

Ahir es va fer una jornada de reflexió en la qual dos «consultings» van indicar els camins que cal seguir

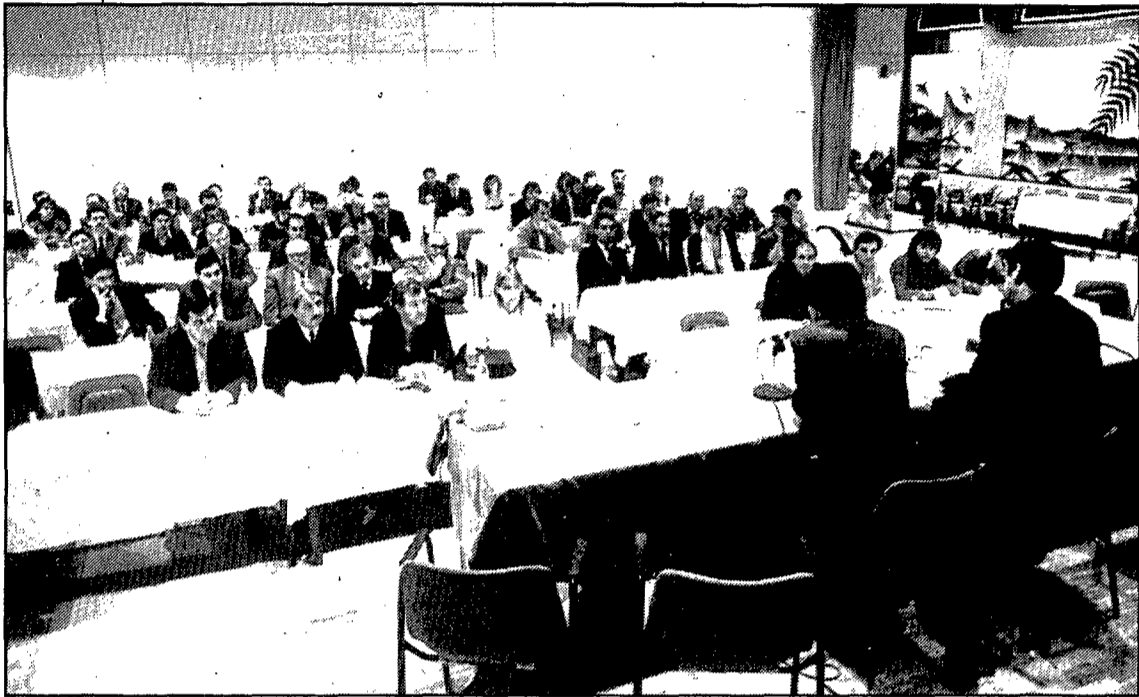
El sector turístic de Lloret analitza el present buscant millorar de cara al futur

JOAN FERRER
Corresponsal

Lloret de Mar.— Organitzat pel Patronat Municipal de Turisme de Lloret de Mar, ahir es va celebrar una jornada de reflexió turística que va reunir, en sessió de matí i tarda, una vuitantena de professionals que varen poder escoltar els raonaments i els possibles camins a seguir de cara a millorar el turisme a través de les paraules de professionals de dos «consultings», un de Barcelona i un de Montpeller, THR i HTL, respectivament. Aquests darrers varen fer una demostració, en la darrera de les ponències de la jornada, d'una central de reserva «minitel», procés telemàtic que molt aviat serà viable a Catalunya. L'acte de cloenda, que fou presidit per Àngel Miquelsanz, director general de Turisme de la Generalitat, va servir per presentar un vídeo de Lloret, dirigit principalment a totes les persones que arriben a la vila en autocar.

Jordi Martínez, alcalde de Lloret i president del Patronat Municipal de Turisme, fou l'encarregat d'obrir la jornada, i va destacar en el decurs d'aquest acte la importància d'aquesta trobada. «Del que es tracta és de, mirant el passat i analitzant el present, oferir una sèrie d'elements de judici, comparació i reflexió per pensar i programar el futur». L'alcalde lloretenc també destacà que en el turisme, «més que en un altre sector, cal la col·laboració i la unió; en definitiva, el treball conjunt de la iniciativa pública i privada».

La sessió del matí fou portada per Eulogi Bordas i Josep Chias, de THR de Barcelona, que varen parlar tant de l'organització del turisme a Espanya com de la política del govern central en aquest tema i de la situació de Lloret en particular. Eulogi Bordas destacà, pel que fa a l'organització del turisme, que caldria crear una comissió interministerial. «Hi ha qüestions que no són exclusives de la secretaria general de Turisme: se-



En el decurs de la jornada de reflexió turística es va presentar un vídeo sobre Lloret que ha realitzat la Generalitat. (Foto CARLOS SANS).

guretat ciutadana, medi ambient, comunicacions, etc... Aquests temes són competència de diversos ministeris i cal tractar-los i estudiar-los conjuntament». Un altre aspecte que cal potenciar, segons Bordas, és la coordinació a nivell de promoció. «Moltes vegades, principalment a nivell local, es treballa amb molta bona voluntat, però sense aconseguir gaire efectivitat per manca de coordinació». Pel que fa a la promoció turística a l'estranger, demanà que s'augmenti al cent per cent el capital destinat. «Dotze mil milions, que són els diners destinats a la promoció exterior, poden semblar molts, però només és una cinquena o sisena part del desitjable».

THR va oferir tot un seguit de dades del turisme, interpretades per Josep Chias com a optimistes de cara al futur. «L'evolució del mercat serà creixent, sempre que no hi hagi errors estratègics greus i es planifiqui bé el futur. Hi ha temes —seguretat ciu-

dana, nivell dels professionals, carreteres— que en un moment donat poden desviar els clients cap a altres indrets». Tema de reflexió pels presents fou un estudi sobre allò que més satisfà el visitant i allò que menys. «D'aquesta manera es pot planificar, tenint en compte el que cal millorar o el que cal conservar». Sobre una mostra de sis mil enquestes, Chias definí les vacances que busca el turista dient que «volen vacances amb sol, divertides i a bon preu», destacant el clima; el sol, la platja, el mar i la diversió com el que més satisfà els turistes, i el trànsit, els sorolls i la neteja, com el que menys.

Altres aspectes que cal tenir en compte a l'hora de planificar, segons Bordas, és que a Espanya el nombre de turistes creix per sobre de la mitjana mundial. «Però cal conservar aquests percentatges». També es va comentar que la promoció i la propaganda han d'anar dirigits a nivell personal, ja que els dos motius que porten

més gent a Espanya són la recomanació d'un amic o l'experiència pròpia. «Aquí es podria intentar aconseguir l'u més u, que cada visitant torni o en recomani un altre».

Amb tot, un dels objectius a aconseguir és «potenciar el liderat en la quantitat, que en certa manera ja es té, però també ser líders en qualitat». El «consulting» de Barcelona va oferir, per finalitzar la sessió del matí, una sèrie de recomanacions que serveixen per definir una estratègia de mercat, línies que passen per buscar unes respostes a una sèrie de preguntes, com quines són les necessitats bàsiques del turista. En aquest sentit, es creu que cal una especialització, ja que és impossible un mateix turisme per a tots els turistes. També cal plantejar-se on buscar els clients, i es va afirmar que l'ideal seria que quatre països aportessin el vuitanta per cent dels visitants. Aleshores caldria dirigir els esforços promocionals a aquests quatre països, i,

dins d'aquests, a les zones més interessants de cadascun. També cal buscar una imatge per la qual es conegui Lloret, un benefici i una diferenciació.

La sessió de tarda va anar a càrrec del «consulting» HTL de Montpeller, amb les intervencions de Xavier Bonel i Claude Morain, que veien les perspectives de futur amb una mica més de pessimisme que el «consulting» de Barcelona. «El mercat serà més feble del que ens pensem en un futur. Per això cal evolucionar, ampliar les ofertes i tenir en compte, sobretot, el que demana el client, i que aquest, en la seva estada, ha de satisfer les seves necessitats». Xavier Bonel també va fer referència a la liberalització del mercat a l'any 92. «En aquell moment, Lloret ha d'estar preparat per afrontar el repte de l'obertura de mercat». El «consulting» HTL també va oferir una sèrie de dades, com les de les característiques del turista, el que demana o quins camins fan servir per escollir el lloc, en el cas concret de França.

La jornada va comptar també amb la presència d'Àngel Miquelsanz, que va presentar un vídeo de Lloret realitzat per la Generalitat. «Feia falta una eina de curta presentació als visitants». Miquelsanz explicà que la idea va sorgir per poder oferir als autocaristes la possibilitat d'ensenyar el lloc de destí i les possibles excursions a fer al llarg de l'estada. «Però el vídeo, el posem a disposició de totes les persones relacionades amb el món del turisme». Aquest vídeo, realitzat per Vídeo Empordà, forma part d'una primera fase de sis poblacions: Lloret, Roses, Platja d'Aro, Salou, Calella i Sitges, realitzat en sis idiomes: català, castellà, francès, anglès, alemany i italià. L'edició dels sis vídeos, que seran repartits de manera gratuïta entre els professionals del turisme, ha comptat amb un pressupost de dos milions, i ja es pensa en una segona fase «destinada principalment a vídeo temàtic».

Fer reserves sense sortir de casa

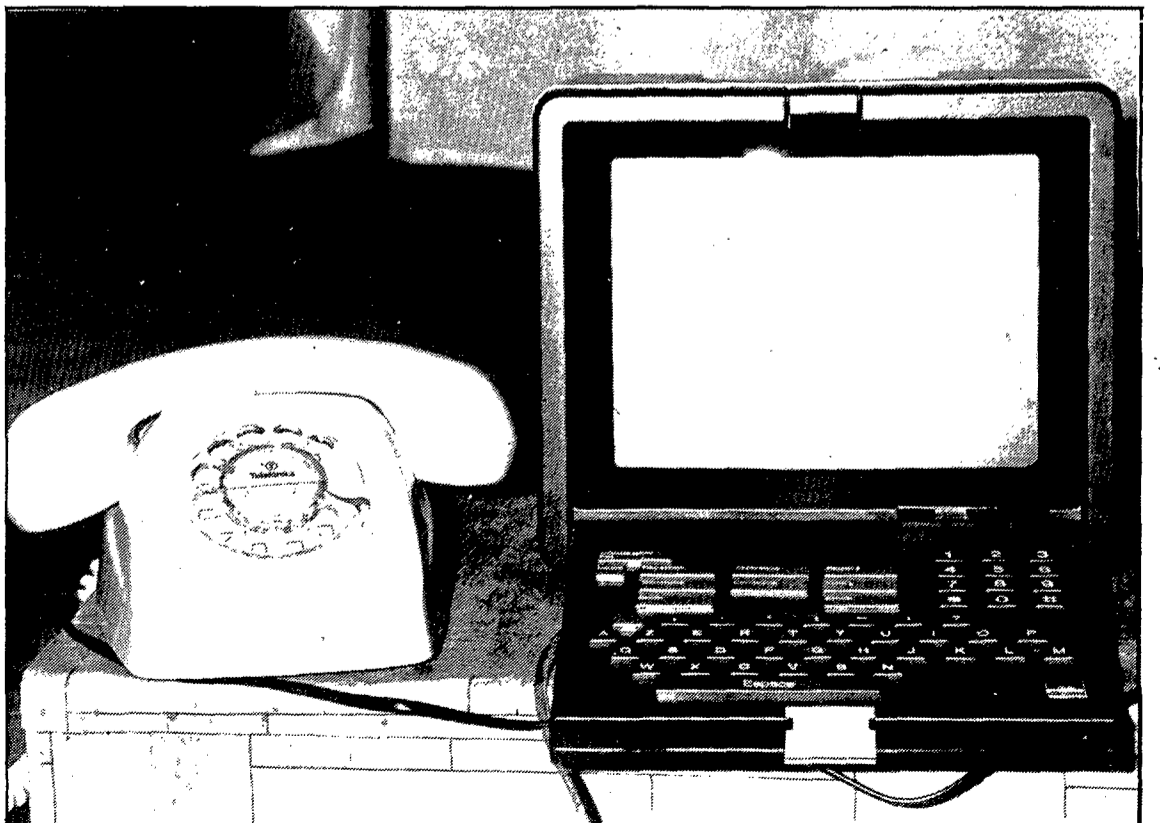
J.F.
Corresponsal

Lloret de Mar.— En el decurs de la sessió de la tarda, HTL de Montpeller va fer una demostració pràctica d'una central de reserves en un minitel, en el cas pràctic presentat ahir, connectat en directe a una estació d'esquí dels Alps francesos, La Plagne. Un mitjà comercial modern que compta amb uns tres milions d'usuaris a França i prop de cinc milions a Europa, i que a Catalunya serà connectat d'aquí a pocs mesos, el març o l'abril. El minitel és un aparell semblant a un ordinador, amb la corresponent pantalla, que mitjançant el telèfon permet connectar amb les centrals, instal·lades a cada població, centrals que compten amb totes les dades de l'oferta i disponibilitat turística de cada vila en cada moment. El minitel situat ahir a Lloret va servir, en primer lloc, per un usuari qualsevol conèixer com arribar a l'estació, el apartament o llits lliures en un cert moment, les seves característiques, els preus i l'oferta complementària. Una vegada coneguda la disponibilitat es pot fer la reserva,

sortint a la pantalla el preu del servei sol·licitat, indicant el pagament anticipat i on s'ha d'enviar per confirmar la reserva, tot sense sortir de casa.

Si aquest és el funcionament d'un particular, els hotels també disposen d'aquestes terminals, on arriben les reserves efectuades a la central des de qualsevol indret. Al mateix temps, l'hotel pot fer, en cada moment, les variacions oportunes. Cada hotel té un codi de la mateixa manera que cada central té un número de telèfon on pot connectar l'usuari. La característica fonamental és la immediatesa, i el poder saber en cada moment la disponibilitat d'un producte o un servei. El preu d'una central oscil·la entre els trenta o trenta-cinc milions, mentre que les terminals valen unes cent mil pessetes, encara que a França s'han distribuït gratuïtament i s'espera que el 92 tots els particulars en tinguin.

El que es va fer ahir a Lloret fou una simple demostració, i una vegada Catalunya estigui connectada a la xarxa francesa i, per extensió, a l'europea, caldrà estudiar la viabilitat de la instal·lació.



Ahir es va fer a Lloret una demostració pràctica del funcionament del minitel. (Foto CARLOS SANS).