

La relació del sector privat amb l'administració pública

Relator: Àngel Díaz

En un període de temps relativament curt (20 anys) el turisme ha esdevingut un dels sectors més importants per a la activitat econòmica de la ciutat de Barcelona i del seu entorn més immediat.

En aquest moment, Barcelona és reconeguda com una gran destinació cultural, i l'estil de vida, molt lligat a la cultura mediterrània, s'ha convertit en un dels principals elements d'atracció de la ciutat. Avui dia, a la cultura es sumen una gran quantitat i diversitat d'altres elements d'atracció, com la gastronomia, les compres, les activitats, les platges... que fan que Barcelona sigui, cada vegada més, una destinació integral.

Part d'aquest èxit s'explica per la posada en marxa, al 1993, del consorci Turisme de Barcelona, una entitat finançada inicialment per l'Ajuntament i la Cambra de Comerç, que ha esdevingut un exemple de referència a nivell internacional com a òrgan de promoció d'una ciutat i com a estructura de col·laboració públic-privada.

No ha sigut fins fa pocs anys, al voltant del 2010, que la ciutat es va adonar que el turisme estava creixent, però que ningú des de les institucions, principalment l'ajuntament, es preocupava per la gestió de l'activitat turística a la ciutat, i per la gestió de la relació entre el turista i el resident. A partir del 2010, amb l'elaboració del Pla Estratègic de Turisme de la ciutat de Barcelona 2015 i la creació de la Direcció de Turisme; i posteriorment el procés "Barcelona Ciutat i Turisme. Bases per al pacte local per un turisme sostenible i responsable"; hi ha hagut una consciència clara que l'activitat turística havia d'estar gestionada però, probablement, moltes de les coses que s'han fet han estat més relacionades amb l'activitat pública que amb estructurar i potenciar la relació amb el sector privat.

En aquest temps, per la seva part, l'empresa privada ha desenvolupat una gran quantitat d'oferta, tant de diverses formes d'allotjament com d'activitats i experiències i, a més, un nombre important de recursos culturals i turístics s'han convertit en grans atractors de demanda i es situen entre els més visitats d'Europa. El sector continua representat, en gran part, per les mateixes institucions que hi havia fa 20 anys, com són el Gremi d'Hoteleria o el Gremi de Restauració, o un gran número de gremis i associacions lligades al comerç. Encara que en dates relativament recents s'ha creat Apartur, l'associació d'apartaments turístics, i una part del comerç s'ha agrupat en diverses institucions - una de les quals, Barcelona Oberta, agrupa a associacions i gremis de zones de la ciutat que es poden identificar com a més turístiques -; la representativitat empresarial està molt dispersa i, en molts casos, per a determinats sectors és pràcticament inexistent.

En aquest context, el salt quantitatiu, però també qualitatiu, que ha sofert Barcelona com a destinació turística implica, necessàriament, una evolució consistent de les seves estructures de gestió i organització, tant a nivell públic com privat, i també una evolució de les relacions entre els públics i els privats.

És necessari que el sector públic, i no sols l'ajuntament, siguin capaços de donar a conèixer tot el que estan fent, i que s'apropin i entenguin millor la dinàmica empresarial, i com les seves decisions, tant a nivell normatiu com a nivell de visió estratègica de la ciutat com a destinació, impacten en l'activitat empresarial, en l'atractiu de la destinació per a desenvolupar noves activitats i atraure inversions, i en la creació de nova ocupació.

És necessari també que el sector privat entengui els condicionants de gestió turística de la ciutat, i que generi una visió a llarg termini que permeti consolidar la ciutat de Barcelona com a referent mundial. Així mateix, és necessari que el sector privat consolidi la seva representativitat, i que aquesta reflecteixi la gran diversitat de sectors i d'activitats que actualment integren el conjunt de l'activitat turística.

El tradicional enfrontament públic-privat ha de donar pas a un treball conjunt, que moltes vegades no ha de ser fàcil, que permeti treballar per un model compartit de ciutat turística i assegurar la sostenibilitat, en sentit ampli, de l'activitat turística com element d'alt valor afegit per a la marca ciutat, i com a generador d'ocupació i de benestar per als ciutadans i visitants de Barcelona.

Davant d'aquesta situació, sorgeixen unes preguntes que necessiten respostes:

Quins són els actuals canals de comunicació entre el públic i privat a la ciutat? Quines mancances tenen aquests canals?

El sector públic, sent que té una interlocució suficient amb el sector privat? Creu que aquest està suficientment representat?

El sector privat, sent que té una interlocució suficient amb el sector públic? Té clars quins són els seus interlocutors? Se sent suficientment representat?

Quines podrien ser les principals mesures que es podrien prendre des del sector públic per fer que la interlocució amb el sector privat sigui més eficient i doni millors resultats?

Es pot demanar al sector públic que tingui una visió econòmica de les seves decisions i polítiques?

Quines podrien ser les principals mesures que el sector privat podria posar en marxa per a garantir que el sector públic té en compte les seves opinions i mesuri bé les conseqüències de les seves decisions?

Se'l pot demanar al sector privat que tingui una visió a llarg termini, i de destinació, a l'hora de prendre les seves decisions?