

Editorial

Aclarir dubtes i evitar malentesos

Mentre que el mitjà de comunicació afí al Govern informava ahir del que ahir havia d'informar en roda de premsa el ministre de Turisme, **Francesc Camp**, des d'aquest mitjà ens feiem ressò d'una notícia que ens preocupa, com és el tancament de totes les oficines de turisme, quatre en total. I diem ens preocupa no tant en un vessant negatiu, sinó perquè creiem que el ciutadà ha d'estar informat d'aquest canvi d'estratègia que, repetim, no prejudicarem i que pot ser beneficiós o, en canvi, fer aigües.

Camp s'ha compromès ha informar-ne durant aquesta setmana. Serà interessant conèixer de primera mà els motius que han conduït a fer aquest canvi tan radical. Les oficines de turisme desapareixen i seran agents comercials privats, se suposa que del país d'origen, els que hauran de difondre la imatge i promoció Andorra arreu, especialment a París, Madrid, Barcelona i Brussel·les, on els treballadors de les oficines seran repatriats a Andorra i recol·locats en altres feines dins de l'Administració.

En total, l'estalvi pel que fa a personal serà de quatre acomiada-

ments, dos a París i dos a Brussel·les, ja que el funcionari de Madrid serà recol·locat a l'ambaixada.

Sembla un estalvi escàs pel que fa a nòmines, si bé s'ha de comptar els lloguers de les instal·lacions i el cost del seu funcionament. Però sí que ens preguntem, i això ho haurà de respondre el ministre o el responsable d'Andorra Turisme, si realment s'està convençut que agents externs

CAMP I ANDORRA TURISME HAN D'EXPLICAR QUINA ÉS LA NOVA ESTRATÈGIA

podran vendre Andorra amb més facilitat que professionals que fa anys –alguns més de 30– que s'hi dediquen. I també, cal tenir en compte, que aquests representants comercials no ho faran de forma desinteressada sinó que rebran les seves cor-

responents retribucions per la feina.

Bé, cal informació, com per exemple el balanç de la campanya d'hivern *Just Married*. Encara no hi ha números sobre la taula, malgrat que Andorra Turisme se sent satisfeta amb la notorietat aconseguida, però algunes xifres, que ahir Andorra Turisme no va desmentir, apunten a només 300 reserves fetes a través d'aquesta campanya que va costar tres milions d'euros a Espanya, França i el Regne Unit.

Fent un ràpid càlcul se xifren en 100.000 euros la suma d'aquestes reserves, això sí, sense comptar les famílies o visitants que hagin viatjat per compte propi atretes per la campanya publicitària.

En fi, esperarem a la compareixença del ministre perquè esvaeixi aquest núvol de dubtes i aclareixi quina serà la nova política i estratègia en matèria de promoció del turisme.

*L'opinió del diari s'expressa només als editorials.
Els articulistes exposen postures personals.*