

ENTREVISTA AL CONSELLER DE TURISME DE CATALUNYA, LLUÍS ALEGRE

«Catalunya té una oferta amb la qual tothom es pot identificar»

Mentre al País Valencià i les Balears s'ha estancat el creixement turístic, a Catalunya es preveu enguany un augment del 5 per cent. L'explicació està en una oferta que cada vegada és de més qualitat i més variada, al temps que hi ha major exigència cultural per part dels visitants.

Sílvia Monfort

Quines són les expectatives d'enguany per al turisme català?

—Sembla que serà un any de creixement lleuger. Hi ha una consolidació d'una estructura turística important. Així, aquest any podem créixer entre un 4 o un 5 per cent. I això, en un mercat on la demanda està estabilitzada, és important. Ara bé, creixeran aquelles zones que, a part de tenir una bona xarxa d'infraestructures turístiques com hotels i càmpings, puguin oferir un bon servei.

—¿El país està preparat per a rebre aquesta oferta turística?

—En la xarxa viària s'estan fent coses. S'acaba d'inaugurar l'autopista de Manresa; ara començarà a fer-se l'autopista del Garraf i l'any 1990 es començarà l'eix transversal. Però a més a més, s'està fent molt de cara a l'oferta complementària del lleure, com, per exemple, els 30 camps de golf que tindrà Catalunya d'aquí a un parell d'anys, o el futur parc d'atraccions de Salou.

—Parlant del Parc, ¿com pot ser que un projecte, que en un principi hauria d'haver estat ben acollit, pugui portar tanta polèmica?

—Les coses grosses és lògic que comportin un



DOMÈNEC UMBERT

«A Salou la gent està contenta, ja que el parc dinamitzarà tota la zona».

seguiment acurat i, per part de determinades persones, una certa oposició. Ara bé: ¿qui hi estava en contra? D'entrada, els afectats, els quals, com que fins ara només hi havia el projecte i no hi havia hagut cap resolució, no sabien a qui podien anar a demanar informació. Els comerciants, quan se'ls va explicar de què es tractava, van donar el seu vot de confiança. I a Salou la gent està contenta, ja que el parc dinamitzarà tota la zona i tot Catalunya. Fins i tot el mateix grup polític municipal de l'oposició ha reconegut que era un projecte bo.

El dia de la interpel·lació parlamentària, el grup de l'oposició, el PSC-PSOE, deia que li semblava bé el parc, que no li agradava la ubicació dins de Salou encara que els agradava la ubicació a Salou.

A més a més, quan se'ns va escapar el projecte del parc Disney, que va acabar anant-se'n a França, va ser el govern central qui ens va dur els de l'empresa Bush a Catalunya perquè hi cerquessin una ubicació per al parc.

—Potser el que ha dut més polèmica és que s'utilitzin tantes hectàrees destinades a zona residencial en comparació a les que ocuparà el parc temàtic.

—La mateixa llei ho fixa així perquè és un Cen-

Turisme estranger, una caiguda en picat

Albert Vicent

Mentre a Catalunya les previsions apunten cap a un creixement de l'afluència turística pròxima al 5 per cent respecte de l'any anterior, al País Valencià la xifra global de visitants no patirà variacions, i a les Balears els primers estudis ja parlen de pèrdues per valor de 18.000 milions de pessetes. Segons les dades de la Secretaria General de Turisme, el 1988 va quedar definit pels 31,9 milions de viatgers registrats als establiments hotelers espanyols, que es tradueixen en 137,3 milions de pernoctacions.

Per comunitats autònomes, Balears se situa al capdamunt del rànquing, amb 37,9 milions de pernoctacions, seguida de Canàries (21,1 milions), Catalunya (19,9 milions), Andalusia (18,3 milions) i el País Valencià (13,7 milions).

La crisi que passa el sector turístic balear ha estat agreujada per la nul·la incidència de la campanya realitzada per la Conselleria de Turisme Balear a Itàlia. Les disminucions al mercat britànic (7 per cent) i alemany (3 per cent) pensaven compensar-se amb un increment del 15 per cent del mercat italià. Tanmateix, els *tour-operators* que controlen aquest mercat han vist com les previsions s'han capgirat i, d'un hipotètic ascens, s'ha passat a una caiguda de vint punts. Pel que fa al País Valencià, la Direcció General de Turisme entén que es mantindran els 6 milions de visitants amb una disminució de l'afluència d'estrangers, principalment anglesos, que es compensarà amb una major afluència de visitants espanyols. □

tre Recreatiu Turístic. A tot arreu funciona així. A banda del parc temàtic cal que hi hagi hotels i vivendes per a la gent que hi vagi.

—*¿La situació hotelera del país està ja resolta?*

—La tenim bé en el sentit que ara finalitza el termini del decret que va aprovar la Generalitat i que pretenia requalificar tots els hotels amb paràmetres actuals. Per tant, tindrem tota la xarxa hotelera i de càmpings i tots els serveis de les agències de viatges degudament sanejats perquè el producte que oferim sigui de qualitat.

D'altra banda, la llei que s'està debatent en el Parlament ha de permetre



«Les nostres ofertes turístiques són i seran de qualitat i aniran millorant dia a dia».

que, des de l'oferta i des de la demanda, es dugui un control rigorós d'aquests serveis. Podem dir que les nostres ofertes turístiques són i seran de qualitat i que dia a dia aniran millorant.

—*¿Quina és la procedència dels turistes que arriben a Catalunya?*

—Rebem un 43 per cent de francesos amb una mitjana de dos o tres dies d'estada. Després, amb un 23 per cent, els alemanys, amb estades d'uns tretze dies. Per tant, és més important el grup alemany quant a pernoctació. Ja amb un 7-8 per cent hi ha els italians, holandesos, belgues, anglesos i escandinaus.

—*¿Què s'està fent per a equilibrar l'oferta turística entre la costa i l'interior?*

—Estem donant a conèixer la diversitat de Catalunya i tot l'interès que representa la zona pirenaica, des de la Vall d'Aran fins a Camprodon, que té una gran varietat cultural, gastronòmica i esportiva. Els esports d'aventura, a més, permeten allargar la temporada, ja que cavalquen entre el final de la temporada d'esquí i l'arribada dels visitants de l'estiu.

A més, hem notat que cada vegada més hi ha una exigència cultural per part de la gent que ens visita. El nivell cultural ha pujat i la necessitat d'oferta cultural és de primera magnitud. En definitiva, tot el que ofereix Catalunya és una carta àmplia on tothom és pot identificar: els parcs naturals, els esports, les rutes culturals, els museus, els festivals de música.

—*¿L'augment de turistes que vénen en cotxe és positiu o negatiu?*

—Es positiu perquè aquest tipus de

turista fuig de la massificació, té un major nivell adquisitiu i uns efectes d'irradiació del seu interès. Això, ho hem estimulat, i hem mantingut contactes amb tots els clubs automobilístics d'Europa: l'alemany, l'holandès, l'italià, el suec, l'anglès, i indirectament amb els belgues, suïssos i francesos. Han inclòs els nostres serveis en les seves publicacions.

Però com que ocupen més lloc quaranta cotxes que un autocar, això s'ha de tenir en compte i, de cara això, hi ha un projecte, que encara és un esborrany, que busca fórmules perquè municipis turístics puguin finançar les inversions necessàries. És el que s'anomena Impost Turístic. Si volem anar cap a una oferta de més qualitat, hem de començar per donar millors serveis, i aquestes millores ens poden ajudar a dur-les a terme els mateixos visitants amb uns petits increments en les taxes d'alguns serveis.

—*Per allargar al temporada turística s'havien començat a fer ofertes de passar caps de setmana a Barcelona. ¿Se segueix fent?*

—Barcelona, com a ciutat olímpica, té cada vegada un interès més gran. Llavors, s'està fent una promoció d'acord amb el gremi de restauració, amb la Confederació de Comerç, el Gremi d'hotels, Iberia i, naturalment, amb el Patronat Municipal de Turisme de l'Ajuntament de Barcelona. És un fet que, dins de l'oferta catalana, incloem Barcelona.

Si fins ara costava que ens situaren i ens identificaren, gràcies a l'esforç que s'està fent, el treball de la Generalitat i en concret els viatges a l'estranger del president, hem aconseguit que ara la gent, almenys, ens situe. □