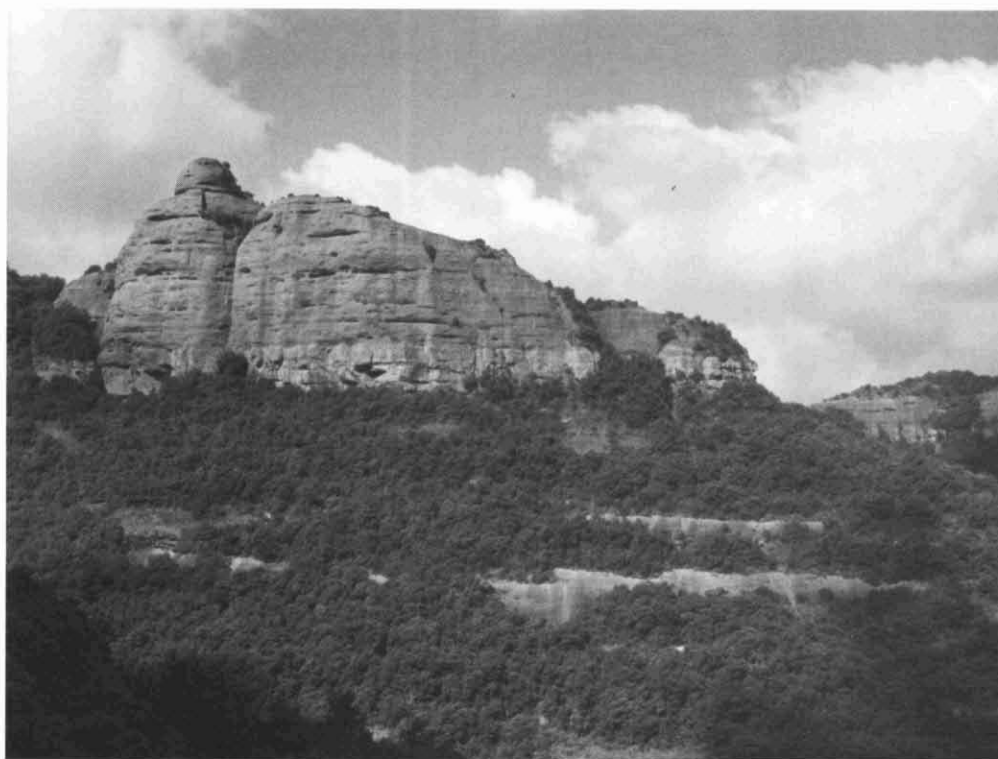


Pla de desenvolupament turístic del Bages. Una proposta per al futur de la comarca

Natàlia Lasaosa, Manel Miró,
Jordi Piñero, Lluís Pujol

L' estudi guardonat amb el darrer premi de la Fundació Caixa de Manresa, és dedicat a analitzar les possibilitats turístiques de la comarca del Bages. Es tracta, doncs, d'una iniciativa pionera que pretén, per primer cop, realitzar un pla que serveixi per encarar en coneixement de causa el turisme bagenc. Aquest treball encara es troba en fase d'elaboració, però els seus autors n'ofereixen, mitjançant aquest article, un petit avanç que ja permet endevinar les primeres conclusions.



El parc natural de Sant Llorenç del Munt i la Serra de l'Obac, repartit entre les comarques del Bages i els Vallès esdevé un singular pulmó verd i un magnífic espai lúdic i excursionista. (Foto: S. Redó).

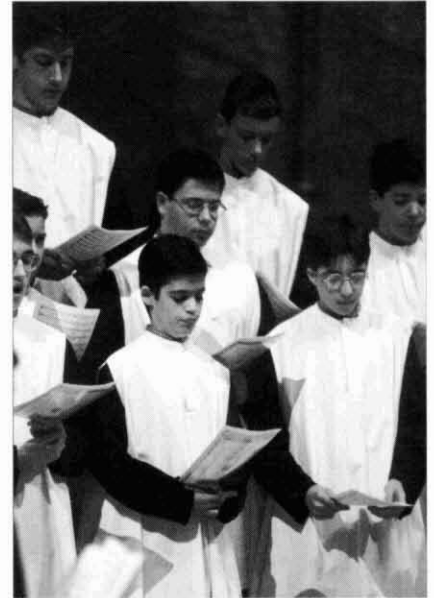
Què és i d'on sorgeix el projecte?

El 31 d'octubre passat la Fundació Caixa de Manresa concedí el seu premi anual, dirigit a propostes sobre impacte mediambiental, reconversió industrial i potenciació turística, al projecte titulat *Pla estratègic de desenvolupament turístic de la comar-*

ca del Bages. Era la segona vegada que es concedia aquest premi. El projecte guardonat venia signat per un equip de treball interdisciplinar constituït per tres empreses: Consultur, empresa pionera en el camp de la consultoria turística, que n'assumia la direcció; Stoa, empresa especialitzada en projectes sobre patrimoni i turisme cultural, i Produccions Centrecat,



Visió d'una de les sales del Museu de Montserrat, que conserva un fons històric i artístic de primer ordre. (Foto: S. Redó).



Escolania de Montserrat. (Foto: S. Redó).

empresa em-plaçada a Manresa i dedicada al disseny i gestió de productes culturals i turístics. En el moment d'escriure aquestes línies el projecte s'està desenvolupant i es troba encara en una primera fase. En aquest article volem presentar un avançament de la recerca, concretament de la fase de diagnòsi, que en cap cas s'ha de prendre com la publicació del resultat final i definitiu de l'estudi.

Podria dir-se que aquest projecte sorgeix d'una necessitat, d'un estat d'opinió àmpliament compartit a la comarca, en el sentit que aquesta està perdent el tren en el terreny del turisme. Algunes comarques veïnes, sens dubte estimulades per una situació econòmica més precària, fa temps que han començat a impulsar projectes interessants. Al Bages s'ha parlat moltes vegades de la conveniència d'iniciar una política de promoció turística, ja sigui de determinats indrets o de la comarca en el seu conjunt. Ja el 1990 el Pla d'Acció Comarcal Bages cap al 2000 plantejava uns objectius genèrics i la necessitat d'iniciar actuacions en el camp del turisme. Aquestes i altres idees s'han repetit força sovint, però no han anat acompanyades d'actuacions concretes ni han tingut pràcticament cap mena de transposició pràctica. En realitat, fins ara i llevat d'excepcions pot afirmar-se clarament que

el turisme al Bages no ha estat una prioritat.

Els impulsors d'aquest projecte vam creure que era el moment de proposar un treball rigorós que permetés arrencar d'una vegada el turisme a la comarca. Un moment oportú per aprofitar la bona conjuntura que actualment té el turisme interior.

Aquest és un projecte, doncs, sorgit de la comarca i per a la comarca. Un projecte que vol aplicar una metodologia rigorosa de planificació turística que ja ha demostrat la seva eficàcia en altres indrets. Al mateix temps, hi ha la voluntat que sigui un projecte executiu que acabi materialitzant-se en una sèrie de propostes, no només teòriques, sinó molt contrastades i imbrincades amb la realitat comarcal. Propostes que puguin aplicar-se amb una certa immediatesa, tal com està succeint ja amb el projecte de la Sèquia, sorgit de l'anterior treball guardonat amb el Premi Fundació Caixa de Manresa, sobre urbanisme i mediambient al Pla de Bages.

Què és un Pla estratègic de Turisme?

Un Pla de Desenvolupament Turístic d'un territori és un procés d'anàlisi i estudi que es concreta en un conjunt

d'accions destinades a impulsar el desenvolupament de l'activitat turística en el territori en qüestió. Aquest pla ha de tractar el problema del desenvolupament turístic en tota la seva magnitud i diversitat, des de la definició del producte turístic de la zona fins als mitjans de comercialització i promoció a utilitzar, passant per les accions necessàries de millora del producte. En el nostre cas, tenint molt clar que el model proposat ha de fer possible un desenvolupament turístic sòlid i sostenible, és a dir, un desenvolupament que sigui respectuós amb l'entorn natural i cultural i que permeti una activitat perdurable a mitjà i llarg termini.

El procés de treball estableix diferents fases d'anàlisi: diagnòsi, selecció de l'alternativa estratègica, elaboració d'uns plans d'actuació i una tasca de seguiment posterior.

En la primera fase (anàlisi de la comarca i diagnòsi), s'identificarà el millor i el pitjor de la comarca des de la perspectiva del turisme. Per això caldrà comptar amb la màxima col·laboració de la gent de la comarca implicada en el sector (administracions públiques i empresaris), que han d'aportar elements per al coneixement de la realitat del turisme al Bages: la seva situació actual, limitacions, necessitats, projectes... D'aquesta primera anàlisi, en sorgiran unes conclu-

sions que es contrastaran amb tots els col·lectius en una jornada de turisme, en la qual participaran tant empresaris com ajuntaments i administracions.

D'aquest procés, en sortiran consensuats uns objectius que definiran el tipus de turisme que pot adaptar-se millor al Bages. Aquests objectius es concretaran bàsicament en tres línies de treball: un programa per crear producte turístic, en el qual es tractarà d'estructurar els recursos turístics de què disposa la comarca per tal de fer-los accessibles al visitant i millorar-ne la rendibilitat (actualment, es troben elements contradictoris, com ara l'explotació de recursos que no estan estructurats, la difusió d'un patrimoni que després no es pot visitar o una gastronomia que no es pot consumir). Així mateix, s'elaborarà un programa de comercialització i comunicació i un programa de gestió.

El Bages: una comarca amb potencial turístic?

El Bages és una comarca de tradició industrial. En els últims anys, però, la comarca ha anat perdent pes industrial en relació amb la mitjana de Catalunya i, especialment, a favor de comarques més properes a l'àrea metropolitana. La crisi del tèxtil i de la mineria s'han fet notar especialment. Podríem definir la situació econòmica del Bages en termes d'un estancament precari. L'evolució general, a més, ha comportat una agudització dels desequilibris territorials dins la pròpia comarca. D'una banda, la funció industrial i comercial es concentra a l'àrea de Manresa i els municipis de la rodalia, i en part també al llarg de l'eix del Llobregat. De l'altra, els territoris rurals de la perifèria, allunyats dels principals eixos de comunicació, s'han despoblat i han perdut bona part de la seva activitat productiva.

Manca de dinamisme econòmic i desequilibris territorials són dos trets que podrien caracteritzar l'actual situació del Bages. I el cert és que alguns d'aquests problemes demanen respostes innovadores, l'aplicació de models alternatius al que fins ara han estat les activitats econòmiques domi-



La famosa escola manresana d'escultura sobre fusta, d'època barroca, constitueix un dels principals atractius del Museu Comarcal de Manresa. Aquí es mostren dos retaules de Joan Grau: *l'adoració del pastors* (dalt) i *la resurrecció* (baix). (Fotos: S. Redó).

nants. En aquest context, sembla clar que el turisme pot ser una font de desenvolupament que ajudi el relleu de la comarca. El Bages no és ni serà una comarca eminentment turística. El turisme que es planteja no serà de cap manera un turisme massiu, per una activitat econòmica en creixe-

ment, un element dinamitzador capaç de generar microeconomies i que pot significar un complement important per al sector terciari. Una activitat que precisament té un potencial de desenvolupament més fort a les zones rurals, de manera que pot actuar com a element reequilibrador de la comarca.

Així doncs, creiem que el Bages té un potencial turístic important que fins ara no s'ha rendibilitzat. En alguns aspectes, fins i tot, es troba en una situació excel·lent. A part de comptar amb alguns elements excepcionals (com ara Montserrat o la muntanya de sal de Cardona, que, d'altra banda, precisament per això són poc representatius del conjunt del territori), cal destacar dos factors: la seva situació geogràfica estratègica i la riquesa i diversitat del seu patrimoni cultural i natural. En efecte, un dels aspectes més interessants és la posició de centralitat que ocupa al cor de Catalunya; entre l'eix del Llobregat i l'Eix Transversal; el Bages és un lloc de pas i un nus de comunicacions privilegiat en el nou mapa de carreteres que s'està dibuixant. Això converteix la comarca en un lloc de destinació fàcil, no només per a tota l'àrea metropolitana, sinó també per a la resta de ciutats de Catalunya: Girona, Vic, Lleida, etc. La proximitat amb Barcelona és, evidentment, un gran punt a favor. Sortint de l'àrea metropolitana, és el primer indret on s'interromp el contínuum urbanístic. A diferència del Vallès, bona part del Bages conserva encara els trets d'un territori i d'un paisatge rurals, amb extensions considerables d'espai verd. El Bages rural i natural, juntament amb els diversos elements del seu patrimoni cultural, situen la comarca amb un potencial turístic interessant si és capaç de desenvolupar les estratègies adequades.

El Bages o els Bages? Una realitat turística desigual

Ara bé, el primer que s'adverteix quan hom s'endinsa en la realitat del turisme a la comarca és una gran diversitat i desigualtat entre els diferents territoris que la componen. Montserrat, Cardona i la seva munta-

nya de sal, el Moianès, el parc de Sant Llorenç del Munt, la Seu de Manresa i la Cova de Sant Ignasi, etc. ¿Tots aquests indrets tenen alguna cosa en comú que permeti relligar o, almenys, trobar un denominador comú a aquest mosaic turístic que és el Bages? Montserrat, amb 2,5 milions de turistes a l'any, és el segon indret més visitat del país; Cardona es troba en una fase de desenvolupament d'un projecte propi de gran volada; d'altres àrees, com el Moianès o la zona de Castelltallat, opten per un turisme rural que es podria qualificar d'una intensitat mitjana; i d'altres zones no tenen cap projecte en absolut ni cap iniciativa definida en el camp del turisme. Ens trobem, a més, que a l'interior de la comarca conviuen iniciatives de turisme rural amb altres de turisme religiós, turisme industrial amb agroturisme o esports d'aventura.

Així mateix, des del punt de vista geogràfic, el Bages és una comarca poc homogènia, amb l'existència al seu interior de diferents sub-comarques i identitats locals amb una forta personalitat pròpia.

Partint d'aquesta realitat diversa, i per tal de facilitar l'anàlisi en la fase de diagnòsi, s'ha proposat d'entrada una zonificació de la comarca en vuit àrees que presenten certa unitat des del punt de vista geogràfic. Aquestes zones són el Cardener, la vall del Llobregat, la riera de la Gavarresa, el Moianès, el Pla de Bages, el Parc de Sant Llorenç del Munt, l'àrea de Montserrat i el Bages occidental.

Amb quins recursos comptem?

El bon coneixement dels recursos turístics és fonamental, ja que és sobre aquests que caldrà elaborar una estratègia turística adaptada a les característiques de cada zona. Per a cadascuna d'aquestes zones analitzem els recursos per tal de determinar els seus potencials funcionals i temàtics, avaluar el seu interès i, també, establir la dificultat de la seva adequació. Un cop enllestida aquesta aproximació coneixerem quins són els potencials temàtics de la comarca i quins són els llocs on es poden explicar els anome-



Detall d'un carrer de Mura (Bages), població que conserva un acusat tipisme. (Foto: S. Redó).

nats llocs de la interpretació.

Un primer aspecte que crida l'atenció a l'hora d'analitzar el mapa de recursos turístics del Bages és l'existència de dos punts que sobresurten clarament del conjunt: Montserrat i, en segon terme, Cardona i la muntanya de sal. Són dos fenòmens aïllats que tenen poc a veure amb la resta de la comarca. El cas de Montserrat, concretament, respon a una evolució especial que caldria enllaçar amb el model de turisme massiu desenvolupat durant els anys 60 i 70. Aquest model actualment planteja uns inconvenients evidents, tant a nivell de gestió i rendibilitat econòmica com en el grau de satisfacció dels visitants. Però cal no perdre de vista el valor de Montserrat com a recurs turístic en si, com a element d'un gran interès natural i simbòlic-religiós. El mateix podem dir de la muntanya de sal, també destacada com a fenomen natural únic, amb un gran potencial per a ser desenvolupat turísticament.

A grans trets, sembla que el que caracteritzaria el Bages des d'un punt de vista temàtic són una sèrie de recursos relacionats amb una natura singular (amb unes peculiaritats geològiques destacades): la muntanya de Montse-

rrat, la muntanya de sal, les mines de Cardona..., i, d'altra banda, els recursos relacionats amb el patrimoni rural, situat en un entorn que conserva encara la seva autenticitat i que s'aprofita per a desenvolupar-hi activitats d'agroturisme i turisme rural.

Un altre grup temàtic, menys potent i en un estat molt més incipient de desenvolupament, són els recursos relacionats amb el patrimoni cultural, en els quals es poden diferenciar tres grans blocs: un que gira entorn del patrimoni medieval (monestirs, conjunt d'esglésies romàniques, castells), un altre entorn del patrimoni industrial (que tindria un vessant relacionat amb la mineria situat a les conques potàssiques del Cardener i del Llobregat, i un altre relacionat amb el tèxtil, també seguint els eixos dels dos rius), i finalment un altre bloc de turisme religiós, centrat bàsicament en Montserrat i la figura de Sant Ignasi.

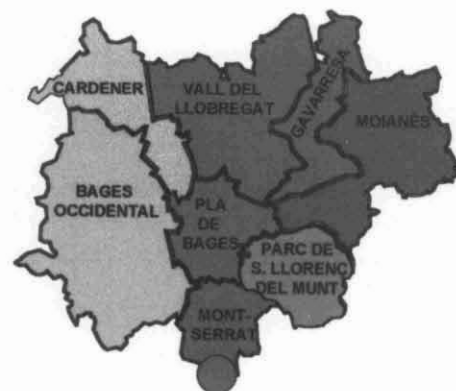
Pel que fa a la distribució territorial, cal dir que els recursos es troben bastant repartits, de manera que cada zona compta amb un recurs o un grup de recursos interessants que són susceptibles de desenvolupament turístic. El Moianès es caracteritza pel seu entorn natural i rural i una important tradició



Sant Cugat del Racó o de Salou (Navàs) és un temple del segle XI de gran interès dins el context de l'art romànic català, en tenir planta de creu grega i un cimbori cilíndric. (Foto: S. Redó).



Mapa de zonificació i proposta d'estructuració turística del Bages



de segones residències. Com a recursos turístics destacats cal esmentar el monestir de Santa Maria de l'Estany i el jaciment prehistòric de les Coves del Toll. La zona de la Gavarresa compta com a principal actiu el fet de ser el lloc on millor s'ha conservat la tradició vitivinícola del Bages, actualment representada amb la denominació d'origen dels vins del Pla de Bages. La vall del Llobregat estaria definida per la tradició industrial del tèxtil, complementada amb la presència de monuments medievals destacats (castell de Balsareny, Sant Cugat del Racó, etc). La vall del Cardener vindria caracteritzada per la muntanya de sal i l'arqueologia industrial referida a les explotacions mineres; en segon terme, també pels monuments medievals: castell de Cardona i Poble Vell de Súria. El Bages occidental té el seu potencial en la bona conservació dels recursos naturals i el patrimoni rural, que s'ha conservat com en altres zones de la perifèria del Bages d'una manera més íntegra. El Pla de Bages centra els seus recursos, d'una banda, en la ciutat de Manresa i el seu patrimoni monumental; de l'altra, en l'àrea del pla, en el qual destaquen alguns elements com Sant Benet de Bages o la Sèquia. Finalment, l'àrea del sud del Bages centraria gairebé exclusivament el seu interès en Montserrat.

Fruit d'una anàlisi més detallada de cadascuna d'aquestes zones, se'n desprèn una conclusió important: de les vuit zones inicials que hem considerat, n'hi hauria cinc de molt definides i que estan més o menys ben preparades per afrontar un desenvolupament turístic. De fet, són les que ja han començat amb més empenta una política en aquest terreny, i coincideixen amb les àrees de la perifèria de la comarca, que basen fonamentalment el seu potencial en l'aprofitament del seu entorn natural i rural. Contràriament, les àrees del territori central, on ha tingut una incidència més forta la industrialització i el desenvolupament urbanístic, apareixen com una zona indefinida a nivell de paisatge i de recursos, una zona que compta amb elements d'interès aïllats susceptibles de ser potenciats individualment, però que, ara com ara, es troba en una posició més



Castell de Balsareny, un típic exponent de fortalesa gòtica del segle XIV. (Foto: S. Redó).

dolenta per afrontar un desenvolupament de conjunt.

Per tal de poder superar aquesta situació, un dels elements que podria donar cohesió i unitat a aquesta zona central és el riu Llobregat, a l'entorn del qual es podria desenvolupar una temàtica associada a l'element de l'aigua: industrialització, sèquia, festes de la Llum, el riu com a parc natural, etc. Tanmateix, cal ser conscients que aquesta seria una aposta a llarg termini, i que requeriria un volum important d'inversions per tal d'adequar i rehabilitar tot l'entorn paisatgístic i patrimonial.

El Bages: una comarca amb dèficit d'imatge?

Ja hem dit que el Bages és una comarca poc homogènia que no forma una unitat compacta: ni des del punt de vista geogràfic ni tampoc pel que fa a la seva identitat. No existeix un sentiment fort de pertinença al Bages com hi és en d'altres comarques (el Berguedà, per exemple). El Bages es caracteritza per una pluralitat d'identitats locals (que en el terreny turístic són encara més atomitzades). La comarca no té elements d'identitat col·lectiva. L'element de referència

més habitual és la muntanya de Montserrat. Però això ha estat més per la inexistència d'altres elements que poguessin servir com a identificadors de la comarca que no pas perquè la identificació Montserrat/Bages sigui una realitat acceptada i que funcioni. En realitat, Montserrat no caracteritza el Bages. I això per diverses raons. En primer lloc, perquè és un símbol d'abast més general, de tot Catalunya; en segon lloc, perquè és emplaçat al Bages només parcialment, en la frontera amb altres comarques veïnes; i finalment perquè, en general, poca gent associa Montserrat amb el Bages. En certa manera, Montserrat té una entitat i una projecció pròpies que sovint s'han construït d'esquena o sense comptar amb el Bages. Altres elements que podrien caracteritzar la comarca, com ara el Pla de Bages, tampoc són gaire útils. En aquest cas, perquè només es pot aplicar a una estreta franja central que no representa la globalitat.

El Bages és una terra de transició entre l'àrea metropolitana/Vallès, d'una banda, i el Prepirineu, de l'altra. La imatge que s'associa al Bages (quan s'hi associa alguna imatge, ja que és un fet evident el seu desconeixement per part de la gent de fora) continua relacionant-se amb el seu passat indus-



Sant Miquel de les Planes, a Sant Mateu de Bages. (Foto: S. Redó).

trial, els vestigis del qual s'estenen al llarg dels dos rius: Llobregat i Cardener. En principi, aquesta és una imatge poc turística.

En un altre nivell, la capital de la comarca és una ciutat que arrossega una sèrie de tòpics: ciutat grisa, ciutat levítica, barreja de fàbriques i convents, ciutat industrial. En general, existeix entre els manresans un complex d'inferioritat i una baixa autoestima col·lectiva que són força patents, una eterna comparació amb ciutats veïnes que són vistes com a més dinàmiques: Terrassa, Sabadell, Vic, Girona, etc. Entre els habitants hi ha el convenciment que la ciutat no acaba d'assumir el paper de capitalitat que li podria correspondre, una capitalitat sempre qüestionada per les ciutats veïnes. La realitat actual és que Manresa és una ciutat poc turística, que no ha sabut vendre la seva imatge de postal característica, configurada per la façana monumental i la singular topografia del Puig Cardener, amb la Seu, la Cova i el Pont Vell.

Ens trobem, doncs, amb una comarca que té el que en podríem anomenar un dèficit important d'imatge. Una comarca poc coneguda, molt heterogènia i amb absència d'elements d'identitat que siguin vàlids per a tot el conjunt. Tot això caldrà tenir-ho en compte a l'hora de definir una estratègia de posicionament i, sobretot, en l'estratègia de comunicació i de comercialització. Cal cercar un element identifica-

dor potent, com podria ser Montserrat? El Bages, la comarca de Montserrat? O bé optar per propostes que ofereixin la imatge d'una comarca-mosaic, amb una oferta turística diversificada? Cal vendre el Bages com a producte turístic unitari o bé cadascuna de les seves àrees turístiques per separat? Cada opció té avantatges i inconvenients. Però aquests són interrogants que caldrà plantejar-se de nou en una fase més avançada de l'estudi, i triar una opció o una altra tenint en compte, naturalment, l'opinió de la gent del sector i dels habitants de la comarca.

Primeres conclusions: un avançament de la diagnosi

En tot el que hem dit fins ara apareixen de manera recurrent dos punts, que volem remarcar d'una manera especial:

- 1- La falta de tradició turística de la comarca.
- 2- Una gran heterogeneïtat de la comarca a tots els nivells.

D'aquí es desprèn una sèrie de conclusions de caràcter general que caldrà acabar de concretar. De moment tan sols les apuntem sintèticament:

– Existeixen situacions i ritmes de desenvolupament molt desiguals. Hí

ha un punt aïllat amb un fort desenvolupament turístic (Montserrat), un altre amb un potencial de creixement important (Cardona), d'altres en procés de desenvolupament (com ara el Moianès, Castelltallat, el parc de Sant Llorenç del Munt) i d'altres en una fase molt incipient. No tots els municipis situen el turisme dins el mateix nivell de prioritat.

– La heterogeneïtat provoca una falta de coordinació i d'unió entre els diferents agents del sector i entre les administracions. La inexistència d'un patronat o un òrgan gestor global. Poc convenciment en les administracions que han de liderar un projecte turístic global per a la comarca. I una forta tendència localista de cada municipi amb uns objectius propis.

– Existeix un important dèficit pel que fa a les infraestructures turístiques, cosa que planteja molts aspectes a millorar: oficines de turisme, senyalització, accessos, aparcaments, adequació dels recursos turístics, etc.

– No existeix una oferta turística consolidada. Hi ha una manca d'adequació dels recursos; en general no existeixen productes estructurats que ofereixin activitats (oferta complementària): rutes, museus, visites guiades, etc. Caldrà, per tant, potenciar el sorgiment d'iniciatives locals i consolidar les ja existents.

– Existeix el que es podria anomenar un "dèficit d'imatge" en la comarca: poc coneguda, absència d'elements d'identitat vàlids per a tota la comarca, etc. Això dificulta una concepció global del turisme al Bages. Caldrà trobar una estratègia de comunicació i de comercialització adequades a aquesta realitat. Actualment no existeix una imatge ni una comercialització coherents.

Natàlia Lasaosa i Huch
Manel Miró i Alaix
Jordi Piñero i Subirana
Lluís Pujol i Marco

Membres de l'Equip de Treball