

# “No crec que s’hagi d’abandonar el sol i platja”

Després d’anys de fort creixement, el turisme comença a tocar sostre en algunes zones. I parlar de futur es fa inevitable. Aquest és l’objectiu del Congrés de Turisme de Catalunya, que Tarragona acull el 20 i 21 de febrer. Una ocasió per reflexionar segons el conseller d’Indústria, Comerç i Turisme, Antoni Subirà.

**“En turisme no es tracta de deixar de fer Seats i passar als Rolls Royce. És una exageració.”**

L’any passat el turisme va créixer al País Valencià, però a les Illes Balears les taxes d’ocupació turística van tindre una petita davallada i, a Catalunya, vostè parla d’estabilització malgrat que s’ha reduït l’arribada de turisme estranger. Això vol dir que estam tocant sostre?

—Nosaltres hem tingut aquest últim any una molt lleugera davallada del turisme estranger, concretament de l’1,2%. Això vol dir que de cada 100 turistes que vam rebre el 1999, aquest 2000 n’han vingut 99. D’altra banda, i per això, nosaltres hem parlat d’estabilització, hi ha hagut un augment impressionant del turisme de la resta de l’estat espanyol cap a Catalunya, de més del 15%. I per tenir un panorama complet, cal dir que si bé hi ha hagut una davallada en el turisme estranger, els ingressos per turista forà han crescut. Estem una mica mal acostumats perquè les últimes tres temporades havien estat de creixement constant, especialment en el nombre de turistes, però també en ingressos. Tot això apuntava que un any o altre tocaríem sostre. Aquest sostre, però, no és molt rígid ja que el creixement dels darrers anys s’ha produït no tant perquè en el moment més alt de la temporada tinguéssim més gent, sinó perquè la temporada s’ha eixamplat.

—On han anat els turistes que han deixat de vindre a Catalunya?

—La reducció s’ha produït especialment en el turisme alemany de menys

poder adquisitiu, que és més sensible als preus. Això vol dir que hem substituït turistes de menys poder adquisitiu per altres de major capacitat econòmica. Aleshores, la impressió que tenim és que, efectivament, la competència de destinacions més barates, que anys enrere havien estat fora del mercat per raons diverses —suposem la costa adriàtica, Turquia o algunes destinacions del nord d’Àfrica—, s’han recuperat i comencen una altra vegada a ser molt actives en el mercat. Ara bé, si la tendència s’accelerés, potser també perdríem hipotètics turistes d’alt poder adquisitiu.

—Què cal fer per evitar aquesta sagnia turística cap a destins més barats?

—Complementar l’oferta estricta de sol i platja, que és la que troben en aquestes destinacions més barates, amb atractius complementaris. No sóc dels que pensen que hem d’abandonar el sol i platja perquè aquest és el producte principal, però sí que tenim unes possibilitats de suport des de l’interior del país. És a dir, un turista de la Costa Brava se’n pot anar una tarda perfectament a Girona o al Museu Dalí de Figueres. Els holandesos tenen tendència a anar a la muntanya perquè a casa seva no n’hi ha, i aquí els podem oferir expedicions a la Garrotxa. En el cas de la Costa Daurada, tenim Tarragona, Port Aventura, les ruïnes del Císter... Però això ho hauríem de vendre, de comercialitzar.

—Es tracta, en el fons, de diversificar el producte.

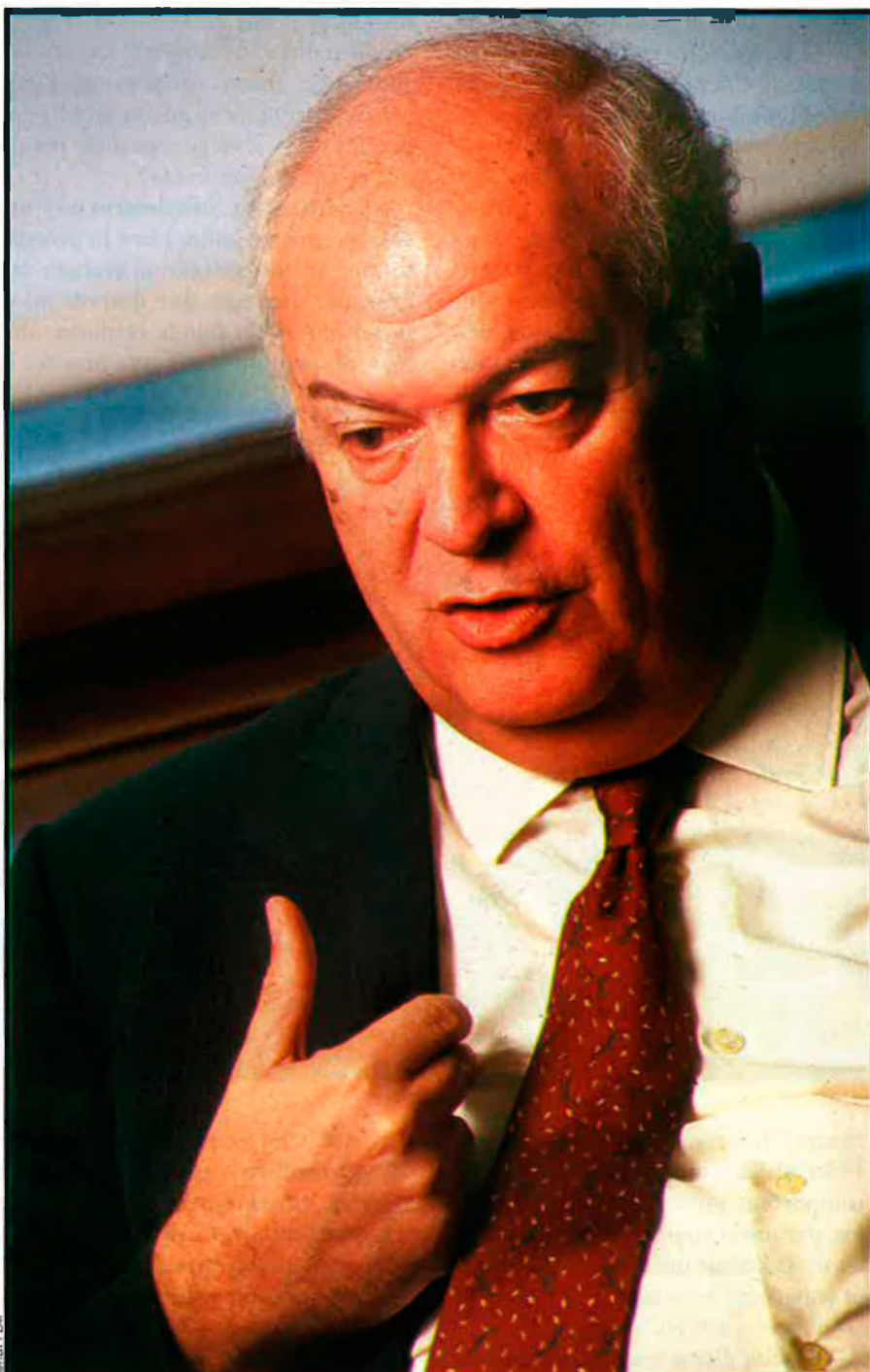
—Exacte. Tenir un mostrari estret és molt dolent. És com qui diu: “Jo, és que només faig samarretes verdes”. Doncs escolti, n’hi ha de verdes però també de grogues, d’estampades... Ens interessa fer aquest canvi de producte, però s’ha de fer amb compte, gradualment. Nosaltres hem mirat d’intensificar-ho tant com hem pogut i està funcionant francament bé. Les cases de pagès, que en aquests moments, en catàleg, són unes set-centes, estan sempre plenes. Però encara representen una proporció relativament petita en comparació del que representa aquest tipus de turisme, per exemple, a Àustria. Hi ha terreny per córrer.

—La setmana que ve se celebrarà a Tarragona el Congrés de Turisme de Catalunya, una trobada d’experts que no s’organitzava des de feia molts anys. Per què ara?

—Quan vam convocar el Congrés no teníem aquestes dades. De tota manera, després de tres anys seguits de creixements molt elevats en un sector que ja era molt fort, ens feia pensar que un dia o altre hi hauria algun símptoma d’inflexió. A més, convocar un congrés volia dir obrir una reflexió estratègica sobre un sector que no ho estava passant malament, i tampoc ara. La gent normalment reflexiona millor quan no es preocupa de si sobreviurà o no.

—En el Congrés s’abordaran, entre altres temes, la internacionalització de les empreses turístiques, la qualitat i la innovació, i també les polítiques de formació i de recursos humans. Quin d’aquests factors influirà en major grau en el futur del sector?

—És obvi que l’element humà és molt decisiu, i a més a molts àmbits. La primera generació d’empresaris turístics estava formada essencialment per gent que es va llançar a un negoci amb una preparació específica empresarial molt petita. Però tots els sectors, a mesura que es fan grans i maduren, es professionalitzen. I ara, la segona generació està molt ben formada. Jo m’atipo de trobar empreses turístiques en què els fills dels que van iniciar el negoci han estudiat, s’han format en turisme.



Subirà proposa un canvi en l’oferta turística gradual, que aprofitaria les possibilitats de suport que ofereix l’interior del país. Les 700 cases de pagès a Catalunya en són un exemple.

—Però quan els empresaris es queixen de l’escassetat de treballadors qualificats no sol ser a àmbit directiu...

—Pel que fa al personal que atén les habitacions dels hotels, els cambrers, etc., en aquests àmbits falta molta gent. En les zones de sol i platja, on s’ha construït molt aquests últims

anys, es trobaven que el sector turístic competia en demanda de treballadors amb el sector de la construcció, que estava fent noves instal·lacions hoteleres. De manera que, o tenien guixaires o cambrers, però resultava que eren els mateixos. A més, el sector turístic juga amb un inconvenient addicional.

Un xicot, si té la possibilitat de col·locar-se de guixaire o de cambrer, tria de guixaire perquè no ha de treballar dissabtes i diumenges.

—Però contra això no es pot lluitar.

—És clar, com tampoc no es pot lluitar contra la piràmide d'edat que tenim a Catalunya. S'han de fer unes polítiques intel·ligents d'immigració, un esforç important en el terreny de la formació i mirar d'organitzar molt bé la feina perquè la pressió de la ne-

cessitat de personal no sigui tan alta. I alerta! Suposo que tot això acabarà comportant un cert augment de costos, perquè la manera de compensar el fet de treballar dissabtes i diumenges és pagar una mica més.

—Però contra això no es pot lluitar.

—Un fracàs no. Simplement no s'utilitza perquè no calia. I ara jo pregunto: per què organitzar un embolic tan gran per una cosa que després no es fa servir? Jo no tinc la resposta, això s'ha de preguntar als que han fet la



El conseller Subirà diu que la liberalització d'horaris comercials ha deixat fora de control les botigues molt petites de *souvenirs* regentades per immigrants.

lleï. Ara s'ha convertit en un debat menys conflictiu perquè el botiguer s'adona perfectament que no passa res, simplement no en fan ús. Hi ha hagut, en canvi, una petita distorsió en botigues molt petites, de menys de 300 m<sup>2</sup>, que tenen llibertat absoluta d'obertura. Ens ha deixat descontrolat un sector, que no és que sigui molt gran però que és relativament conflictiu i distorsiona les zones on s'instal·la amb força. Són aquestes botigues molt petites de *souvenirs* regentades per paquistanesos i altres immigrants. No hi tinc res en contra...

—I encarir més els serveis?

—És molt difícil traslladar al mercat un augment de costos en un sector on hi ha competència. Es pot fer oferint un producte més atractiu malgrat que sigui una mica més car. Però no es tracta de deixar de fer Seats i passar a fer Rolls Royce, que és una exageració. Hi ha un pas entremig que és fer Seats més bons, i que és el que està passant.

—El teixit comercial de les ciutats constitueix un factor d'atracció turística cada cop més important. El sector es va

mobilitzar fa uns mesos contra el decret de liberalització d'horaris comercials aprovat pel govern Aznar perquè l'aplicació els perjudicaria greument. Mig any després de la seva aprovació es pot dir que el decret és un fracàs?

—Però ha rebut queixes?

—Alguns alcaldes m'han dit que no tenen cap element per saber com evolucionen aquests establiments i, aleshores, els altres comerciants es quei-

xen perquè aquella zona es podria degradar. Però ja es trobaran solucions.

—El govern català s'ha vist obligat a refer la seva legislació sobre equipaments comercials arran de la fusió dels grups francesos Carrefour (Pryca) i Promodés (Continente). Ara s'està enllestit el Pla territorial d'equipaments comercials, que ha de fixar l'espai disponible a Catalunya per a noves superfícies. Serà molt restrictiu?

—Serà restrictiu perquè és la nostra línia. Tindrà en compte una cosa que no tenia abans: la marca. Aquesta va ser la motivació bàsica per modificar la Llei d'equipaments comercials. Els que estan fregant la situació de domini excessiu de mercat ho tindran més difícil a l'hora d'obrir un nou establiment. No tindria sentit que per un cantó se'ls obligués a vendre i que, per l'altre, se'ls donessin llicències.

—Encara no es tenen notícies que Carrefour hagi començat a vendre alguns dels seus establiments a Catalunya.

—Encara no s'ha produït cap venda. La decisió que es va prendre té una certa lògica: si bé hi ha un termini perquè venguin, aquest no s'ha fet públic. No em preguntis si sé alguna cosa perquè no sé el termini que se'ls va fixar i això és bo. En anglès en diuen *fair*, o sigui, just. Si el termini s'hagués fet públic, els haguessin destrossat davant els hipotètics compradors.

—Aquest any ha entrat en vigor el nou impost sobre grans superfícies. Aquestes amenacen de portar la llei al Tribunal Constitucional, perquè consideren que a través de l'impost d'activitats econòmiques ja paguen moltes de les despeses que pretén cobrir la nova taxa.

—Quan es van queixar els representants de les grans empreses de distribució (ANGED) jo vaig dir dues coses. Primera: que els entenc perfectament. Mai he vist que es posi un impost i que el subjecte passiu de l'impost digui que n'està encantat de la vida. I segona: que tinguin en compte que aquesta llei va ser aprovada per unanimitat per un arc parlamentari que va d'una punta a l'altra. Per tant, que s'ho rumiïn.

Bàrbara Amorós