

La construcció d'Andorra com a destí turístic

Dra. Maria Jesús Lluelles Larrosa



Joves esquiant a un prat d'Escaldes-Engordany. 1929-1939. Fons Narcís Casal (ANA, NC, 107)

1-Introducció

Andorra ha esdevingut una destinació turística amb una quota de mercat important que fa del país un centre d'atracció de fluxos de visitants, d'una importància regional, que aspira a esdevenir internacional. L'activitat turística s'ha transformat des dels seus inicis fins a convertir-se en l'element bàsic de la configuració de l'estructura productiva andorrana. El turisme és un fenomen modern que es desencadena a conseqüència de la millora dels estàndards de vida que es produeixen després de la Revolució Industrial que, juntament amb el desenvolupament de nous mitjans de transport, posen a l'abast d'uns determinats sectors socials la possibilitat de viatjar. Fer turisme implica una evasió física que es tradueix en un desplaçament que permet canviar de lloc i de context social, de ritme de vida i de comportament; en definitiva, escapar de la rutina.

L'activitat turística d'Andorra, tal com es coneix avui, no té més setanta anys de trajectòria i s'ha constituït en la primera força econòmica del país,

amb importants repercussions en la vida social, econòmica, cultural i mediambiental, fins al punt que gairebé tot el territori ha acabat reestructurant-se en funció del turisme. Andorra és un país que desperta interès i curiositat; hi conflueixen les seves particulars característiques geogràfiques i històriques, així com les especials ofertes que giren al voltant d'un turisme de muntanya i d'unes determinades formes comercials (Lluelles, 1991).

El país inicia el camí com a destí turístic a mitjans del segle XIX, coincidint amb l'arribada dels primers "aventurers", atrets per l'exotisme del lloc, la cultura i els paisatges i, fins i tot, per la manca d'infraestructures. En aquesta primera etapa d'exploració, els visitants arriben en nombre reduït i no requereixen gaires serveis; tampoc van tenir capacitat de modificar l'entorn natural, social i territorial. El fenomen de l'excursionisme conviu amb el termalisme d'Escaldes-Engordany, activitat considerada com a una de les principals formes de turisme modern desenvolupada en un entorn rural. Els vincles entre termalisme i turisme són innegables en aquella època. Durant les primeres dècades del

segle XX, Andorra s'enfronta a la desarticulació de l'economia tradicional per la inviabilitat de les velles formes de producció i busca noves vies per adaptar-se a les condicions i circumstàncies dels països veïns amb els quals manté una relació de dependència estreta.

A aquesta primera etapa, li segueix una altra intermèdia o de transició en què el creixement del nombre de visitants obliga el país a difondre la seva imatge com a destí turístic, bàsicament amb la provisió i millora de noves infraestructures de les quals estava mancat. Es tracta d'una fase que s'inicia l'any 1933, un cop bastida la xarxa de carreteres de FHASA (Forces Hidroelèctriques d'Andorra Societat Anònima) que donarà pas a un període en què el nombre de visitants creix de manera progressiva, així com l'oferta de béns i serveis, amb el desenvolupament de nous atractius, com l'esquí i el comerç al detall, en estreta simbiosi.

Progressivament, Andorra esdevé popular com a destí turístic, capaç de proporcionar una oferta més àmplia de serveis. En aquest procés, perden pes les motivacions inicials dels visitants, basades en l'atractiu de l'entorn natural i social que tant agradaven els viatgers del segle XIX i de principi del segle XX. L'etapa expansiva, en què el turisme es popularitza, es consolida a partir dels anys seixanta del segle XX i s'acompanya d'un procés econòmic i demogràfic capaç de vertebrar Andorra en un Estat de Dret internacionalment reconegut.

Finalment, l'etapa d'expansió dona pas a una altra de consolidació on la taxa de creixement interanual de l'afluència turística comença a decaure, encara que els valors continuïn augmentant en termes absoluts. Andorra, que ha acabat identificant-se amb una economia que viu del turisme, orienta les polítiques públiques a promocionar-se com a destí, centrant els esforços en diversificar l'oferta, allargar les estades i desestacionalitzar

la temporada turística. Sorgeix la necessitat de reorientar el sector turístic per evitar entrar en un període de recessió i, d'aquesta manera, mantenir la competitivitat.

En un intent de diversificació econòmica, amb el canvi de mil·lenni, el país assumeix el repte d'integrar-se en una economia globalitzada que exigeix emprendre reformes substancials en àmbits com la inversió estrangera i la regulació de l'activitat fiscal i financera. En aquest context, l'Administració vol liderar la política turística i crea, l'any 2007, una societat pública anomenada Andorra Turisme, per assolir la millora constant de la competitivitat del país com a destí turístic. Aquesta data marca el final del recorregut que s'ha proposat en aquest estudi.

2.Excursionistes i banyistes, pioners del turisme

Andorra inicia la construcció de la seva imatge com a destí turístic a partir del moment en què es produeix l'arribada dels primers viatgers que van tenir un impacte escàs en l'àmbit de les infraestructures. Aquests primers visitants, autèntics exploradors encuriosits per l'exotisme, arriben en nombre reduït i, generalment, pertanyen a una classe social acomodada. Així, el segle XIX i les primeres dècades del XX, són l'època dels viatgers francesos, anglesos i espanyols que s'interessen per les especificats del país i acostumen a donar una visió pintoresca. Aquests visitants creen, en els seus països d'origen, una primera imatge d'Andorra com a destí, en què el paisatge i l'element cultural són la principal atracció.

Excursionistes i viatgers donen a conèixer Andorra en cercles selectes i ajuden a configurar una imatge del país com a destí, gràcies als seus relats en els què descriuen el territori i els possibles itineraris que es poden dur a terme. L'exotisme és l'element que exerceix una poderosa atracció sobre els visitants d'aquesta època que veuen el terri-



Primers cotxes entrats a Andorra, 13.08.1911. ANA/ Builles V.

tori de manera romàntica. Els autors d'aquest període destaquen la magnificència del paisatge, on el progrés encara no ha fet acte de presència. De fet, l'economia, basada en les activitats agropecuàries, no té capacitat de creixement i la recessió que s'arrossega des del darrer terç del segle XIX, marca els trets de la societat andorrana. En aquest context, la capacitat d'inversió pública és molt escassa i les infraestructures deficientes, com correspon a una economia de trets rurals. La pagesia, que complementa les seves exigües rendes amb el cultiu del tabac i el contraban, es veu obligada a treballar durament durant tot l'any i, fins i tot, a emigrar per buscar feina.

No obstant, no totes les visions són coincidents i per al jurista francès Brutails (1904), Andorra és un país pobre i no el territori idíl·lic que descriuen

alguns autors, on els andorrans han de fer front a un medi ingrat i que, potser, en un futur esdevindrà una societat pròspera (p. 16). Una dècada abans de la inauguració de la carretera hispanoandorrana, l'autor francès Monmarché (1903) descrivia la capital com una localitat tan pobre com la resta de pobles del país, que no superava el mig miler d'habitants i que l'únic fet distintiu era tenir la Casa de la Vall. Dedicava unes línies a la plaça, feta de terra batuda i una mena d'empedrat. Explica l'autor que, des d'Andorra la Vella, es dirigeix a la Seu d'Urgell a través de l'únic pas existent: un camí de ferradura que exigeix cinc hores a coll d'una mula per arribar-hi.

Entre els excursionistes que donen a conèixer tant Andorra com la resta del Pirineu, cal destacar l'ac-

tiu paper dels membres del Centre Excursionista de Catalunya (CEC) que practicaven l'excursionisme científic i l'alpinisme. L'any 1896, el CEC ja havia publicat la guia d'Artur Osona sobre Andorra, amb 42 itineraris. La majoria dels seus membres gaudien d'un estatus social benestant; amb la finalitat de transmetre els seus coneixements impartien conferències que acompanyaven de fotografies. D'aquesta manera, van contribuir al desenvolupament turístic de molts destins locals i a descobrir el potencial hidroelèctric d'Andorra i el Pirineu, durant les primeres dècades del segle XX.

Els catalans no són els únics que col·laboren en la difusió de la imatge d'Andorra. Així, entre els anglesos, destaca Charles L. Freeston, que l'any 1911 entra pel Pas de la Casa i arriba a Soldeu, amb un vehicle de la marca Doriot, Flandrin & Parant (Freeston, 2009/1912).

Entre els autors francesos, destaca Chevalier, amant de l'excursionisme i professor de geografia física de la Sorbonne. Visita el país en varies ocasions i escriu un interessant llibre sobre Andorra, l'any 1925. Respecte de les infraestructures hoteleres de l'època, comenta que, exceptuant alguns hotels d'Escaldes, en la majoria de localitats tan sols es poden trobar fondes poc confortables en les quals només es pot demanar pa, pernil, ous i vi.

Menció especial mereix l'escriptora Isabelle Sandy, que s'enlluerna amb els paisatges i els seus habitants en les dues visites que fa a Andorra, l'any 1922. Al mes de febrer, entra en tartana des de la Seu d'Urgell, perquè el port d'Envalira està intransitable, mentre que a l'agost del mateix any ho fa des de França, al llom d'una mula, utilitzant les rutes d'alta muntanya emprades pels contrabandistes. L'escriptora, en el pròleg al llibre de Combarous, l'any 1933, mostra haver copsat l'essència d'un territori aïllat que descriu com un vestigi del passat i afirma que el viatge a Andorra



Plaça d'Andorra la Vella, 1900-1913. ANA/CEC

ha estat més un desplaçament en el temps que en l'espai. Destaca, de manera especial, la magnificència del paisatge que li permet gaudir d'un gratificant sentiment de solitud, on el progrés encara no ha fet acte de presència. També remarca l'esperit religiós dels andorrans, que es proclamen catòlics i practicants, i comenta que viuen en condicions bastant primitives (Lluelles, 2019a).

Abans de les obres de FHASA, iniciades l'any 1929, les vies de comunicació quedaven limitades a camins rals. Quan encara no existia el pont de la Rotonda, l'itinerari per anar d'Andorra la Vella a Escaldes passava per Engordany i el pont dels Escalls; hi ha constància de l'existència d'un camí que, a través del pont de Tobira, enllaçava les dues localitats, passant pel poble del Fener (Chevalier, 1925). També el trajecte per arribar a Andorra la Vella des de França era relativament complex, en front de la millora que havia experimentat la comunicació amb Espanya amb la inauguració, l'any 1913, de la carretera del bisbe Benlloch que unia la Seu d'Urgell amb la capital. Amb la construcció de la carretera, el comerç tradicional, que s'havia con-

centrat a Sant Julià de Lòria per la proximitat a la Seu d'Urgell, es decanta cap a la capital.

L'impacte de la nova carretera en l'activitat econòmica és constatat pel geògraf Chevalier, que descriu els efectes beneficiosos que ha tingut sobre el comerç d'Andorra la Vella, localitat a la que arriben persones i mercaderies provinents d'Espanya que, posteriorment, es distribueixen per la resta de parròquies:

El comerç a Andorra és concentrat en el seu grau màxim de desenrotllament a Sant Julià de Lòria per la seva proximitat a la Seu d'Urgell, abans quan no existia la carretera feia bo de veure les caravanes de cavalleries fortament carregades de productes d'Espanya i que havien fet d'aquest poble el terme del viatge.

Ara, i gràcies a la carretera [Seu d'Urgell - Andorra la Vella], el comerç té tendència a traslladar-se a Andorra la Vella, ja que d'ací parteixen els tres camins que comuniquen amb totes les Valls, la Masana, Ordino, Encamp, Canillo, esdevenint un lloc de més unitat per les relacions de tot el país.

El comerç d'Andorra és poc important, uns quants magatzems que assortixen els andorrans de les coses més corrents i necessàries com drogueria, merceria, olis, vins, llegums, xocolata, sucre, cafè, etc., encara que molts, al diumenge, van a mercat a la Seu d'Urgell (Chevalier, 1925, p. 71).

La presència d'aigua termal a la localitat d'Escaldes ja havia determinat el desenvolupament d'una indústria manufacturera, al voltant de la llana, als segles XVI-XVIII. Posteriorment, durant el segle XIX i les primeres dècades del XX, es practica el termalisme als hotels de la població; les aigües termals generen un corrent turístic que indueix el desenvolupament d'un sector hotelier que donarà impuls a la localitat.

Malgrat que Escaldes, al segle XIX, no es podia comparar amb Baden-Baden, la localitat va cridar l'atenció dels inversors estrangers. Algunes companyies de capital francès es van mostrar inter-



Hotel Pla, Escaldes-Engordany. 1925-1931. ANA/Builles V.

essades a invertir-hi en projectes turístics de luxe. A canvi dels permisos per explotar complexes de joc i termalisme, les companyies oferien modernitzar les vies de comunicació per connectar amb els països veïns i crear serveis destinats a l'assistència sanitària i educativa. La fórmula "centre termal i sala de jocs", a l'estil de Mònaco i altres llocs d'Europa, adreçada a un turisme d'elit, no va reeixir per raons econòmiques i polítiques (Lluelles, 1991).

A més de l'excursionisme, el CEC també va promoure el turisme termal. L'hotel Pla, un dels establiments més acreditats d'Escaldes, només obria els mesos d'estiu, en la temporada de prendre les aigües calentes, com feien els altres establiments de la localitat. Els hotels, que oferien als seus cli-

ents els beneficis de les aigües sulfuroses, van consolidar un nucli termal adreçat a les classes socials acomodades procedents de Catalunya. Cal remarcar que l'oferta d'Escaldes, limitada als consumidors catalans, quedava lluny del termalisme centreeuropeu que comptava amb una important afluència turística i unes magnífiques construccions. Després d'una fase d'auge econòmic, el termalisme s'ensorra lentament, a partir dels anys trenta del segle XX. Al canvi de gustos en la clientela se suma el cop assestat pels conflictes bèl·lics europeus al termalisme.

L'any 1927, els enginyers Lluís Creus i Alfred Würth, director de la Sociedad Productora de Fuerzas Motrices SA de Barcelona, visiten Andorra per fer els estudis previs d'un projecte hidroelèctric, que acabaria redactant Creus, per analitzar la viabilitat de tres possibles salts d'aigua (Creus, 1932). Creus, a més de ser membre del CEC, va ser un dels fundadors de la Societat Catalana de Geografia i un aficionat a l'alpinisme i a l'esquí.

Per assolir el creixement econòmic que Andorra necessitava es va posar en mans de FHASA el desenvolupament d'un pla general de carreteres, dins del ventall de contrapartides per a la concessió per explotar els recursos hidroelèctrics. La societat es comprometia a construir els trams de carretera d'Andorra la Vella a Escaldes, d'Encamp a Soldeu i d'Andorra la Vella a Ordino, per la Masana, així com a la reparació i rectificació d'altres trams. La part, que des de la plaça d'Andorra la Vella havia d'unir amb la frontera francesa, amb una longitud de 36 km i una amplada de 7 metres, comprenia el tram d'Andorra la Vella a Escaldes (1,7 km) que donarà origen a les futures avingudes Meritxell i Carlemany.

Gràcies a la revolució dels mitjans de transport, que faciliten la mobilitat, els viatges comencen a ser habituals entre sectors cada cop més amplis de la població. L'aparició de l'automòbil, junta-

ment amb les obres de FHASA, fan d'Andorra un país accessible i donen pas a una nova etapa en el procés de transformació del país, facilitant l'afluència de visitants estrangers i donant un nou impuls al turisme. La xarxa de carreteres de FHASA obre una nova via de penetració del turisme francès cap a Espanya, a través del Pas de la Casa (1933), en direcció a la Seu d'Urgell.

3.La difusió de l'activitat turística, 1933-1959

Fins als anys trenta, l'atractiu d'Andorra estava condicionat per les dificultats d'accés i s'adreçava a un turisme minoritari i elitista. L'automòbil arribava amb un cert retard respecte dels països veïns, per la insuficiència de les vies de comunicació. A tall indicatiu, les primeres normes sobre matriculació d'automòbils s'estableixen a finals dels anys vint, mentre que a Espanya ho havien fet l'any 1907. Amb l'intent de sortir de l'aïllament i obrir-se a l'exterior, el Consell General vol atraure capital estranger per millorar les infraestructures viàries, a canvi d'una hipoteca sobre els recursos naturals del país. Aquesta aspiració no es materialitza fins als anys trenta, amb la nova xarxa de carreteres de FHASA que facilitarà que el país esdevingui un lloc de destinació turística per un segment més ampli de les societats veïnes.

En aquesta etapa intermèdia o de transició, tant la Guerra Civil Espanyola com la Segona Guerra Mundial alenteixen l'evolució d'Andorra com a destí turístic. Cal esperar fins als anys cinquanta, quan la societat civil jugarà un paper cabdal, perquè es donin les condicions que possibilitin la forta expansió dels seixanta. La implicació dels agents locals, primer de l'Esquí Club Andorrà (1932) i després del Sindicat d'Iniciativa (1951), esdevé cabdal per adaptar-se a una nova etapa d'activitat turística. Aquestes accions de la societat civil, juntament amb els canvis en els mitjans de transport, donaran

origen al desenvolupament de noves formes de turisme, relacionades amb el comerç al detall i amb l'esquí, que acabarà fent del turisme d'hivern la gran aposta del país.

L'increment progressiu del nombre de visitants condiciona la publicació de les primeres guies de divulgació per donar a conèixer Andorra a un públic més ampli. L'any 1933, s'edita la Guia Itinerari de les Valls d'Andorra de Chevalier, per satisfer els turistes que demanen una petita guia per visitar el país. En aquesta obra, que descriu la situació de l'hoteleria andorrana, l'autor comenta que, excepte els hotels d'Andorra la Vella, Escaldes i Encamp, la resta són petites fondes on no s'ha de buscar confort.

Malgrat el context històric, marcat pels conflictes bèl·lics, Escaldes encara es beneficia d'un turisme espanyol que, per motius de salut i descans, fa estades més llargues que el francès. Entre les motivacions turístiques, Cougoul (1943) destaca que el desig de repòs i les possibilitats de tractament termal motiven la visita de llarga estada dels turistes catalans a l'estiu, mentre que els francesos se senten captivats pel paisatge i per l'element cultural. També comenta que, des de fa alguns anys, l'esquí ha començat a atreure clientela d'ambdós costats de la frontera.

El desenvolupament turístic serà un dels factors que condicionin l'adaptació a les noves necessitats d'una societat en procés de canvi. Per potenciar l'atractiu turístic, s'inicia la que serà una gran trajectòria d'arribada de curses ciclistes al país, que troben a Andorra un escenari ideal per finalitzar les etapes de muntanya. La Volta Ciclista a Catalunya arribava per primera vegada, l'any 1934. L'auge d'aquesta pràctica esportiva, molt lligada al turisme, va donar origen a campanyes de millora de les carreteres i d'atracció de visitants. Els anys 1948 i 1949, la Volta ciclista a Catalunya té finals d'etapa andorrans; tant la col·laboració del Consell General, de 7.000 pessetes, com la

preocupació que desperta l'allotjament dels corredors, així com l'estat de les carreteres, dels serveis de vigilància i de circulació, donen mesura de la importància d'aquesta manifestació esportiva.

3.1. El comerç com a activitat vinculada al turisme

Les repercussions de la Guerra Civil Espanyola i la Segona Guerra Mundial, a més d'anul·lar gairebé l'activitat turística a Europa, també afecten profundament la societat andorrana que intenta adaptar-se a les noves condicions i circumstàncies. Des de la perspectiva de la neutralitat, el Consell General va haver d'afrontar un doble problema: l'abastiment del país i l'ordre públic, derivat de la presència de nombrosos refugiats. No obstant això, ambdues guerres potencien la funció d'Andorra com a plataforma de distribució de mercaderies i persones, afavorida per la posició geogràfica i per l'estatus jurídic.

Com correspon a un territori de frontera, el contraban formava part de la vida econòmica del país i, amb els conflictes bèl·lics, aquesta activitat s'intensifica de manera especial. Es proveeix Espanya de productes francesos, durant la Guerra Civil, mentre que, durant la Segona Guerra Mundial, s'inverteix la direcció del flux, quan es proveeix França de productes espanyols. Espanya demana productes farmacèutics, com penicil·lina, articles químics i recanvis d'automòbils i camions, en especial pneumàtics, mentre que França cerca productes alimentaris i teixits. Ambdós conflictes plantegen situacions semblants davant les quals l'Administració andorrana adopta també fórmules de solució similars.

Els ingressos públics s'incrementen en aquesta dècada d'inestabilitat en què el Consell assumeix el paper d'importador monopolista i distribuïdor de la majoria de les mercaderies a l'interior del país (Lluelles i Garcia, 2018, p. 54). D'aquesta manera, en el període de les dues guerres, es creen les bases

d'un sector comercial lligat al desenvolupament d'una Administració que, a més dels beneficis obtinguts sobre la importació i la distribució, també obté els recursos derivats dels impostos que graven la importació de mercaderies.

Amb motiu de la Guerra Civil Espanyola, un col·lectiu de persones joves, majoritàriament catalans, molts d'ells professionals, es van refugiar a Andorra. Alguns d'aquests refugiats, van fixar la seva residència al país i van contribuir activament al desenvolupament econòmic, cultural i social. Es van integrar amb relativa facilitat en una comunitat amb la qual compartien llengua i van impulsar associacions culturals i esportives que ajudarien a conformar una nova societat immersa en un procés de canvi. En el Registre de Comerç i Indústria, l'any 1939, figuren un centenar d'activitats econòmiques, a escala nacional, 41 de les quals es corresponien a titulars estrangers. En finalitzar la Guerra Civil Espanyola, els 2/3 dels comerciants estrangers es concentraven a la localitat d'Escaldes i tan sols el 15% radicava a Andorra la Vella (Lluelles, 1991, pp. 314-318).

Un cop acabada la Segona Guerra Mundial, l'afluència turística que arriba al país anirà íntimament lligada al fenomen comercial. El geògraf francès Sermet (1970) parla d'onada de "touristes acheteurs" per referir-se al flux que s'instaura al Pas de la Casa a finals dels anys quaranta. L'entrada de prop de 1.600 persones per la frontera francoandorrana l'any 1947, xifra que es duplica l'any següent, és una bona mostra de la importància que comença a adquirir l'activitat turística que, en aquest cas, gira al voltant de productes alimentaris procedents d'Espanya. En anys successius, s'incrementa notablement l'afluència que arriba a les 26.000 persones, l'any 1949, i a les 121.750, l'any 1950 (Sermet, 1970, p. 56).

Les perspectives del turisme comercial determinen que un flux de capital dels països veïns, en especial d'origen català, vulgui invertir a Andorra,

amb la intenció de crear un sector econòmic nou i modern. És tal l'allau de demandes per obrir nous negocis que, l'any 1947, el Consell General decideix suspendre temporalment tota resolució relativa a la concessió de permisos de residència i d'obertura de comerços. Es vol evitar que els articles venuts als comerços andorrans superin les necessitats del consum nacional i es destinin a l'estranger; la corporació té por de causar perjudicis a Espanya i França i, en conseqüència, perdre els privilegis que aquestes nacions tenen concedits a Andorra (Lluelles, 1991, p. 318).

El mercat andorrà s'esforça per oferir una sèrie de productes que responguin satisfactòriament a la demanda de cada moment, exercida pel turista-comprador, que busca productes que no troba al seu país d'origen o que li representen una major despesa. Durant els anys cinquanta, s'incrementa el turisme català que exerceix una forta demanda d'articles de consum d'origen francès. L'advocat Forné, membre destacat del Sindicat d'Iniciativa, comenta que, l'any 1955, van entrar 250.000 turistes per la frontera francesa i 100.000 per l'espanyola, xifres molt elevades en comparació a la població del país, que no arriba als 7.000 habitants. També proporciona un perfil dels turistes de l'època: assenyala que els francesos visiten el país en família per buscar repòs i comprar sabates i vestits en condicions raonables; per contra, els espanyols, el nombre dels quals creix de dia en dia, venen amb la dona, sense fills, fan una estada breu i compren els articles més diversos (Forné, 1956).

L'auge assolit pel turisme, durant la dècada dels anys cinquanta, crida l'atenció del geògraf català Llobet que afirma que la proliferació de botigues ha fet canviar l'aspecte de les poblacions i destaca que la carretera d'Escaldes a Andorra la Vella s'ha omplert de comerços, el que li crea la sensació que els dos nuclis tendeixen a unir-se. En aquest sentit diu que:

La proliferación de almacenes ha hecho crecer algunos pueblos que han perdido parte de su aspecto rústico. La carretera de Les Escaldes a Andorra la Vella está flanqueada de almacenes y hoteles, al punto que los dos pueblos parece que no forman nada más que un solo conglomerado. Con el turismo, Andorra alcanza la última fase de su desarrollo. En verano 350.000 turistas ocupan pacíficamente el país. Compran tabaco y otros productos de importación. En el curso del siglo XX el comercio ha alcanzado una dimensión jamás igualada [...]. El comercio y el turismo abren nuevos horizontes al pueblo andorrano (Llobet, 1956, p. 2).

L'activitat turística, molt vinculada al comerç, repercuteix de manera desigual en el territori. A finals de la dècada dels cinquanta, la situació de la capital, Escaldes i el Pas de la Casa, que es beneficien del turisme comercial, contrasta amb l'estancament econòmic de les parròquies del riu Valira del Nord. Per compensar les disparitats territorials, l'any 1959, s'impulsa el Pla pilot de desenvolupament econòmic de la vall d'Ordino, promogut pel Comú. Es tracta d'un projecte urbanístic que pretén contribuir al creixement d'aquesta parròquia que es troba endarrerida respecte a la vall central, beneficiada per un gran moviment turístic, amb els conseqüents beneficis que comporta (Vellas, 1961). Com a testimoni d'aquest pla, tan sols queda un grup de xalets construïts a la Cortinada.

3.2. Configuració de l'esquí com a recurs turístic

L'esquí, com a esport de lleure que donarà lloc al turisme d'hivern, es va popularitzar als Alps, entre l'alta societat europea, a finals del segle XIX, i es va compatibilitzar amb el termalisme. Les aigües termals també van tenir un paper essencial en la promoció de l'esquí al Pirineu francès, en localitats com Luchon i Cauterets, que disposaven d'una gran capacitat d'allotjament i vies d'accés ben cuidades, factors que atreïen una clientela

acomodada que complementava l'activitat termal amb l'esquí.

L'estació d'esquí més antiga del Pirineu és la de Superbagnères que inaugura un funicular l'any 1894, considerat el giny mecànic més antic del Pirineu, que permetia salvar un desnivell de 200 metres, per sobre el balneari de Luchon. En aquesta localitat, l'any 1912, es va posar en funcionament un tren cremallera per accedir a la cota 1800, on se situa l'accés a l'estació de Superbagnères que inaugura un dels primers teleesquís europeus, l'any 1937. La localitat de Cauterets, ben comunicada per un tren elèctric, acull un club d'esquí l'any 1907 i, tres anys més tard, organitza el campionat de França d'esquí, juntament amb Eaux-Bonnes.

La pràctica de l'esquí s'introdueix a Catalunya de la mà del CEC, amb estacions emblemàtiques com la Molina on es disputa la primera competició internacional l'any 1912. Dues dècades més tard, l'esport de l'esquí arriba a Andorra i, en un primer moment, es beneficia de les infraestructures creades per FHASA que havia construït habitatges temporals pels seus obrers. Al costat sud del port d'Envalira, un d'aquests barracons, situat a 2.124 metres d'altitud, esdevé l'emblemàtic xalet-refugi d'Envalira per iniciativa de l'enginyer de FHASA Àlvar Menéndez, l'any 1933, un any després de fundar l'Esquí Club Andorrà. El refugi acollirà tant els esquiadors del país com els vinguts de fora. A la part nord del port, neix un poblat temporal format per un aglomerat de barraques de fusta i plaques de ciment que, pocs anys després, donarà origen a la localitat del Pas de la Casa.

En aquesta primera etapa, s'organitzen sortides amb autobús per esquiar al port d'Envalira, al coll d'Ordino i al coll de la Botella; durant l'hivern de 1933-1934, es posa en funcionament un vehicle eruga per transportar els esquiadors. L'Esquí Club Andorrà es mostra actiu i organitza, l'hivern de 1936, els campionats d'esquí d'Andorra, amb la participació d'esportistes francesos i alemanys i,



Trasllat d'esquiadors amb un vehicle eruga, Setmana Santa de 1955. ANA/ Fons Werner Lengemann

ben aviat, passa a comptar amb 240 socis d'Andorra, França i Espanya (Mas, 1999).

L'activitat esportiva de l'Esquí Club Andorrà, que s'ha vist interrompuda durant el període de guerres, reprèn l'any 1945, amb el naixement d'un nou club. Han transcorregut vint-i-un anys des de la primera olimpíada d'hivern celebrada a Chamonix quan, el 20 d'agost de 1945, un grup d'entusiastes de l'esquí, entre els quals es troben Manel Cerqueda, Àlvar Menéndez i Miquel Baró, es reuneixen a l'Hotel Palacín d'Escaldes i acorden constituir l'Esquí Club Envalira, per desenvolupar i facilitar la pràctica de l'esquí al país; el càrrec de president recau en la persona de Manel Cerqueda.

L'acabament de les guerres va facilitar que l'Esquí Club Envalira iniciés una activitat entusiasta; organitza diverses proves i campionats que estimu-

len l'afició, atreuen nombrosos visitants i edita la revista Neu. En el primer número d'aquesta publicació, del gener de 1952, es comenta que Andorra és cada dia més visitada pels turistes que poden contribuir a millorar el nivell de vida del Principat. La revista destaca que l'esport de la neu és el que més interessa protegir, ja que Andorra es troba mancada de visitants durant els mesos d'hivern.

Un cop constituït el nou club, la Junta sol·licita l'adhesió a les federacions espanyola i francesa; el 8 d'octubre de 1945 ingressa a la Federació Catalana i el 2 de novembre a la dels Pirineus Est de França. Un dels fundadors del club, Àlvar Menéndez, que esdevindrà president en la dècada següent, ocupa els càrrecs de vicepresident de la Fédération Pyrénéenne, president de la Federació Catalana i vicepresident de la Federación Nacional Española. El 3 de febrer de 1946 s'organitza a Ordino el



Cotxe de línia d'Àcs dels Termes, traslladant esquiadors, Setmana Santa de 1955. ANA/ Werner Lengemann

primer concurs social d'esquí, que guanyen ex aequo Francesc Mora i Lluís Molné; aquest darrer obtindrà a Núria el títol de campió de Catalunya de Comarcals. L'Esquí Club organitza curses, per seleccionar corredors, i participa en un concurs a la Molina amb un equip integrat per Lluís Molné, Francesc Viladomat i Ramon Huguet (Baró, 1952). Durant la Pasqua de 1947, s'organitza una cursa amb 58 participants; abans de la cursa, com era habitual a l'època, s'havia celebrat missa al refugi d'Envalira. L'any 1948, Viladomat es proclama campió de Catalunya de segones categories i és convidat per la Federació Catalana a participar, amb el seu equip, en els campionats d'Espanya que tenen lloc a Guadarrama. Aquest any, també s'inaugura la pista de baixada de Soldeu. Simultàniament, el CEC demana permís per incloure Viladomat en el seu equip, per a les curs-

es de Zermatt. L'any 1949 els corredors andorrans participen en els campionats d'Espanya celebrats a Candanchú i als campionats de Catalunya de primeres categories a Núria, en què Molné i Viladomat obtenen victòries. El poble d'Escaldes és escenari de l'assemblea de la Federació Francesa d'esquí i els participants són obsequiats amb un banquet d'homenatge a l'hostal Valira (Torres, 1952).

Trasllat d'esquiadors amb un vehicle eruga, Setmana Santa de 1955. ANA/ Fons Werner Lengemann

Sense arribar encara al volum assolit pel turisme estival, es potencia el turisme d'hivern amb inversions en ginyes mecànics que revolucionaran la pràctica de l'esquí. Durant la temporada 1957-1958, s'inaugura a Andorra el primer teleesquí llarg que enllaça el Pas de la Casa i el coll Blanc, amb un recorregut de dos quilòmetres. Dos anys després, es construeix el teleesquí de Grau Roig al qual es



Hotel de France, 1930. ANA/ Plandolit, Guillem de

traslladen els esquiadors des del refugi d'Envalira, utilitzant vehicles eruga. Com a referència, el primer teleesquí del món es posava en funcionament a Davos, l'any 1934, mentre que el primer d'Espanya s'estrenava a la Molina, l'any 1943. La mecanització de l'esquí genera una considerable aflluència d'esquiadors espanyols, francesos i andorrans i posa en relleu les possibilitats d'aquest esport que, en les dècades vinents, consolidarà Andorra com a destí de neu.

3.3. Adaptació del sector hotelier a la nova demanda turística

Les expectatives generades per les obres de FHA-SA, destinades a millorar les comunicacions amb l'exterior i fer més permeable el país, faciliten que Andorra comenci a intuir el seu potencial turístic.

S'inicia un procés de substitució d'una hoteleria tradicional, basada en fondes i pensions, per una més moderna i confortable, amb la construcció de nous establiments denominats de luxe. Entre les primeres inversions, destaca la de la societat Companyia Francesa que lloga per cinquanta anys la fàbrica de Tabacalera Andorrana, a la parròquia d'Andorra, que transforma en el luxós hotel de France, l'any 1930. Les obres de remodelació van durar prop de dos anys i van ocupar un bon grapat de treballadors; després d'uns anys de funcionament, l'edifici esdevindrà la seu dels estudis de Ràdio Andorra.

L'any 1934, obre les portes l'hotel Mirador, situat al barri antic, però les inversions hoteleres no es limiten a la capital; la presència dels monjos de Montserrat també dona un important impuls cultural i turístic a la localitat d'Escaldes. Els benedictins,

que inauguren l'any 1933 el segon establiment de luxe del país, l'hostal Valira, també són propietaris de la pèrgola situada davant del mateix hotel.

L'any 1940, s'havien acabat les obres de l'hotel Pyrénées a Andorra la Vella i, tres anys més tard, s'inaugurava el luxós hotel Rosaleda d'Encamp. El panorama de l'hoteleria, al començament de la dècada dels anys quaranta, és descrit per Cougul (1943). L'autor francès afirma que l'hoteleria andorrana, a la qual augura un gran futur, és una indústria jove que s'esforça per modernitzar-se; posa com a exemples del sector, l'hostal Valira i l'hotel de France. Cougul destaca que la majoria d'hoteles es concentren a Escaldes, que compta amb cinc establiments que es beneficien de la clientela catalana fidel al termalisme. També menciona un bon hotel a Encamp, l'hotel Oros, i l'existència d'altres establiments a Andorra la Vella i Sant Julià, sense oblidar un d'important, a punt d'acabar, a Ordino.

Durant la dècada dels anys cinquanta, es produeix la separació definitiva entre la modesta hoteleria tradicional predominant, sense pretensions, característica d'èpoques anteriors, i un nou concepte més modern i confortable. Apareixen nous hotels, especialment als nuclis d'Andorra la Vella, Escaldes i el Pas de la Casa; tan sols a l'avinguda Meritxell s'inauguren cinc establiments, a més de l'hotel Marticella que ho fa a cavall de les localitats d'Andorra la Vella i Escaldes (Lluelles 2019b). Aquestes localitats esdevenen un actiu centre turístic orientat al comerç al detall que passa del 55% de les places hoteleres nacionals, l'any 1952, al 69%, l'any 1959. En aquests set anys es duplica la capacitat de l'oferta hotelera nacional, que s'incrementa de 46 hotels, amb 1.273 habitacions, a 73 hotels amb 2.702 habitacions. Aquesta oferta hotelera es complementava, durant els mesos d'estiu, amb nombrosos càmpings, repartits per totes les parròquies i adreçats principalment a la clientela francesa (Lluelles, 1991).

El geògraf francès Meynier (1956), en analitzar la imatge que li ofereix Andorra a la segona meitat de la dècada dels cinquanta, destaca que hi ha diumenges en què el país rep més turistes que els habitants que té. Els hotels, segons l'autor, tenen 800 habitacions més que els de Tolosa, ciutat que posseeix una població cinquanta vegades superior a l'andorrana. Meynier considera que el desplegament de diners i turistes ha modificat l'aspecte de les valls, ja que en quinze anys la carretera s'ha convertit en un carrer amb hotels, restaurants, botigues i garatges. Segons l'autor, Escaldes té els hotels més grans i és on s'allotja el nombre més gran de turistes.

3.4. Participació dels agents locals: Sindicat d'Iniciativa i Automòbil Club

D'acord amb l'exemple d'altres països europeus, encara que amb uns anys de retard, apareix en escena la societat civil que, malgrat no tenir el poder coercitiu de l'Administració, aporta la influència social necessària per promoure projectes, molts d'ells en l'àmbit turístic. Un seguit d'entitats esportives i culturals comencen a tenir un paper rellevant en la promoció d'Andorra com a destí turístic, així com en el consegüent desenvolupament del país, de manera molt especial a partir dels anys cinquanta, en estreta col·laboració amb l'Administració. El Consell General intueix que el sector turístic pot esdevenir la principal font d'ingressos del país i, en conseqüència, inverteix en la millora de les infraestructures viàries i telefòniques per facilitar l'afluència de visitants estrangers.

Com a exemple de l'auge que viu la societat civil, l'any 1950 es presenta un projecte per crear una de les primeres associacions turístiques, el Patronat Nacional de Turisme, que aprova el Consell General amb el nomenament com a president del conseller Bonaventura Armengol. El patronat esdevé el Sindicat d'Iniciativa de les Valls d'Andorra que, durant l'any 1951, obté l'aprovació dels seus estatuts



Sindicat d'Iniciativa, s.d. ANA/Fèlix Peig

i s'instal·la a les dependències de la Biblioteca de Casa de la Vall. L'antecedent històric del Sindicat d'Iniciativa es remunta a l'any 1925, quan s'aprova la creació d'un organisme anomenat Sindicat d'Iniciativa de Turisme de les Valls d'Andorra, que va funcionar uns anys i del qual encara hi ha constància l'any 1934.

El Sindicat d'Iniciativa de les Valls d'Andorra resorgeix com una associació civil que pretén organitzar i impulsar el moviment turístic, en un moment en què l'Administració no té encara prou capacitat per assumir els nous reptes que es deriven de la progressiva aflluència turística, com les nombroses demandes d'informació que no són ateses per manca de personal qualificat i de material gràfic específic. La institució arriba amb retard, en relació amb altres països de l'entorn, com França, que van conèixer aquests tipus d'organitzacions a finals del segle XIX.

En el moment de la seva creació, l'any 1951, agru-

pa tot el ram de l'hoteleria i gran part del sector comercial, amb un total de 300 afiliats. Entre les funcions del Sindicat d'Iniciativa, a més d'informar regularment de les seves activitats al Consell, s'incloïa la de contribuir a la prosperitat i l'organització del país des d'un punt de vista turístic. S'encarregava de distribuir propaganda, atendre les peticions dels turistes que, ja l'any 1955, van sobrepassar les 1.500, editar un llistat anual d'hotels i càmpings i enviar còpia als organismes de turisme estrangers. El Sindicat d'Iniciativa promou la imatge d'Andorra com a destí turístic en els mitjans de difusió i crea fins a nou delegacions a l'estranger. L'any 1958 es convida diversos periodistes dels països veïns a visitar el país, es fan unes proves de paracaigudisme al port d'Envalira que tenen un important ressò mediàtic i s'organitzen concursos de tir al colom. Durant la dècada dels anys cinquanta, Andorra apareix en tres ocasions en el servei de difusió de noticiaris i reportatges espanyol NO-DO, que exhibia la seva producció en tots els cinemes espanyols. A la funció promocional del Sindicat d'Iniciativa se suma la representació d'Andorra en diversos actes. Així, el Consell General, delega l'organisme perquè participi en algunes reunions internacionals sobre turisme, com la Fira de Mostres de Barcelona de 1957, l'Exposició Universal de Brussel·les de 1958 i la Conferència dels delegats de turisme dels petits estats d'Europa, que va tenir lloc a Montecarlo el mateix any. L'any 1959 també participa en la Fira de Mostres de Barcelona i a la Conferència dels delegats de turisme dels petits països d'Europa, que té lloc a Liechtenstein.

El Consell General pretén projectar a l'exterior una imatge de modernitat, relacionada amb la pràctica esportiva i amb l'automobilisme. En l'àmbit esportiu, el Sindicat d'Iniciativa es decanta per les proves internacionals de ciclisme, conscient que desperten cada vegada més expectació en amplis sectors; sobre aquesta base, es decanta per la promoció d'Andorra com a final d'etapa de grans



Volta ciclista a Catalunya, sortida de l'etapa a l'avinguda Carlemany, 21/09/1949. ANA/Francesc Pantebre

proves ciclistes.

L'any 1950, tal com ja havia passat en anys anteriors, el país acull la XX Volta ciclista a Catalunya patrocinada pel Consell; l'any 1951, el Sindicat d'Iniciativa rep del Consell 3.000 pessetes, per finançar el final d'etapa de la mateixa prova, que tornarà a tenir lloc l'any 1955. En l'edició de 1956, en què la capital esdevé novament final d'etapa de la Volta ciclista a Catalunya, el Consell organitza una recepció a Casa de la Vall, a la qual convida el secretari del Ministeri d'Informació i Turisme espanyol. Les autoritats andorranes aprofiten la trobada per demanar facilitats per passar per la duana i ampliar l'horari per als turismes. Aquest paper de promoció i foment del turisme que portava a terme el Sindicat d'Iniciativa serà assumit, progressivament, per l'administració pública (Lluelles, 2004, pp. 143-146).

Quan es parla de participació de la societat civ-

il en relació amb el turisme, també cal fer esment d'altres associacions que neixen durant els anys cinquanta, entre les quals destaca l'Automòbil Club d'Andorra (ACA) per la seva implicació en la construcció d'Andorra com a destí turístic. El creixement del parc automobilístic i la complexitat que sorgeix al seu voltant afavoreixen l'aparició de l'ACA, el 24 de maig de 1954, any en què ingressa com a membre a la Federació Internacional de l'Automòbil (FIA). La nova entitat assumeix la redacció d'un Codi de circulació, aprovat l'any 1960, que estableix el format de les matrícules i determina els



Rally Catalunya-Costa Brava, 1959. ANA/Fèlix Peig

documents exigibles en el moment de la matriculació.

L'ACA també promou l'esport al voltant del món del vehicle, a través de ral·lis turístics, algunes proves de velocitat i la participació en proves automobilístiques de renom, com el Ral·li de Catalunya. L'any 1957 organitza el Segon Ral·li nacional d'Andorra, que recorre diverses poblacions d'Espanya, com Saragossa, Madrid, València i Cambrils, amb la participació de cinquanta vehicles. També és el promotor del Primer Ral·li internacional Andorra-Mònaco-Andorra, que compta amb la participació d'una quarantena de vehicles; la pujada de



Part baixa de l'avinguda Meritxell, 1973-1974. ANA/ Fons Fèlix Peig

la Costa de la Massana, prova annexa de velocitat d'aquest ral·li, era considerada dura i espectacular.

4. Popularització del turisme, 1960-1989

El flux creixent de turistes que visita el país, a finals dels anys cinquanta, coincideix amb una fase d'expansió econòmica, que es consolida als anys seixanta i es manté fins als noranta. L'activitat turística esdevé el motor fonamental del desenvolupament econòmic que evolucionarà estretament vinculat amb la dinàmica de creixement dels estats veïns, i especialment, per raons geogràfiques i culturals, amb la de Catalunya. En aquest període es consolida el turisme de mass-

es al país que esdevé un pol d'atracció turística de marcada estacionalitat, amb predomini de l'afluència estival i de caps de setmana; es tracta d'un turisme massiu atret pel sector comercial amb equiparació de la clientela espanyola i francesa.

Andorra es beneficia, de manera indirecta, del Pla d'estabilització espanyol (PE) de 1959 que va dinamitzar la malmesa economia de l'Estat veí i va constituir l'origen de l'anomenat "miracle econòmic espanyol". Es tractava d'un conjunt de mesures per revertir el procés inflacionista i aconseguir divises estrangeres per evitar la suspensió de pagaments a la que s'abocava el país. Entre els resultats del PE, cal destacar la millora dels nivells de vida, l'increment del parc automobilístic i la simplificació de les normes de viatge i de les formalitats duaneres que van afavorir a un espectre social més ampli a



Plaça Coprínceps, 1975. ANA/Fèlix Peig

viatjar per motius d'oci. Tot plegat va contribuir a fer que Andorra es beneficiés d'un flux progressiu de turistes espanyols, àvids d'adquirir productes que no podien comprar al seu país, per no estar presents o per tenir un preu elevat.

A partir dels anys seixanta, l'atractiu turístic fonamental és l'oferta comercial que, necessàriament, s'havia de complementar amb una oferta hotelera prou àmplia. Aquests sectors destacaran al llarg de tota la segona meitat del segle XX i constituïran l'element impulsor de l'expansió econòmica. Per tant, el creixement de l'economia andorrana, fortament condicionat per la demanda exterior a través del turisme, donarà origen a dos sectors protagonistes del desenvolupament: el comerç i l'hostaleria, estretament interrelacionats i necessitats d'una mà d'obra inexistent al

país. Si el turisme és el fenomen econòmic més important d'aquest període, l'arribada de mà d'obra estrangera per afrontar els nous reptes és el factor clau per entendre la dinàmica de la societat andorrana.

Les responsabilitats creixents del Consell General i la tenacitat de la classe política permeten que l'Administració assumeixi, de forma gradual, els serveis públics que ha de controlar i gestionar. La fase d'expansió de l'activitat turística exigeix la creació d'un Departament de Turisme, l'any 1960, que és el punt de partida del compromís del Consell General en la gestió turística; amb un pressupost de 250.000 pessetes anuals, tenia com a finalitat la de difondre la imatge d'Andorra com a destí turístic per incrementar els volums de l'afluència. En el si del Consell guanya força la idea que les parròquies dis-

posin d'alguna instal·lació que estigui en sintonia amb l'orientació de cadascuna, per complementar l'oferta turística i aconseguir una redistribució dels beneficis del turisme. Sobre aquesta premissa, s'efectuen importants inversions en la millora de la xarxa viària i en els primers estudis de perforació del futur túnel d'Envalira.

Les possibilitats econòmiques que intueix el Consell General, a l'inici de la vertiginosa dècada dels anys seixanta, són gairebé il·limitades. El síndic Julià Reig, en el discurs que fa amb motiu de la festivitat de la Verge de Meritxell, l'any 1961, estableix un programa de política econòmica, centrat en l'activitat turística, amb una aposta especial pel turisme d'hivern. Aquest programa esdevindrà l'ideari de l'Administració durant les pròximes dècades:

Hem de fer més carreteres d'alta muntanya, per a fer conèixer les bel·leses naturals del país; construir telefèrics, per explotar millor les nostres excel·lents pistes d'esquí i foradar el port d'Envalira, per atreure el turisme d'hivern; reorganitzar l'electrificació de les valls resolent d'una vegada l'etern problema de FHA-SA; dedicar a la Higiene pública una atenció esmerçada; hem de fer cada vegada més agradable l'estada als nostres visitants [...].

Per posar en pràctica aquest vast programa de reformes es necessitaran quantitats de recursos; en tenim ja alguns i hem d'obtenir-ne d'altres: els cànons (de les ràdios) que encara no es paguen s'hauran de pagar [...] les taxes establertes nodreixen el Pressupost de la Vall, però si s'evita el frau produiran infinitament més. Crearem, costi el que costi, aquesta nova Andorra, orientada vers el Turisme¹.

Durant les dècades dels anys setanta i vuitanta, s'assisteix a un creixement econòmic intens i prolongat que consolida el model de país iniciat en la

dècada anterior. A mesura que la funció comercial entra en un procés de forta expansió, la recaptació en concepte de taxes sobre l'entrada de mercaderies experimenta un increment espectacular que permet cobrir a bastament les necessitats nacionals.

Les dades de l'estructura sectorial de la població ocupada reflecteixen amb claredat el procés de terciarització de la base econòmica dels primers anys setanta, amb un predomini clar del comerç i l'hoteleria que donen la pauta del creixement econòmic. Durant aquest procés d'expansió econòmica, les inversions privades es van dirigir a les activitats productives amb més capacitat per competir i generar beneficis, especialment al comerç, l'hoteleria i la construcció. A partir dels anys setanta, el desenvolupament econòmic del país, estructurat en funció del turisme, tindrà un impacte sobre tot el territori i les formes de vida.

La Sindicatura de Julià Reig encarrega un estudi a un grup d'economistes de Barcelona, dirigit per Josep Maria Bricall, que serveixi d'anàlisi i reflexió per preveure les estructures necessàries per a fer possible una vida social i econòmica a llarg terme. L'equip Bricall destaca que l'afluència turística, que ha crescut un 11% anual en la dècada dels anys seixanta, per arribar a gairebé tres milions de visitants, presenta uns trets que poden perjudicar la seva futura evolució. Entre els aspectes negatius, es remarquen el breu sojorn, la reduïda despesa dels visitants i la forta i peculiar estacionalitat. Aquests factors, afegits a la insuficiència del pressupost públic, les deficients comunicacions interiors i exteriors, la manca d'aparcaments, la pol·lució i el desordre urbanístic, poden comportar dificultats en el desenvolupament futur d'Andorra com a destí turístic (Bricall et al., 1975, pp. 75-95).

La situació de l'economia, poc diversificada i excessivament dependent del sector turístic, també preocuparà el primer executiu encapçalat per Òscar Ribas que, l'any 1982, encarrega a l'equip Prog-

¹ANA/ASCG/Llibre d'Actes del Consell General, sessió 08.09.1961.



Part baixa de l'avinguda Meritxell, 1974-1975. ANA/ Fons Fèlix Peig

nos realitzar un estudi sobre les possibilitats de diversificar l'oferta turística. S'analitzen els punts forts i febles del sector per establir una sèrie de propostes que facilitin una millor integració en el mercat turístic internacional. Les conclusions, a mitjà i llarg termini, aconsellen posicionar la imatge global d'Andorra i proposen la creació d'un centre de congressos, un casino, una piscina termal i un parc natural i d'atraccions. Els responsables de l'estudi fan especial incidència en destacar que cal augmentar l'atractiu urbà i no perdre mai de vista que el capital d'Andorra està constituït per la natura, que s'ha de tractar amb molta cura (Lluelles i Garcia, 2018).

4.1. Creixement de la demanda turística

Amb la consolidació del turisme de masses, An-

dorra se situa a l'òrbita de centres emissors turístics com Catalunya, la resta de l'Estat espanyol, França i també del gran flux turístic europeu que, a l'estiu, s'adreça a Espanya per carretera i una part del qual travessa Andorra. Un bon indicador per conèixer la importància quantitativa de les activitats turístiques i la seva evolució al llarg del temps és el nombre de visitants rebuts. Les dades s'han extret de la informació que proporcionen els organismes espanyols i francesos, encarregats de registrar els moviments de persones en frontera, Frontur i Direcció Regional de duanes de Perpinyà.

El nombre de visitants augmenta un 66% en el període 1962-1969; l'any 1962 entren 1,4 milions de turistes, xifra que s'incrementa fins a 2,3 milions, l'any 1969. Els primers anys del decenni, els valors d'afluència són similars a les dues fronteres, però,



Part alta av. Meritxell, concurs de Miss Europa, 1976. ANA/ Fons Fèlix Peig 04133

de forma progressiva, augmenten les entrades per la frontera hispanoandorrana que, amb 1,5 milions de visitants representen el 64% del total de l'afluència de 1969. El predomini del turisme espanyol està motivat per la diferència de preus i les novetats que ofereix el mercat andorrà. D'aquesta manera, l'activitat comercial creix de forma vertiginosa i el país s'orienta a les activitats que resulten més lucratives, com el comerç i el turisme, quedant relegades les activitats agropecuàries.

L'any 1970, els viatgers que van entrar a Andorra per les dues fronteres s'aproximaven als 2,8 milions de persones, xifra important si es considera el volum limitat dels fluxos turístics de l'època, especialment els generats per la societat espanyola d'aquella època. Durant la dècada dels vuitanta

es produeix un flux massiu de visitants, que registra la xifra rècord de 12 milions l'any 1980 i el 1989; l'increment turístic dels anys vuitanta és conseqüència de la gran afluència espanyola, amb participacions que superen el 70% del total de les entrades, especialment els anys previs a l'ingrés d'Espanya a la CEE. Els visitants procedents de França presenten, al llarg de tot el període, un comportament més regular que els espanyols, tot i que durant els primers anys dels setanta, van augmentar de manera més intensa que els que accedien per la frontera espanyola, per equiparar-se ambdós fluxos, entre 1973-1976 (Lluelles i García, 2018).

La motivació comercial dels turistes apareix clarament definida des dels anys seixanta, associada a la consolidació del turisme de masses, fenomen que persisteix en les dècades posteriors. Aquest

comportament és el resultat d'una combinació de factors: la proximitat d'àrees amb una densitat de població elevada, especialment Catalunya, les afinitats culturals amb aquesta zona i la millora del nivell de renda. No obstant això, l'atracció derivada d'una oferta comercial, notablement àmplia pels estàndards de l'època i amb preus molt competitius, va ser un factor determinant. La situació es modificarà a partir de l'entrada d'Espanya a la CEE, moment en què el mercat domèstic espanyol gaudirà d'una major oferta; aquest fet influirà sobre el sector comercial andorrà que es veurà obligat a adaptar-se a les noves condicions.

Cal remarcar que, a partir de mitjans dels anys vuitanta, es modifiquen les pautes d'estacionalitat en la contractació de la població assalariada. Mentre que els anys anteriors s'observava un increment significatiu de l'ocupació, durant l'estació estival, a mesura que avança la dècada dels vuitanta, l'ocupació laboral augmenta en els mesos d'hivern i per les vacances de Setmana Santa; en contrapartida, tendeix a reduir-se durant les vacances d'estiu. Aquest canvi, que es manifestarà de manera molt més clara durant els anys noranta, s'explica per una transformació progressiva del model turístic del país, amb un reforçament gradual dels visitants atrets per la pràctica dels esports d'hivern (Sáez, 2004).

4.2. Ampliació de l'oferta hotelera

Complementant l'oferta comercial, el sector hotelier apareix com un altre element revelador del protagonisme del turisme en l'activitat econòmica del país. El corrent d'admiració que desperta l'esquí obre noves possibilitats a l'hoteleria, perquè permetrà mantenir les portes obertes durant els mesos d'hivern. Des de la dècada dels cinquanta, la indústria hotelera experimenta un creixement notori que condicionarà, l'any 1961, el naixement de la Unió Hotelera d'Andorra, vinculada al Sindi-

cat d'Iniciativa, amb la voluntat d'agrupar tots els establiments del país. L'impuls del sector hotelier es produeix, en bona part, gràcies a la reconversió d'altres sectors productius, especialment el primari, fet que propicia l'aparició de petits hotels d'estructura exclusivament familiar, alguns dels quals tan sols obren de forma temporal, entre els mesos de juny i setembre. Aquesta és la raó per la qual el 40% dels hotels existents, l'any 1968, no tenen assalariats inscrits a la seguretat social.

Segons dades del Sindicat d'Iniciativa, entre 1963 i 1968, el nombre d'hotels passa de 103 a 145 i les habitacions de 3.918 a 5.525. Durant la dècada dels seixanta, els dos terços de la indústria hotelera es concentren al nucli format per Andorra la Vella i Escaldes-Engordany. A la dècada dels setanta, s'inicia un procés de redistribució per tot el territori nacional que es manifesta més clarament als anys vuitanta. Aquest procés es deu, bàsicament, al fort desenvolupament del sector hotelier a les parròquies que disposen d'estacions d'esquí.

L'any 1970, el nombre d'establiments hotelers és de 162 –més del doble dels existents deu anys abans– amb 6.353 habitacions i 12.706 places que resulten de multiplicar per dos el nombre d'habitacions. Aquest any, la proporció de places d'allotjament en establiments hotelers era de 650 per mil habitants, en el cas d'Andorra, mentre que un país com Mònaco no arribava a les 200 per mil habitants. Les places totals d'allotjament –incloent-hi també apartaments i càmpings– eren gairebé 900 per mil habitants, mentre que la majoria de països europeus –inclosos França i Espanya– no arribaven a les 40 per mil (Lluelles, 1991, pp. 391-395).

L'expansió del sector de l'hoteleria es confirma per l'elevat nombre d'assalariats que determinen l'especialització de l'economia en el sector turístic. Si s'utilitzen com a referència les dades dels treballadors afiliats a la CASS, l'any 1970, el sector comercial absorbia el 29,3% del total i l'hoteleria, amb 810 assalariats, aportava un 13,4%; la suma dels dos

grups anteriors, que integren el sector turístic, representava el 42,7% de l'ocupació total, clarament per damunt de qualsevol altra activitat.

L'augment experimentat pel nombre d'assalariats del sector hotelier és notablement superior al d'establiments i places hoteleres, fet que evidència una millora considerable en la qualitat del servei ofert pels establiments, encara que també respon a un canvi en el model d'explotació de les empreses, basat cada cop menys en establiments de caràcter familiar i més en unitats empresarials especialitzades i de major dimensió. La importància adquirida pel sector en aquest període d'expansió del fenomen turístic, es plasma en els 254 hotels existents amb 10.443 habitacions i 3.502 assalariats de l'any 1989.

4.3.Els esdeveniments esportius com a reclam turístic

El Sindicat d'Iniciativa de les Valls d'Andorra, membre de la Federació Espanyola de Centres d'Iniciativa i Turisme i de la Federació Francesa de Sindicats d'Iniciativa, continua amb la seva activitat promocional. S'encarrega de respondre per escrit a les demandes d'informació i d'enviar material publicitari a les seves delegacions a l'estranger – França, Gran Bretanya, EUA, Bèlgica, Alemanya, Suècia, Dinamarca i Portugal. També organitza esdeveniments esportius, com a fórmula complementària de reclam turístic. A més, atén les consultes habituals dels turistes que, l'any 1968, van arribar a gairebé 30.000. Addicionalment, organitza festivals patrocinats pel Consell, així com l'arribada de curses ciclistes i s'ocupa de l'organització del pavelló d'Andorra a la Fira de Mostres de Barcelona, l'any 1962 i l'any 1965, que compta amb un estand propi. Un clar exponent de l'activitat de promoció turística de l'organisme ho constitueix la participació, l'any 1965, a la Feria Internacional del Campo, mostra agropecuària que va tenir lloc a Madrid; el pavelló d'Andorra en

aquest certamen estava presidit per una fotografia panoràmica de les muntanyes andorranes, de setze metres de llargada per tres d'amplada.

El prestigi del Sindicat d'Iniciativa va ser suficient per a determinar que el president de la República francesa, Charles de Gaulle, en qualitat de copríncep d'Andorra, inaugurés a París, el 8 de juny de 1965, una oficina de turisme, la Casa d'Andorra a París, ubicada en un immoble històric de la rue Saint-Honoré. L'edifici, propietat de l'ajuntament de París, va ser arrendat per una quantitat simbòlica de cent francs anuals i va requerir una inversió del Consell General de tres milions de pessetes pel seu condicionament. Aquesta delegació del Sindicat d'Iniciativa, posteriorment traslladada a l'avenue de l'Opéra, que va perviure fins al 2012, tenia com a finalitat la promoció d'Andorra com a destí turístic en el mercat francès. Totes les delegacions del Sindicat d'Iniciativa a l'estranger utilitzaven els prospectes, mapes, programes d'activitats i el llistat d'hotels i càmpings del país que els proporcionava el Sindicat d'Iniciativa.

Per primera vegada a la seva història, dues de les curses ciclistes més importants del món per etapes, el Tour de France i la Vuelta Ciclista a España, tenen un final d'etapa en territori andorrà, a la dècada dels anys seixanta. Les autoritats andorranes intueixen els avantatges d'aquestes curses, pel prestigi que atorguen les manifestacions esportives d'alt nivell i per la propaganda turística que se'n deriva. El Tour de 1964 incorpora el pas pel port d'Envalira i l'arribada a Andorra la Vella, com a final d'etapa; el Consell atorga una subvenció d'un milió de pessetes perquè Andorra aculli la cursa els dies 4, 5 i 6 de juliol, amb l'arribada de la tretzena etapa i la sortida de la catorzena, amb un dia de repòs inclòs. L'any 1968, novament, el Tour travessa el país en una llarguíssima etapa, entre Saint Gaudens i la Seu d'Urgell, que serà final d'etapa, després d'escalar el port d'Envalira. La prestigiosa cursa torna a escalar el port d'Envalira l'any 1974 i no tornarà



Plaça de braus d'Escaldes-Engordany, 1961. ANA/Fèlix Peig

a Andorra fins als anys noranta, en què serà final d'etapa en dues ocasions més.

Pel que fa a l'altra gran cursa, la Vuelta Ciclista a España, té Andorra com a escenari de dues etapes, l'any 1965: la primera en què és final d'una etapa iniciada a Barcelona i la segona en què és inici d'una etapa que arriba a Lleida. Dos anys més tard, la prova visita de nou el país amb les mateixes etapes que les anteriors. L'interès per atraure curses ciclistes de prestigi fa que el país també sigui final d'etapa, en repetides ocasions, de la Setmana del Ciclisme Català, com en els anys 1969 i 1970. Aquesta prova trobarà continuïtat en anys subsegüents i, el març de 1973, arriba a Engolasters una nova etapa, considerada històrica per la seva duresa i la qualitat dels participants.

En el terreny de les curses automobilístiques, continua l'activitat de l'ACA que, l'any 1965, organitza una prova de velocitat, anomenada Costa de la Massana, que forma part del Ral·li Barcelo-

na-Andorra i té continuïtat l'any 1966. L'any 1968, l'ACA compta amb 1.500 afiliats; entre els serveis que proporciona, n'hi ha uns que el club considera propis i uns altres que exerceix per delegació del Consell, com el lliurament de carnets de conduir internacionals i de plaques de matrícula, així com la tramitació dels permisos de conduir lliurats per la Sindicatura.

En les mateixes èpoques en què es crea la Unió Hotelera, neix també una altra empresa declarada d'interès turístic -la Plaça de Toros Monumental- inaugurada el maig de 1961, bastida a l'avinguda Carlemany, amb una capacitat superior a les 3.000 places. Durant gairebé tretze anys, s'organitzen espectacles taurins, amb un inici de temporada que es fa coincidir amb la festa nacional francesa del 14 de juliol i un final per Meritxell, el 8 de setembre, per atraure clientela francesa. Aquesta plaça, que funciona fins a l'any 1973, també acollia diversos espectacles, com combats de boxa i concerts musicals.

4.4. La neu com a estratègia de desenvolupament turístic

En sintonia amb el programa polític del síndic Julià Reig, el Consell es decanta a favor d'un model econòmic orientat al sector turístic, com a mitjà per assolir una economia sòlida; des d'aquesta perspectiva, proposa desenvolupar el turisme d'hivern per desestacionalitzar la demanda i complementar la temporada d'estiu que resulta insuficient per garantir un creixement satisfactori. L'any 1963, Julià Reig declara l'esquí una prioritat nacional i afirma que Andorra no pot esperar més a equipar les seves magnífiques pistes d'esquí. Considera que existeix un retard en el desenvolupament entre les estacions andorranes i les dels països veïns, tot i que cada dia augmenta l'afluència d'esquiadors espan-



Telecadira de Soldeu, 1964. ANA/Fèlix Peig

yols i francesos².

Dues accions rellevants, l'any 1965, relacionades amb l'esquí, contribueixen a enfortir l'oferta andorrana: el Consell declara oficialment l'esquí com a esport nacional i l'Esquí Club Envalira s'adhereix a la Federació Internacional d'Esquí (FIS). L'ingrés a la FIS atorga al Club la personalitat que, des de la seva fundació, havia quedat diluïda amb l'adhesió a les federacions dels països veïns, ja que era considerat espanyol per Espanya i francès per França. Al cap de dos anys de l'adhesió a la FIS, ja s'organitzen les primeres competicions internacionals d'Andorra, de caràcter oficial.

L'Esquí Club Envalira, que modifica els estatuts l'any 1968 i passa a anomenar-se Esquí Club d'Andorra, incrementa el nombre de socis que arriben a 1.500, a l'inici de la dècada dels setanta. Gràcies al suport econòmic del Consell, organitza proves

que donen projecció internacional a l'esquí andorrà, com els concursos internacionals de Setmana Santa i el II Gran premi internacional d'esquí d'Andorra de l'any 1968, en què participen esquiadors en representació de deu països, a més d'Andorra. El desenvolupament de l'esquí es beneficia de l'auge del sector comercial i, al mateix temps, col·labora en el creixement del sector hotel·ler, de forma molt especial en aquelles parròquies en què s'ubiquen les estacions d'esquí. La millora progressiva dels nivells de renda dels visitants i la popularització d'aquest esport, fan incrementar significativament la presència de turistes en la temporada hivernal. Anteriorment, el factor de l'estacionalitat beneficiava la temporada estival, ja que la poca difusió de l'esquí en les zones de procedència dels turistes comportava una presència de visitants més reduïda durant els mesos d'hivern.

Com ja s'ha comentat, els esports d'hivern iniciaven la seva singladura als anys trenta, però fins als cinquanta no es van realitzar les primeres inversions en el sector, amb la creació de les estacions d'esquí del Pas de la Casa i de Grau Roig. L'estació de Soldeu s'inaugurava el 1964 i la d'Arinsal ho feia nou anys més tard; a començament dels vuitanta, Soldeu ampliava l'oferta al Tarter. El camp de neu de Pal iniciava l'activitat l'hivern de 1982-1983 i la parròquia d'Ordino inaugurava l'estació d'esquí d'Arcalís, la temporada 1983-1984. La iniciativa privada i la pública s'interrelacionen per proveir d'infraestructures les zones afectades per la implantació d'una estació d'esquí. Mentre que el sector privat va construir les tres primeres estacions, el sector públic va dur a terme els "camps de neu" de Pal i Arcalís.

L'estació d'esquí de Soldeu, inaugurada el 1964, comptava amb el primer telecadira del país que permetia la seva utilització durant les temporades estivals perquè els turistes accedissin a les cotes altes. L'any 1967, el Comú d'Encamp creava la Societat Anònima d'Equipament Turisticoesportiu

² ANA/ASCG/Llibre d'Actes del Consell General, 1961-1969.



Estació de Grau Roig, 1970. ANA/Fèlix Peig

de la Parròquia d'Encamp (SAETDE), a qui es concedeix la concessió per explotar els recursos de l'estació d'esquí del Pas de la Casa-Grau Roig. L'any següent, s'incorpora a la societat l'empresari Francesc Viladomat, que aporta els cinc telesquís del Centre de Teleskís d'Envalira del Pas de la Casa i de Grau Roig, amb una capacitat de 2.700 esquiadors per hora. SAETDE s'encarrega de l'equipament de l'estació en els terrenys cedits pel comú d'Encamp, que aporta a la societat dos telesquís. Mentre que l'estació d'Arinsal encara es troba en procés d'equipament, durant la temporada 1967-1968, les pistes de Soldeu ja estan equipades amb un telecadira i tres telesquís, amb capacitat per 2.100 esquiadors per hora. Pel que fa a la distribució de la venda de forfets, durant la temporada 1986-1987, va estar en-

capçalada per Pas de la Casa-Grau Roig, amb el 48% del total de dies d'esquí venuts, seguida de Soldeu-El Tarter amb un 23%, Ordino-Arcalís amb un 12%, Arinsal amb un 9% i Pal amb un 8%. Malgrat no disposar d'informació anterior a la seva creació, Ski Andorra, associació que agrupa les estacions andorranes, creada el 1993, assenyala que Pas de la Casa-Grau Roig ha encapçalat sempre el rànking de vendes, seguida de Soldeu-El Tarter.

5.La diversificació turística, 1990-2007

La globalització i la creixent interrelació entre les economies nacionals condicionen la definició de les relacions internacionals d'Andorra, un cop consolidada com a Estat de Dret, en aprovar-se la



Panoràmica d'Escaldes-Engordany amb Caldea, 1994. Arxiu Caldea.

Constitució l'any 1993. L'estructura productiva, configurada amb unes característiques similars a les de dècades anteriors, assolix un grau avançat de maduresa, com es posa de manifest amb la disminució del dinamisme demogràfic dels anys noranta i amb la consolidació d'un model turístic que intenta ampliar l'estada dels visitants, diversificar l'oferta d'oci i adaptar la base productiva del país a les noves exigències.

Amb aquesta finalitat, es realitzen canvis en l'oferta per acomodar-se als gustos, necessitats i possibilitats dels visitants. No obstant això, l'estructura econòmica ha aconseguit tal grau de maduresa que dificulta les possibilitats de renovació i de relançament d'una nova fase expansiva amb una intensitat equiparable a la d'etapes anteriors. El factor de l'estacionalitat de la demanda, derivat de les característiques estructurals de l'economia andorrana, resulta difícil de modificar, malgrat els esforços del sector turístic per reduir-ne l'impacte

negatiu (Lluelles i Garcia, 2018).

Les activitats destinades, directament o indirecta, a satisfer la demanda turística es mantenen com a eix vertebrador de la base econòmica del país, que amplia i reforça l'oferta destinada als visitants. Les transformacions del model de consum, derivades de l'augment de la capacitat adquisitiva dels visitants, obliguen el teixit econòmic andorrà a adoptar dues línies de resposta. D'una banda, el sector comercial fa mostra d'una capacitat d'adaptació notable, amb l'objectiu de mantenir l'efecte de novetat i la competitivitat en els preus. D'altra banda, es milloren les estructures turístiques i es diversifica l'oferta amb nous elements d'atracció que tenen per finalitat ampliar i modernitzar l'oferta turística, com Caldea o l'estació d'esquí de fons de la Rabassa, inaugurats el 1994. El centre termolúdic de Caldea, situat a Escaldes-Engordany, es consolida com a oferta turística complementària no tan sols de la temporada d'hivern, sinó de tot l'any.



Font: <https://visitandorra.com/es/cultura/esculturas-y-fuentes/>

El turisme, que havia actuat com a motor de l'economia des de la segona meitat del segle XX, encara manté la seva primacia. L'oferta hotelera, que ha fet un esforç de modernització important, posa de manifest la consolidació de les paròquies altes com a destinació turística, malgrat que l'oferta urbana de l'aglomerat format per la capital i Escaldes-Engordany encara tingui pes. Evidentment, les estacions d'esquí, amb l'ampliació progressiva de la superfície esquiable i la millora i modernització de les instal·lacions, constitueixen l'element més destacat del procés de reforçament i ampliació de l'oferta turística. Cal assenyalar que, a més de l'esquí, també han col·laborat els esports en espais oberts en contacte amb la natura, com el senderisme, l'esquí de muntanya o l'escalada, que contribueixen a canviar la imatge de país.

5.1. Estabilització de la demanda turística

Les dades d'afluència de visitants són un indicador que proporciona una primera noció respecte a la capacitat d'atracció generada per Andorra com a destí turístic. Cal assenyalar que, tot i que

el país ingressa a l'Organització Mundial del Turisme (OMT) l'any 1995, fins al 1999 no es disposa d'estadístiques oficials sobre l'afluència turística, confeccionades amb criteris moderns. Per tant, abans d'aquesta data, ha estat necessari recórrer a la informació proporcionada pels organismes espanyols i francesos, encarregats de registrar els moviments de persones en frontera. Malgrat la limitació que els criteris metodològics imposen a les estadístiques, la informació disponible permet veure, a grans trets, el comportament de l'afluència, la procedència i la tipologia turística.

L'evolució de l'afluència posa de manifest la consolidació de la vocació turística de l'economia andorrana. Els valors consultats fan referència al nombre de persones entrades per les fronteres espanyola i francesa i, per tant, no solament inclouen els turistes sinó també les entrades d'andorrans al país i el trànsit de treballadors fronterers. Pel que fa a l'origen dels visitants, els entrats per la frontera espanyola representen un valor equivalent o superior al 60% del total d'entrades en la majoria d'anys de la darrera dècada del segle XX i els primers del nou mil·lenni. Cal assenyalar que aquest repartiment és

similar al que es produïa des de la segona meitat dels anys setanta del segle passat.

Malgrat els canvis metodològics en la recollida de les dades pel que fa als moviments en frontera, és innegable que a l'inici dels anys noranta s'experimenta una davallada en el nombre de visitants, en relació amb la dècada dels vuitanta, en què es van superar els 12 milions de persones entrades. Els valors registrats entre els anys 1991-1994 no superen els vuit milions de visitants, però, a partir de 1995, s'inverteix la tendència i el volum creix fins a assolir els 9,4 milions de persones, en finalitzar el segle XX. El volum més elevat d'afluència de les dues dècades es registra l'any 2004, amb 11,7 milions d'entrades; a partir d'aquesta data, els valors decreixen de manera moderada, per situar-se en 10,7 milions de visitants, l'any 2007.

5.2. Modernització del sector hotel·ler

La millora de la informació estadística, que es produeix a finals del segle XX, permet recollir dades relatives a l'oferta d'allotjament turístic, definit com el conjunt d'infraestructures destinades a acollir el turisme, en les quals s'inclouen els hotels, els apartaments i els apartaments turístics, però no els càmpings. Com en dècades anteriors, l'hoteleria manté una posició rellevant en l'economia del país, com ho demostren el nombre d'establiments i el de treballadors ocupats. Segons dades del Departament d'Estadística, la participació del sector de l'hoteleria i la restauració en el valor afegit brut (VAB) era del 8,2% l'any 2000, data en què apareix per primera vegada la informació. Els valors dels primers anys del mil·lenni mostren un comportament força estable en la participació en el VAB, ja que el sector és un dels que menys oscil·lacions presenta en el període. La indústria hotel·lera experimenta un procés de modernització en què la presència de cadenes internacionals fa canviar el tradicional model familiar. Aquesta evolució obeeix a una renovació

de les estructures hotel·leres; guanyen pes els establiments de categories més elevades, que normalment són més grans i incorporen una oferta de serveis més àmplia i diversificada per satisfer la demanda. En aquest procés ha estat cabdal pel sector l'impuls del turisme d'esquí que ha facilitat la millora dels nivells d'ocupació i ha col·laborat en la desestacionalització. Malgrat l'increment del nombre d'assalariats, la participació dels treballadors del sector hotel·ler en la població assalariada es manté relativament estable, en la darrera dècada del segle XX i els primers anys del mil·lenni; l'hoteleria ha passat d'ocupar el 13,6% del total d'assalariats, l'any 1990, al 12,8% l'any 2007.

Per unificar criteris i adaptar-se a la normativa internacional, el Govern decideix adoptar un reglament de classificació dels hotels que categoritzi els establiments d'una a cinc estrelles. D'acord amb la "Llei General de l'Allotjament Turístic de juny de 1998 i el reglament de novembre de 2000, el Departament de Turisme passa a gestionar la classificació dels allotjaments turístics. Aquesta reglamentació permet classificar els establiments per categories i els hi dona l'opció d'aconseguir un nivell de qualitat (Q) i també uns segells especials que permetin diferenciar les ofertes d'allotjament disponibles.

En aquesta etapa s'assisteix a la redistribució de les places hotel·leres per tot el territori nacional, a causa de l'increment de l'oferta en les parròquies que disposen d'estacions d'esquí i el nombre d'hotels, en termes absoluts, creix a totes les parròquies, amb l'excepció de Sant Julià de Lòria. Andorra la Vella i Escaldes-Engordany, que havien concentrat el 60% de l'oferta hotel·lera trenta anys enrere, l'any 2000 tan sols disposen del 40% del total. Tot i haver reduït el nombre total d'hotels i d'habitacions, les instal·lacions hotel·leres de les dos parròquies s'han fet més grans i tenen una capacitat superior a la mitjana nacional.

S'observa una tendència a la millora i a un major



Font: <https://ww2.grandvalira.com/>

dimensionament de les instal·lacions hoteleres, procés que ja s'havia iniciat en dècades anteriors. Durant les tres darreres dècades del segle XX, el nombre d'establiments creix un 65,4% i el d'habitacions un 97%. A final de mil·lenni, l'hoteleria comptabilitza 268 establiments, amb una oferta total de 12.519 habitacions. En sintonia amb el creixement del nombre d'hoteles i places disponibles, també augmenta la dimensió mitjana que passa de 39 habitacions per establiment, l'any 1970, a 41 l'any 1990, i a 47 l'any 2000. L'any 2007, malgrat que han augmentat els hotels de quatre estrelles, que representen el 19% del total, la majoria encara pertany a la categoria de tres estrelles, amb un 41%.

Resulta evident que el desenvolupament de l'esquí s'ha beneficiat en el cas andorrà, d'ençà que

comencen les primeres estacions als anys cinquanta, de les sinergies generades pel sector comercial; ambdós han col·laborat en el creixement del sector de l'hoteleria, de forma molt especial en aquelles parròquies en què s'ubiquen estacions d'esquí. La temporada d'hivern, en termes econòmics, ha esdevingut tant o més important que la tradicional d'estiu.

5.3. Renovació del sector de la neu

En la dècada dels anys noranta, les estacions andorranes amplien el domini esquiable i milloren els accessos i les infraestructures per facilitar l'arribada d'esquiadors. Amb el canvi de mil·lenni, s'assisteix a l'auge dels grans dominis esquiables, basats en aliances comercials que busquen atraure més clientela. Les constants inversions i ampliacions en les estacions d'esquí, així com les fusions

comercials entre elles, tenen per objectiu garantir la competitivitat d'un dels principals motors de l'economia nacional.

El turisme d'hivern, que depèn de l'explotació d'uns recursos naturals, exigeix unes inversions públiques i privades elevades, tant en accessos a les estacions com en ginyes mecànics per millorar la capacitat de transport per cable o en canons de neu. La superfície esquiable nacional, la temporada 1992-1993, se situava en 2.400 hectàrees, amb un total de 188 quilòmetres de pistes i mig miler de canons de neu, mentre que la capacitat mitjana d'esquiadors/hora era de 14.407. L'any 1994, s'inaugura a la parròquia de Sant Julià de Lòria, al sector de la Rabassa, la primera i única estació d'esquí nòrdic del país. Fruit de les elevades inversions efectuades durant la dècada, a finals dels anys noranta, la superfície esquiable s'ha ampliat a 2.625 hectàrees, amb 275 quilòmetres de pistes, i s'han duplicat els canons de neu artificial, per garantir temporades més regulars. A finals del segle XX, el mapa de l'esquí andorrà queda configurat per cinc estacions d'esquí alpi -Ordino-Arcalís, Arinsal, Pal, Soldeu-el Tarter i Pas de la Casa-Grau Roig- i una de fons a la Rabassa. En aquestes dates, la capacitat de transport per cable ha esdevingut molt significativa, tot i que varia d'una estació a l'altra, amb valors que oscil·len entre els 13.500 i els 38.100 esquiadors per hora.

La resposta del Govern, després de la caiguda de dos allaus que, el febrer de 1996, van causar importants destrosses materials al sector d'Arinsal, mostra la implicació de l'Administració en el sector de la neu. Es destinen 1.000 milions de pessetes en la construcció d'un dic antiallaus, per millorar la seguretat futura, tant dels edificis privats afectats com la d'un dels pàrquings de l'estació.

Durant la darrera dècada del segle XX i la primera del segle XXI, el ritme d'inversió en el sector de la

neu varia en funció de les obres projectades i resulta més rellevant quan es tracta de connectar per cable les localitats amb les estacions. Segons dades d'Ski Andorra, entre 1994-2003, les estacions van destinar 174 milions d'euros a equipaments. Cal assenyalar que les inversions més elevades de la història de l'esquí andorrà es duen a terme durant la temporada 1998-1999, amb 13,2 milions d'euros, a més dels 21 milions del Funicamp, i la temporada 2004-2005, amb valors que també s'acosten als 35 milions d'euros.

Amb l'objectiu de reduir distàncies entre usuaris i estacions, es construeix el Funicamp, finançat pel comú encampadà, que enllaça la localitat d'Encamp amb la zona esquiable del Pas de la Casa-Grau Roig i Soldeu-El Tarter. Aquest telecabina, inaugurat durant la temporada 1998-1999, amb un recorregut de 5,6 quilòmetres i un desnivell de 1.172 metres, permet enllaçar la localitat d'Encamp amb les pistes, en un temps inferior al quart d'hora. La mateixa temporada es crea un nou accés des de Canillo, amb un telecabina de vuit places que uneix la zona del Forn amb les pistes d'esquí del Tarter. Posteriorment, la temporada 2004-2005, entra en funcionament el telecabina de la Massana que uneix la localitat amb les pistes de Pal.

Tradicionalment, les estacions andorranes s'havien desenvolupat exclusivament al voltant de l'esquí. A partir dels anys noranta, neix la necessitat de diversificar l'oferta i ampliar-la als mesos d'estiu, amb l'objectiu d'augmentar la freqüentació dels dominis esquiabls i rendibilitzar les instal·lacions i les infraestructures existents. S'ofereixen activitats adreçades a un segment de la clientela estival, relacionades amb la natura, l'esport i la muntanya. Com a mostra d'aquesta diversificació, cal destacar la intensa activitat del Funicamp a l'estiu i els campionats de BTT que es realitzen a Pal.

La necessitat de competir en el mercat internacional impulsa l'ampliació dels dominis esquiabls.



Font:<https://visitandorra.com/es/esqui/estacion-esqui-grandvalira-andorra/>

Durant la temporada 2003-2004, es crea el domini Grandvalira, originat per la unió i ampliació de les dues estacions més importants del país, Soldeu-El Tarter i Pas de la Casa-Grau Roig. Aquest nou espai esdevé el domini esquiable més gran del Pirineu, amb prop de 1.800 hectàrees d'extensió, 192 quilòmetres de pistes i una capacitat de transport per cable de més de 90.000 esquiadors per hora. Seguint l'exemple de Grandvalira, Pal-Arinsal i Ordino-Arcalís s'associen per crear la marca Vallnord; els comuns de la Massana i Ordino tanquen, el 2004, un acord de comercialització conjunta a través d'un forfet únic. Anteriorment, les estacions de Pal i Arinsal ja s'havien unit per cable, mitjançant un telecable inaugurat la temporada 2000-2001.

En els darrers anys del segle XX, coincidint amb una època de grans inversions, el sector de la neu ocupava unes 1.200 persones, de manera directa, a banda de les activitats induïdes al voltant de les

estacions d'esquí. El ritme de creixement no s'atura i, durant la temporada 2003-2004, les estacions van generar 1.900 llocs de treball directes. Segons dades publicades per Ski Andorra, l'activitat de les pistes va aportar a l'economia andorrana, de manera indirecta, 200 milions d'euros, la temporada 1997-1998; cinc anys més tard, la temporada 2002-2003, l'impacte va arribar als 300 milions d'euros. A banda de les inversions realitzades, es valora la venda de dies d'esquí per temporada, com un indicador més de l'activitat del sector; el volum de forfets venuts a les estacions andorranes creix d'ençà que existeix la informació. Segons dades d'Ski Andorra, els dies d'esquí venuts s'incrementen progressivament, en la dècada dels noranta i la primera de l'actual segle. D'un total d'1,5 milions de dies venuts, la temporada 1992-1993, es passa a més de dos milions, a final de la dècada del noranta, per arribar als 2,5 milions de la temporada 2004-2005, quan s'assoleix el màxim del període analitzat.

Pel que fa als dos dominis esquiables, existeix una gran disparitat entre Grandvalira i Vallnord, pel que fa a la venda de forfets. La distribució dels esquiadors per dominis dona una posició avantatjosa a Grandvalira que, durant tot el període, ven el 70% del total de dies d'esquí, enfront del 30% de Vallnord. El repartiment és similar al que es produïa als anys vuitanta del segle XX, quan la suma de les estacions del Pas de la Casa-Grau Roig i Soldeu-El Tarter, posteriorment domini Grandvalira, representava el 71% del total de forfets venuts, mentre que el 29% restant es repartia entre les altres estacions, posteriorment agrupades en el domini Vallnord.

5.4. Implicació del sector públic en l'orientació turística

Després de l'eufòria econòmica dels anys setanta i vuitanta, la darrera dècada del segle XX no va assolir les expectatives que s'esperaven, ja que l'afluència turística es contrau durant els primers anys de la dècada. El manteniment d'un model turístic, basat en el comerç i l'esquí, presenta els primers símptomes d'esgotament i neix la necessitat de valorar tant les condicions del model econòmic com els potencials de renovació, el que porta a l'elaboració d'un Pla estratègic, l'any 1993, i d'un Pla d'accions, l'any 1994. Amb aquestes propostes, es busca elaborar una oferta més diversificada, que aportí un element rellevant de novetat al sector turístic.

Conscient de la transcendència del sector turístic per l'economia del país, Andorra s'adhereix a l'Organització Mundial del Turisme (OMT), l'any 1995. Aquest organisme és una agència especialitzada de les Nacions Unides que té per objectiu promoure l'activitat turística; també exerceix de fòrum mundial de les polítiques turístiques i facilita la formació dels agents implicats en el sector. Andorra intenta diversificar l'oferta turística per no quedar-se posicionada tan sols com a destí

turístic tradicional. Entre les accions de l'Administració per reorientar el sector, destaca la del Ministeri de Turisme i Cultura que, el desembre de 1998, adopta el Pla de màrqueting turístic 1999-2003, que pretén ser una eina de treball per organitzar el turisme. El Pla, que fa èmfasi en desenvolupar l'oferta, en sintonia amb els mercats internacionals, busca la implicació d'un ampli conjunt d'institucions i agents socials i econòmics, més enllà dels límits del sector turístic. S'estableixen dos grups d'objectius, els comuns i els específics; entre els comuns, destaca la millora de l'oferta, la creació d'una forta imatge de marca, la minimització de l'impacte mediambiental de les estacions d'esquí i l'augment de l'estada dels visitants. Els objectius específics fan referència a diferents àmbits relacionats amb la neu, l'estiu i les compres.

El programa d'accions que proposa el Pla de màrqueting inclou millorar els accessos terrestres, obrir de nou l'aeroport de la Seu d'Urgell, facilitar la mobilitat interna i crear nous aparcaments. Pel que fa als equipaments, planteja la creació de pistes de fons i d'activitats a la neu al marge de l'esquí, l'increment de l'oci nocturn amb un possible casino i una àrea que permeti la concentració de diversió nocturna. Pel que fa al medi ambient, recomana reglamentar les noves construccions, embellir les existents, regular els usos dels espais públics a la natura, per donar prioritat a les activitats poc agressives, i delimitar els circuits i recorregut de vehicles tot terreny.

Aquest procés de reflexió sobre l'orientació del model turístic, porta a l'Administració a assumir un rol més actiu en el lideratge de la política turística i superar el model tradicional basat en la delegació de funcions i en les subvencions directes. El Ministeri de Turisme pren el relleu al Sindicat d'Iniciativa per ocupar-se de la promoció del país, mitjançant la participació en fires; també duu a terme campanyes en mitjans de comunicació dels països veïns i edita fulletons, entre els quals destaca un man-

ual de vendes, redactat en sis idiomes. Aquesta publicació, que es reparteix a les fires, és un instrument per a la promoció dels establiments turístics i dels camps de neu.

Les funcions del Ministeri de Turisme es reforcen, l'any 2007, amb la creació d'una societat pública anomenada Andorra Turisme que substituirà el Sindicat d'Iniciativa. El nou ens té com a missió definir, implementar i controlar les accions de màrqueting turístic, per assolir la millora constant de la competitivitat d'Andorra com a destinació turística, amb l'objectiu d'incrementar l'aportació econòmica al producte nacional brut. Les principals competències d'Andorra Turisme són la creació de producte turístic i la seva comercialització.

Quant al Ministeri de Turisme, manté la funció de seguiment i control de les lleis d'àmbit turístic, a més de garantir el desenvolupament sostingut del sector i potenciar Andorra com a destinació turística. Les seves accions es complementen i coordinen amb la societat Andorra Turisme, de la qual el ministre encarregat del turisme és el president del Consell d'Administració.

6. Conclusions

El turisme és una activitat econòmica transversal que ha crescut i s'ha transformat per acabar configurant l'estructura productiva, social i territorial del país. El procés de transformació s'ha d'entendre en un context de canvi important que no és exclusiu del fenomen turístic, sinó que s'estén a tota l'activitat econòmica.

En el decurs del segle XX es construeix la imatge d'Andorra com a destí turístic, que s'ha anat perfilant per la interrelació entre els visitants i el territori d'acollida. La seqüència s'inicia amb els primers viatgers que venien atrets per les aigües termals i la imatge d'una Andorra inexplorada en la qual els paisatges tenien un poder d'atracció cabdal. L'excursionisme, el termalisme i el desen-

volupament d'infraestructures, com la xarxa viària, contribueixen a entendre el turisme com una activitat moderna.

El suport de la iniciativa pública a l'activitat turística, basada en el turisme de masses que irromp als anys seixanta del segle XX, potenciarà la consolidació d'Andorra com a destí turístic. El turisme adquireix una importància econòmica significativa per l'afluència creixent de visitants que determina que la temporada estival es complementi amb la d'hivern, que esdevindrà tant o més important que la tradicional d'estiu. Aquesta situació és el resultat d'una combinació de factors, com la proximitat d'àrees amb una densitat de població elevada, especialment Catalunya, i la millora dels nivells de renda. També va resultar cabdal el poder d'atracció d'una oferta comercial, notablement àmplia pels estàndards de l'època i amb preus molt competitius.

Amb el canvi de mil·lenni, el país busca oferir un producte atractiu i diversificar la seva oferta per allargar l'estada dels turistes i fer front a l'estacionalitat i a la competència d'altres destins. Cal tenir present que el consumidor passa a prioritzar no només els serveis rebuts sinó l'experiència viscuda. La diversificació de l'oferta turística pretén adaptar-se a les necessitats i gustos dels visitants, ja que és indissociable de les transformacions socials i econòmiques inherents al procés globalitzador i a les noves tecnologies. Sobre aquesta base, el país afronta el repte de gestionar i planificar l'activitat turística, amb la finalitat de què sigui beneficiosa per a la societat en general, que continuï creant riquesa i esdevingui sostenible i duradora en el temps.

Fruit de les circumstàncies, l'Administració s'ha vist obligada a fer-se càrrec, de forma gradual, de les responsabilitats pròpies de l'Estat. Els intents per assumir el lideratge de la política turística culminen l'any 2007, amb la creació de la societat pública Andorra Turisme que té per objectiu la millora constant de la competitivitat del país com a destinació

turística.

Es pot concloure que el posicionament d'Andorra com a destí turístic reconegut, és el resultat d'un llarg camí, iniciat al segle XIX, que ha exigít l'adaptació a les circumstàncies de cada moment. L'activitat turística ha esdevingut una part inherent i constitutiva de l'Andorra actual, capaç de modificar el territori, canviar els paisatges, les economies locals, les polítiques públiques i la forma de pensar dels ciutadans.

Bibliografia

BRICALL, J. M. , CAMPS, C., CULELL, J.M., FARRÉ-ESCOFET, E.P., PETITBÓ, A., SOGUÉS, J. I TOMÀS R.,(1975).

Estructura i perspectives de l'economia andorranes. Edicions 62.

BRUTAILS, J. A. (1904).

La coutume d'Andorre. Ernest Leroux, editeur.

CHEVALIER, M. (1925).

Andorra. Librairie Dardel.

BARÓ, M. (1952, gener).

Tenim equip. Neu: Portantveu de l'Esquí Club Envalira, 1, 5.

COMBARNOUS, G. (1933).

Les Vallées d'Andorre. Voyage aux états Lilliputiens. Éditions Les Chênes Verts.

COUGUL, J. (1943).

Étude historique et économique de l'Andorre. Imprimerie Cleder.

CREUS, L. (1932).

L'electrificació d'Andorra. Técnica. Revista Tecnológico Industrial, 56, 1-16.

FREESTON, C. L. (2009).

Els passos dels Pirineus. Una guia pràctica de les carreteres de muntanya de la frontera francoespanyola: Col·lecció l'Andorra dels viatgers. Govern d'Andorra (any de publicació de l'obra original: 1912).

FORNÉ, A. (1956).

Evolució econòmica i social d'Andorra. Andorra, 36-38.

LLOBET, S. (1956).

Les Valls d'Andorra. Andorra, 2-6.

LLUELLES, M. J. (1991).

La transformació econòmica d'Andorra. L'Avenç.

LLUELLES, M. J. (2004).

El procés de canvi i la creació de serveis 1900-1970. Dins M.J. Lluelles (co-ord.), El segle XX. La modernització d'Andorra (pp. 21-236). Pagès editors i la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis d'Andorra.

LLUELLES, M. J. (2019a).

Tres moments andorrans viscuts per Isabelle Sandy: 1922, 1941, 1965. Dins S. Vela (coord.). Andorra: l'estel i la muntanya. Isabelle Sandy i Andorra (1884-1975). Govern d'Andorra.

LLUELLES, M. J. (2019b).

L'avinguda Meritxell. De carretera general a gran artèria comercial. Memòries de la construcció de l'avinguda Meritxell, 5-67



LLUELLES, M. J. I GARCIA, E. (2018).

Història econòmica d'Andorra, segles XX-XXI. Universitat d'Andorra.

MAS, D. (1999).

Envalira, la primera estació d'esquí. Ex-libris Casa Bauró. Fulls de Bibliografia (2), 4-5.

MEYNIER, A. (1956).

Le Grand tourisme dans un pays féodal. Histoire de la Géographie, 58, 31-35.

MONMARCHÉ, M. (1903).

L'Andorre, P. Feron-Vrau.

OSONA, A. (1896).

La República d'Andorra. Guia itinerària. CEC.

SÁEZ, X. (2004).

La consolidació de 1970 al segle XXI. Dins M. J. Lluelles (coord.), El segle XX. La Modernització d'Andorra (pp. 240- 441). Pagès editors i la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis d'Andorra.

SERMET, J. (1970).

L'économie des Communications dans la géographie de l'Andorre. Les Problèmes Actuels des Vallées d'Andorre. Pédone, 33-85.

TORRES, G. (1952, gener).

Una mica d'història. Neu: Portantveu de l'Esquí Club Envalira, 1, 6-12.

VELLAS, P. (1961).

El pla pilot d'Ordino. Andorra, 55-61.

RELAT HISTÒRIC D'ANDORRA

2022



