

Toc d'alerta al turisme de sol i platja

Després d'anys de creixement continu, el sector turístic haurà d'estrènyer la bossa aquest estiu. L'arribada de turistes estrangers, sobretot alemanys i britànics, s'ha reduït. L'ocupació als hotels en les zones de sol i platja s'ha ressentit i hi ha qui s'apressa a parlar de crisi mentre altres ho interpreten com un toc d'alerta, agreujat per un excés d'oferta i la recuperació d'altres destinacions competidores.

El sector turístic no podrà penjar aquest estiu el cartell de "tot ple". Després d'anys de gran bonança les estadístiques s'han entossudat a demostrar que també hi pot haver anys de vaques magres. I aquest 2002 segurament en serà un. A les Balears, entre gener i juny l'arribada de turistes a l'aeroport de Son Sant Joan s'ha reduït respecte a l'any passat, especialment en dos mercats de gran importància: l'alemany i el britànic, que registren retrocessos del 16,8% i del 2% respectivament. A Catalunya s'espera que l'activitat s'estanqui en el millor dels casos aquest estiu, tret d'algunes zones costaneres on la caiguda del turisme alemany i britànic pot tenir conseqüències més negatives. I al País Valencià confien amb una major afluència de turisme de la resta de l'estat espanyol per compensar el descens de turistes estrangers.

Tot plegat s'ha traduït, evidentment, en menys ocupació hotelera. A Mallorca, una de les destinacions més afectades, hi ha hotels que no han obert per falta de clients a zones com platja de Palma, Capdepera, Cales de Mallorca i cala Figuera, segons la Federació Hotelera de Mallorca, que xifra en un 25% el descens en la contractació de places. La Costa Brava ha registrat en la primera quinzena de juliol un descens d'entre quatre i cinc punts respecte a l'any passat. I l'Associació Provincial d'Hotels d'Alacant ha expressat ja la seva inquietud després que el passat mes de juny l'ocupació caigués catorze punts. La preocupació és patent en el sector, tot i que hi ha qui la matisa.

Miguel Ángel Martínez, director comercial d'Hotels Servigroup, amb establiments a Benidorm, Peníscola, la Vila

Jalosa i Oriola, assegura que "si ens basem en els últims tres anys partim de xifres mai vistes en la història del turisme. Actualment ens acostem al 90% d'ocupació, amb un descens del 8% respecte a l'any passat. Si fa deu o quinze anys m'haguessin dit que tindria aquesta ocupació, hauria demanat on s'ha de firmar. El descens és preocupant, però no catastròfic". Martínez reconeix també que la valoració difereix segons les zones "i és que cal tenir en compte una cosa: la Costa Brava, la Costa del Sol i la Costa Blanca tenim un avantatge respecte a les Illes. Aquestes depenen absolutament de la majorista de viatges i si aquesta estreny, no tenen recursos, perquè depenen de l'avió o del vaixell. Mentre que a la costa peninsular sempre ens podem nodrir més dels clients d'interior i estem més protegits".

Per què no vénen? Les raons que expliquen la desacceleració turística són diverses. La desacceleració econòmica que arrossega Europa ha calat de forma important entre els principals clients de les nostres costes: Alemanya es troba en uns nivells de creixement del PIB del 0,75%, mentre que la xifra de desocupats s'acosta als quatre milions de persones. Amb una economia que no arranca, no només els pressupostos empresarials es rebaixen, sinó també els de les famílies, que han de postposar algun viatge. De fet, aquest any es preveu que el 70% dels turistes de la Unió Europea estuegin al seu país.

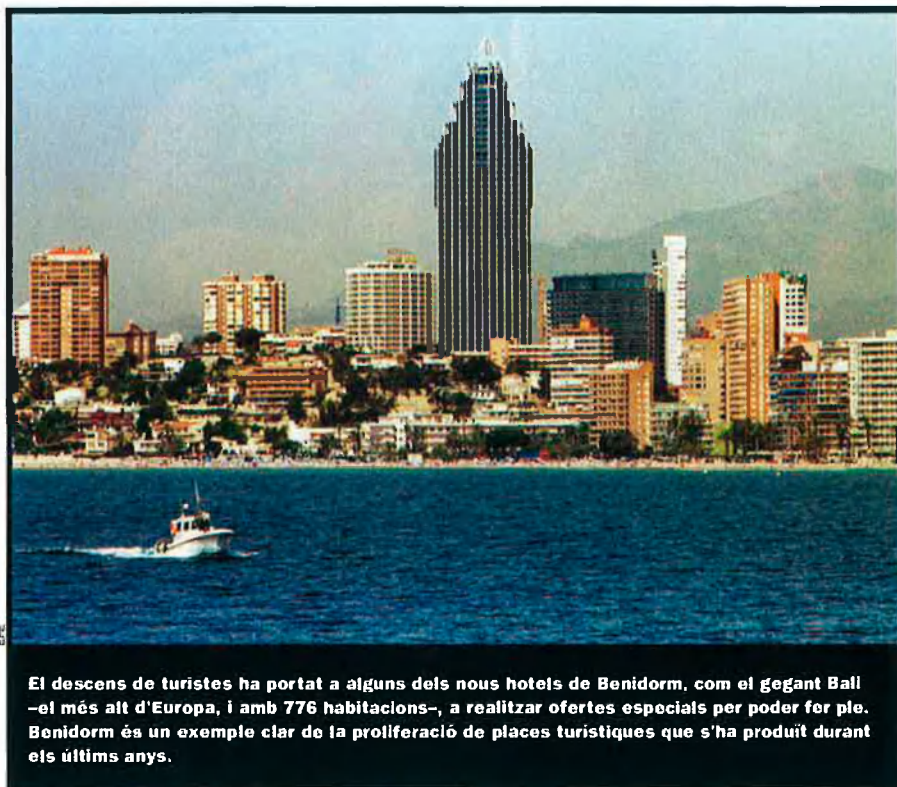
La por a volar generada després dels atemptats de l'11 S tampoc s'ha de desestimar, ja que pot haver provocat un cert canvi d'hàbits: el turisme italià, que viatjava tradicionalment en cotxe, i

que en els últims anys s'havia aconseguit que agafés l'avió, ara ha tornat a optar per la carretera.

Factors conjunturals, però, que amaguen al darrere una profunda transformació del sector propiciada per l'emergència de noves destinacions en el Mediterrani, un creixement espectacular de l'oferta de llits i el canvi d'hàbits dels turistes, no disposats a repetir any rere any la mateixa destinació, com van fer durant els anys setanta i vuitanta.

Martí Sabrià, gerent del gremi d'hosteleria de la Costa Brava Centre, que agrupa unes 400 empreses, explica que "el creixement de la conca mediterrània d'enguany es xifra al voltant dels 400.000 llits. Això són molts llits per a un continent europeu que no està creixent demogràficament. Salou té 5.000 places hoteleres més, és a dir, hi ha 35.000 nits d'hotel per setmana per vendre, que no hi havia l'any passat. I això, vulguis o no, s'ha de notar. Potser la davallada de turistes no ha estat tan important, però a l'hora de repartir aquests clients som més i això ha accentuat la davallada". L'espectacular creixement de les cadenes hoteleres, impulsat des dels anys vuitanta i propiciat sovint més per raons immobiliàries que turístiques, pot arribar a saturar el mercat i, de fet, ja hi ha cadenes (Sol Melià, Riu Hotels i la cadena Husa, entre altres) que porten temps invertint en altres destinacions, ja sigui d'Europa o de més exòtiques, com el Carib. Una diversificació que Sabrià aplaudeix com a estratègia de negoci, "tot i que des de la perspectiva de territori s'ha creat un conflicte".

Interessos inconfessables. No és casual que les destinacions més afectades per la desacceleració turística siguin les especialitzades en l'oferta de sol i platja, perquè són precisament aquestes les que estan patint el ressorgiment de nous competidors. Marroc, Tunísia, Egipte, Turquia i la costa adriàtica (destinacions properes als mercats europeus i amb grans extensions de platja) tornen a ser una alternativa real, en la qual els majoristes de viatges tenen molts interessos. Juan Carlos Elías, portaveu de TUI a Espanya, nega rotundament que



El descens de turistes ha portat a alguns dels nous hotels de Benidorm, com el gegant Ball –el més alt d'Europa, i amb 776 habitacions–, a realitzar ofertes especials per poder fer ple. Benidorm és un exemple clar de la proliferació de places turístiques que s'ha produït durant els últims anys.

Xifres a la mà, la conca mediterrània ha crescut enguany en 400.000 llits

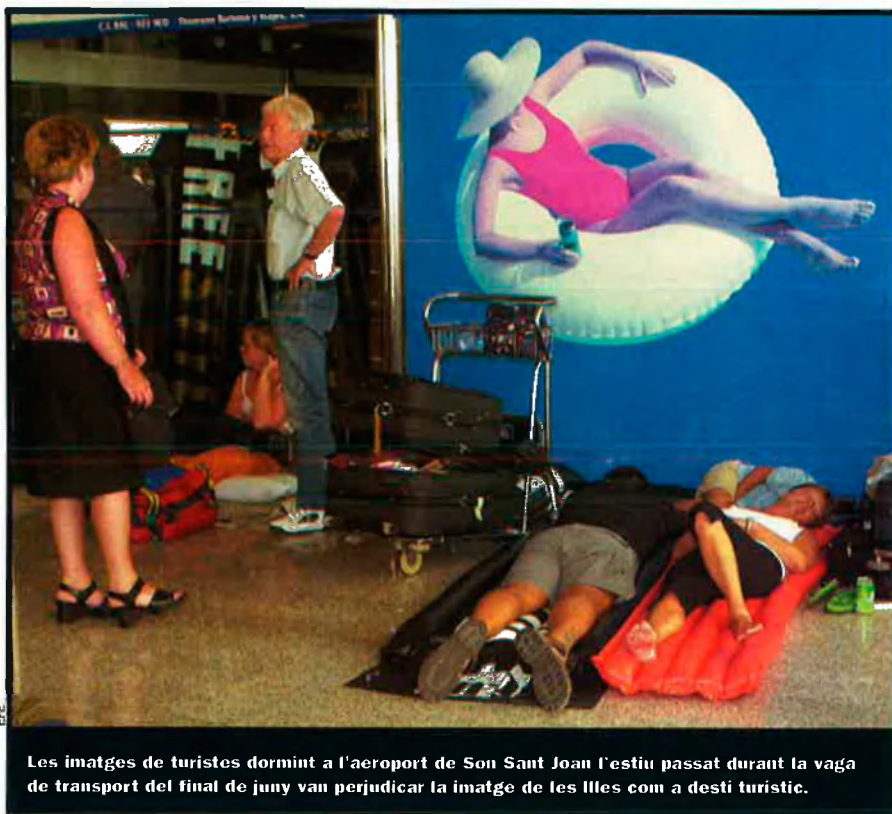
s'estiguin desviant clients cap a altres destinacions, que ofereixen un producte més barat que les nostres costes. "Espanya, per a totes les majoristes de viatges, és la gallina dels ous d'or", assegura Elías, "i, si Balears i Canàries van malament, patim més. Aquí és on tenim més interessos: participem en cadenes hoteleres com Riu Hotels, Grup Hotel, Hotels Robinson, tenim la nostra agència de viatges TUI, més de 150 autocars a les Balears i a Màlaga, prop de 5.000 cotxes a les Balears... Com volen que enviem clients a altres llocs? Si a Turquia amb prou feines arriben a les 100.000 places hoteleres, mentre que només a les Balears ja n'hi ha més de 400.000".

També és cert, però, que molts dels hotels turcs de luxe que s'han construït aquests últims anys han estat finançats per majoristes de viatges alemanyes, de la mateixa manera que ho van ser molts hotels de les nostres costes en el seu moment a canvi de garantir a les mateixes majoristes la precompra de places

hoteleres durant deu o quinze anys. Una operació immobiliària i financera que en els nostres territoris ja tenen prou amortitzada, però no en els mercats més emergents.

El descens en les reserves dels hotels ha disparat un altre fenomen no gaire habitual en plena temporada alta: les rebaixes. Amb aquestes es pretén animar el ritme de les vendes, sobretot, per a Balears i Canàries, les destinacions més afectades. "Aquest és un grandíssim error –es queixa Miguel Ángel Martínez, de Servigroup–, a la televisió, a la ràdio, ningú no parla de servei, tothom parla de preu. Això pot ser una dinàmica molt negativa. En època de crisi, en lloc de rebaixar 3 euros el preu, l'hauríem d'incrementar en 2 per donar millor servei. I això no ho ha fet ningú, encara." Però el més greu és que ni tan sols les rebaixes funcionen.

Tiffany Blackman, directora de l'Institut Balear de Turisme (IBATUR), explicava fa unes setmanes que "no era lògic esperar que després d'un atemptat com



Les imatges de turistes dormint a l'aeroport de Son Sant Joan l'estiu passat durant la vaga de transport del final de juny van perjudicar la imatge de les Illes com a destí turístic.

Amb deu milions i mig de turistes no es pot parlar de crisi, segons l'IBATUR

el de l'11 S la gent anés de vacances a Turquia. Però ha passat. En canvi, a les Balears hi ha hagut hotelers que no han pogut vendre algunes de les ofertes que han posat al mercat i, enfadats, les han retirat". Malgrat tot, "parlar de crisi quan vénen deu milions i mig de turistes és tenir-ne moltes ganes. No és una qüestió de quantitat. Pel que es treballa és per augmentar la despesa turística".

Balears és possiblement la destinació que millor reflecteix les tensions actuals del sector turístic. Un sector que any rere any omplia els hotels, que s'havia acostumat fins i tot a la sobreeserva i a haver de recol·locar clients en diversos establiments per manca d'espai. Però els anys d'eufòria semblen haver quedat enrere aquest estiu i els empresaris han hagut de donar vacances en ple mes de juliol a part dels seus treballadors davant la falta d'afluència de turistes. Rafael Borràs, secretari general de la Federació de Comerç, Hosteleria i Turisme de CCOO a les Balears, no es cansa de

repetir que "en els últims tres anys ens va tocar la loteria! Balears es va convertir en mercat refugi del turisme d'altres indrets de la Mediterrània, uns en guerra i altres en situació crítica. Això va provocar que tinguéssim unes temporades excepcionals i atípiques, i que per absorbir aquesta sobreocupació es fes necessari la contractació de molt de personal eventual, que quan les coses han tornat a la normalitat, ha deixat de ser contractat". El passat mes de juny es van formalitzar a les Balears uns 2.000 contractes menys que l'any anterior, la gran majoria lligats al sector turístic.

El preu de voler canviar. El descens en l'arribada de turistes arriba justament ara que la imatge de Balears com a destinació turística no passa pels millors moments a àmbit internacional, especialment alimentada per la premsa alemanya. En primer lloc, van ser els problemes d'escassetat d'aigua; després, la vaga de transport de l'estiu passat, i,

aquest any, la convocatòria d'una vaga en el sector de l'hostaleria per als mesos de juliol i agost, finalment desconvocada. Però, per damunt de tot, continua vigent la controvèrsia sobre l'ecotaxa, un impost que el Govern balear aplica des del passat 1 de maig i que l'ha enfrontat amb el sector hotelier. "A Alemanya tenen la sensació que a Mallorca ens hem cansat de turistes", segons assenyala Antoni Munar, gerent de la Federació Hotelera de Mallorca; "fa tres o quatre anys Mallorca era destinació preferida i idíl·lica, i ara fa l'efecte que som el pou de tots els mals i de totes les mancances. I això és perquè s'han donat una sèrie de missatges que han causat impressió en una part de la societat." Amb el discurs de Munar coincideix Juan Carlos Elías, portaveu de la majorista de viatges TUI, que afegeix que "des de fa dos anys, a les Balears estem estigmatitzant el turisme. El mateix govern ha dit que s'ha de reduir el turisme en un 20% i ho ha aconseguit. Fa dos anys que estem oferint imatges negatives constantment. Ja no som una destinació barata i si, a més, som una mica antipàtics, doncs se'n van a altres destinacions".

Balears està intentant canviar els criteris sobre els quals ha basat el seu desenvolupament turístic. Però la falta de consens en el sector dificulta un procés que és seguit des de fora amb força expectació. Martí Sabria, des de la Costa Brava, creu que "en el fons, a les Balears són plenament conscients que viuen gairebé exclusivament del turisme i que, si aquest negoci se'n va en orris, se n'hi va tot. Per tant, encara que se n'hagin fet lectures molt superficials, les Balears tenen molt clar que han de pujar dos graons el llistó, i que l'ecotaxa, tot i que hi estic absolutament en contra, conté subliminalment la idea de rebutjar el client de més baixa categoria, perquè es comencen a adonar que no poden, ni podem, competir en preus".

L'estiu turístic encara farà parlar molt més i l'hivern, també, si es té en compte que les contractacions fetes fins ara, segons la Federació Hotelera de Mallorca, són un 15% inferiors a les de l'any passat.

Bàrbara Amorós