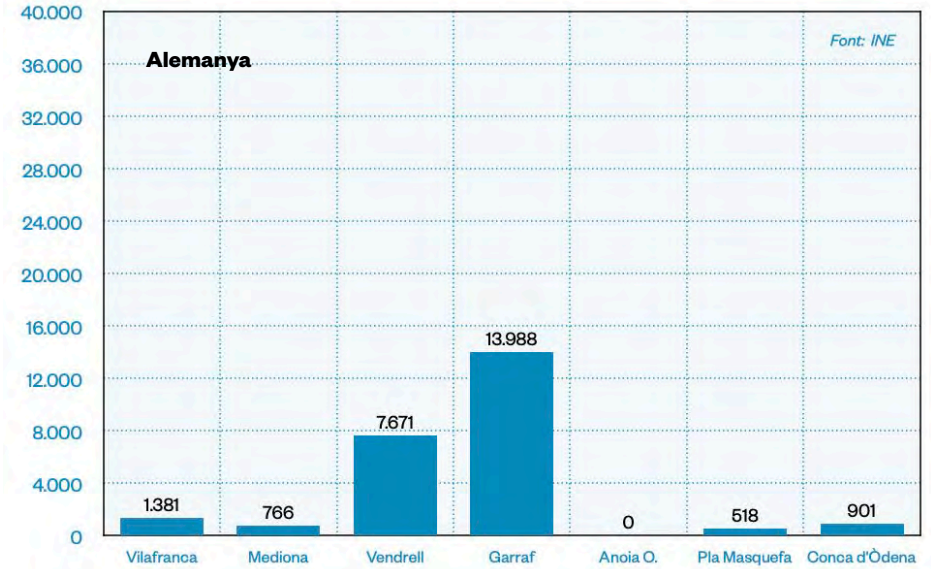
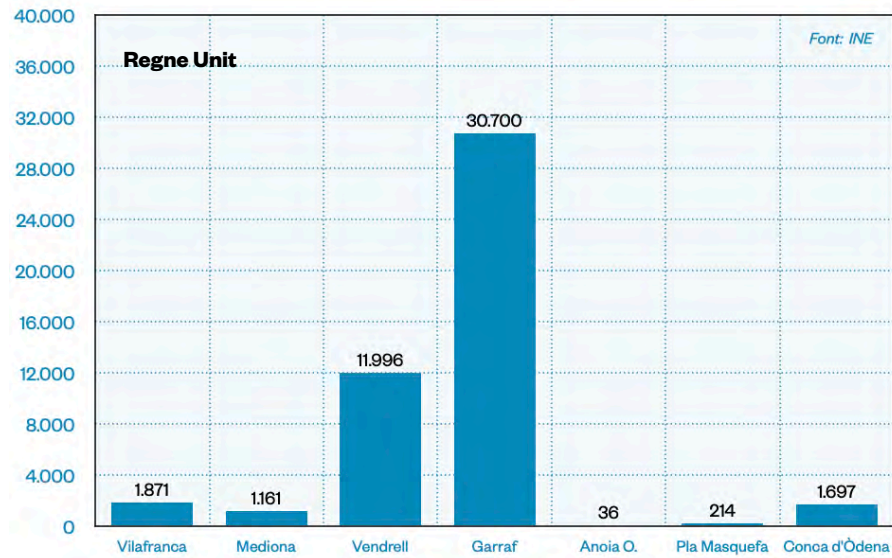
Figura 41. Turisme internacional (estiu 2019) en els sistemes urbans



Si analitzem el comportament per mercats d'origen (figura 42), es pot veure que els dos mercats més importants són l'anglès i el francès. El mercat anglès es caracteritza per la seva extrema concentració al Garraf (i especialment a Sitges); per contra, el mercat francès té una distribució més dispersa en totes les àrees. Respecte el comportament general de Catalunya, en aquest espai destaca la importància (en termes relatius) del mercat suec i dels països de l'est. Per contra, estan menys representats els turistes que provenen del Benelux i d'Alemanya.

Font. INE

Figures 42a, b, c i d. Turistes internacionals per origen



3.3. El perfil dels visitants

L'Observatori del Turisme a Barcelona realitza anualment una enquesta als visitants de la ciutat de Barcelona i amplia la mostra al conjunt de la província. Hem treballat amb les dades de l'enquesta de 2019 (que conté dades de 2018 i 2019); per tal de garantir la representativitat de la mostra, hem agrupat els municipis en tres categories:

- Municipis litorals (Garraf). 1.306 enquestes
- Municipis rurals (Garraf, Alt Penedès i municipis d'Anoia que formen part de la PTP del Penedès). 309 enquestes
- Municipis urbans d'interior (Vilafranca del Penedès, Sant Sadurní d'Anoia i Igualada). 347 enquestes

Com el Baix Penedès no forma part de la província de Barcelona, no es disposen dades d'aquest espai. En les taules següents es presenten els resultats més rellevants del perfil de demanda dels visitants de l'àrea del Penedès. Cal tenir present que l'enquesta es fa per intercepció en els municipis indicats, de manera que una part dels enquestats no pernocten en el mateix municipi, sinó que són visitants allotjats en un altre espai (ja sigui una altra localitat turística o el seu espai residencial).

La taula 9 mostra la distribució de l'allotjament a cada àmbit territorial. En aquesta taula es veuen molt bé les característiques de cada espai: El litoral combina els hotels i els càmpings, amb una certa influència dels HUTs; l'espai rural es caracteritza pel pes significatiu de les cases rurals, que representen un terç de les pernoctacions; i finalment en els espais urbans té un pes significatiu l'hotel. Hi ha dos elements que cal tenir present en els resultats. D'una banda, destaca el

pes de l'allotjament en la casa d'un amic o familiar (no es contemplen les segones residències), que suposa el 7% dels turistes a la façana litoral i el 4% en els espais urbans. En el litoral, aquest un volum molt significatiu que tampoc apareix en els registres, ja que no són equipaments turístics. La segona dada rellevant és que un 15,5% dels turistes en les ciutats d'interior han optat per formes d'allotjament alternatives, especialment l'autocaravana.

Taula 9. Allotjament dels visitants

	Litoral	Rural	Urbà
Hotel	49,5	53,7	78,7
HUT o apartament	5,7	0,3	0,3
Alberg	0,3	0,6	0,3
Casa particular	7	0,6	3,7
Càmping	35,7	8,7	0,9
Turisme rural		34,6	0,6
Altres	1,8	1,5	15,5

Font. Observatori del Turisme de Barcelona

L'origen dels visitants és essencialment forani. En els tres grups, el percentatge de turistes d'origen català és inferior al percentatge de turistes que provenen o bé de la resta de l'Estat o bé d'altres països. En els grups no litorals, destaca el pes dels visitants que provenen de la resta de l'Estat, que duplica el pes que tenen a la resta de la província de Barcelona.

Taula 10. Origen dels visitants

	Litoral	Rural	Urbà
Catalunya	30,6	46,9	27,7
Resta d'Espanya	11,1	29,4	34,0
Internacional	70,6	23,6	38,3

Font. Observatori del Turisme de Barcelona

Hi ha un element molt significatiu que diferencia els diversos àmbits: L'estada mitjana. El turisme litoral es caracteritza per estades mitjanes i llargues, mentre que en el turisme urbà i rural les estades són molt curtes. Un terç dels turistes que s'allotgen en una destinació del litoral passen més de set nits i només un 20% estan una o dues nits. Inversament, en els espais rurals les estades són molt curtes: Un 40% fa estades de només una nit i prop de les tres quartes parts estan com a molt dues nits. Tot i així, és significatiu que un 11% realitza estades de més d'una setmana, que ajuden a consolidar el model de turisme rural i l'enoturisme. L'espai urbà comparteix amb el rural la baixa estada, doncs més de la meitat només fan una estada d'una o dues nits. Novament, hi ha un segment reduït que porta a terme estades mitjanes o llargues. Aquest ha de ser un dels objectius de l'estratègia turística del territori: Incrementar les estades en els àmbits urbà i rural.

Taula 11. Nombre de nits

Nits	Litoral	Rural	Urbà
Una	7,5	40,1	37,2
Dues	13,9	29,4	23,9
Tres	10,8	9,1	13,8
Quatre	9,6	4,2	7,8
Cinc	7,0	3,2	3,7
Sis	5,0	0,3	2,0
Set	13,2	2,6	4,0
Més de set nits	33,0	11,1	7,6
mitjana de nits	7,12	3,40	3,17

Font. Observatori del Turisme de Barcelona

La taula 12 mostra la motivació dels visitants. Novament, es dibuixen molt clarament els tres espais. Els municipis litorals són essencialment una destinació orientada al lleure i les vacances, relacionat amb l'oferta del litoral. En els espais rurals, les motivacions són molt diverses, de manera que el lleure representa la meitat dels desplaçaments i l'altra meitat es reparteix entre els MICE (especialment els incentius), els esdeveniments (sobretot culturals) i la visita a familiars i amics. Finalment, en el turisme urbà el lleure té un pes relatiu molt inferior i les activitats se centren en el MICE (amb un 40%), els esdeveniments i la visita a familiars. Cal destacar que un percentatge dels enquestats utilitza l'oferta d'allotjament perquè es troba en una etapa d'un viatge més ampli.

Taula 12. Motivacions

	Litoral	Rural	Urbà
Fires	0,1	0,6	
Congressos	0,8	0,3	0,3
Reunions professionals	2,3	7,4	17,3
Incentius	5,8	18,1	22,8
Vacances	82,0	47,9	25,9
Esdeveniments culturals	1,1	4,2	6,3
Esdeveniments esportius	0,5	1,9	2,6
Visita familiars i amics	6,1	9,4	13,3
Compres	0,2		0,6
Salut	0,2		0,9
Educació / formació	0,1	1,9	0,6
Està de pas	0,6	7,8	8,6
Altres	0,2	0,5	0,8

Font. Observatori del Turisme de Barcelona

Així doncs, podem parlar de tres models de turisme diferent: El model de costa es caracteritza essencialment per la motivació d'oci; en les zones rurals es combina l'oci (entre ells, l'enoturisme) i el MICE, amb el complement dels esdeveniments; finalment, en els espais urbans, predomina el MICE, combinat amb el lleure i amb el turisme personal (les motivacions que no són ni oci ni negoci, com la visita de familiars, les visites mèdiques, les compres o l'educació).

3.4. Estimació de l'impacte econòmic

A grans trets, hi ha tres grans col·lectius de visitants que tenen un impacte econòmic tant directe com indirecte i induït sobre l'economia del territori: Els turistes, els excursionistes i els segons residents. Mentre que l'estimació sobre l'impacte econòmic del turisme pot ser relativament precisa, les dades sobre l'efecte econòmic de la segona residència i especialment la de l'excursionisme són molt més imprecises.

En el cas del turisme, hem estimat un impacte econòmic directe de 539 milions d'euros i un impacte total superior als 1.000 milions d'euros. L'impacte econòmic de la segona residència

3.4.1. L'impacte econòmic del turisme

Hem estimat un volum anual en el període anterior a la pandèmia d'uns 3 milions de pernoctacions, si incorporem els visitants de menys de 16 anys. La meitat d'aquests turistes s'allotgen a la comarca del Garraf i uns 750.000 al Baix Penedès. Per tal d'estimar la despesa, hem considerat la despesa mitjana per turista d'acord amb l'estada mitjana i amb les motivacions.

Taula 13. Despesa turista dia a Catalunya

	Oci	Negoci	Personal
D'1 a 3 nits	271	334	194
De 4 a 7 nits	192	243	127
8 o més nits	100	83	76
Mitjana	164	173	92

Font: Departament d'Empresa i Treball

Hem aplicat aquest comportament de despesa a les variacions de demanda de l'enquesta de l'Observatori del Turisme de Barcelona. Hem estimat que el comportament del Baix Penedès és equivalent al del Garraf. En el conjunt de l'àrea d'estudi de la despesa directa en els diversos sectors del turisme (allotjament, restauració, oferta complementària) se situa sobre els 539 milions d'euros.

Taula 14. Despesa directa dels turistes per comarques

	Despesa directa
Garraf	302.000.000
Baix Penedès	161.000.000
Alt Penedès	24.000.000
Anoia	52.000.000
Total	539.000.000

Font: Departament d'Empresa i Treball

A banda de l'impacte directe, cal tenir en compte l'impacte indirecte i l'impacte induït. L'impacte directe és la suma de la despesa dels turistes en els diversos bens i serveis durant la seva experiència turística. L'impacte indirecte mesura l'efecte del turisme en aquells sectors que no tenen un contacte directe amb els visitants, sinó que fan provisió de bens i serveis per les empreses turístiques. La despesa d'un turista en un restaurant té un impacte directe en aquesta empresa i un impacte indirecte en les empreses d'agroalimentació que abasteixen el restaurant. L'impacte induït comptabilitza l'efecte del turisme en els llocs de treball necessaris per la prestació dels serveis turístics.

Hem utilitzat els indicadors de l'impacte econòmic utilitzats en el compte satèl·lit del turisme de Catalunya. D'acord amb aquesta estimació, l'impacte econòmic total del turisme de l'àrea del Penedès en l'economia catalana és de 1.042 milions d'euros si prenem el 2019 com a any de referència. Aquest és l'impacte econòmic de les activitats realitzades pels turistes que utilitzen un establiment turístic (hotels, apartaments, càmpings, HUTs o turisme rural). No hi consten els

desplaçaments dels segons residents (o els qui utilitzen la casa d'un familiar) o l'excursionisme.

Taula 15. Impacte econòmic del turisme

Impacte directe	539.000.000
Impacte indirecte	340.000.000
Impacte induït	163.000.000
Impacte total	1.042.000.000

Font: Estimació pròpia

3.4.2. L'impacte econòmic de la segona residència

Disposem de les dades generals del comportament del turisme dels catalans com a mercat emissor. L'any 2019, l'any anterior a la pandèmia, els catalans i les catalanes van fer 33 milions de viatges turístics, dels quals 6,2 milions van emprar l'habitatge propi, és a dir, la segona residència. Hi ha un percentatge molt significatiu de catalans que disposen d'habitatge fora de Catalunya, de manera que prop d'un milió d'aquests desplaçaments es van fer a habitatges situats en altres espais, especialment a la resta d'Espanya. Si ens centrem en l'àmbit català, es van realitzar 5,3 milions de viatges turístics a habitatges propis durant el 2019.

La taula 16 mostra la distribució temporal d'aquests desplaçaments. Dues terceres parts es concentren en els caps de setmana i també ha crescut de forma significatiu el pes dels ponts. Per contra, el pes relatiu

dels temps de vacances és inferior al que es podria pensar: La Setmana Santa en representa un 5%, el Nadal només un 4% i l'estiu un 8%.

Taula 16. Distribució temporal dels desplaçaments turístics dels catalans a l'habitatge propi (2019)

Caps de setmana	62,6%
Estiu	7,9%
Pont	7,6%
Setmana Santa	5,2%
Nadal	3,6%
Altres	13,2%

Font: Departament d'Empresa i Treball

Sabem que aquests desplaçaments es realitzen preferentment en cotxe (93,9% dels casos) i per motius d'oci o per visitar familiars i amics (conjuntament, un 96,4%). Són, a banda, desplaçaments molt curts que generen un baix ús de l'espai i, per tant, un malbaratament del recurs habitatge. En el conjunt de Catalunya, el 82% dels desplaçaments tenen una durada entre 1 i 3 nits i només un 4% superen les 15 nits.

Els catalans i les catalanes vam gastar uns 8.293 milions d'euros en els desplaçaments turístics a allotjament no propi i només 702 milions a l'habitatge propi. És a dir, mentre que els desplaçaments a les segones residències representen gairebé el 20% de tots els viatges turístics dels catalans i les catalanes, la despesa generada és inferior al 10%. Això es deu a que la despesa mitjana per persona i dia en una segona residència a Catalunya és només de 28,2 euros.

Dels 702 milions d'euros de despesa turística directa en habitatge propi, només 419 milions van ser gastats a Catalunya mentre que la resta es correspon als desplaçaments fora de Catalunya. Si tenim en compte que en el conjunt de Catalunya hi ha uns 479.081 habitatges secundaris (sempre amb les dades de 2011), els 61.873 representen el 13,16% del total del país. Si estimem que la despesa a l'àrea del Penedès es comporta aproximadament com en el conjunt del país, podem inferir que la despesa directa dels viatges a segona residència del Penedès representen 55 milions anuals de despesa directa. És important tenir en compte aquesta dada: Tot i que la segona residència representa el 85% de l'oferta turística només genera un 10% de la despesa turística global.

Si el comportament de la despesa de la segona residència segueix el del turisme, l'impacte total es pot estimar en uns 106 milions, si tenim en compte l'efecte sobre els proveïdors i el mercat de treball. És probable que aquest valor estigui sobreestimat perquè el turisme té un efecte multiplicador molt superior a la segona residència.

Taula 17. Impacte econòmic de la segona residència

Impacte directe	55.000.000
Impacte indirecte	34.400.000
Impacte induït	16.700.000
Impacte total	106.100.000

Font: Estimació pròpia

3.4.3. L'impacte econòmic de l'excursionisme

Es considera excursionista aquell turista que pernocta en el lloc de residència. Aquest fet complica molt l'estimació del volum perquè no hi ha registres estadístics sobre la mobilitat no quotidiana. L'única font disponible és l'Enquesta de Mobilitat Quotidiana que es va realitzar el 2006. Els dos principals problemes de l'enquesta són (a) la data de realització, ja que no s'ha portat a terme cap altra enquesta amb dades sobre el comportament de la mobilitat en cap de setmana i (b) l'àmbit geogràfic, ja que les dades fan referència a l'àmbit de la Regió Metropolitana de Barcelona, de manera que només contempla les comarques del Garraf i de l'Alt Penedès.

Taula 18. Mobilitat promig en cap de setmana

	Alt Penedès	Garraf
Alt Penedès		3.023
Baix Llobregat	8.868	15.815
Barcelonès	10.888	18.953
Garraf	4.821	
Maresme	784	462
Vallès Occidental	6.427	1.235
Vallès Oriental	920	1.742
	32.708	41.230

Font: EMQ 2006

D'acord amb les dades de 2006, un dia de cap de setmana promig es desplacen a la comarca de l'Alt Penedès unes 32.000 i al Garraf unes 41.000, és a dir, unes 74.000. Tot que el Baix Penedès té un comportament turístic similar al del Garraf i l'Anoia al de l'Alt Penedès, el fet que estiguin més allunyades dels dos pols principals d'emissió (Barcelonès i Baix Llobregat) ens fa estimar un volum de mobilitat sensiblement inferior. Per tant, hem inferit que en el conjunt de l'àmbit es genera una mobilitat diària de cap de setmana d'un es 100.000 persones, segons les dades de l'Enquesta de 2006. Òbviament, aquesta estimació és molt aproximada perquè hi ha molts factors (composició de l'oferta, distància...) que poden alterar la projecció del resultat.

Sabem que aproximadament el 50% dels desplaçaments de cap de setmana (concretament el 49,8%) són desplaçaments per motius d'oci, així que podem estimar uns 50.000 moviments diaris els caps de setmana a les comarques de l'àmbit del Penedès per motius d'oci. Atès que l'enquesta contempla explícitament els desplaçaments a la segona residència, podem considerar que la major part dels fluxos són realitzats per excursionistes, és a dir, persones que pernocten en el seu lloc de residència. És un volum molt significatiu que condiciona completament la dinàmica territorial de cap de setmana i també els sistemes de mobilitat tant externs com interns. Si considerem els 42 caps de setmana de l'any, això implicaria una activitat anual d'uns 4,2 milions d'excursionistes en caps de setmana. Atès que els caps de setmana representen aproximadament el 62% dels desplaçaments turístics del país a habitatge propi i considerant que els excursionistes poden seguir un patró similar, el volum anual d'excursionistes es pot situar sobre els 7 milions d'estades. Considerant que la despesa mitjana dels excursionistes pot ser equiparable a la dels segons residents (28,2 euros per persona i dia), la despesa directa dels excursionistes es podria situar sobre els 197,4 milions d'euros.

Lògicament aquesta és una estimació que no té en compte factors estructurals de l'oferta, com la major despesa directa del MICE i de l'enoturisme (molt presents en aquest espai) o, per contra, la baixa despesa del turisme actiu, també rellevants a les zones d'interior. Es tracta, per tant, d'una estimació amb una forquilla molt àmplia, que només té com objectiu estimar un valor de referència.

Com els dos casos anteriors, hem considerat els impactes induït i indirecte tenint en compte el comportament del compte satèl·lit, si bé (com en el cas de les segones residències) és molt probable que els valors estiguin sobreestimats perquè l'efecte multiplicador del turisme és molt més rellevant que el de l'excursionisme.

Taula 19. Impacte econòmic de l'excursionisme

Impacte directe	197.400.000
Impacte indirecte	124.500.000
Impacte induït	59.700.000
Impacte total	381.600.000

Font: Estimació pròpia

3.4.3. L'impacte econòmic dels visitants

Hi ha tres formes de visitants: Els turistes, que s'allotgen en un dels establiments turístics; els segons residents, que visiten ocasionalment els seus habitatges secundaris; i els excursionistes, que utilitzen els recursos del territori però tenen un impacte territorial molt inferior, ja que només afecten les infraestructures de suport (restaurants, cellers...).

Hem fet una estimació de l'impacte econòmic de les tres formes de visitants en el territori de l'àmbit del Penedès. Mentre que l'estimació de l'impacte turístic està basada en dades efectives, tant l'estimació de la segona residència com de l'excursionisme, es fa a partir de diverses aproximacions, el que incrementa el marge d'error.

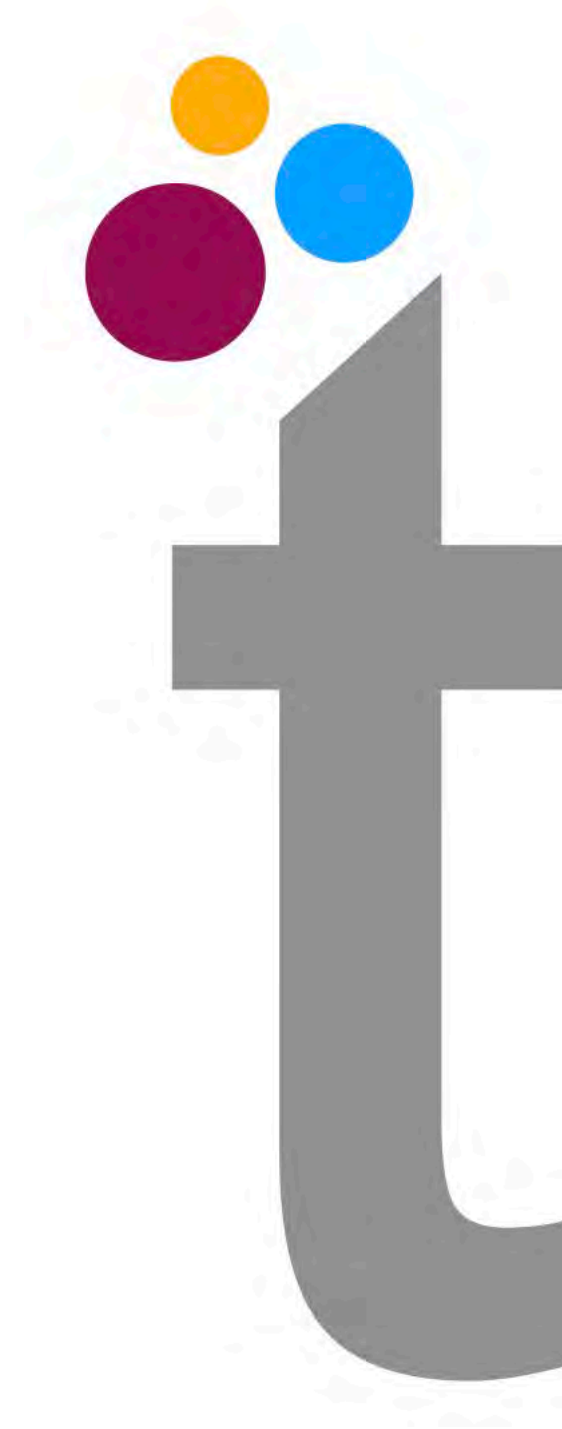
Taula 20. Impacte econòmic dels visitants

Turistes	1.042.000.000
Segons residents	106.100.000
Excursionistes	381.600.000
Total	1.529.700.000

Font: Estimació pròpia

Podem considerar que la indústria dels visitants genera en l'àmbit del Penedès un impacte econòmic total (directe, indirecte i induït) de 1.500 milions d'euros, és a dir, que és un dels elements estructurals de l'economia de la regió. Es confirma la importància del model turístic en el sistema econòmic, especialment si està lligat a la pernoctació en establiments turístics; per contra, l'impacte de la segona residència en el sistema econòmic és molt inferior a l'efecte negatiu sobre el model territorial i l'impacte paisatgístic de les urbanitzacions. La segona residència ha estat un mal negoci pel territori. Cal tenir present, finalment, la incidència dels excursionistes, amb un impacte econòmic molt alt tenint en compte l'impacte territorial, si bé afecten al model de mobilitat de la regió.

Propostes d'actuació



4. Propostes d'actuació

L'àmbit del PTP del Penedès és un territori complex; malgrat que els seus orígens són llunyans i existeix una forta vinculació dels residents amb aquest espai, l'àrea és mosaic de realitats geogràfiques i, per tant, un mosaic turístic. És també un espai situat entre tres grans àrees, un espai ròtula influenciat per l'ona expansiva de la regió metropolitana, per la connexió històrica amb els corredors de la Catalunya Central i per la vinculació amb el front litoral de la costa de Tarragona. Podríem sintetitzar el model turístic de la regió en deu idees força:

1. El Penedès és un espai molt condicionat per la influència del litoral, on es concentra la major part de l'oferta d'hotels, de càmpings i d'habitatges d'ús turístic i les puntes de demanda tant nacional com internacional. És un espai que està arribant al seu llimar de saturació no només territorial, sinó també d'oferta. Mentre que al Garraf, Sitges és el principal node turístic de la regió (i un dels més importants del país), al Baix Penedès hi ha un continuum turístic sense una centralitat clara.
2. El principal element de l'estructura turística de la regió és la segona residència que representa (amb dades de 2011) un 85% de l'oferta de la regió, si no considerem els habitatges buits. Una part d'aquesta oferta es troba situada en les urbanitzacions que s'escampen per tot el territori, tant al front litoral com en la depressió prelitoral i en els contraforts de la Serralada Litoral. Aquesta taca territorial té un impacte paisatgístic molt elevat i, en canvi, un impacte econòmic molt lleu. Podem estimar que les segones residències representen un 10% de l'impacte econòmic del turisme i un 6% de l'impacte de la indústria dels visitants.
3. El sistema urbà de la regió es polinuclear, basat en una xarxa de ciutats mitjanes ben connectades i amb una capacitat d'atracció del

seu hinterland immediat. Aquesta estructura urbana no ha estat capaç de crear una oferta turística consistent, malgrat els esforços per atraure segments com el MICE o l'enoturisme. L'impacte de les HUTs en aquestes ciutats és inferior al que s'ha constatat en altres ciutats situades en el corredor prelitoral o en el front litoral.

4. La regió no disposa d'atributs turístics de primer rang que siguin atractius al turisme internacional o al turisme nacional de llarga estada. En la jerarquia de nodes del país, és una de les regions amb menor impacte d'elements patrimonials o naturals amb capacitat d'atracció d'escala nacional. Per contra, la qualitat del paisatge de la vinya i la xarxa de ciutats mitjanes crea un sistema compacte que pot ser molt atractiu pel turisme de proximitat.
5. L'estructura del paisatge és molt diversa, perquè combina valls encaixades, muntanyes mitjanes, planes litorals i contraforts de les muntanyes del sistema litoral, amb planes agrícoles. És molt remarcable l'efecte escènic de Montserrat i la presència de paisatges d'aigua, especialment en els municipis situats al nord de la regió. Aquesta densitat d'espais naturals i agrícoles són un recurs molt valuós per la proximitat a la taca metropolitana.
6. La covid ha demostrat una major resiliència de les àrees naturals i agrícoles i una major exposició del front litoral. Els escenaris de reducció de la demanda internacional per la crisi energètica i la crisi climàtica atorguen un major protagonisme als espais interiors, més preparats per un model turístic d'escala nacional.
7. L'enoturisme és un element estructural del model turístic de la regió. El Penedès ha completat una primera etapa de creixement, de manera que la major part de cellers disposen d'una oferta de visites, s'han creat productes complementaris consistents i una densa programació d'activitats vinculades amb la cultura del vi. Per això, la regió és un dels espais enoturístics més visitats de l'Estat espanyol. Tanmateix, la regió encara no ha aconseguit fer un salt d'escala i aprofitar el seu potencial turístic.

8. La mobilitat d'accés i la mobilitat d'agitació (des de la destinació turística a indrets propers) es realitza essencialment amb transport privat. La sobredependència del transport privat genera problemes de congestió en els accessos, en la mobilitat interurbana durant els períodes de major concentració i en la mobilitat urbana. La suma de turistes, excursionistes i segons residents crea una pressió sobre el territori que tensiona les vies de transport privat. Malgrat l'existència d'alternatives de transport col·lectiu, el turisme al Penedès gravita sobre la mobilitat en automòbil. L'escenari de reducció de la mobilitat privada atorga a aquesta regió una oportunitat que no tenen altres espais turístics del país.
9. L'estacionalitat compromet la viabilitat de l'aposta turística de la regió. Hi ha dues formes d'estacionalitat: D'una banda, en el front litoral, es pateix la concentració de l'activitat durant el període estival com a la resta del model litoral del país. D'altra banda, el ritme pendular de caps de setmana (amb ocupacions que se situen entre els 30 i els 90 dies anuals) crea un malbaratament del recurs habitatge i una difícil gestió dels recursos públics (neteja, seguretat, suport sanitari...), que s'han de dilatar o reduir segons la intensitat turística.
10. El context de canvi que viu el turisme internacional pot implicar una reducció de la distància dels desplaçaments, un increment del turisme de proximitat i un impacte de les crisis energètica i climàtica en el comportament dels visitants. A banda, la progressiva tropicalització del clima estival compromet la seva viabilitat turística i obre nous escenaris (l'activació turística de la temporada mitjana a primavera i tardor, la potenciació del turisme d'interior o la consolidació de la xarxa de ciutats).

D'acord amb aquesta síntesi, plantegem sis eixos d'actuació turística que podem tenir una incidència en el planejament territorial i en la planificació estratègia de la regió.

4.1. La limitació de la capacitat turística del litoral

La cartografia de la distribució de l'oferta turística de la regió mostra una clara dualitat entre l'extrema concentració de la franja litoral i la modesta oferta de l'interior. La costa representa la pràctica totalitat de l'oferta d'hotels, de càmpings, d'apartaments i d'habitatges d'ús turístic de la regió i un pes molt significatiu de l'oferta de segones residències. A la costa se situen gairebé 200.000 places turístiques, de manera que hi ha més places turístiques que residents. Aquesta forta pressió ha tingut un efecte paisatgístic en el continu urbà de la regió del Vendrell o les cotes més baixes de les muntanyes del litoral.

El sistema turístic del litoral és un dels motors econòmics de la regió. Hem estimat un impacte econòmic d'uns 1.500 milions d'euros anuals, que s'expliquen essencialment per la capacitat d'atracció turística dels nuclis costaners. Hi ha dos factors, però, que afecten la viabilitat a mig termini d'aquest model. D'una banda, la crisi energètica està reduint la distància mitjana dels desplaçaments, el que interromp un cicle en sentit contrari (l'increment mig de les distàncies). Això pot fer minvar el pes del turisme internacional i incrementar el turisme de proximitat. D'altra banda, la crisi climàtica pot afectar el confort tèrmic i les condicions meteorològiques dels estius, i moure una part d'aquests fluxos cap a temporades mitjanes (primavera i tardor). En aquest escenari, la primacia del recurs platja estaria qüestionada i és probable que guanyin pes relatiu altres atributs culturals i naturals (museus, enoturisme, turisme actiu...).

Lògicament no es tracta d'una substitució del turisme litoral per un nou turisme d'interior, perquè aquest territori no té ni la vocació ni la capacitat d'absorció de les estructures turístiques consolidades del

litoral. Sí és tracta, però, d'un escenari probable d'estancament o lleu reducció de l'activitat turística del model estival basat en l'oferta del litoral. Tenint en compte aquest escenari i també l'elevat grau de saturació de l'oferta existent, és recomanable que es consideri la limitació de la capacitat turística del litoral, seguint el model d'altres destinacions madures com les Illes Balears.

Això vol dir essencialment establir mecanismes de planificació sectorial que limitin el creixement de nous càmpings, hotels, apartaments i habitatges d'ús turístic en els municipis del litoral. Vol dir també crear mecanismes per reduir l'impacte de la segona residència i la conversió d'una part d'aquest parc en primera residència. L'anàlisi d'aquestes iniciatives en espais de forta concentració de demanda (com el PEUAT de Barcelona o el PIAT de les Illes Balears) ha demostrat la seva efectivitat, si està acompanyada de mecanismes de control de l'oferta no regulada.

4.2. L'impacte del turisme de proximitat

El turisme està molt influenciat per l'impacte dels mitjans de transport. El turisme modern neix amb el ferrocarril i el turisme fordista es desenvolupa per la combinació de l'avió i el cotxe, és a dir, per l'efecte de les energies fòssils en el transport turístic. La Unió Europea ha fixat un programa de descarbonització que lògicament afectarà la mobilitat fòssil. I un dels impactes més evidents serà l'increment del preu dels vols i, en conseqüència, una nova ordenació de la mobilitat turística. És molt probable que es redueixin les distàncies mitjanes i també que s'incrementin les estades de les distàncies llargues. Els dos factors afectaran directament el model turístic del Penedès.

El primer impacte de la reducció de la distància serà probablement una reducció del pes relatiu del turisme internacional a les destinacions

litorals. Hi haurà, per contra, un increment del turisme intern (el que té com origen i destinació Catalunya). Si prenem el 2019 com a referència, els catalans i les catalanes vam realitzar 27 milions de viatges turístics a habitatges no propis, dels quals 15 milions foren interns i 12 milions a la resta d'Espanya (7 milions) o a l'estranger (5 milions). És probable que una part dels 12 milions esdevinguin viatges interns, el que incrementarà la pressió sobre les destinacions de la Costa Brava, la Costa Daurada, el Pirineu, i també l'àrea de Barcelona (Maresme al Nord i Penedès al sud).

El segon impacte serà l'increment de l'estada mitjana perquè és l'efecte més freqüent en els contextos de sobrecost del transport: Quan més car és viatjar major és l'estada dels visitants (que intenten compensar el cost del transport amb estades elevades). Novament, aquest seria un procés anticíclic perquè la tendència fins ara era la inversa: Una reducció constant del temps d'estada. Per això, a Barcelona les estades són extremadament breus, però també al litoral de la regió del Penedès. L'increment de l'estada mitjana afavoreix la mobilitat d'agitació: És més probable que un turista a Barcelona visiti un celler del Penedès si la seva estada li permet visitar els nodes principals de la ciutat, de la mateixa manera que les estades més perllongades en el litoral del Penedès afavoreixen una major penetració d'aquests turistes a la regió interior, especialment el paisatge del vi.

La combinació dels dos efectes permet intuir un possible increment de la demanda de productes turístics d'interior, especialment a partir del principal producte no litoral que és la regió del vi. Això planteja la necessitat de millorar les condicions del producte enoturístic (que comentarem en el punt cinquè). Generarà també una forta pressió sobre la mobilitat, que necessitarà un replantejament estratègic. La regió disposa d'una bona connexió ferroviària, però és necessari establir sistemes de connexió entre els nodes d'arribada i l'oferta

turística de la regió; això implica reforçar els sistemes de transport col·lectiu. El Penedès necessita repensar la mobilitat d'oci i iniciar una transició des de la mobilitat en cotxe cap al transport col·lectiu, amb la combinació d'un reforç del sistema ferroviari i una xarxa de connexió entre els ports d'entrada i els diversos punts turístics. És especialment important dissenyar un sistema que permeti accedir a la xarxa d'urbanitzacions amb transport col·lectiu.

4.3. La reconversió de la segona residència

La segona residència és un mal negoci territorial: Consumeix molt territori, genera un fort impacte ambiental i paisatgístic, limita l'accés al recurs habitatge, i distorsiona la gestió de determinats serveis públics com l'enllumenat, la neteja o el transport col·lectiu. Hem vist que aquest model té un impacte econòmic molt limitat. Per això, una de les estratègies territorials més importants d'aquest espai és la reconversió (parcial) del seu teixit de segones residències. Aquest procés ha de ser possible amb la combinació de tres factors: (a) la reconexió de l'urbanisme discontinu de les urbanitzacions en trames més compactes, (b) la dotació de serveis urbans i (c) l'atracció de nous usuaris, especialment els nous residents, la migració de qualitat de vida i els nòmades digitals.

A nivell urbanístic, la taca de segones residències està sovint estructurada en una estructura de mosaic en el qual cada tesel·la està aïllada de la resta. Moltes urbanitzacions són culs de sac o espais no integrats amb el seu entorn. En les zones de major concentració d'oferta, l'urbanisme ha de promoure la compactació, amb la creació de corredors i avingudes que uneixin espais tancats, amb l'ocupació d'espais intersticials o la creació de fites que actuïn com a elements d'atracció. Lògicament, la gestió de les segones residències precisa també d'una política d'intervenció en els serveis urbans, que garanteixi

els estàndards de qualitat (enllumenat, abastiment, seguretat, neteja...) i que fomenti la ubicació d'oferta comercial i de serveis.

El principal repte, però, és la refuncionalització de les segones residències amb l'atracció de nous usuaris. En els propers anys, és probable que es produeixi una demanda per part de tres col·lectius que podem donar una nova orientació al parc d'habitatges de segona residència. En primer lloc, existirà una demanda de nous residents que són expulsats de l'Àrea Metropolitana i que se situen en les comarques límit de la Regió Metropolitana, com el Garraf o l'Alt Penedès. Afavorits per una xarxa de transport metropolitana i per les noves tendències del treball (setmanes laborables de quatre dies, teletreball,...) es pot donar una demanda de nous residents. a partir de migracions internes a la Regió Metropolitana de Barcelona.

El segon procés és la migració de qualitat de vida (MQV), que està tenint lloc en diversos punts de la geografia del Mediterrani. Aquesta tendència implica la migració a espais de clima càlid per part de migrants que provenen del nord i que o bé poden teletreballar o bé pertanyen al grup de jubilats i poden disposar d'una renda periòdica. Aquesta forma de migració no està motivada per una necessitat com en els models clàssics de migració sud - nord, sinó que s'explica pels atributs positius de les destinacions turístiques (qualitat de vida, clima, serveis públics, reputació, preu...). En alguns espais de la Mediterrània aquest procés està fins i tot alterant l'estructura demogràfica, social i cultural de l'espai d'acollida, com està passant en determinats municipis de la província d'Alacant. El Penedès pot ser un espai d'atracció d'aquesta forma de migració de qualitat de vida, que segons els estudis realitzats fins la data, estan molt vinculats amb experiències turístiques prèvies.

El tercer col·lectiu que pot demandar potencialment un habitatge i fomentar la refuncionalització de la segona residència és el dels nòmades digitals. A diferència dels migrants de qualitat de vida, els nòmades digitals no tenen la intenció de construir un projecte vital en l'espai d'acollida sinó que la perceben com un episodi més del seu recorregut. Novament, són les destinacions turístiques les que millor estan recollint aquesta necessitat i alguns espais (com Barcelona, la Garrotxa o les Canàries) ja estan reorientant una part de la seva oferta a aquest nou perfil.

En els tres casos, la reducció del pes relatiu de la segona residència en favor dels nous residents metropolitans, els migrants de qualitat de vida i els nòmades digitals precisa d'una compactació de la trama urbana i una major dotació de serveis, com comentàvem anteriorment. Atès el perfil d'aquesta demanda, hi ha determinats serveis que són estratègics i que afecten al procés de decisió, com la qualitat de la connexió d'internet.

4.4. La consolidació de l'estructura polinuclear del turisme urbà

La principal característica del model territorial de la regió del Penedès és el paper articulador que juguen les ciutats mitjanes que integren el territori. Mancats d'una clara centralitat, les diverses ciutats actuen com un sistema connectat entre sí internament i vinculat amb les ciutats de l'exterior. La regió del Penedès és sobretot un sistema de relacions entre les ciutats d'Igualada, Sant Sadurn d'Anoia, Vilafranca del Penedès, Sitges, el Vendrell i Vilanova i la Geltrú. És en aquesta xarxa on es concentren els principals elements del patrimoni cultural. És aquesta xarxa la que se situa en la part més alta de la jerarquia de recursos d'acord amb totes les guies consultades. I és aquesta xarxa la

que s'explica per un procés històric que té en el segle XIX un esclat d'inspiració; per això, hi proliferen els museus vinculats amb els personatges de l'època i amb aquest context històric.

El turisme urbà és en aquesta xarxa molt inferior a la seva capacitat potencial. Només els espais del litoral tenen una oferta considerable, però s'explica més per la seva condició costanera que urbana. Hi ha una pes significatiu d'activitat MICE en el territori, però no és capaç de generar una oferta hotelera dimensionada. Si la principal estratègia territorial del Pla Parcial és reforçar l'estructura polinuclear de la regió, l'estratègia turística ha de potenciar el turisme urbà de les ciutats mitjanes, especialment aquelles que estan situades a l'interior. Si a la zona costanera, proposem una limitació de la capacitat de creixement (potser matisada si parlem de nous hotels amb vocació urbana), en les tres ciutats interiors, seria necessari estimular la creació d'una planta hotelera més rellevant. És a dir, el turisme pot ser un factor més per afavorir la centralitat urbana del sistema de ciutats.

Mentre que les ciutats del litoral poden desenvolupar una estratègia basada en el relat del XIX (que connecta amb el principal relat turístic de Barcelona, que és l'obra de Gaudí i el modernisme), Sant Sadurn d'Anoia i Vilafranca del Penedès han de convertir-se en les ciutats del paisatge del vi, mentre que Igualada té les condicions per esdevenir una ciutat de referència en turisme creatiu.

4.5. L'estratègia enoturística del Penedès

La Generalitat de Catalunya ha presentat el projecte per situar el producte enogastronòmic en el centre de l'oferta turística del país. L'entourisme té una llarga tradició al Penedès, que ha superat la primera fase d'implantació. El primer pas ha estat la creació d'una xarxa de cellers que combinen les marques de reputació internacional amb els petits viticultors, que han obert les portes i han creat productes amb diversos graus d'innovació. Tot i que algunes de les ofertes són molt sòlides i que alguns espais han aconseguit l'excel·lència en l'àmbit arquitectònic, la major part de les propostes se centren encara en les visites convencionals i de vegades amb horaris molt reduïts i massa orientats a la venda directa del producte. L'entourisme no té encara una oferta d'allotjament associada de magnitud com poden tenir altres destinacions enoturístiques, probablement per la proximitat de la costa i Barcelona. Per tant, el Penedès necessita passar a una segona etapa del cicle de producte basada en (a) l'atracció de visitants ad hoc, (b) l'increment de les estades mitjanes, (c) una millor connexió entre els cellers i (d) la creació de productes complementaris més rellevants.

Tot i que la regió disposa de tres museus relacionats amb el vi (a Sitges, Sant Sadurní d'Anoia i Vilafranca del Penedès) cap d'ells ha esdevingut un node amb prou capacitat d'atracció. Les obres de rehabilitació del Vinseum no són suficients per crear un salt de reputació d'aquesta instal·lació. Probablement la regió necessiti un replantejament dels equipaments que permeten interpretar la cultura del vi. Cal incidir també en la mobilitat interna i estimular projectes com el de La carretera del vi. I, especialment, cal potenciar l'oferta d'allotjament al corredor del Penedès, tant amb la creació d'hotels mitjans especialment en les ciutats de Vilafranca i Sant Sadurní, com en la potenciació del turisme rural en les zones agrícoles.

4.6. La corona verda metropolitana

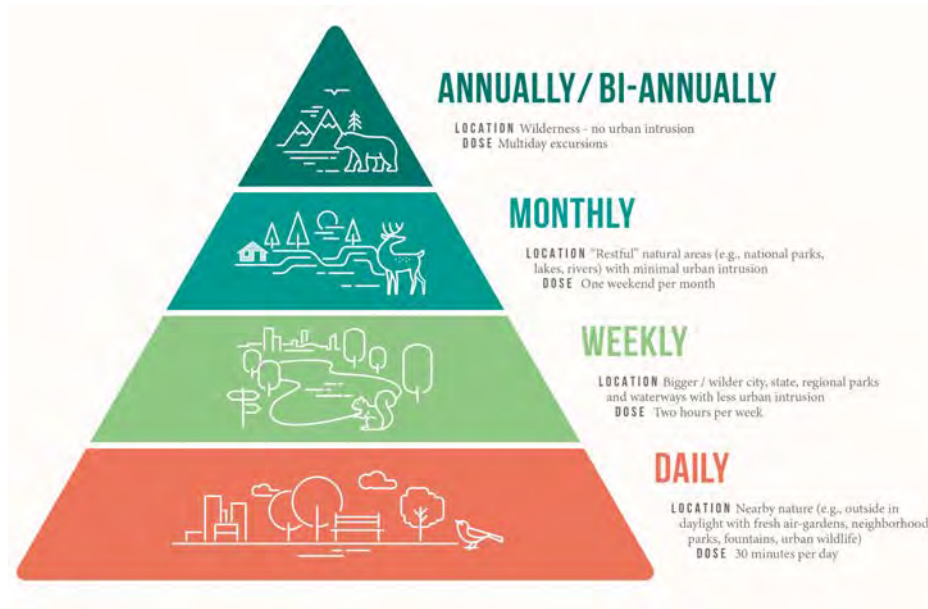
La covid ha afectat parcialment la forma com percebem els espais metropolitans. D'una banda, les ciutats són vistes com entorns que concentren quantitats no desitjables de CO₂ i altres elements (com el NO_x o les PM₁₅) que tenen un impacte a la salut; inversament, els espais oberts i naturals són percebuts com el contrapunt saludable, que permet la pràctica esportiva, el turisme actiu i la reconexió emocional amb la natura. Aquesta dualitat (metròpoli problemàtica - espai natural antídota) està reforçant els fluxos des de les principals ciutats als espais naturals.

En aquest sentit, s'ha generalitzat la menció al concepte de la piràmide natural (que és una adaptació de la piràmide blava), que relaciona la proximitat amb la recurrència. Així, els espais naturals més propers als entorns metropolitans són els qui potencialment poden tenir una major freqüentació, mentre que els espais més allunyats tindran una freqüentació puntual. Moltes regions metropolitanes estan dissenyats les seves corones verdes per tal de fomentar una major vinculació dels residents en aquest espai amb els entorns naturals i oberts. La figura 43 mostra la representació d'aquesta piràmide.

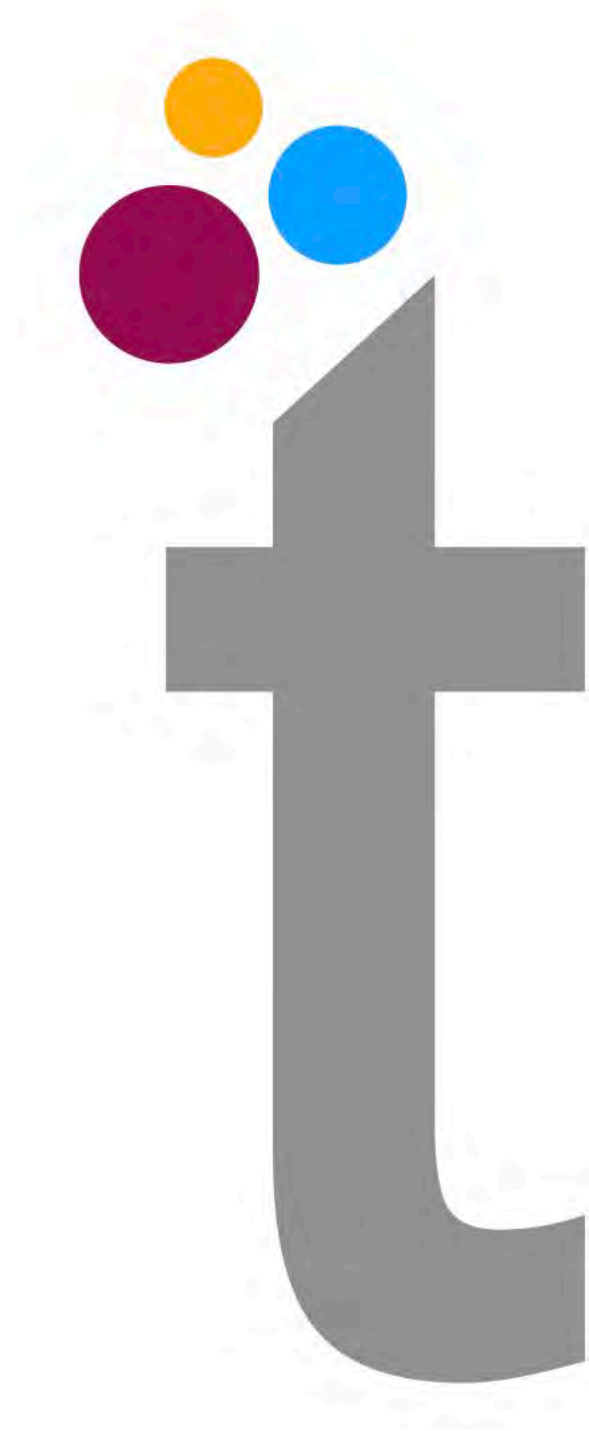
El Penedès és una regió amb una estructura natural molt rica, integrada per paisatges diversos que combinen les planes agrícoles, les valls tancades i les muntanyes mitjanes. Com hem comentat, existeixen una sèrie d'atributs com els espais d'aigua o les visuals, que poden tenir una certa capacitat d'atracció. El principal actiu d'aquesta oferta és, però, la proximitat. Situat en punts de fàcil accés (fins i tot amb transport públic), els espais naturals i oberts de la regió poden formar part de la gran corona metropolitana que absorbeixi una part dels fluxos pendulars (sobretot els caps de setmana) del turisme actiu. Cal, per tant, planificar el territori tenint en compte la preservació dels

atributs naturals de l'espai i la seva connexió amb els altres components de la corona verda metropolitana. Hem de considerar la natura periurbana com un recurs públic que incideix en la salut física, en la salut emocional i en la qualitat de vida.

Figura 43. La piràmide natural



índex



índex de taules

1. BCIN per comarques i tipologies	8
2. Unitats del paisatge	12
3. Esdeveniments vinculats amb el vi	26
4. Nodes valoritzats de la Guia Verda	28
5. Municipis amb major volum de segones residències	44
6. Municipis amb major TFTR	44
7. Oferta d'allotjament global	45
8. L'impacte de la coïd en l'IEET comarcal	49
9. Allotjaments dels visitants	52
10. Origen dels visitants	53
11. Nombre de nits	53
12. Motivacions dels visitants	54
13. Despesa turística a Catalunya	55
14. Despesa turística directa per comarques	56
15. Impacte econòmic del turisme	56
16. Distribució espacial dels desplaçaments a habitatge propi a Catalunya ...	56
17. Impacte econòmic de la segona residència	57
18. Mobilitat promig els caps de setmana	57
19. Impacte econòmic de l'excursionisme	58
20. Impacte econòmic dels visitants	59

índex de figures

1. Distribució dels BCIN	7
2. Distribució dels BCIN (arqueològic i palentològic)	9
3. Visitants als museus	10
4. Les unitats del paisatge	11
5. Itineraris a peu compartits a wikiloc	13
6. Itineraris en BTT compartits a wikiloc	14
7. Espais d'aigua i principals visuals	15
8. Nombre de visitants a les principals regions de <i>La ruta del vino</i>	19
9. Visitants mensuals a <i>La ruta del vino</i>	19
10. DO de Catalunya	20
11. Nombre de cellers a les DO de Catalunya	21
12. Nombre de viticultors a les DO de Catalunya	22
13. Superfície de la vinya a les DO de Catalunya	22

14. Localització dels cellers de la DO Penedès	24
15. Localització dels cellers de la DO Penedès a Sant Sadurní d'Anoia	24
16. Recorregut de El camí del vi	25
17. Nodes rellevants a la Guia Verda	27
18. Nodes rellevants a la Guia Anaya	28
19. Nodes rellevants a la Guia Blava	30
20. Nodes rellevants a la Guia RACC	31
21. Destacats de la promoció de Catalunya	31
22. Sistemes urbans del Penedès	34
23. Nombre d'hotels dels sistemes urbans del Penedès	35
24. Distribució dels hotels per municipis	35
25. Places hotelers dels sistemes urbans del Penedès	36
26. Places hoteleres a Catalunya	36
27. Capacitat mitjana dels hotels a Catalunya	37
28. Nombre de càmpings	37
29. Distribució dels càmpings per municipis	37
30. Places de càmpings a Catalunya	37
31. Places d'apartaments dels sistemes urbans de Catalunya	39
32. Nombre d'establiments de turisme rural per sistemes urbans	40
33. Nombre de places de turisme rural per sistemes urbans	40
34. Establiments de turisme rural per municipis	40
35. Distribució de places de turisme rural a Catalunya	41
36. Habitatges d'ús turístic per sistemes urbans	42
37. Distribució de places d'habitatges d'ús turístic a Catalunya	42
38. Recaptació de l'IEET per sistemes urbans (2012-2021)	48
39. Distribució de la recaptació de l'IEET a Catalunya	48
40. Distribució del turisme internacional (estiu 2019)	50
41. Turisme internacional en els sistemes urbans (estiu 2019)	50
42a. Turisme internacional amb origen al Regne Unit	51
42b. Turisme internacional amb origen a França	51
42c. Turisme internacional amb origen a Alemanya	51
42d. Turisme internacional amb origen als Països Baixos	51
43. La piràmide natural	67

índex general

PRESENTACIÓ	3
ELS RECURSOS TURÍSTICS	5
1. Els recursos turístics	6
1.1. Els recursos patrimonials	7
1.2. Els recursos naturals	11
1.3. Els recursos enològics	16
1.3.1. L'enoturisme internacional	16
1.3.2. L'enoturisme a l'Estat espanyol	18
1.3.3 L'enoturisme a Catalunya	20
1.3.4. L'enoturisme al Penedès	23
1.4. La jerarquia de nodes del Penedès	27
1.4.1. La Guia Verda de Catalunya	27
1.4.2. La Guia Anaya de Catalunya	28
1.4.3. La Guia Blava de Catalunya	29
1.4.4. La Guia RACC de Catalunya	30
1.4.5. La promoció turística de Catalunya	30
L'OFERTA D'ALLOTJAMENT	33
2. L'oferta d'allotjament	34
2.1. L'oferta hotelera	35
2.2. L'oferta de càmpings	37
2.3. L'oferta d'apartaments	39
2.4. L'oferta de turisme rural	39
2.5. Els habitatges d'ús turístic	41
2.6. Les segones residències	43
2.7. L'oferta d'allotjament global	45
LA DEMANDA	46
3. La demanda	47
3.1. L'impost d'estades en establiments turístics	47
3.2. El turisme internacional	49

3.3. El perfil dels visitants	52
3.4. Estimació de l'impacte econòmic	54
3.4.1. L'impacte econòmic del turisme	55
3.4.2. L'impacte econòmic de la segona residència	56
3.4.3. L'impacte econòmic de l'excursionisme	57
3.4.4. L'impacte econòmic dels visitants	58
PROPOSTES D'ACTUACIÓ	60
4. Propostes d'actuació	61
4.1. La limitació de la capacitat turística del litoral	62
4.2. L'impacte del turisme de proximitat	63
4.3. La reconversió (parcial) de la segona residència	64
4.4. La consolidació de l'estructura polinuclear del turisme urbà	65
4.5. L'estratègia enoturística del Penedès	66
4.6. La participació del Penedès en la corona verda metropolitana	66
ÍNDEXOS	68
índex de taules	69
índex de figures	69
índex general	70

