

xen tenir en propietat o llogar un apartament en una de les nombroses urbanitzacions que es construeixen a casa nostra, mentre que són els turistes de l'Euram els que han esmorteït l'efecte que aquesta disminució podria haver generat en els establiments hotelers, especialment en el cas de l'illa de Mallorca (on s'enregistraren fins a 39 milions de pernoctacions).

Pel que fa al model urbanístic, l'informe de l'IIVVE no s'està de mostrar-se crític: "l'esperit constructor expansiu ja comença a provocar problemes de congestió i de deteriorament dels recursos naturals, element indispensable per al turisme de sol i platja", afirma.

La preferència dels turistes estrangers per residir en urbanitzacions ha tingut com a conseqüència una disminució en la despesa: restaurants i hotels es converteixen en serveis accessibles, però no necessaris, per als qui ens visiten, que, encara que continuen gastant, ho fan en una menor magnitud. La lleugera reducció en la despesa mitjana dels turistes, s'explica, segons l'estudi, "perquè els estrangers recorren cada vegada més a les segones residències que tenen o lloguen a Espanya, a més d'utilitzar cases d'amics o familiars en detriment dels hotels".

Aquesta afirmació és refermada per les dades: a les Illes, on el nombre de llits d'hotel és el més alt (323.000 dels 714.000 de tot l'Euram), la despesa mitjana per dia i turista va ser la més alta de l'Arc Mediterrani, de 92 euros, enfront dels 79 de Catalunya i els 57 del País Valencià. La disminució en el nombre de turistes estrangers i en les pernoctacions, la van compensar els turistes residents a l'Euram, segons l'informe. "L'augment de les pernoctacions és degut, principalment, als residents a l'Euram, i és negativa la variació entre 2000 i 2004 per als visitants no residents" a l'Arc Mediterrani, estima l'estudi. Aquest turisme amb origen i destinació a l'Euram, és a dir, el turisme intern, ha permès que el negoci hotelier mantingui el seu dinamisme. Així, de 1999 a 2005 la quantitat d'establiments turístics de l'Euram va augmentar en un 5,1%, mentre que el nombre de llits ho va fer en un 14%, arrossegats sobretot pel País Valencià.

Violeta Tena

"Sotmetem els actius del turisme a massa pressió"

Josep F. Valls (Reus, 1947), catedràtic de l'ESADE, és director de l'informe "Viatgers europeus 2010", on pronostica quin serà el perfil del turista del segle XXI.

C om serà el turisme l'any 2010?

—El 2010 es plantegen uns paràmetres que no són extraordinàriament diferents als d'ara, però s'acceleraran alguns aspectes que ara són incipients. En primer lloc, el volum de venda d'Internet es multiplicarà en cinc anys. Gran part dels paquets de vacances estaran dins d'Internet. I les agències de viatge perdran una bona quota. També hi haurà un increment extraordinari de la demanda de vols barats.

També es produirà una desintermediació: la majoria de la gent es crearà els propis paquets de viatges a través de les webs de viatges o de les companyies, o agències de viatges en línia. Això no vol dir que no hi hagi altres intermediaris, però sí que hi haurà una tendència important a organitzar-se cadascú el seu viatge.

—La incorporació d'Internet ha estat el principal detonant d'una revolució en el turisme del segle XXI.

—La incorporació d'Internet ha estat definitiva: des de la dècada dels noranta, ens estàvem preguntant com s'incorporarien les tecnologies de la informació al sector turístic. I no hi trobàvem resposta, fins que un bon dia, amb les companyies de baix cost, es va introduir Internet com a factor clau d'èxit en



la venda dels viatges. Milers de persones han entrat a Internet i s'han fidelitzat comprant bitllets directament a les companyies aèries. Això és només la primera fase de tot el que ha de passar d'ací al 2010.

—És la primera, i les següents?

—Les webs i els portals de companyies faran el mateix. Les agències com e-Dreams, Viajar.com, Atrapalo, encara fidelitzaran més.

—És molt agosarat pronosticar la desaparició de les agències de viatge tradicionals?

—No, no, no desapareixeran. En la mesura que el canal tradicional ofereixi un valor afegit, tindran un valor important. No sé si serà un paper principal o subsidiari, si serà l'agència terrestre d'una companyia virtual o l'agència principal, però no desapareixerà. Les

enquestes demostren que hi ha una resistència, que molta gent vol continuar anant a les agències.

—**El que sí que sembla és que anem cap a un turista més autosuficient?**

—És un model de viatger que té molt clar el que busca, el que es vol gastar, que té molt clara la qualitat dels productes... un turista que sap per quin canal trobarà tot això.

—**Parlava al principi de dos elements fonamentals per entendre el turisme d'avui dia: Internet i el baix cost. Respecte a aquest últim, és previsible que s'expandisca a altres productes turístics?**

—És clar que sí. De fet, ja pràcticament el tenim expandit als hotels, el lloguer de cotxes, el tren... Aquest model s'expandeix, fins i tot, en altres aspectes socials. El turisme fa temps que va deixar de ser un producte de luxe per convertir-se en un bé de primera necessitat.

—**Per què? Per mimetisme?**

—Per mentalitat, l'europeu ha volgut que el lleure es converteixi en un bé de primera necessitat. És a dir, ha elegit gaudir del temps lliure, i fer-ho a través de la cultura, la formació... Un diu: "Jo puc prescindir d'altres coses, però no puc prescindir de viatjar."

—**Un estudi de l'Institut Villalonga assenyala que hi ha hagut una disminució de la despesa per turista. Per tant, tenim més turistes, que generen més pressió sobre els recursos, que són limitats, i alhora, gasten menys. És aquesta la meta a què aspiràvem?**

"50 milions de turistes són suficients per començar a plantejar-nos un model radicalment distint, sostenible"

—Podem constatar que hi ha una menor despesa per dia de vacances. El que passa és que el nombre de vacances que tenim per any ha augmentat. Abans, es feia una vacança principal de deu o quinze dies i una o dues sortides l'any. Avui constatem que es fa una mitjana de quatre o cinc viatges l'any.

—**Però més curts...**

—Sí, més curts, però la despesa al final de l'any és superior a la d'abans.

—**Sembla que els turistes prefereixen tenir un habitatge en propietat que anar a un hotel. El sector hotelier a l'Arc Mediterrani ha tocat sostre?**

—Hauria de tocar sostre. No podem continuar construint al ritme que estem construint, malmetent la costa com ho estem fent. Estem sotmetent els actius principals del turisme, com ho són el territori i el paisatge, a unes pressions massa fortes. Estem arribant al sostre de creixement i no hauríem de créixer més. 50 milions de turistes és suficient per començar a plantejar-nos un model radicalment distint, sostenible. No créixer per tenir més turistes, sinó créixer perquè els nostres territoris tinguin més experiència, de manera que el mateix nombre de turistes, i no més, puguin fer una despesa superior.

—**Aleshores, no hauríem d'estar tan preocupats per la competència de**

països com Croàcia o el Marroc, que poden oferir el mateix producte...

—Davant d'aquesta competència, no-més podem reaccionar d'una manera: no podem competir amb aquestes destinacions emergents més que des d'una perspectiva de qualitat. No hi podem competir en preus perquè tenen les condicions per oferir el mateix producte turístic a preus molt més barats. Nosaltes, amb la maduresa dels nostres productes i el valor que els hem incorporat, hem de competir en qualitat. Hem de competir pel turista que busca un valor afegit.

—**Què li semblen grans esdeveniments com ara el Fòrum o la Copa de L'Amèrica?**

—A mi no em preocupa que el Fòrum 2004 o la Copa de L'Amèrica per si mateixos atreguin molta gent. A mi m'interessa molt més que es desenvolupi l'esdeveniment de manera que immediatament després sigui capaç d'atraure molta gent, com va passar, per exemple, amb els Jocs Olímpics. Allò important dels grans esdeveniments és que serveixin com a reclam per desenvolupar posteriorment aquesta destinació com a lloc atractiu per als turistes.

Violeta Tena

Breus

Gas Natural manté intacte l'optimisme respecte a l'opa

Gas Natural va aprofitar la junta general d'accionistes per trasmetre un missatge d'absoluta tranquil·litat i optimisme respecte a l'opa sobre Endesa. La gasista, que ha tancat el 2005 amb un resultat net de 749 milions d'euros i el primer trimestre de 2006 amb 277 milions, assegura que la seva opció és "mantenir l'opa tal com està plantejada actualment i treballar per desmuntar l'embull judicial en què ens trobem", va dir el seu president, Salvador Gabarró. Si finalment E.ON rep l'autorització per competir per Endesa, Gas Natural ha deixat clar



Salvador Gabarró.

que "no ens plantegem la retirada de la nostra oferta, perquè estem convençuts de la seva idoneïtat. La justícia ens acabarà donant la raó i tornarem a entrar en l'operació", sentenciava Gabarró. L'opa està paralitzada judicialment.

La Caixa ven la seva participació a Colonial

La Caixa ha decidit desfer-se de la seva participació (39,37%) en la immobiliària Colonial, i ha acordat "acudir de manera irrevocable a l'opa llançada per Inmocaral, una immobiliària madrilenya que amb aquesta operació se situarà segona en el rànquing d'empreses del sector amb capitalització borsària. Amb aquesta venda, La Caixa ingressarà 1.480 milions d'euros, i justifica l'operació perquè "és una participació no estratègica de la seva cartera industrial". Inmocaral preveu mantenir el nom de Colonial i les seves filials.