

El motor del turisme a Lleida, el gran repte

En el decurs de la temporada, tant d'estiu com d'hivern, és quan apareixen als mitjans de comunicació les diferents valoracions al respecte de com està anant el "negoci". Després d'uns anys d'eufòria ha començat a sonar la cançó de la crisi. L'augment de les hipoteques a més d'altres despeses, són el teló de fons de l'afectada economia domèstica.

La valoració global al final de temporada sembla que no ha anat tan malament com podia semblar en un principi. Potser s'ha estabilitzat l'índex d'ocupació, però s'ha de tenir en compte que s'ha augmentat l'oferta. Finalment, malgrat que la climatologia no ens ha acompanyat ni a l'estiu ni a l'hivern, no haurà una davallada a les xifres i el nombre de visitants tan sols serà lleugerament inferior a l'any passat.

Pel que fa a aquestes dades relatives a l'ocupació i d'altres que afecten directament els nostres negocis, sempre ens hem queixat de la poca informació de la qual disposa el nostre sector, no tenim dades fiables. Amb l'objectiu de cercar una solució per al problema es va constituir l'Observatori Turístic de Catalunya ara farà un any i escaig.

La meua consideració és que el sector de turisme, i l'hostaleria en particular, no és un fenomen econòmic passatger. La nostra activitat té un pronòstic de creixement continuat sostingut i malgrat totes les amenaces que pugem veure com climatologia o adversitats econòmiques, les persones cada vegada tenim més necessitat de consumir oci.

Les principals amenaces, segons el meu parer i amb caràcter general, les tenim a l'articular l'actual xarxa de serveis turístics en una xarxa competitiva, que l'empresari autòcton sàpiga interpretar acertadament les claus del continu canvi que s'ha de fer en la gestió de les empreses familiars. Els punts més febles que tenim són els recursos humans i la comercialització.

Malgrat les grans amenaces, el futur del nostre sector està ple d'oportunitats. A Lleida disposem d'un producte que la gent vol comprar, basat en bona mida en l'autenticitat, l'entorn natural, la cultura, les sensacions, la practica de l'esport, etc.

Tots ens hem de conscienciar d'aquesta realitat i ser capaços de posar al mercat aquest producte en els canals adequats, amb condicions competitives, amb identitat pròpia i sent conscients de les limitacions mediambientals. Hem de cercar l'equilibri de crear l'oferta suficient sense malmetre el territori i els seus valors.

Institucions, empreses, i especialment tots els lleidatans tenim davant un gran repte, prendre decisions perquè el nostre demà sigui més pròsper sense malmetre el futur.