

“La cooperació publicoprivada ha estat decisòria per al creixement turístic andorrà”

El 60% del PIB andorrà prové de l'activitat turística del país. És, doncs, un eix vital, fins ara basat en l'oferta d'esquí i botigues. Però el Govern andorrà i els empresaris s'han unit per canviar aquesta imatge, en ocasions frívola, del sector. Gastronomia, cultura i descans prendran força en la nova imatge de la marca Turisme d'Andorra. Enric Pujal, exministre de Turisme, fa un balanç d'aquesta activitat.

Deixa el Govern andorrà després de nou anys al capdavant de Turisme. N'està satisfet, de la tasca del seu Ministeri?

— Hem pogut fer molta feina, amb la qual Andorra ha experimentat un *boom* turístic. Fa deu anys, el país rebia la meitat de turistes que ara, que ja sumen gairebé 12 milions l'any. I cada vegada trobem més elements per seduir el turista, amb unes estacions d'esquí més competitives gràcies a les inversions potents que es fan en aquest sector.

— Andorra ha duplicat el nombre de turistes, però les pernотacions, que donen bona part dels ingressos, s'han reduït. A què ho atribueix?

— El 2001 vam tenir un salt espectacular quant a pernотacions, un 40%. Des d'aleshores, aquestes s'han reduït a poc a poc, no sabem a què és degut, potser va ser un any d'abundància econòmica, sobretot dels nostres veïns de Catalunya i del sud de França, que acostumen a tornar a dormir a casa, perquè les vies de comunicació són molt més ràpides. Aquesta pernотació ens falla, i ara treballem en la campanya “Andorra no te l'acabes en

un dia”, per tornar a fidelitzar el client català i del sud francès.

— La imatge d'Andorra s'associa a un model turístic només basat en l'esquí i les compres, amb un pèl de frivolitat. Fins a quin punt aquesta imatge és real?

— Aquesta imatge és certa. Però, des de fa anys, hem passat de ser una destinació d'estiu a una destinació massiva d'hivern molt consolidada, amb l'oferta de neu i noves instal·lacions. La resta de l'any intentem promocionar una temporada molt morta, la primavera.

— Al país, li interessa anar més enllà d'aquesta oferta?

— És clar, per això estem treballant en una nova política de congressos, convencions i reunions. Creiem molt en aquest projecte, i tirarà endavant per força, perquè el desenvolupem en estreta col·laboració amb el sector privat.

— Com es ven aquest nou producte? És difícil competir amb les grans metròpolis per atraure executius...

— Oferim una naturalesa exuberant i compres per als acompanyants, que no

s'avorriran, perquè quan es fa un congrés a Andorra, sempre vénen més acompanyants que en un altre país. A més, la seguretat ciutadana d'Andorra és un plus afegit que ens distingeix de la resta. Poden passejar de nit pels carrers sense que ningú no els inquieti. Andorra encara és cent per cent segura.

— Andorra no es caracteritza per la seva oferta cultural, però en realitat la podria oferir. Tenen en compte aquest vessant?

— Ben pocs turistes vénen a Andorra exclusivament per aquesta oferta, però tenim un romànic fabulós, amb un patrimoni de seixanta monuments restaurats que es poden visitar durant l'estiu. El romànic i els museus del país configuren una oferta cultural impressionant.

— I per què no li han donat sortida?

— Ara ho farem, tenim en marxa un nou projecte, “la ruta dels homes de ferro”, a través de les fargues. Tenim la Farga Rossell, que ja és un museu, i ben aviat començarà a funcionar una farga a Ripoll i una altra al sud de França. Ja tenim col·laboració amb França, i ara establim acord amb Catalunya. Aquesta ruta serà una oferta potent.

— Andorra, doncs, fa una aposta per ampliar el seu ventall turístic?

— És la nostra voluntat, com ho demostra una aposta gastronòmica amb les bordes andorranes, que avui són restaurants típics on s'ofereix cuina del país. Els països de tot el món promocionen la seva gastronomia i Andorra no es quedarà enrere.

— És prioritari el segment de turistes de parla catalana en aquest relançament del turisme?

— És el públic objectiu més important regionalment parlant, el català, el balear, i el valencià una mica menys, perquè és més allunyat geogràfica-



Biografia

Enric Pujal Areny (Encamp, Andorra, 1943) no renovarà càrrec al Govern andorrà, al qual va arribar el 1996 per mà del Partit Liberal de Marc Forné. Ha estat ministre de Turisme i Presidència, amb altres atribucions, com Medi Ambient i Cultura. Enginyer industrial de formació, va crear la seva empresa a Andorra, dedicada al turisme. La seva vinculació a la política comença com a conseller del comú d'Encamp, del qual va ser també cònsul (alcalde) durant quatre anys. Ha estat conseller (diputat) durant tres legislatures, fins que entrà a l'equip de Govern de Forné. Pujal va anunciar que deixaria la primera línia política quan ho fes Marc Forné, i així ha estat. Ara continuarà treballant pel Partit Liberal, però es retirarà a una segona línia.

ment. Per a Andorra, el turista de parla catalana és vital, el cuidem molt perquè som iguals: tenim les mateixes arrels, la mateixa cultura, parlem el mateix idioma i gastronòmicament ens agrada el mateix. Si no tractem amb excel·lència els germans, amb qui ho farem?

—**Aquest agermanament es concreta també en la cooperació política en matèria turística?**

—Hem compartit molts projectes culturals amb els governs de les Illes i de Catalunya, projectes de tota mena, hi ha una relació molt fluida i una entesa immediata. Que un conseller català vingui a Andorra és molt habitual, i que un ministre andorrà baixi a Barcelona encara ho és més.

—**Andorra ha creat la Taula de Turisme, un model de gestió mixta publicoprivada gens habitual en altres països. Quins fruits està donant l'experiència?**

—És una fórmula d'èxit absolut, un element decisor per al nostre creixe-

ment turístic. Jo ho tornaria a impulsar sense cap mena de dubte. La Taula de Turisme, la integren totes les associacions privades hoteleres, agències de viatges, transportistes, comerciants, etc., a més del Govern andorrà, perquè aquí es prenen totes les decisions turístiques del nostre país. I quan s'ha presentat una campanya, l'hem tirada endavant entre tots, amb una gran cooperació del sector públic i privat.

—**Prova d'aquest èxit és el pla de màrqueting turístic que prepara la Taula per al 2005-2010.**

—Efectivament, hi han treballat seixanta representants de l'empresa privada, el Ministeri de Turisme hi ha posat la logística i les subvencions, però el lideratge del projecte i les idees les ha donades el sector privat. Aquest és un gran actiu del nostre país, que som capaços de cooperar perquè ens uneixen interessos comuns.

Gemma Aguilera