

# “Barcelona i València s’han de plantejar estratègies turístiques conjuntes”

**A** una ciutat com Barcelona se li planteja el repte de fer compatible la massificació turística amb la vida diària dels qui hi viuen. A les zones de més aflluència molts veïns n’estan farts, però alhora, al turisme no se li poden posar tanques. Com s’ha de fer front a aquest conflicte d’interessos?

—S’han de fer tres coses: en primer lloc, cal explicar a la gent els beneficis que suposa que persones d’unes altres cultures vinguin a visitar-nos; cal sentir-se orgullosos que la gent es senti atreta pel nostre patrimoni. En segon lloc, no s’ha de negligir el benefici que, des del punt de vista econòmic i de creació de llocs de treball, genera l’activitat turística. En tercer lloc, s’ha de treballar l’estratègia de la comoditat: on aparquen els autocars? Com es fan les cues per a l’autobús turístic? Què ensenyem de la ciutat? Només allò que és més turístic? Quan vaig fer el pla estratègic de Barcelona, vaig parlar de quinze Barcelones. Hi ha llocs que, sense ser els *highlights*, tenen un atractiu turístic fantàstic.

Barcelona té un entorn espectacular que s’ha d’incorporar com a part de la visita. Anar al delta, al Llobregat... hauria de formar part de la visita. No pot ser que arribi un creuer, els posem en fila índia i els portem a la Rambla. Això genera problemes greus de congestió que malmeten l’atractiu de la ciutat. Cal avançar-nos a aquesta mena de situacions i organitzar aquests fluxos perquè, altrament, provoquen inconvenients.

—Què us sembla la campanya “Les 10 Barcelones”

—Crec que la campanya és encertada i entronca amb el primer pla estratègic de les quinze Barcelones que vam dissenyar. Ara s’han de construir aquestes Barcelones i fer-les abel·lidors als visitants: elaborar circuits a

Domènec Biosca (Barcelona, 1957) és expert en turisme. President d’Educatur i de l’Associació d’Experts en Empreses Turístiques, ha rebut la medalla al mèrit turístic. Recentment també ha estat distingit amb la medalla al mèrit cívic de Barcelona.



PERE FERRÉ/DT

En casos com el de Magaluf, “primera, es sanciona qui begui al carrer; segona, els empresaris de discoteques hi posen ordre, i tercera, els hotelers no han de contractar aquest client tan barat”.

### “La prioritat ha de ser cuidar la marca”

peu, amb parades segures, amb llocs de referència... Això ajudarà a descongestionar el centre i permetrà que el visitant conegui unes altres parts de la ciutat on també pot trobar atractius turístics i comerços interessants.

—**L’any 2012 Barcelona va rebre 25 milions de visitants. La ciutat té 1,6 milions d’habitants. És aquesta una xifra sostenible? Hi ha cap lílndar que no s’ha de superar?**

—Cal diferenciar entre visitants que s’allotgen legalment i paguen els seus impostos i aquells a qui només interessa anar de gresca i emborratxar-se. Hem de classificar aquesta gent i decidir quina és la classe de turista que ens interessa per a la nostra marca. La

### “València pot ser el complement turístic de Barcelona”

prioritat de qualsevol gestor públic de l’àmbit turístic ha de ser cuidar la marca, i per a aquest objectiu cal tenir clar quina mena de turista aspirem a allotjar a casa nostra. No plantejar-se aquestes coses ens perjudica.

—**Després dels Jocs Olímpics es va crear Turisme de Barcelona amb l’objectiu de gestionar el turisme a la ciutat. Hi ha marge per a l’actuació pública en un sector en què els lobbies dels operadors turístics, els hotelers i els hostalers són tan forts?**

—Cada any viatjo a dues-centes ciutats del món i tothom vol copiar el model de Barcelona. Es tracta d’un model que no consisteix a disposar de diners, sinó d’aconseguir allò que jo anomeno *treballar amb les sis P*. Això vol dir tenir la col·laboració pública-pública entre administracions responsables; la col·laboració privada-privada, això és, que hi hagi uns gremis hotelers que aglutinin tothom i estiguin units, i finalment, la col·laboració pública-pri-

vada. Amb aquesta fórmula es poden elaborar estratègies consensuades que són molt més efectives que no si cadascú va pel seu compte.

—**Els veïns de les zones més massificades diuen que l’Ajuntament està venut al lobby hotelier i de l’hostaleria. Hi esteu d’acord?**

—En la seva condició de veïns, és normal que la gent es queixi, per exemple, de l’excés d’autobusos a la Sagrada Família. El problema rau, però, en el desordre, més que no pas en la massificació. En el moment en què s’introdueix l’ordre, tot se soluciona. Calen normes, interacció amb els actors que hi intervenen..., perquè d’aquesta manera disminueixen els fluxos i la concentració, i el problema desapareix. Però per aconseguir-ho cal ser proactius i avançar-se al problema.

Però és clar, llevar-te cada matí i veure la Sagrada Família o poder anar a tot arreu a peu, si ets un veí del centre, té un cost. És com qui té un apartament a primera línia de platja i s’ha de conformar de veure cada matí la platja colonitzada de para-sols. Les coses ideals per al meu ús i gaudi particular no existeixen.

Un cop dit això, sóc de l’opinió que cal perseguir els pisos il·legals, que no cotitzen i generen problemes al veïnat. I fer-ho de forma urgent.

—**A Catalunya i també a les Balears hi ha una certa polèmica pel que s’ha de fer respecte als portals web en què la gent ofereix el lloguer d’una casa amb finalitats turístiques. En diuen *peer to peer*. Què hi hauríem de fer?**

—Jo sóc partidari del rigor. No pot ser que hi hagi gent que pretenghi quedar-se al marge de la llei. Aquí hi ha gent que inverteix a promoure hotels, paga els seus impostos i actua conforme a la llei. I a l’altre costat hi ha qui ignora qualsevol regulació i evita pagar taxes i impostos. Això no pot ser de cap de les maneres, perquè quan manca el rigor, sorgeixen els problemes i les disfuncions, les quals generen mala premsa al turisme en el seu conjunt.

Ara es parla molt de Mallorca, on hi ha molt d’enrenou per Magaluf. M’han telefonat de llocs on tenen problemes semblants per preguntar-



JORDI PLAY

“És normal que els veïns es queixin, per exem-

me si sóc partidari de posar-hi policia. Això és el que ens faltava! Sortir per la tele perquè hi ha hagut garrotades entre turistes i policia. Als hotelers que fomenten un model de turisme de borratxera, sexe i descontrol se’ls ha de fer fora perquè per culpa d’ells correm el risc de degradar la marca.

—**Què es pot fer en llocs com Magaluf o Lloret, on la marca ja està degradada?**

—És molt senzill: en primer lloc, es sanciona qui begui al carrer; en segon lloc, els empresaris de discoteques hi han de posar ordre, i en tercer lloc, els hotelers no han de contractar aquesta classe de client tan barat. No ha de fer por clausurar, perquè de vegades clausurar segons quins establiments ens evita arriscar-nos a malmetre la marca per aspirar a tenir un client de més poder adquisitiu. Tot el que és barat no té límit i sempre hi haurà algú disposat a vendre per menys. Entrem, doncs, en una espiral perversa. Tots



ple, de l'excés d'autobusos. Però el problema rau en el desordre, més que en la massificació.”

hem de cuidar el territori perquè això és en benefici del conjunt.

—Però per gestionar aquestes situacions cal molta complicitat entre l'àmbit públic i el privat.

—El que cal és normativa. Aquestes coses passen en municipis on el sector privat està dividit, en el sector públic no hi ha lideratge ni tradició turística i les normatives no s'apliquen amb rigor. Això és com un partit de futbol; les normes s'han de complir amb rigor perquè, si no, aquí regna el camp qui pugui.

—En alguna ocasió, heu dit que les Balears necessiten una reconversió turística. Expliqueu-m'ho.

Jo estic a favor de l'elegància entenenent per aquesta no pas els diners, sinó l'educació i l'amabilitat. Sóc partidari de ser excel·lent a l'hora de dissenyar els accessos, disposar els contenidors, situar mapes d'ubicació..., perquè el que ensenyem i la manera com ho ensenyem són essencials a fi que el client

torni. I si el que ensenyem és bonic, la gent estarà disposada a tornar i pagar més per viure una altra vegada aquesta experiència agradable. A canvi, deixarem fora un altre client que no ens interessa.

—Què us sembla València des del punt de vista turístic?

—València és una ciutat molt interessant, però excessivament dimensionada i mal gestionada. València pot ser una mena de Barcelona amb l'avantatge de tenir uns preus millors. Fa molt de temps que dic als hotelers que poden ser el complement de Barcelona

“No ha de fer por clausurar establiments si perjudiquen la marca”

perquè la capital catalana està desbordada. El problema de València és que, com a molts altres llocs, no hi ha coordinació entre el sector públic i el sector privat. A això hi hem d'afegir que no hi ha una associació forta d'empresaris, depenen de les subvencions i les tasques de promoció són en mans de l'Ajuntament.

Fa un quant temps vaig ser en un dinar on hi havia el director de l'aeroport i els hotelers; aquests criticaven el primer perquè no duia prou turistes. I s'equivocaven: als turistes no els porten pas els aeroports, sinó que la promoció fa atractiva la destinació. El sector privat no pot esperar l'almoïna del sector públic.

València té unes condicions sensacionals: bona planta hotelera, uns professionals ben preparats, un bon centre històric, té platja.... Només falta que el sector públic i el privat treballin plegats.

—És interessant que València i Barcelona es plantegin estratègies turístiques conjuntes?

És clar que sí. En aquest àmbit, el problema han estat els polítics, que fins fa no gaire no volien saber-ne res, del Corredor Mediterrani, i van optar pels corredors Madrid-València i Madrid-Alacant. Això ha estat un error molt gran perquè la gran força és el Mediterrani. Barcelona, València, Múrcia... El Mediterrani és la gran marca turística, però per sortir-nos-en cal que hi hagi un AVE que comuniqui tota la Mediterrània. Això té un potencial grandíssim.

No s'ha fet per interessos polítics, i aquesta mancança ha perjudicat cadascun dels territoris. El sector públic s'ha de deixar de banades sobre la llengua i pujar al tren en què s'ha embarcat de fa temps el sector privat, que és conscient dels beneficis de treballar plegats. Si hi hagués l'AVE, no es dependria tant dels operadors turístics i tindriem temporada turística tot l'any. S'han perdut moltes oportunitats. No té gens de sentit que l'AVE cap a Alacant es faci des de Madrid i no des de València, ni que per anar de València a Barcelona t'hi hagi d'estar tres hores. Això no té ni cap ni peus.

Violeta Tena