

Parla Jaume Cladera

"Balears s'ha de convertir en la destinació del turisme europeu"

El Conseller de Turisme del Govern Balear, Jaume Cladera, analitza per a EL TEMPS els problemes immediats del turisme a Balears, els intents de reconversió i el futur que necessàriament passa "per convertir les Balears en el destí natural del turisme europeu".



"Amb vista al futur no és probable la baixada del mercat, encara que la baixada del mercat britànic vagi a més".

JUAN CELIA

Poisser és convenient començar per analitzar com es presenta l'actual temporada, sobretot tenint en compte els insistent rumors de crisi provocada per la presumible baixada del turisme anglès.

—En general, la majoria del mercats tindran un comportament semblant a l'any passat, amb una petita pujada d'italians i espanyols, i una baixada molt important del mercat britànic. Atès que la participació dels britànics és molt alta —un 30% a Mallorca, un 80% a Menorca i un 70%

a Eivissa, aproximadament— farà que el resultat global tenguí un descens. En aquesta línia, la baixada tendrà més incidència a Menorca i a Eivissa. En síntesi, hi haurà una disminució global de l'afluència turística a les Illes.

—Un descens el resultat del qual es veurà agreujat per un excés d'oferta.

—Si, és clar, això és cert. La baixada és un fet i, si se li afegeix un excés d'oferta, la situació es complica perquè sembla com si venguessin menys turistes. La situació resultant no és gens bona i amb vista a futur s'ha d'ajudar al mercat a

corregir-la a través de la demanda o bé augmentar-la, o disminuir l'oferta, o bé que augmenti un poc la demanda i disminueixi un poc l'oferta.

Que augmenti la demanda en determinats mercats és molt difícil. Mercats com l'espanyol, l'italià i el francès són mercats que, activant-los i fent esforços, tal vegada es puguin obtenir increments, podran ser notables. Amb vista al futur, per altra banda, no és probable la baixada del mercat, encara que la baixada del mercat britànic vagi a més. Inclús crec que tendrà lleus increments encara que diff-

cilment tornarà a on era fa uns anys.

—*¿Quantes places creu que sobren a les Illes del total de l'oferta?*

—Nosaltres creim que a Mallorca s'haurien de reduir unes 50.000 i a Eivissa d'unes 12.000 a 15.000. I ara n'explic el perquè: si es tenen mil llits amb una mitjana de 12 dies d'estada (que és la mitjana), per a tenir-los plens tot un mes es necessiten 2.500 clients; si es tracta de tota la temporada —6 mesos— se'n necessiten 15.000. Normalment no se sol tenir 6 mesos al 100%, sinó que és bona una ocupació del 80% que representaria la necessitat de tenir 12.000 clients per a aquests 1.000 llits durant aquests 6 mesos. I amb això nosaltres feim el procés a la inversa. Suposam que perdrem un 10 o un 11% (sobre uns 5'5 milions de turistes) que són uns 550-600 mil, ¿quants llits ens sobran? la resposta és clara: 50.000.

LA COMPETÈNCIA D'ALTRES PAÏSOS MEDITERRANIS

—*I a més de la baixada de turistes, de l'excés d'oferta, hi ha el problema de la competència d'altres països mediterranis, ¿creu que a la llarga ens poden desplaçar en les preferències dels europeus?*

—Bé és cert que aquesta competència que s'ha obert aquests últims anys té, per a nosaltres, un factor negatiu com és que cerca els segments de demanda on ho fem nosaltres. És a dir, tots anem cap al mateix lloc: Europa occidental. Per tant, és evident que hi ha una competència. Ara bé, ¿quin és el nostre plantejament? ¿Podrem competir amb el Marroc, Turquia..., podrem competir amb països subdesenvolupats? ¿Són països que tenen monedes amb depreciació constant respecte a les monedes europees, amb nivells d'inflació superiors al 30%, amb cert exotisme perquè no són massa coneguts... És a dir, són països que repeteixen el que nosaltres érem, fa uns 30 o més anys, ¿podrem competir amb ells? Evidentment, no. Nosaltres no podem competir amb ells perquè la situació és distinta, la seva oferta complementària és baratíssima, per exemple.

Aleshores, si nosaltres volem seguir liderant el mercat, només tenim una solució. I és intentar convertir-nos en la destinació natural dels europeus. ¿Què vol dir això? Això significa dir clarament als europeus que si volen preus barats, oferta complementària barata, etc., evidentment aquests països estan en millor si-

tuació que nosaltres; però si el que volen és la mateixa qualitat de vida que en els seus països d'origen, que vinguin a Balears. Però és clar que això significa que nosaltres puguem donar aquesta qualitat, que tenguem una infraestructura pública europea, que es vegi que aquí també és Europa; i per això hem fet el Pla d'Inversions de més de 14.000 milions. D'altra banda també es necessita una infraestructura privada, i per això hem fet la Llei d'Allotjaments Turístics per a explicar als empresaris que amb aquesta competència existent ens hem de situar a un altre nivell, que necessitam elevar el nivells de servei, és a dir, que a més de la bona capacitació professional també es cuidin els detalls: bones vaixelles, bons tassons... en definitiva, un bon servei, aquest és el camí que hem de seguir. Hem d'entendre que si ens quedam de braços creuats no tenim res a fer, però si elevam el nivell de qualitat general podrem competir. En definitiva, ens hem de convertir en la destinació natural del turisme europeu.

—*A aquest desig de convertir les illes en el destí natural del turisme europeu hi ha un problema que s'interposa, com és el problema de l'oferta complementària massa cara, d'acord amb les queixes que en aquest sentit s'han fet ¿com es pot solucionar?*

—Això és un tema que hem discutit i, a més, en aquests moments estam fent un estudi sobre si aquestes queixes responen a una realitat. És un tema difícil, determinar si és o no cara; hi ha productes que potser sí que ho són i d'altres que no. Per escatir què és el que hi ha de cert darrere aquestes queixes hem fet, d'acord amb la Federació de restauració, una *cistella de la compra turística*: la federació ens ha donat una relació dels productes més consumits pels turistes i nosaltres hem fet un sondeig dels preus a cada zona turística. Ara serà el moment de comparar els nostres preus amb els preus dels països emissors de turistes i tendrem una referència exacta. D'aquesta manera podrem tenir clar si és o no massa cara l'oferta complementària. I si ho és, haurem de dir als empresaris: "Senyors, això és més car aquí que a tal país, vosaltres sabreu què feu...".

LA NECESSÀRIA RECONVERSIÓ HOTELERA

—*Ja s'ha referit vostè a aquestes 50.000 places que sobren. Es fa necessària, per tant, una reconversió.*

Aquesta només es pot fer de dues maneres: augmentant la demanda o disminuint l'oferta. ¿Es aquesta la idea del Pla de Modernització de la planta hotelera?

—Això és clar: o augmentam la demanda o disminuim l'oferta, o un poc de les dues coses. Quant a augmentar la demanda, això és molt difícil a pesar que hi ha un mercat nou com és el de la RDA que, amb poc temps, serà un bon mercat; hem de tenir en compte que seran uns 16 o 17 milions de persones més (Suècia, Dinamarca, Noruega i Finlàndia tots junts fan uns 20 milions) que potencialment són molt interessants i, de fet, ja tenim un representant a la RDA que en controla l'evolució; he de dir, a més, que la campanya que hi hem fet d'invitacions ha estat molt positiva perquè coneguim les Illes; enguany n'han vingut pagant uns quinze mil i jo crec que l'any que ve fàcilment arribarem a tenir uns 50 o 60 mil turistes de l'Alemanya de l'Est. És un mercat a l'alça, però hem de tenir clar que no ens resoldrà el futur.

L'altra part és l'oferta. La Llei de Modernització, i això ho he explicat moltes vegades, no és tant una llei per anar a dir a l'empresari d'un establiment que funciona bé com ho ha de fer, sinó és per anar a l'empresa que té un edifici que s'ha quedat en una situació dolenta, intentar ajudar-lo a reconvertir. I no es tracta d'obligar a tancar, sinó d'intentar trobar solucions on hi ha problemes.

—*Hi ha zones molt degradades on pràcticament és impossible la modernització, ¿què es farà?*

—Hem de distingir dues coses: la zona i l'oferta turística. Si en una determinada zona l'oferta es modernitza i no es modernitza la infraestructura pública, no hi ha res a fer, i a la inversa igual. Evidentment, hi ha zones que són més urbanes que turístiques. I això pot permetre que la reconversió passi per fer pisos o oficines i deixar l'ús turístic. És cert que hi ha determinades zones i establiments que tenen mala solució, hi ha hotels que per les seves característiques no ho tenen gens fàcil. De tota manera, això és cada empresari el que ha de decidir el que li interessa més: o modernitzar-se o retirar-se.

—*Aquesta reconversió-modernització hotelera pot provocar certes reticències entre els empresaris.*

—Sí, això jo ho comprenc, perquè s'ha de reconèixer que té [La llei] un cert grau d'intervencionisme i l'empresari, per si, és una persona que creu que la seva actuació ha de ser completament lliure. I



això a determinats sectors és així, però no en altres, on la teva actuació empresarial incideix sobre el veïnat: si en una determinada zona turística hi ha X establiments que funcionen malament, la perjudicada és tota la zona, i els que funcionen bé es veuen afectats per l'actuació dels altres.

—*¿No es corre el risc que les places turístiques que es perdin siguin places noves i, en canvi, es mantinguin les velles, les que ja estan amortitzades?*

—Aquest és un tema molt discutit. Jo crec que no desapareixeran els bons productes, encara que potser sí que canviaran de mans. És a dir, que si un establiment nou ha de tancar per raons econòmiques, sempre hi haurà qui el compri si el producte és bo. El que no es comprarà serà un establiment molt vell. Si de cas, es podria comprar per a fer una operació immobiliària però no per a ús turístic. I a més, s'ha de confiar en la lliure competència, en el sentit que a tots els mercats el que s'imposa és el millor producte al millor preu.

—*Vostè inicià una revolució l'any 84 amb els 35 m² de zona verda per a cap plaça, després seguiren els 60 m² i, ara, es parla de 135 m² de zona verda per plaça. ¿Aquest és el futur, anar ampliant els metres de zona verda per plaça?*

—Jo estic convençut que en el futur s'anirà per aquest camí. En aquests moments les peticions de construcció s'han aturat per si l'equilibri d'oferta i demanda es recondueix, d'aquí a un cert temps hi tornarà a haver l'oportunitat de seguir construint. I precisament amb aquestes normes pretenem assegurar pel futur unes *regles de joc* que establequin clarament com afrontar una nova onada de construccions, per exemple cap a l'any 2000. I concretament, aquesta xifra de 135 metre quadrats de zona verda per plaça s'aplicarà a algunes zones, però n'hi haurà d'altres on sigui superior.

—*El tema de la reconversió de la planta hotelera té un aspecte que no s'ha tractat massa o, almenys, no s'ha dit públicament. Es tracta de la possible pèrdua de llocs de feina que, inevitablement, una reconversió com aquesta produiria. ¿Quina postura mantenen els sindicats respecte a aquesta qüestió?*

—És evident que, si desapareixen empreses, desapareixen llocs de treball. Això està claríssim. Però jo estic convençut que els sindicats tenen molta bona informació i saben si una empresa és rendible o no i què és el que pot aguan-



"Si no n'hi ha prou amb els turistes per a totes les empreses, n'hi haurà que faran suspensió de pagaments".

JUAN CELIA

tar. Es un tema que s'haurà de negociar, trobar una solució. Ara bé, el que no es pot fer és tancar-se a la realitat: si no n'hi ha prou amb els turistes per a totes les empreses, n'hi haurà que faran suspensió de pagaments.

—*Es parla, segons previsions de cert s hotelers, de 15.000 llocs de treball menys per enguany; i això afectaria sobretot eventuals i especialment gent que vinguda de fora, no està empadronada aquí i que, per tant, no apareixeran a les estadístiques...*

—Em sembla massa. De tota manera, enguany serà un bon punt de referència per a saber què passa exactament. Ja hi ha establiments que no obren enguany, no molts encara. Hi ha una baixada d'ocupació. Enguany podrem calcular què és el que pot passar en el futur.

URBANISME I TURISME DE LUXE

—*Ara està molt d'actualitat el tema del medi ambient i es parla contínuament de controlar el creixement, inclús de la moratòria urbanística. ¿Creu vostè que s'ha de créixer més? ¿Creu conveninet una moratòria?*

—Crec que s'ha de definir nolt clarament una política de creixement i que això ja no sigui motiu de batalla política. Seria bo que participàs tothom en aquest debat que s'està obrint. Nosaltres no podem deixar de donar resposta a certes demandes turístiques del futur. Però això no significa que es pugui urbanitzar sense control. La cosa més normal, la cosa més lògica és dir que l'oferta turística d'allotjaments és suficient, per tant, és normal —a través del pla d'ordenació— posar una sèrie de condicionaments excepcionals per a qui vulgui construir.

Després, hi ha el tema de les segones residències, que segurament hi haurà una demanda important a causa de l'alliberament del transport aeri, i és normal que li donem resposta, però no a base de donar més sòl urbanitzable. No és necessari. Avui ja hi ha prou sòl urbanitzable programat que pot donar resposta a aquesta demanda. Jo crec que avui seria desitjable no crear més sòl urbanitzable. ¿Fins quan? Ja ho veurem, però de moment aturar.

—*Amb els camps de golf projectats recentment es diu que es tracta d'atraure turisme d'alta qualitat, però els ecolò-*

gistes diuen que això provocarà noves places hoteleres i, consegüentment, més impacte en el medi.

—L'oferta d'alta qualitat només es pot tenir creant uns atractius, i nosaltres diem constantment que una de les vies són els camps de golf, però no camps de golf amb urbanitzacions. Això, ho repetesc i ho neg rotundament: no es tracta de fer camps de golf amb urbanitzacions. A la llei es preveu que es pugui fer un hotel de 400 places a cada a camp, ¿perquè? Perquè la realitat és que d'hotels de categoria, no tenim prou. Només n'hi cinc de cinc estrelles. El jugador de golf és, normalment, usuari d'un bon allotjament turístic i, per tant, se li ha de donar una sortida. I a més, quan deim això estam parlant —actualment n'hi ha onze— de deu camps de golf més. Per tant parlem de 10 hotels més, però de luxe. I mai en cap moment hem pensat en les urbanitzacions.

—*¿El futur turístic de Balears?*

—Com hem dit, estic convençut que en aquests moments el camí més clar és convertir les Illes Balears en la destinació natural dels europeus.

Mario Morales i Miquel Payeras