

Setè
Premi de
Periodisme
d'Investigació

RAMON
BARNILS

La dotació del premi serà de 3.333 euros.
Els treballs, inèdits i escrits en català hauran de presentar-se
al setmanari EL TEMPS abans del 30 de setembre de 2007
per correu ordinari:
Octubre Centre de Cultura Contemporània
c/ Sant Ferran 12. 46001 València

o per correu electronic
premi.barnils@eltemps.net

L'obra guanyadora serà publicada al setmanari EL TEMPS

El premi es farà públic durant el sopar de lliurament
dels XXVI Premis Octubre que tindrà lloc a València
el 27 d'octubre de 2007

Per a més informació:
Octubre Centre de Cultura Contemporània
c/ Sant Ferran 12
46001 València
Tel. 963 535 100
premi.barnils@eltemps.net
www.eltemps.cat



Mentre els comerços convencionals cerquen constantment fórmules per fidelitzar i ampliar la clientela, els aeroports s'han convertit en un magnífic aparador al qual sucumbeixen els milers de passatgers que cada dia hi passen per davant i que, sense ni tan sols ser-ne conscients, n'esdevenen potencials consumidors. Tot i que la consolidació de la moneda única va posar el punt final a les exempcions d'impostos dins la Unió Europea, els aeroports continuen essent un reclam per a molts passatgers que adquireixen articles més bé de preu en aquestes botigues.

Del 'Duty Free' al 'Tax Free'.

Amb presència a aeroports, avions i ferris, l'anomenat *Duty Free* va néixer l'any 1977 amb l'objectiu de salvar les diferències entre els diversos percentatges impositius aplicats als béns de consum. Aquest tipus de comerç es va estendre tant dins d'Europa com arreu del món. Naixien, d'aquesta manera, una mena de petits "paradisos fiscals", en què els viatgers intracomunitaris i transoceànics podien adquirir productes a preus menors que els del seu país i, en algunes ocasions, notablement inferiors.

La unió monetària i l'harmonització fiscal de tots els països que la integren va deixar sense raó de ser aquests comerços. Tanmateix, per a no perdre clients, algunes d'aquestes botigues van absorbir un percentatge important dels impostos, de manera que aconseguien oferir descomptes segons el tipus de productes. Anys més tard, l'eclosió del comerç al detall és una realitat i les terminals aeroportuàries esdevenen una llaminadura a mans dels professionals del comerç.

Aldeasa és l'empresa líder en el negoci d'establiments aeroportuaris a l'estat espanyol i una de les principals a tot el món. En depenen 19 establiments als 3 aeroports catalans (15 dels quals a l'aeroport de Barcelona -el Prat-); 6 establiments a 2 aeroports valencians; i 21 a tres aeroports de les Illes Balears.

Tot i que no tenim constància de les dades del volum de negoci desglossades, les xifres globals ens permeten de fer-nos una idea acurada dels be-



Compres de baix cost a l'aeroport

Tedioses esperes fins que s'enlaira el nostre avió, pantalles que anuncien vols endarrerits, compres d'última hora... Amb una suculent clientela potencial, els comerços establerts a les terminals aeroportuàries esdevenen un aparador immillorable. Malgrat l'abolició dels beneficis per exempció d'impostos dins de la UE, molts passatgers continuen beneficiant-se de les rebaixes d'aquestes botigues.

nefics d'aquest mercat: l'any passat els ingressos del negoci aeroportuari d'Aldeasa van superar els 544,5 milions d'euros, un 6% més que l'any anterior.

José Llorente, portaveu de la companyia, explica que, a mitjan 1999, quan la Unió Europea inhabilità la reducció d'impostos per a passatges intracomunitaris, "Aldeasa va haver

d'adaptar-se a una modificació legislativa i es va trobar obligada a revisar l'estratègia comercial als aeroports de l'estat espanyol per satisfer les noves necessitats i exigències del seu client tradicional: el passatger amb destinació internacional, tant a la Unió Europea com a fora". Tanmateix, afegeix, "la companyia va haver d'afrontar l'aparició d'un client nou i

nombrós: el passatger amb destinació dins l'estat espanyol".

'Tax Free' i més beneficis fiscals. La política del *Tax Free* es defineix com una reducció dels impostos als comerços situats més enllà dels arcs de seguretat de l'aeroport i que ofereixen un benefici per als passatgers que tenen la destinació final en un estat no comunitari. La deducció que s'hi aplica correspon a un percentatge de l'IVA, que cada estat defineix independentment i lliurement, a més de l'anomenat *impost especial*, que recau sobre determinats productes, com el tabac o les begudes alcohòliques.

D'aquesta manera, les vendes no exemptes d'impostos i les exemptes d'impostos conviuen als nostres aeroports. No hi ha límit de compra de productes a les anomenades *Free Shops*, sempre que aquests productes siguin per a l'ús personal i no per a la venda. Però si es traspassen les

fronteres de la Unió Europea, s'han de considerar els límits d'adquisició, condicionats en gran mesura pel país al qual ens adreçem.

Tot i que no s'aplica la reducció d'impostos si el viatge que fem és dins de la Unió Europea, sí que és possible de beneficiar-nos econòmicament de productes adquirits en països on l'IVA és inferior al marcat per les autoritats estatals del país d'origen. Per això, pot resultar interessant de saber si, depenent dels gravàmens, podem trobar un mateix producte més bé de preu al país d'origen o al país de destinació.

El perfil del comprador. Evidentment, per als comerços d'aeroport, els més de 30 milions de passatgers que van passar l'any passat per l'aeroport del Prat es converteixen en una clientela magnífica. És una clientela que alimenta les ànsies de consum amb les hores mortes que resten entre embarcaments, enllaços i retards. Així mateix, és una ocasió única per a comprar allò que ens hem descuidat a casa o bé per a adquirir un detall d'última hora. L'avorriment guanya la partida, això sí, a la necessitat.

Les principals marques de moda han fet seva aquesta terra de ningú. No és gens estrany de trobar-hi establiments d'objectes de luxe i sucursals de les principals marques de moda, algunes de les quals llancen edicions especials que no es poden trobar en altres botigues.

Ja s'han acabat els temps en què a les botigues dels aeroports anomenats *Duti Free* només es comprava tabac, alcohol i productes de cosmètica. Tanmateix, com indica l'estudi "Guany que genera un passatger abans del vol", de l'empresa Amadeus, aquests



productes "continuen tenint-hi protagonisme: la venda de tabac representa el 30% dels ingressos totals d'aquestes botigues, el 33% correspon a productes de cosmètica, i el 10% a begudes alcohòliques". I, en qüestió de despesa mitjana, l'informe trenca els tòpics: "Un home gasta a les botigues de l'aeroport una mitjana de 43 euros, mentre que les dones es queden a 36 euros."

Per a Llorente, de l'empresa Aldeasa, els clients que més compren a les seves botigues són, principalment, "alemanys i anglesos", i els productes més demandats, "tabac (sobretot marques angleses); begudes, com la ginebra; perfumeria; i alimentació, essencialment diverses marques de xocolata".

Laura de Andrés Creus

Transit de viatgers als aeroports dels Països Catalans

	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Barcelona – el Prat	30.008.302	27.152.745	24.558.138	22.752.667	21.348.211	20.745.536
Palma	22.408.427	21.240.736	20.416.083	19.185.919	17.832.558	19.206.964
Alacant	8.893.720	8.795.705	8.571.144	8.195.453	7.010.326	6.541.962
València	4.969.120	4.639.314	3.111.951	2.432.126	2.138.926	2.301.191
Eivissa	4.460.143	4.164.703	4.171.580	4.157.291	4.094.446	4.426.505
Girona	3.614.254	3.533.564	2.962.988	1.448.796	557.187	622.410
Menorca	2.690.992	2.590.733	2.631.334	2.704.038	2.733.733	2.825.147
Reus	1.380.267	1.382.257	1.138.009	846.731	764.742	744.096

Font: AENA

Centres comercials sense sortir de l'aeroport

La proliferació de les companyies de baix cost ha permès de tancar l'any 2006 amb un rècord històric en nombre de turistes que van aterrar als aeroports estatals. Catalunya, Illes Balears i País Valencià encapçalen la llista d'arribada de vols amb origen internacional. Com reconeix Llorente, l'increment de la freqüència de vols i el fort increment de passatgers en aquests aeroports "ha obligat Aldeasa a adaptar les seves botigues i l'oferta comercial per satisfer les necessitats d'aquests nou clients". D'aquesta necessitat

sorgeix el concepte d'*àrea comercial integrada*, amb una oferta comercial àmplia i estructurada que permet al client de "fer una compra còmoda i fàcil". Amb aquesta voluntat la companyia ha establert nous serveis com el sistema de cobrament ràpid i la presència a l'interior de les botigues de pantalles amb informació sobre els vols, entre més propostes. "Tot per tal que els nostres clients puguin trobar un veritable centre comercial sense sortir de l'aeroport", conclou Llorente.