



JAUME BARTUMEU CASSANY
President de Progressistes-SDP

PLAÇA DEL POBLE

Turisme de qualitat

Reactivar la indústria turística és prioritari

Contràriament al que diuen les proclames populistes el turisme no és una plaga, és una benedicció. Andorra no hauria progressat tant el segle passat sense el turisme. Alguns podem recordar com era el nostre país abans que arribessin els primers turistes els anys seixanta: pobre, sense infraestructures i sense mitjans naturals per subsistir.

Andorra no té petroli, ni gas, ni mines amb riqueses naturals.

El nostre petroli és el sol, la muntanya, la pau i, també, la voluntat i les ganes de treballar de la nostra gent. I tot això ens ha proporcionat un progrés extraordinari.

Hem de reconèixer que sense turisme avui seríem un país endarrerit i pobre.

Hem de procurar, doncs, continuar creixent culturalment i econòmicament. Però cal fer-ho tocant de peus a terra. Afirmar rodonament que “tot va bé” i que “és impossible no estar contents” com ha fet Andorra Turisme en presentar el balanç de la temporada d’hivern (BonDia, 28 d’abril 2023, pàgina 9) és una petulància i una exageració propagandística.

Durant aquesta temporada d’hivern s’ha fet més evident el repte climàtic, sense marxa enrere. I la necessitat de reequilibrar la nostra economia per produir, innovar i tornar a construir.

Aquesta necessitat és urgent perquè hem de reactivar la nostra indústria turística amb el nou cognom de la cultura i la gastronomia, en un model més

sostenible.

Hem de buscar la manera que no vagin tancant hotels i botigues. Perquè, per molta comunicació cloroform que ens hagin volgut fer empassar aquests darrers quatre anys amb estadístiques creatives sobre el gran nombre d’altes en els registres d’activitats, és evident que han tancat i tanquen moltes empreses. Concentrem-nos a aconseguir més turisme de qualitat i posem tot l’esforç perquè l’estada a Andorra sigui memorable i doni ganes de tornar.

El nostre petroli és el sol, la muntanya, la pau, la voluntat i les ganes de treballar

La crisi econòmica que travéssim ens hauria de fer veure que cal buscar la reinvençió del nostre model econòmic en un món que canvia a marxes forçades.

La pandèmia ens ha fet prendre consciència dels riscos, tant dels relacionats amb l’aïllament social com dels que impacten en el nostre model comercial.

Les ganes de viatjar i trencar amb la rutina, evidents després de la tancada de la pandèmia i les primeres vacances que hi hagué amb limitacions i restriccions incòmodes, encara continuen presents.

Però l’erosió que la inflació ha infligit als pressupostos familiars durant l’últim any és forta.

En vista de tot això seria atrevit fer previsions sobre fins a quin punt hi haurà o no una moderació de la despesa rellevant.

A Andorra depenem de factors que no podem controlar ni anticipar, són massa els factors macroeconòmics que podrien afectar-nos els pròxims mesos.

Per això caldria promoure un gran debat nacional amb la voluntat d’aconseguir un model turístic i comercial més plural i adaptat als reptes actuals.

Cal apostar per la formació i la professionalització del sector, massa condicionat per l’estacionalitat i els treballadors temporers.

És molt necessari definir i desenvolupar la marca Andorra a escala de turisme i de comerç, per potenciar i unificar la imatge que volem projectar a l’exterior. Cal fer una comunicació més efectiva incorporant els valors globals d’Andorra lligats a la seva marca, però alhora a la seva història, el seu patrimoni, la llengua, els espais naturals, els atractius i altres valors.

També convé promoure Andorra com a marca de destí turístic de qualitat amb personalitat pròpia, sobre la base de la seva oferta global d’esports de muntanya –d’hivern o d’estiu–, de compres, d’oci i de cultura, de natura, d’organització d’esdeveniments.

Tot això, que és urgent, requereix consensos i ambició.

Continuar somnàmbuls, “encantats d’haver-nos conegut” és temerari. I el que és pitjor, inútil.