

# “Al Bages li cal vestir-se millor”

## Entrevista a Frederic Prieto, diputat-president de l'àrea d'Esports i Turisme de la Diputació de Barcelona

Salvador Redó i Martí

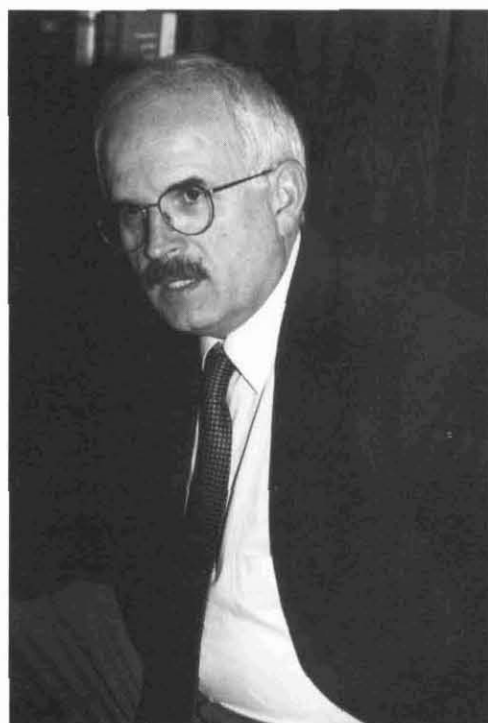
**F**a uns tres anys, la Diputació de Barcelona va donar vida a una iniciativa que pretén dinamitzar el sector turístic de les comarques de la seva demarcació provincial. “Barcelona Turisme Total” va ser el nom triat per identificar i donar marca a la nova activitat. Al davant hi van posar Frederic Prieto, diputat provincial des de fa onze anys. Prieto és un dels diputats més coneguts arreu de la demarcació i ho és també a la Catalunya central la qual es coneix fil per randa. La seva empenta ha estat cabdal per donar forma a la proposta turística de Cardona centrada a ensenyar el món de la sal.

Ara els responsables de Barcelona Turisme Total estan repensant la idea. El temps transcorregut des de la posada en marxa de la nova iniciativa aconsella fer una parada i analitzar la feina feta, les maneres utilitzades per fer-la i, fins i tot, els objectius. La clau sembla que està en la incorporació del concepte “indústria” a l'activitat turística. És un canvi

de rumb cridat a ser important. Volen també simplificar la marca i, a canvi, busquen més efectivitat.

A Frederic Prieto no li cauen els anells quan se li pregunta què vol ser “Barcelona Turisme Total” quan siguin gran, i respon que li agradaria semblar-se a l’“Ara Lleida” de la Diputació lleidatana, de qui, confessa, va agafar moltes idees.

Frederic Prieto, diputat-president de l'àrea d'Esports i Turisme de la Diputació de Barcelona.  
(Foto: Mar Valldeoriola).



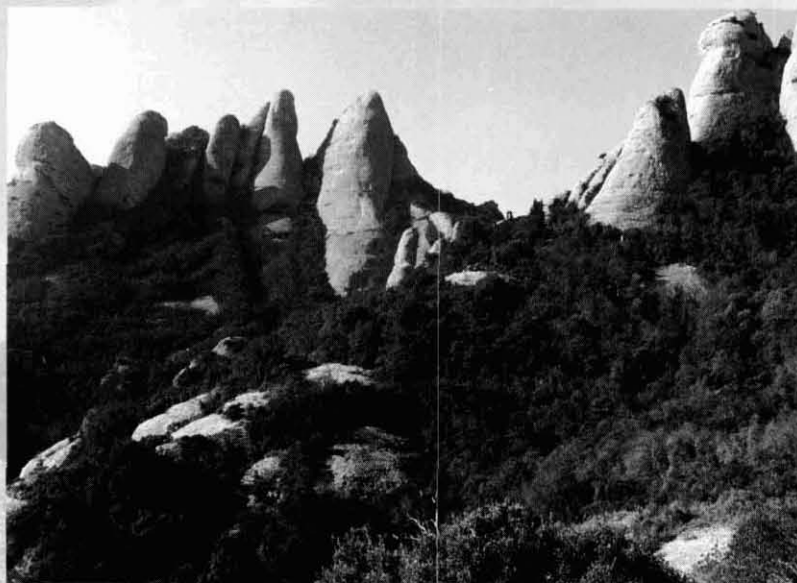
—*És la Diputació l'organisme que ha d'aixoplugar o d'abanderar aquesta indústria anomenada turisme?*

—Hi havia un fet i és que les tres altres diputacions ho feien. Nosaltres vam decidir-nos a entrar-hi perquè se'ns reclamava. I no només els ajuntaments ens demanaven la nostra col·laboració, sinó que també ho feien els industrials del sector. Estem satisfets d'haver respost afirmativament i ho estem també perquè treballem sense entrebancs i en bona harmonia amb la direcció general

de Turisme de la Generalitat. L'ambient és tan bo que en aquests moments el desenvolupament territorial el liderem les quatre diputacions i la política general i de promoció exterior la lidera la Generalitat.

—*Així doncs, no hi ha problemes de competències.*

—En aquest moment no n'hi ha cap i m'agradaria que la mateixa entesa es donés també en els altres camps de treball. Nosaltres, des del començament,



Montserrat. Zona de les Magdalenes i Gorra Frigia des de Trinitats. (Foto: S. Redó).



El Pou de la Gallina, fita de la ruta ignasiana a Manresa. (Foto: S. Redó).

no vam voler fer un sol pas que no estigués d'acord amb la Generalitat. El primer que ens va dir el conseller Lluís Alegre va ser: "féu el possible per unificar totes les iniciatives disperses en el vostre àmbit territorial".

—Per tant, estem davant d'un exemple de complementarietat institucional i de simbiosi de les administracions amb la societat civil.

—Aquesta és l'altra qüestió. La Diputació i les administracions poden liderar però estem davant del desenvolupament d'un sector industrial, d'un tipus d'indústria específica que requereix molt de l'administració, perquè fins que els pobles, les carreteres i les senyalitzacions i moltes altres coses no estiguin en marxa no es podrà fer turisme. Cal treballar de comú acord amb els industrials, amb la gent que viu en el sector. Per això la Diputació ha creat l'agència de promoció turística amb presència dels consellers comarcals, els pobles turístics, els gremis propis de les activitats turístiques i les cambres de comerç.

—El turisme és una indústria, però hi ha consciència d'això, de la mateixa manera que tothom dona per sabut que el tèxtil és una indústria o ho són la mineria o les activitats agrícoles?

—Rotundament no. El punt de partida

és que no es veu prou clarament que això és una indústria i que s'ha d'enfocar amb mentalitat industrial i empresarial. Això passa moltes vegades en els ajuntaments. Els ajuntaments entenen per turisme que a la gent li agradi el seu poble, que sigui bonic, que hi vagin, però si volem donar-li el tracte d'indústria, ens hem de plantejar què s'hi gastaran i què hi aporten i quins llocs de treball es creen. La nostra batalla fonamental en aquests moments és predicar aquesta reconversió.

—Per tant, cal una pedagogia insistent entre els governants. Hi ha alcaldes i regidors que volen seguir la via turística i van a fires i es gasten diners en promocions, moltes vegades molt cares i, per això mateix, molt puntuals i poc sostenibles en el temps.

—És cert això que dius, però també cada vegada menys. He de dir que a vegades nosaltres també hem donat suport a iniciatives d'aquesta mena, però també hem canviat. Ara, quan anem als certàmens turístics, hi anem amb una selecció. Quan anem a Madrid, per exemple, hi portem molts pocs ajuntaments, perquè ja sabem que a Madrid hi ha moltes localitats, consorcis o patronats que no hi tenen res a vendre. Per tant anem afavorint aquesta mentalitat de gastar-se en promoció

allò que després podem traduir en negoci, sinó no val la pena.

—A més a més, aquesta publicitat no pot ser puntual, sinó que ha de ser constant, que vagi amarant i s'estengui com una taca d'oli.

—Aquesta és l'altra qüestió. Volem donar més importància a les promocions específiques, orientades als professionals que després han de parlar de les ofertes turístiques que hi ha al mercat. Fer fires està bé i s'hi ha d'anar perquè la competència també hi va, però és un conreu molt genèric; ens interessa més un cultiu específic dels llocs que volem promocionar. Això és molt més eficaç.

—Quin paper han de jugar els consells comarcals?

—Crec que han de jugar un paper territorialment fonamental. Però també he après que cada comarca és diferent. Hi ha comarques en les quals el consell comarcal el que bàsicament haurà de fer serà coordinar una mica les iniciatives que ja existeixen, crear una imatge de comarca i acompanyar, i en altres llocs el consell comarcal haurà de ser el motor.

—I als professionals del sector, quin paper els correspon?

—Els professionals i els industrials del sector tampoc saben què és el turisme, moltes vegades. Perquè són professionals que provenen d'una situació en la qual no es feia turisme. El seu negoci no dependia pròpiament del turisme i, per tant, no tenien mentalitat turística, sinó que depenia del viatjant, dels fabricants de la zona que anaven a dinar als restaurants. Això també ha de canviar, hem de passar a una mentalitat turística que vol dir que has d'anar a buscar el client. Per tant, els industrials, s'hauran d'adonar que val la pena de gastar-se uns quants diners per fer promoció o de col·laborar en projectes que siguin col·lectius i que atreguin cap a la zona o cap a la ciutat els visitants.

—Acaba de fer la radiografia de la ciutat de Manresa.

—I de Vic i de moltes capitals de les nostres comarques.

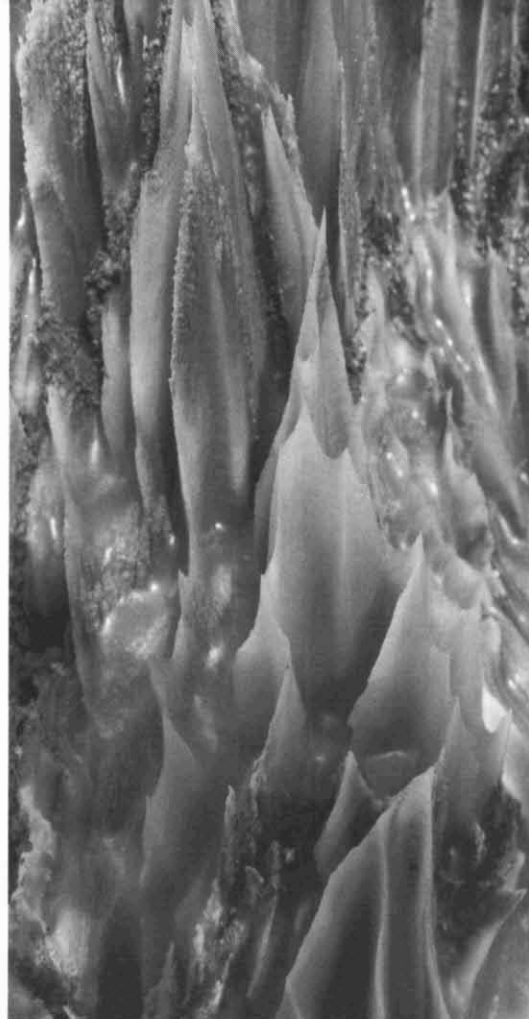
—M'explicava fa alguns anys un hostaler manresà que abans els viatjants feien estades de tres i quatre dies per visitar els clients i fer les comandes, i que la generalització del fax i el fet que Barcelona sigui més a prop que mai amb les noves carreteres havia reduït molt aquesta pràctica i que ens molts casos s'havia acabat.

—Això mateix, i ara les comandes es faran per Internet! Efectivament, això que m'expliques és el passat. Això s'acaba si és que no s'ha acabat ja. Ara des de la Diputació estem impulsant la creació d'un *Convention Bureau* de la província. Fins ara Barcelona tenia un *Convention Bureau* que anava a buscar convencions a fora per portar-les a la ciutat. Nosaltres, ara, estem creant el de la província i, per tant, aquest hotelier ha d'apuntar-se a això perquè almenys tindrà una expectativa.

—Per altra banda, en territoris com el Bages, que no és una comarca específicament turística com ho poden ser

les comarques costaneres o les pirinenques, especialment la Cerdanya o la Vall d'Aran, tampoc s'aspira a tenir un turisme de llarga estada, sinó un turisme de cap de setmana, d'escapada o, fins i tot, d'hores. Un turisme que no requereix de grans infraestructures que s'han de mantenir durant tot l'any i que són imprescindibles per donar cabuda a l'allau de visitants de les vacances d'agost i Setmana Santa i que, durant bona part de l'any, estan buides. Què caldria per poder tenir aquest turisme?

—El turisme d'escapada segur que és el més fàcil i el més probable d'atreure per a comarques com el Bages perquè tens el client a Barcelona i a l'àrea metropolitana. L'important són dues coses: perfilar el que vols oferir i arribar a acords amb agències de les que porten la gent des de casa a l'indret escollit. Amb això, ja pots muntar el negociet amb la seguretat de l'acord, després ja vindran els cotxes particulars que vulguin. Aquestes són les coses bàsiques que s'han de fer. Però jo no exclouria, com a complement, un turisme més d'estada. En el cas de Manresa capital a través de potenciar convencions, en el cas del parador de Cardona també. O bé el possible desenvolupament turístic de zones com el Moianès, que crec que té un conjunt de possibilitats que no hem acabat d'articular però que podrien constituir una oferta que justificaria anar-hi a passar una setmana o un cap de setmana més llarg.



Formació salina a la muntanya de sal de Cardona. Una autèntica meravella geològica d'interès mundial. (Foto: S. Redó).

—L'oferta de càmpings és una oferta interessant?

—Els càmpings que existeixen són un element interessant perquè potencien allà on són. Però jo no negaria la hipò-



Taula d'orientació al Cogulló de Can Torre (882 m) a la partió municipal entre Castellfollit del Boix i Rajadell (Bages). (Foto: Regió 7).





Talamanca. Visió del castell des de la carretera de Navarcles. (Foto: S. Redó).

tesi que, si aconseguim donar aquesta oferta, acabi naixent un petit hotel o un equipament de característiques residencials. Si el Moianès o altres indrets acaben lligant la seva oferta, tenen moltes possibilitats.

—*Què li cal al Bages per deixar de ser aquesta comarca de pas, per deixar enrera aquesta imatge de zona grisa que té la gent de l'àrea metropolitana quan va cap al Pirineu?*

—No sé què li fa falta al Bages, sincerament no ho sé. Però em sembla que necessita posar en valor tres o quatre punts, jo crec que els té. Un és Cardona i l'àrea cap a Súria i Callús, l'altre és el Moianès, i una altra és la porta nord del Parc Natural de Sant Llorenç que està d'esquena totalment al Bages. Estem començant a parlar amb els pobles que el termenegen per veure si podem crear una base d'operacions; ells estan molt sensibilitzats en això. Al Bages li cal vestir-se millor. L'aspecte de Manresa cap a tot aquell que passa per la ciutat és molt industrial. Potser excessivament monocolor. Crec que Manresa l'hem de vestir de colors. No sé ben bé què vol dir vestir-la de colors, però és evident que s'ha de fer.

—*D'iniciatives, ja n'hi ha hagut. Poc afortunades, però. L'anterior equip de govern municipal de Manresa va voler relligar el turisme religiós a base d'oferir una ruta que anés de Lourdes a Montserrat i fes parada a la Cova de Sant Ignasi. Ja des d'un principi, es van aixecar algunes veus posant en entredit la iniciativa, potser per la manera com són els francesos, que els interessa molt que nosaltres hi pugem però ells baixen molt poc. Vaja, que no va funcionar i l'oficina muntada a Lourdes va morir d'inanició. Però des del Bages s'ha de poder participar del potencial d'atracció que exerceix Montserrat amb els dos milions de turistes. Com es pot lligar Montserrat?*

—Jo crec que Montserrat està ara encaparrat a veure com s'ubica dins el fenomen del turisme de masses i com poden treballar en el camp del turisme religiós, que a ells els agrada més anomenar pelegrinatges. Veig clar el binomi Montserrat-Santa Cova de Manresa, però això s'ha de treballar. El que no es pot fer és obrir una oficina allà on et sembla i ja està. Els municipis que han obert oficines de turisme inútilment és bastant considerable. No sé

si allò de Lourdes va ser bo o no, no ho sé, però el que sí que crec és que s'ha de començar per integrar la Cova a la ciutat, però fer-ho de manera que sigui atractiu. S'ha de dialogar molt amb Montserrat, perquè crec que estan molt interessats a sortir d'aquests circuits, a vegades excessius i allunyats de la sensibilitat del que és el monestir. Estem en allò que deia abans. Per una banda, bon plantejament i ensenyar allò que volem ensenyar, i, per l'altra, arribar a acords amb els operadors. Sense els operadors que ens portin la gent de Montserrat a Manresa, o a la inversa, i sense que es puguin establir uns bons circuits, tot allò que es faci no servirà de res.

—*La Diputació estaria interessada a participar en aquesta societat mixta que sembla que impulsa la Generalitat per donar vida a un nou cremallera per a Montserrat. Un transport que, no ens enganyem, haurà de ser un transport de clara vocació i concepció turística.*

—La veritat és que no ens ho hem ni plantejat. És un tema de relació inversió-ingressos. Les empreses privades s'hi incorporaran si la inversió i el negoci tenen un cert equilibri. A Turisme ningú ens ha vingut a plantejar aquest tema. No sé si en el marc del Patronat on hi ha representació de la Diputació s'ha dit alguna cosa. Nosaltres estem disposats a estudiar-ho tot, el que no volem fer és comprar boles de fum, perquè tampoc tenim recursos ni potència econòmica per fer-ho.

**Salvador Redó i Martí**

Periodista