

OPINIÓ

La Costa Brava necessita més reconeixement

JOAN CALS I GÜELL - CATEDRÀTIC D'ECONOMIA, UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA

A hores d'ara obren portes una part significativa dels negocis turístics. Comença una nova temporada, la cinquena dins l'ambient econòmicament depressiu que vivim des de finals del 2008. Estarà molt marcada, lògicament, per les disminucions de les rendes de què disposen les famílies en alguns dels principals mercats, així com per la necessitat de disminuir l'endeutament en detriment del consum, sobretot del que té un caràcter menys bàsic. Els empresaris ho saben i no cal ser gaire observador per veure una tendència a adequar les ofertes a la difícil conjuntura present. El que darrerament anomenen en economia "devaluació interna" es nota, ja, en l'oferta turística i cal esperar que contribueixi a proporcionar un bon nivell d'utilització de la nostra capacitat. Ho necessitem molt.

El turisme sol actuar com a refugi de l'activitat econòmica i l'ocupació en èpoques dolentes.

Aquesta pauta s'està reproduint novament. Però molt més rellevant que això, em sembla, és aprendre de manera conseqüent la lliçó de les coses que estaven mal plantejades en l'orientació econòmica anterior a la gran recessió. I la primera, probablement, és la confusió entre el turisme, amb la seva extensa gamma de serveis, i l'activitat immobiliària i constructora. Un territori i una societat que viuen del turisme han de donar prioritat als recursos i als serveis turístics, a la seva qualitat, a la seva permanència i atractiu futur. La confusió al·ludida és tan gran que tradicionalment ha impregnat bona part de l'opinió, que pensa que els interessos turístics han estat –potser mal gestionats– els prioritaris, però l'evidència en sentit contrari no enganya: són els interessos immobiliaris i l'especulació els que llargament van guanyar la partida fins a la catàstrofe del present.

La distinció entre ambdós tipus d'interessos és útil empresarialment i socialment, malgrat que d'entrada pot semblar artificial o estèril. Per això proposo emprar-la. Certament, en la realitat les coses es presenten amb una complexitat que integra uns i altres interessos de forma difícil de destriar, però aquest exercici analític serveix per entendre millor els fonaments de la nostra economia i per dotar-la d'indicadors que permetin anar valorant l'adequació del rumb que segueix. La competitivitat sostenible de la Costa Brava i del seu món empresarial i laboral té les seves exigències, que es projecten en àmbits molt diversos per als quals convé proposar-nos elevats nivells de rigor i de coherència. Com ho fem quan parlem d'activitats industrials o de recerca. No podem seguir acceptant amb els recursos i els serveis turístics un nivell d'exigència menor, i hem d'enfortir-los davant les dinàmiques, externes o internes, que els perjudiquen.

La història que comentem de relativa subordinació o mala interpretació dels interessos turístics tenia la seva correspondència en les representacions institucionals de l'empresariat. Mirada la qüestió retrospectivament, hi ha poca continuïtat en la presència en primera línia de persones procedents del món de l'hostaleria i dels serveis més específicament turístics i, sobretot, hi ha pocs lideratges empresarials que amb clarividència transmetessin a les esferes econòmiques, polítiques i socials què vol dir tenir cura del turisme. Per això en el seu dia va constituir una excel·lent notícia per a la Costa Brava l'accés d'en Jordi Comas a la presidència de la Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona. Ja

No podem seguir acceptant amb els recursos i els serveis turístics un nivell d'exigència menor, i hem d'enfortir-los davant les dinàmiques, externes o internes, que els perjudiquen

No cal ser gaire observador per veure una tendència a adequar les ofertes a la difícil conjuntura present. El que darrerament anomenen en economia "devaluació interna" es nota, ja, en l'oferta turística

amb anterioritat a la seva elecció, aquest empresari de Platja d'Aro constituïa tota una referència en la matèria: per la seva trajectòria d'èxit, per la seva implicació en una àmplia gamma d'iniciatives centrades en el turisme, per la capacitat que manifestava per interpretar els interessos generals de l'activitat turística en relació amb el país i per la seva permanent disponibilitat. La representació institucional esmentada, que exercí entre 2009 i 2012, va projectar aquest lideratge i el féu més fecund des de la perspectiva empresarial.

Formals o informals, a la Costa Brava li convenen, a les diferents escales, lideratges com el que en Jordi Comas va exercir fins a la seva tràgica mort. Impulsos als esforços associatius a l'entorn del turisme com els que ell oferia sempre. Perquè encara que sembli mentida, la Costa Brava necessita un nou i més explícit reconeixement dels diversos interessos turístics que li són consubstancials. Tots. Els privats i els col·lectius; els econòmics i els culturals; els socials i els patrimonials. És com si diguéssim que la Costa Brava necessita un nou seny o, potser millor, recuperar el seny que l'especulació urbanística i la confusió d'interessos li van arrabassar. Amb l'experiència que estem suportant, si no ho fem ara, quan ho farem?

PUBLICAT A

**El Punt Avui. Comarques
Gironines**

30-05-2013, Pàgina 7