

Fundació Jordi
Comas
Matamala

Memòria 2023

ÍNDEX

Presentació	4
Objectius de la Fundació	6
La figura de Jordi Comas Matamala	9
El patronat de la Fundació	10
Activitats 2023	11
Recull informatiu	49
Patrocinadors	59

PRESENTACIÓ

PRESENTACIÓ

Aquesta memòria conté informació sobre la **Fundació Jordi Comas Matamala**, els seus objectius i les activitats desenvolupades durant l'any 2023.

La Fundació, creada l'any 2015, treballa amb l'objectiu de generar pensament i consciència a l'entorn de l'activitat turística, entesa de manera transversal, atès la vital importància social i econòmica que el turisme té a les nostres contrades.

Aquest any 2023 hem centrat l'esforç en incrementar la nostra capacitat de generar pensament turístic i poder-lo fer arribar a un nombre cada vegada més gran de persones i entitats. La signatura de convenis de col·laboració amb altres entitats han estat centrats especialment en la difusió dels actes, publicacions i programes de la Fundació, i ens ha ajudat a ampliar de manera considerable el nombre de persones que la segueixen.

Com cada any, el mes d'abril vam celebrar a l'Hotel Costa Brava el **Memorial Jordi Comas Matamala**, amb el lliurament dels Premis T en la seva sisena edició i el premi *Tres Pioners* en la tercera.

El maig van tenir lloc les Jornades **Turisme: Territori i Societat** de la Fundació en un magnífic emplaçament, el de l'Auditori dels Jardins de Cap Roig a Calella de Palafrugell. Van participar-hi una vintena de ponents de gran nivell que van fer una anàlisi transversal del turisme en relació a l'economia, a l'urbanisme, a les infraestructures i a la cultura.

Els mesos de març i novembre hem celebrat les **Tribunes**, a l'Hotel Costa Brava, seu de la Fundació, amb la presència de l'Honorable Senyora Natàlia Mas, consellera d'Economia i Hisenda, i amb l'Honorable Senyor David Mascort, conseller d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda rural.

I també hem pogut consolidar dues accions comunicatives que ens permeten fer arribar la veu de la Fundació a públics molt més amplis: d'una banda, la **Tribuna digital**, una publicació mensual amb autors de diversos sectors: cultural, empresarial, econòmic, urbanístic, arquitectònic... I també **La Tribuna de la Fundació**, un programa de televisió emès per diverses televisions locals de Catalunya amb una sèrie de 10 entrevistes en profunditat a reconeguts personatges de la societat catalana.

Com cada any, l'activitat de la Fundació Jordi Comas Matamala ha estat dirigida a fomentar les bones pràctiques, la qualitat i l'excel·lència de l'activitat turística de l'Empordà i la Costa Brava.

OBJECTIUS DE LA FUNDACIÓ

Fundació **Jordi Comas Matamala**

LA NOSTRA RAÓ DE SER

La Fundació es constitueix l'abril de 2015 per iniciativa d'un col·lectiu de persones ampli i heterogeni que va tenir el privilegi de compartir amb Jordi Comas Matamala la seva permanent dedicació al sector turístic i a la Costa Brava en particular. El nostre propòsit és honorar aquest llegat, subratllar-ne el caràcter transversal i continuar-lo per contribuir al desenvolupament econòmic i social del Turisme.

CREAR PENSAMENT

La Fundació vol ser una eina socialment valuosa per crear un patrimoni de pensament que aportí al món del turisme els criteris d'eficiència necessaris per progressar. Amb aquesta finalitat, convocarà regularment els agents més autoritzats sobre Turisme per recollir la seva diagnosi de present i de futur i transmetre-la fent-ne pedagogia.

ACOMPANYAR LA TRANSFORMACIÓ PERMANENT

La globalització i l'evolució tecnològica provoquen transformacions profundes i ràpides en l'economia i en les societats, i el Turisme n'és un dels escenaris més actius. L'evolució és constant en les formes de viatjar, en les preferències, en la manera d'escollir les destinacions, en la gestió de les empreses, en les polítiques institucionals, en la tecnologia... La Fundació vol esdevenir un marc d'interpretació i orientació d'aquesta transformació permanent i acompanyar les institucions i les empreses en l'esforç constant d'adaptació que han de dur a terme.

PROMOURE EL CAPITAL HUMÀ

El Turisme és una activitat que no es pot dissociar de les persones ni dels valors que aquestes hi aporten, tant si ho fan professionalment com si hi intervenen com a usuaris. Entre els seus objectius, la Fundació es proposa impulsar iniciatives que potenciïn aquesta visió des de les empreses i des dels centres de formació i també donar relleu i fer difusió d'aquelles persones i establiments que excel·leixin en l'aportació al sector.

Fundació **Jordi Comas Matamala**

IMPLICAR TOTS ELS SECTORS SOCIALS

El Turisme implica tots els sectors econòmics i socials, perquè qualsevol oferta porta implícits aspectes del nostre país tan diversos com l'urbanisme, el transport, les infraestructures, el medi ambient, la cultura, l'educació, la seguretat, el patrimoni històric, la política econòmica i empresarial... La Fundació adquireix el compromís de promoure la implicació de tots els àmbits i sectors en aquesta visió global i de fomentar el diàleg entre les empreses turístiques i els sectors socials més compromesos amb la cultura, el patrimoni i la sostenibilitat.

SERVIR LA COSTA BRAVA

En el marc d'una activitat que vol contribuir a potenciar el sector turístic del país d'una manera integral, la Fundació recull el llegat de devoció de Jordi Comas Matamala per la Costa Brava. A més de situar en aquest espai geoeconòmic la centralitat de la seva activitat, la Fundació guiarà la seva actuació de manera que contribueixi a potenciar el Turisme d'una manera integral i socialment responsable, a incrementar el ressò i el prestigi de la Costa Brava com a marca i com a destinació acollidora en un país de qualitat.

IMPULSAR LA FORMACIÓ

El Turisme és una activitat dinàmica en constant evolució. Per contribuir a dotar-lo dels recursos de continuïtat i de qualitat necessaris, la Fundació promourà iniciatives que reforcin la formació dels futurs professionals i la dels que ja estan incorporats a aquest sector, mitjançant la concertació de beques d'estudi en centres especialitzats i l'organització de formació continuada específica.

EXPLICAR LES ARRELS

La Fundació col·laborarà amb les institucions i els centres d'estudi especialitzats per promoure l'estudi del Turisme des d'una perspectiva històrica i per a recuperar documentació i memòria col·lectiva, perquè el bagatge acumulat fins a l'actualitat no es perdi i serveixi per a explicar les arrels del que anem construint.



LA FIGURA DE JORDI COMAS MATAMALA

Jordi Comas Matamala (Julià 1945 - Platja d'Aro 2012) va continuar l'activitat hostalera iniciada pels seus pares, amb els restaurants Aradi (1963) i la Riera (1965) i els hotels Aromar (1979), Costa Brava (1983) i S'Agaró (en copropietat amb la família Sibils-Ensesa). En paral·lel a aquesta activitat, va ser també regidor de Turisme de Castell-Platja d'Aro entre els anys 1970 i 1979, militant de Centristes de Catalunya- UCD i de Convergència Democràtica de Catalunya, membre de la comissió de Pastoral del Turisme del Bisbat de Girona i impulsor de les jornades Solarium de política i economia que se celebraven a l'hotel Aromar de Platja d'Aro durant els anys de la Transició.

Va ser cofundador del Centre d'Estudis Tècnics i Turístics (CETT) i l'hotel Alimara, de Barcelona, i va ocupar càrrecs en les juntes directives del Patronat de Turisme Costa Brava-Girona, de la Unió d'Associacions d'Hostaleria Costa Brava Centre, de la Federació d'Hostaleria de les comarques gironines, de la Cambra de Comerç de Sant Feliu de Guíxols i del Consell Superior de Cambres de Catalunya. Va presidir la Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona (FOEG), va ser vicepresident de Foment del Treball i membre de la junta directiva de la CEOE. També va ser president del Rotary Club de la Costa Brava, i vicepresident mundial de l'SKAL Club Internacional, després de ser-ne de Girona i de l'Estat espanyol. En un àmbit ben diferent, va formar part dels grups impulsors i fundadors del diari El Punt, de Ràdio Costa Brava i d'Ona Catalana.

A totes les entitats i corporacions de les quals va formar part, hi va deixar testimoni del seu caràcter entusiasta, obert i incansable per millorar el sector turístic i aconseguir que tot el ventall d'agents socials se'n sentís participat. Avui, la Fundació que porta el seu nom, recull aquests valors i s'imposa la missió de donar-los-hi continuïtat.

PATRONAT DE LA FUNDACIÓ

PATRONS

Sra. Maria Abellanet Meya

Sr. Miquel Alsius Juriol

*En representació d'Estudis d'Hostaleria
i Turisme - CETT*

Sr. Jordi Amer Fernández

Sra. Rocío Aranda Reyes

En representació del Golf d'Aro

Sr. Jordi Bosch Molinet

Sra. Cristina Cabañas Rodríguez

Sra. Sol Calderón Cando

Sr. Jordi Charles Vilaró

Sra. Montserrat Closas Dalmau

*En representació de la Unió d'Empresaris
d'Hostaleria i Turisme Costa Brava Centre*

Sr. Carles Coll Costa

Sr. Pere Cornellà Valls

Sra. Maria Teresa Díaz Comas

Sr. Pol Fages Ramió

Sr. Lluís Falgàs Ventura

Sra. Anna Garriga Ripoll

Sra. Carme Hospital Poch

Sr. Narcís Hospital Poch

Sr. Joaquim Majó Fernández

Sr. Ferran Mascarell Canalda

Sr. Joan Mestres Coll

Sr. Joaquim Nadal Farreras

Sr. Lluís Pau Gratacós

Sra. Anna Payet

*En representació de Jorofon
- Celler Can Roca*

Sr. Josep Puigbó Valeri

Sr. Martí Sabrià Deulofeu

Sr. Enric Serra Amat

Sr. Albert Sibils Ensesa

Sr. Josep-Francesc Valls Giménez

Sra. Sandra Vergeli Hospital

Sr. Jordi Xuclà Costa

CONSELL EXECUTIU

PRESIDENTA

Sra. Carme Hospital Poch

VICEPRESIDENT

Sr. Josep Puigbó Valeri

SECRETARI

Sr. Lluís Pau Gratacós

TRESORER

Sr. Joan Mestres Coll

VOCALS

Sr. Miquel Alsius Juriol

Sr. Jordi Charles Vilaró

Sr. Martí Sabrià Deulofeu

Sr. Enric Serra Amat

Sra. Sandra Vergeli Hospital

DIRECTOR

Sr. Martí Sabrià Deulofeu

ACTIVITATS 2023

X Memorial Jordi Comas i Lliurament dels Premis T (6^a edició)

Divendres 21 d'abril a l'Hotel Costa Brava de Platja d'Aro

Retransmès en directe per TV Costa Brava

Retransmès en *streaming* al canal de Youtube de la Fundació



Acte anual de record de la figura de Jordi Comas, que se celebra cada any a l'entorn de la Diada de Sant Jordi.

Durant l'acte es lliuren els premis "T" de turisme, que la Fundació Jordi Comas Matamala va instaurar l'any 2017, amb el propòsit de donar relleu a les persones o a les iniciatives que excel·leixin en el sector turístic, amb una visió transversal del turisme des de diferents àmbits socials.

El premi, simbolitzat per la lletra "T", s'inspira en els conceptes que defineixen els eixos de la Fundació Jordi Comas Matamala: Turisme i Transversalitat.

El guardó, creat per l'artista **David López**, representa l'entorn mediterrani que li és propi: una lletra "T" en ferro massís, que recorda una àncora rovellada pels anys com a símbol de l'antiguitat de les civilitzacions que l'envolten i una base en fusta d'olivera centenària.



Els guardonats enguany han estat:

Jaume i Josep Font Casadevall

Per la trajectòria professional en el món de l'hostaleria i el turisme.

Isidor Llorca

Per la tasca de difusió de la marca Costa Brava des del món cinematogràfic.

PGA Catalunya

Per la seva contribució al prestigi de la destinació Costa Brava.

Hotel Aigua Blava

Premi Tres Pioners



Per tercera vegada s'ha lliurat també un quart guardó, el Premi T *Tres Pioners*, que s'ha concebut com un reconeixement a aquelles persones, empreses o institucions que, des de qualsevol àmbit, hagin estat precursors d'activitats turístiques en el sentit més ampli.

La creació d'aquest premi s'emmarca en el conveni de col·laboració impulsat per les fundacions Climent Guitart, CETT Fundació i Jordi Comas.

El guardó s'ha lliurat a l'**Hotel Aigua Blava** de Fornells, Begur, amb prop de cent anys d'exitosa activitat hotelera.

La vetllada també ha comptat amb l'actuació musical del grup Atzur i amb un sopar servit pel restaurant Aradi.

VII Jornada Turisme, Territori i Societat (TTS)

Dijous 4 de maig a l'auditori dels Jardins de Cap Roig de Calella de Palafrugell

Retransmès en directe per TV Costa Brava

Retransmès en *streaming* al canal de YouTube de la Fundació



La setena Jornada de la Fundació Jordi Comas Matamala i l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya, *Turisme, Territori i Societat (TTS)*, s'ha celebrat a l'auditori de la Fundació 'la Caixa' de Cap Roig, a Calella de Palafrugell.

La Jornada d'aquest 2023 ha viscut 4 taules temàtiques sobre aspectes que avui incideixen plenament en la indústria turística, des de diferents vessants. Abans, en la sessió d'obertura, han intervingut **Carme Hospital**, presidenta de la Fundació Jordi Comas Matamala, **Narcís Ferrer**, director de l'Agència Catalana de Turisme, **Jordi Masquef**, diputat de la Diputació de Girona i vicepresident del Patronat de Turisme Costa Brava-Girona i **Joan Vigas**, alcalde de Palafrugell.



La primera taula ha tractat sobre *Les infraestructures bàsiques del territori turístic*. Moderada pel periodista **Xavier Graset**, director del Més 324 de Televisió de Catalunya, hi han intervingut **Josep Vicent Boira**, comissionat del Govern espanyol per al Corredor Mediterrani i **Xavier Flores**, secretari general d'infraestructures del Ministeri de Transports, Mobilitat i Agenda Urbana (MITMA) del Govern d'Espanya.

Boira ha destacat que "el corredor mediterrani també és un corredor turístic" i d'aquí la seva importància per la mobilitat dels turistes pel Mediterrani. Ha assegurat que "s'estan fent molt avanços, però entenc que encara el ciutadà no tingui una idea plausible d'on estem. Però tot arribarà".

Flores ha tractat de les infraestructures viàries, com l'AP7 i la N-II, però el públic s'ha interessat, en les seves preguntes, sobre el que torna a passar aquests dies a Rodalies de Catalunya, on s'han reproduït incidents en els retards i avaries de diversos trens.





La segona taula, que ha tractat de *La música i el ciclisme, reclams turístics*, ha comptat amb les intervencions del periodista i escriptor **Rafael Vallbona** i del codirector del Sónar Festival, **Ricard Robles**, moderats per **Carme Fenoll**, directora de l'Àrea de Cultura i Comunitat de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

La gran oferta de festivals de música que se celebren arreu de les comarques gironines i l'atractiu internacional que suposen, i el creixement del ciclisme a casa nostra com a esport sostenible ja esdevenen, avui, un reclam de primer ordre.

La influència del paisatge i l'arquitectura en la destinació turística ha estat la tercera taula rodona, que ha moderat **Josep Lluís Blázquez**, director de Perspectives, de Catalunya ràdio. Hi han pres part **Maria Sisternas**, directora de l'Incasòl, i l'arquitecte **Rafael Aranda**, de RCR Arquitectes.

Els dos ponents s'han referit al treball que realitzen des dels àmbits públic i privat i han subratllat la importància de la col·laboració públic-privada per a dur a terme accions sostenibles que respectin el paisatge, tant l'urbà com el rural.



Finalment, la quarta taula ha tractat de *Tendències econòmiques i socials*, en la qual han intervingut, com a ponents, **Jaume Masana**, director de Negoci de CaixaBank i **Elena Mayoral**, directora general d'Aeroports d'AENA, amb la moderació de **Josep Francesc Valls**, director de la Càtedra d'Escenaris de Futur; Retail, Turisme i Serveis de la Universitat Pompeu Fabra (UPF).

Massana, que ha utilitzat diverses dades, s'ha mostrat optimista pel que fa al futur de l'economia i ha explicat que "la inflació continua essent la gran inquietud pels pròxims mesos", tot i mostrar-se confiat en el creixement de l'economia, que també repercutirà directament al sector turístic, amb "senyals de força del turisme domèstic".

Al final de l'acte, el conseller de Recerca i Universitats, **Joaquim Nadal**, patró de la Fundació Jordi Comas, ha ofert el relat i les conclusions d'aquesta setena Jornada, en què ha subratllat que la jornada ha mostrat que

"hi ha futur, i que tots tenim l'obligació ètica, moral i política de treballar pel futur, individualment, i de construir un somni de futur col·lectiu pel nostre país".

Nadal s'ha lamentat que els "desastres que son d'actualitat" hagin desvirtuat, en certa forma, la primera taula sobre infraestructures. Així mateix, s'ha mostrat confiat en què el corredor mediterrani va avançant i "hem de ser optimistes sobre la seva culminació".

Sobre la segona taula, sobre música i ciclisme com a reclams turístics, ha recordat "la revolució que va suposar que el ciclista Lance Armstrong s'instal·lés fa un temps a casa nostra". Nadal ha dit que, en matèria de festivals de música, "potser n'hi ha massa i massa semblants".

Nadal ha manifestat que és una obvietat la influència que tenen el paisatge i l'arquitectura en la destinació turística, que ha estat el tema tractat a la tercera taula tot indicant que "els

mals venen del passat" i que, avui, "fins on s'ha pogut, la situació s'ha redreçat, gràcies a la legislació democràtica i a actors responsables sobre el terreny".

Finalment, el conseller ha compartit l'optimisme de Jaume Masana sobre la tendència positiva del creixement econòmic i ha dit que "les coses s'han de pagar pel preu que valen" i que "les administracions públiques han d'ajudar a poder pagar el preu que valen les coses, quan s'implica el sector privat i quan la finalitat del que cal pagar és justificat per l'interès públic".

La Jornada, que ha acabat amb un dinar informal als jardins del Castell de Cap Roig, ha estat presentada pel periodista i patró de la Fundació Jordi Comas Matamala, **Josep Puigbó**, i ha estat transmesa per *streaming* a través del canal de YouTube de la Fundació i, també en directe, per Televisió Costa Brava.



12è Premi de Recerca Jordi Comas

Divendres 17 de novembre a la Sala d'Actes de l'Ajuntament de Castell d'Aro, Platja d'Aro i S'Agaró

Proclamació del guanyador de l'edició 2023

Menció especial a un Treball de Recerca de 2n de Batxillerat 2023

Presentació del llibre guanyador de l'edició 2020 i de la reedició del guanyador del 2012

Acte coorganitzat per l'Ajuntament de Castell-Platja d'Aro i la Fundació Jordi Comas Matamala



El projecte d'investigació, "*L'Indépendant Costa Brava*" i *Platja d'Aro, una experiència única de periodisme internacional de les comarques de Girona*, del periodista **Carlus Gay i Puigbert**, ha estat guardonat amb el 12è **Premi de Recerca Local Jordi Comas**.

En l'acte s'ha estrenat també la modalitat jove per a Treballs de Recerca de 2n de Batxillerat sobre el municipi, tot i que en aquesta primera edició cap de les propostes presentades s'adequava als requisits de la convocatòria, quedant desert el guardó. El jurat, però, ha volgut fer una Menció Especial al Treball de Recerca *El massís de l'Ardenya. Quina importància té per a la biodiversitat del seu entorn?*, de **Sònia Valdepeñas**.

L'estudi guardonat en la modalitat general, que cal desenvolupar plenament en el termini d'un any i que després es publicarà en format de llibre, se centrarà en la història del suplement Costa Brava que durant dotze anys, de 1966 a 1977 va elaborar el diari nord-català de Perpinyà *L'Indépendant*. Aquesta edició especial, d'entre 4 i

14 pàgines, i que va assolir una distribució de fins a 16.000 exemplars, s'adreçava als turistes francesos i francòfons que feien estada a les comarques de Girona. Platja d'Aro hi va tenir un paper destacadíssim en els continguts, la fotografia i la publicitat, fins al punt que va arribar a tenir unes pàgines especials pròpies dins el suplement, i també una redacció permanent al municipi.

El jurat l'han format el director de la Fundació Jordi Comas, **Martí Sabrià**; la regidora de Cultura de l'Ajuntament, **Maria Blanco**; el director de la revista Gavarres, **Pitu Basart**, l'editor de la Revista del Baix Empordà, **Gerard Xarles**; i per a la modalitat jove també l'arxiver municipal, **Xavier Conchillo**.

També s'ha presentat el volum guanyador de la convocatòria de 2020, *La fauna de la Vall del Riddaura* (Costa Brava) del **Grup de Natura Sterna**; i la tercera reedició del volum *Nit d'Aro. Seixanta anys de discoteques i sales de festes a Platja d'Aro*, de **Xavier Castellón**, proposta guanyadora de la primera edició (2012), i ara actualitzada.



Sota el concepte de *Tribunes de la Fundació Jordi Comas Matamala*, enguany s'han treballat tres formats diferents: les tradicionals Tribunes, les noves *newsletters* de la Fundació amb el nom *Tribuna digital*, i el programa televisiu *La Tribuna de la Fundació*.

Tribuna Fundació Jordi Comas Matamala

Tribunes

Tribuna amb l'Honorable Senyora Natàlia Mas, consellera d'Economia i Hisenda de la Generalitat de Catalunya.

Divendres 17 de març a l'Hotel Costa Brava de Platja d'Aro



La Fundació Jordi Comas Matamala ha iniciat les seves activitats d'aquest any amb una nova Tribuna, que aquesta vegada ha protagonitzat la consellera d'Economia i Hisenda, **Natàlia Mas**.

La presidenta de la Fundació, **Carme Hospital**, en la seva benvinguda als assistents, al Saló Jordi Comas de l'Hotel Costa Brava, ha recordat que "les Tribunes de la Fundació esdevenen, des de ja fa anys, un espai de reflexió sobre el turisme. Per això, tots els nostres convidats i convidades ho han tractat des de la seva òptica, avui amb una mirada econòmica, ja que la transversalitat del fenomen turístic així ens ho permet". Segons Hospital, "el turisme -directament i indirecta- és un dels principals motors de la nostra economia. I no solament això, sinó que ha esdevingut un factor de progrés i de relació social que no podem menystenir".

La intervenció de la consellera Natàlia Mas ha tractat de la taxa turística i el seu futur, i s'ha mostrat favorable a "obrir un debat sobre l'import de la taxa així com el destí d'aquests recursos pel sector turístic". Mas també ha subratllat l'important augment del pressupost d'inversions de la Generalitat, que també beneficiarà la indústria turística, i ha assenyalat que "encara hi ha molta incertesa econòmica, que ens fa ser prudents sobre les previsions", i que "la inflació i alts preus de l'energia es mantindran durant els pròxims dos anys".

La consellera Mas ha tractat també sobre el *Compromís per un turisme responsable*, que ha liderat la direcció general de turisme i que es plasma en un document que ha vist la llum aquesta setmana, compromís al qual s'ha adherit la Fundació Jordi Comas Matamala.

La Tribuna, a la qual hi ha assistit el conseller de Recerca i Universitats, **Joaquim Nadal**, que també es patró de la Fundació, ha estat presentada pel periodista i patró, **Josep Puigbó**, que ha moderat un animat col·loqui amb els assistents, sobre alguns dels aspectes més rellevants de l'actualitat econòmica, fiscal i política.

Tribuna amb l'Honorable Senyor David Mascort, conseller d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda rural de la Generalitat de Catalunya.

Divendres 10 de novembre a l'Hotel Costa Brava de Platja d'Aro



La Fundació Jordi Comas Matamala ha celebrat una nova Tribuna protagonitzada pel conseller d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, **David Mascort**, amb el títol *Els reptes de la sequera i els usos de l'aigua*, una de les qüestions globals que més preocupen al sector turístic.

El conseller ha assegurat que ens trobem en "una transformació més accelerada de la prevista, i amb una situació que ja és estructural". Per Mascort, "l'escalfament global ha arribat per quedar-se i hem de saber adaptar-nos a una nova situació que ja no té marxa enrere". En aquest sentit, ha precisat que "més que lluitar contra el canvi climàtic, ens hem de centrar en com podem mitigar els seus efectes, de forma activa, per part de tothom".

Algunes dades facilitades pel titular d'Acció Climàtica han corroborat la situació d'emergència que estem vivint: la temperatura del mar ha arribat aquest estiu passat als 31 graus, en algun punt de la Costa Brava; es porten ja 36 mesos seguits de sequera pluviomètrica i els embassaments han arribat al seu mínim històric des que se n'enregistren les dades. Segons el conseller, "si aquesta situació continua així, els embassaments tenen vida per 10 mesos".

Segons Mascort, aquesta situació obligarà a posar en marxa més restriccions, i ben aviat, "tots plegats haurem d'acostumar-nos a fer el mateix,

però reduint el consum d'aigua, que és un bé finit. El model del creixement infinit s'ha acabat, en tots els àmbits", ha asseverat el conseller.

Una part de la ponència del conseller ha servit per detallar el Pla de l'Energia i el Canvi Climàtic de Catalunya, que contempla mesures i inversions per planificar el futur i per optimitzar els recursos hídrics, amb regeneració i reaprofitament de l'aigua i amb actuacions ambientals i de sanejament. "És una prioritat modernitzar el reg del nostre país -ha posat de relleu- i també ha destacat que, en condicions normals, no hauríem de patir per l'obtenció dels recursos hídrics, però hem de ser molt més eficients en la utilització d'aquests recursos". També ha reconegut que s'han de millorar les xarxes municipals i que s'ha d'ajudar els ajuntaments a aconseguir-ho.

Finalment, ha informat que el seu Departament desplegarà aviat una nova campanya per conscienciar la societat de la situació d'emergència climàtica que estem vivint i com hem de fer-hi front.

Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales i màster en Direcció i Administració d'Empreses per la Universitat de Girona, David Mascort és un bon coneixedor de la realitat de les comarques de Girona. Ha estat vicepresident del Consell Comarcal del Gironès (2003 a 2007) i alcalde de Vilablareix des del 2011.

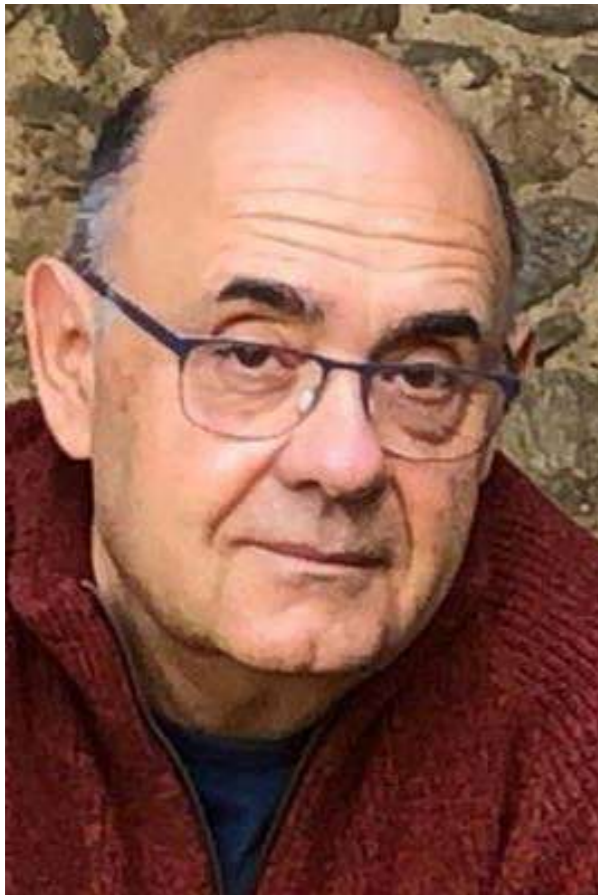
Aquesta nova Tribuna de la Fundació Jordi Comas Matamala s'ha celebrat, com és habitual, a l'Hotel Costa Brava de Platja d'Aro i ha estat presentada pel periodista i patró de la Fundació, **Josep Puigbó**. S'ha transmès en directe per *streaming* a través del canal de YouTube de la Fundació i a la TDT a través de Televisió Costa Brava.

Alguns dels assistents han compartit sopar amb el conseller, després de la Tribuna, servit pel restaurant Aradi.

‘Allò que no es traspasa’

Tribuna amb Enric Serra. Periodista, patró i exdirector de la Fundació Jordi Comas

Gener 2023



el van convertir en un distintiu del turisme de casa nostra i que mai va ser cap barrera per evolucionar de l'espontaneïtat a la professionalització, sinó tot el contrari.

Haig de confessar que la desaparició d'aquests establiments m'ha entristit profundament i no pas per nostàlgia dels agradables moments que hi hagi pogut viure personalment en el passat ni per les històries extraordinàries que n'hagi sentit explicar. La meua tristesa prové en comprovar que el tancament significa de fet, una renúncia, un llençar per la borda tot l'esforç econòmic que hi han fet les generacions precedents, totes les hores de feina i de preocupacions que s'hi han dedicat, tota l'amabilitat que s'hi ha abocat. Perquè res de tot això no es traspasa amb l'establiment i tot aquest capital ha passat avall, ha esdevingut cendra, com a molt solidificada en patrimoni immobiliari, però sense deixar-hi cap pòsit de valors. I també em sap greu que les generacions actuals no hagin tingut el valor d'acceptar l'herència moral que cada una d'aquestes petites empreses representava, el valor de sostenir el repte que un dia van afrontar els seus pares, avis o besavis.

Podem estar d'acord que el turisme d'avui no és el mateix que van conèixer aquells fundadors. Els temps canvien a gran velocitat. Ara ja no hi ha famílies que vagin als hotels a passar-hi les vacances en un ambient gairebé familiar ni clients que vulguin sentir-se en els restaurants com a convidats en el menjador d'un amfitrió. I si n'hi ha que encara ho volen, fan cua per entrar als selectes establiments amb estrella. Les famílies troben més llibertat i un preu més assequible en qualsevol dels

Darrerament he estat testimoni observador del tancament, venda o traspàs de diferents establiments de restauració i d'hoteleria d'aquells "de tota la vida". Negocis familiars que un dia van ser oberts per dones i homes emprenedors que s'hi van posar al capdavant, la majoria sense cap més bagatge que una fèrria voluntat de treball i una disposició incondicional per oferir un bon servei. Hotels i restaurants on els clients eren acollits amb un tracte obert i afable amarat de la personalitat intransferible dels seus propietaris que, amb els anys,

milions d'apartaments que s'han apoderat del paisatge, els viatgers ocasionals prefereixen passar d'un hotel a un altre, d'una ciutat a una altra en una acumulació incessant d'experiències i selfies. La contractació on-line i les facilitats de transport afavoreixen un ventall i una varietat inesgotable d'ofertes, que ara es trien per l'indret, per la ubicació, per la decoració de l'habitació, per una fotografia falsejada de l'entorn o per la competència de preus. I els valors del tracte personal queden reduïts –i sovint manipulats– als comentaris dels usuaris precedents o de l'expert en xarxes i comunicació.

Tampoc els establiments són els mateixos. Molts han estat absorbits per grups hotelers i la gent que hi treballa no té cap altre al·licient que complir amb els estàndards que li han fixat al contracte i rebre'n un salari, de manera que allò que no encaixa en aquests dos paràmetres és, en general, arraconat sense contemplacions, sigui quina sigui la seva escala de servei. El client marxa content o decebut només en la mesura que les seves expectatives encaixin en allò que l'oferta proclamava i els valors de proximitat no hi solen figurar. No entrarem a valorar si aquest sistema és bo o dolent, millor o pitjor. És el que hi ha ara i ens hi adaptem ràpidament. Hotelers i restauradors no volen perdre oportunitats i els que fem el turista no volem renunciar a les comoditats que els nous temps ens han portat. La pregunta cabdal és, però, si els valors dels pioners són compatibles amb els costums que els avenços socials i tecnològics ens han portat. I la resposta és indubtablement afirmativa. Entre altres raons, perquè, tot i que més escassos i aïllats, encara hi ha establiments que mantenen el tarannà dels fundadors, que són propers al territori i

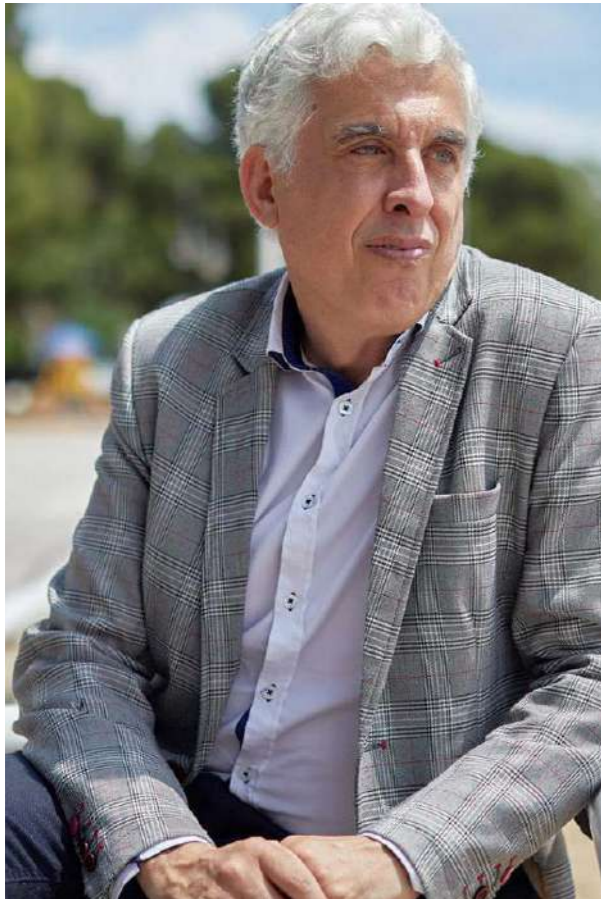
al visitant, que ofereixen un tracte amigable amb indiferència de qui tinguin al davant i que cap d'aquestes virtuts no és un obstacle per a excel·lir en la professionalització ni en l'adaptació a l'evolució del sector.

Per tant, si encara se'n poden trobar, vol dir que tenen raó de ser i que les seves qualitats poden ser inculcades, transmises i ensenyades de la mateixa manera que poden ser fomentades i sostingudes. I precisament per això, hem de reclamar als formadors i als responsables de les administracions públiques que hi posin tots els recursos necessaris per mantenir-los, per evitar que els descendents dels fundadors emmalalteixin de sordesa, d'amnèsia o de desànim i caiguin en la temptació de l'abandó, de la liquidació, del rèdit immobiliari. Perquè el turisme de Catalunya s'ha fet gràcies a la suma de molts exemples individuals que han sumat esforç, sacrifici, amabilitat i professionalitat per esdevenir els ingredients insubstituïbles d'una marca pròpia, d'una marca molt diferent de la que hom pot trobar repetida en sèrie a qualsevol de molts altres països.

‘La persistència del turisme’

José A. Donaire. Professor de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona

Febrer 2023



responsable, circular... Això ha provocat una sensació de provisionalitat, de crisi imminent, d'alarma. Quantes vegades s'ha anunciat la fi del turisme, quantes vegades hem llegit que el nostre model tenia una data de caducitat? Hem dedicat tants esforços a descriure els canvis en el turisme (sí, jo també) que hem perdut la capacitat de llegir allò que és persistent, allò que roman, allò que forma part de l'estructura del turisme de la Costa Brava.

Hi ha qui pensa que quan el turisme entra per la porta, la identitat salta per la finestra. Ens oblidem que el turisme també crea la identitat dels llocs. Quan els historiadors del segle XXII estudiïn la nostra societat, només la podran entendre si entenen el turisme, perquè aquest ja forma part de la personalitat de la Costa Brava com abans ho feren el comerç, la pesca, el conreu de l'arròs o la indústria del suro. I hem de començar a identificar i preservar edificis turístics, elements turístics i narratives turístiques, perquè formen part del nostre patrimoni, com els fars, les ermites o les muralles medievals.

La Costa Brava és, per sobre de tot, un espai de memòria. Ja ningú no fa àlbums de fotografies, però si revisem els catàlegs d'imatges guardades pels europeus, descobrirem una i altra vegada el rerefons del nostre litoral. Si només fotografiem allò que és rellevant per nosaltres, haurem d'admetre que a més dels esdeveniments familiars (un bateig, un casament, una trobada) les imatges que guardem són sovint imatges turístiques. En la memòria d'una part no pas petita de l'Europa contemporània hi ha molts fragments de la Costa Brava. Tenint en compte les dades de visites

Deia Hegel que totes les societats tenen la percepció d'estar vivint un moment històric, un període de la humanitat que marcarà un abans i un després. Aquesta sensació d'excepcionalitat és encara més freqüent en el turisme a la Costa Brava. Des dels seus orígens, el nostre turisme ha viscut amb una persistent idea d'urgència. No conec cap altre sector que hagi estat tan repensat, reformulat, reorientat o reformat. Hem acumulat debats, plans, conferències i sentències, però sobretot adjectius: turisme de masses, de qualitat, inclusiu, adaptat, sostenible,

i de repetició, la Costa Brava ha acollit més de 100 milions de persones diferents al llarg de la seva història, i per tant forma part de la memòria col·lectiva del continent.

Amb les seves llums i les seves ombres, la persistència del turisme a la Costa Brava és un indicador de l'acumulació d'intel·ligència. El turisme no és pas un sector senzill. Hi operen mecanismes tan complexos com la tecnologia, l'arquitectura i l'urbanisme, el transport o la gestió de processos. Convé recordar, per exemple, que el primer ús no militar d'internet fou el turisme. Però el turisme és complex sobretot perquè es basa en les interaccions humanes, pel contacte permanent entre els hostes i els amfitrions, i perquè la matèria primera del turisme és, al capdavant, la gestió de la felicitat. El turisme a casa nostra és una acumulació de sabers, un pòsit de know how, que vol dir talent individual i vol dir també xarxes denses de relacions per transmetre aquest coneixement. Tots els qui ens dediquem al turisme hem sentit aquesta mena de condescendència amb la qual es valora el sector; però la trajectòria del turisme a la Costa Brava només ha estat possible per un sistema de complicitats i de talent.

I el turisme ha estat, a diferència d'altres sectors, un àmbit amb una capacitat constant de renovació. S'han modificat els hàbits dels visitants, els sistemes de comercialització, els ingredients dels productes turístics, els mitjans de transport, els models de promoció o els criteris estètics. Compareu un catàleg dels anys 80 amb el web de la Costa Brava i trobareu tantes diferències que estaríeu temptats de pensar que és un nova activitat diferent. Podríem dir que el canvi és un element estructural del turisme a la Costa Brava. Per això,

ara que la Unió Europea ha fixat un quadern de ruta basat en la digitalització i la sostenibilitat, ara que l'eficiència energètica, l'eliminació del plàstic, les noves formes de mobilitat, l'eficiència hídrica, la domòtica, l'ús del big data, l'automatització o la intel·ligència artificial canviaran la forma com fem turisme, estic convençut que el sector mostrarà la seva capacitat d'adaptació. Allò que és més persistent en el nostre model turístic és la seva robustesa en el canvi, potser perquè hem viscut amb la incertesa permanent que és potser l'única certesa que ens resta.

‘Nova projecció de Catalunya pel turisme que volem’

Narcís Ferrer i Ferrer. Director de l'Agència Catalana de Turisme

Març 2023



Una societat moderna és aquella que està amatent als canvis que es produeixen, proposa estratègies per afrontar els nous reptes i facilita eines per fer afectives les modificacions necessàries. Catalunya sempre ha destacat per la seva capacitat d'avançar-se, de ser pionera i anar al capdavant de les noves demandes d'una societat cada vegada més canviant. I en el sector turístic, fa anys que això és una realitat. Un exemple recent el trobem amb la Covid-19 i la capacitat que ha mostrat per adaptar-se a les noves circumstàncies.

Precisament, durant el període marcat per la pandèmia, des del Departament d'Empresa i Treball, a través de la Direcció General de Turisme, es va començar a treballar en la transformació del nostre model turístic amb l'objectiu d'aconseguir un millor territori per viure-hi i una millor destinació per visitar. El passat 2022 es va impulsar l'aposta valenta de debatre amb tots els agents implicats sobre com s'havia d'estructurar la destinació davant els reptes canviants en relació a la sostenibilitat ambiental, social i econòmica. Fruit d'aquest intercanvi d'opinions, s'ha gestat el Compromís Nacional per un Turisme Responsable, l'eina que ens ha de permetre implementar aquest nou model. Us encoratjo a adherir-vos a aquest acord per tal que plegats remem en la mateixa direcció.

En tot aquest procés de canvi, l'Agència Catalana de Turisme ha tingut, té i tindrà un paper important, ja que hem de continuar posicionant Catalunya com una de les millors destinacions turístiques del món. Per això, ens cal un pla ambiciós que ens permeti oferir una proposta de valor atractiva que ens difereï de la resta de destinacions. Un pla que també ha de consolidar la marca Catalunya com a destí turístic a partir de tots els eixos que la fan única i singular.

En aquest sentit, aquesta nova projecció la farem a través d'una innovadora estratègia de màrqueting turístic integrat, ja que volem comptar amb un únic model turístic de país, i amb nous productes que captin l'interès per la nostra terra. Per exemple, estem treballant en projectes centrats en l'enogastronomia, com

una ruta enogastronòmica del Grand Tour de Catalunya, perquè volem esdevenir la regió europea de referència en aquest àmbit. I també estem elaborant un Pla d'impuls del turisme esportiu i nàutic perquè la celebració de la Copa Amèrica de Vela a Barcelona l'any vinent ens brinda una gran oportunitat per promoure Catalunya en aquests segments.

Estem compromesos en fer un màrqueting turístic intel·ligent per tal que l'Agència Catalana de Turisme, segueixi sent no només pionera sinó que també excel·leixi en la tasca diària de promoció del nostre país a nivell turístic. Així, estem treballant la segmentació del nostre client per tal d'atraure a uns visitants determinats que responguin al nou model que plantegem. A més, estem impulsant la cultura de la dada, ja que volem obtenir un sistema d'intel·ligència de mercat sofisticat, capaç de proporcionar informació pràctica per al sector i ajudar a la presa de decisions.

M'agradaria fer esment a dos aspectes que també hem treballat per encaminar-nos en aquesta nova mirada que estem forjant. Per una banda, per tal de fer més competitives les nostres oficines de promoció a l'exterior i millorar el servei que ofereixen, hem definit un nou rol per monitorar millor la demanda i obtenir un valor i un rendiment més elevats. D'altra banda, hem elaborat una nova estratègia comunicativa en sintonia amb el nou model que s'està impulsant. A partir d'ara ens volem promocionar amb missatges i continguts que ens permetin apropar-nos als visitants de manera autèntica i experiencial per tal de posicionar-nos com una destinació moderna que té en compte la sostenibilitat i el respecte envers el territori i els seus habitants.

Necessitaria moltes més línies per poder explicar la feina ingent que estem fent i farem en els propers mesos. Estem en un moment decisiu en el qual hem de reescriure el present per encarar el futur en la direcció correcta. No tinc cap dubte que Catalunya com a destinació estarà a l'alçada per afrontar tots els nous reptes.

‘Anàlisi de previsions del sector turístic’

Roser Prats i Iglesias. Especialista en Hotels & Tourism de CaixaBank

Abril 2023



mèstica, amb variacions interanuals positives i especialment unes darreres setmanes de l’any (desembre) amb variació positiva de 8.1% en targetes espanyoles i 32% també positiva de les targetes estrangeres.

Per altra banda, a finals d’any vàrem veure una menor inflació degut a la baixada dels preus de l’energia durant el mes de desembre, tot i que amb preocupació pel creixement de preus dels productes alimentaris, on el 78% de la cistella d’aliments, begudes i tabac va tenir una inflació superior al 10% al darrer mes de l’any.

A la vegada, la situació de tipus d’interès a l’alça amb les pujades dels tipus oficials que el BCE ha anat duent a terme, ha fet que les previsions econòmiques incorporin un enduriment de les condicions financeres a més d’una inflació persistent el 2023. Això limitarà la capacitat de compra de les llars el 2023, moderant substancialment la capacitat de creixement del consum real.

Tot i aquesta situació general, hem vist com el sector turístic ha aguantat el pols amb uns pagaments amb targeta superiors al 2019 tot l’any 2022 a nivell domèstic i també de l’estranger, especialment el francès i l’alemany, amb un americà que va tornar a venir el 2022 i un anglès recuperant-se, els dos situant-se per sobre de les xifres del 2019 durant el 2022. També vàrem veure com el sector va poder repercutir, en termes generals, l’increment de preus a l’allotjament (+17%) i a l’oci i hostaleria (+12%).

Tenint en compte aquesta situació i que finalment el PIB Turístic del 2022 es va tancar amb

102 punts envers el 2019, es preveu que pel 2023 arribi als 105 envers el 2019, és a dir que seguirà aquesta tendència positiva en relació al 2019 amb uns nivells d’ingressos normalitzats, encara que a l’expectativa de quina serà l’evolució dels costos.

En relació a aquest punt, en l’escenari hipotètic on els ingressos són estables, i on es registra una pujada del cost de l’energia del 100%, un increment dels costos salarials del 5%, un 15% en aliments i un 20% dels costos de construcció, sota aquest supòsit, tenim un risc d’increment de costos globals que el sector podria afrontar amb un increment de preus del 7,2%.

Així doncs, tenint en compte les notícies que estem llegint aquest començament d’any, en relació al nivell de reserves i la situació del sector per afrontar una possible situació de costos com l’exposada, amb les dades de les que disposem a dia d’avui, penso que el sector té capacitat i recursos per afrontar la situació econòmica actual i que les perspectives per la temporada 2023 permeten ser optimistes per la temporada que ara comença.

Inflació de serveis vinculats al turisme a Espanya

Variació en relació al mateix mes de 2019 (%), promitjos bimensuals



Com anirà la temporada 2023? Segur que a tots ens agradaria saber-ho i des de CaixaBank Research, a la darrera edició de Fitur varen mirar de donar-hi resposta. Us en detallo els aspectes més destacats.

Per tal d’entendre les estimacions d’en Javier Ibáñez i el seu equip pel sector turístic, en primer lloc ens fan un repàs a la situació amb la que vàrem tancar l’any 2022 a nivell general.

Per una banda, a finals del 2022 teníem una despesa amb targeta, tant estrangera com do-

‘El triomf de l’optimisme’

Juan Molas. President de la Mesa del Turismo de España

Maig 2023



L'ésser humà té tendència a créixer davant l'adversitat i potser per això ha estat capaç de superar tragèdies de tota mena i condició al llarg de la història. La més recent i global, com tots sabem, ha estat una pandèmia que ha posat contra les cordes tot el planeta. El turisme, sector resilient per naturalesa, ha estat capaç de redreçar la situació el 2022 i s'ha plantat al 2023 amb la convicció que aquest pot ser també un gran any.

Després d'un segon semestre del 2022 que va resultar francament bo, on el desig de viatjar va impulsar la demanda i les ocupacions turístiques a les principals destinacions de costa i urbans, hem desembocat en un any esperançador en termes generals.

Ni la inflació galopant ni la incertesa que provoca una preocupant guerra al territori europeu estan afectant el comportament de la demanda en una temporada d'hivern francament bona en termes positius per a destinacions com Canàries, Costa del Sol, Catalunya i Llevant. A tot arreu, les xifres del receptiu de turisme pugen emparades per les càlides temperatures d'aquestes regions i la seva atractiva oferta d'oci.

Si fem la mirada cap a la primavera, aquestes apunten cap al mateix camí de consolidació de la recuperació. Balears, Andalusia, Canàries i Catalunya, quatre de les grans comunitats autònomes receptores de turistes tant nacionals com internacionals, corroboren que les vendes van per bon camí. Es respira optimisme. I el mateix es pot afirmar a nivell de les perspectives de subsectors com ara el turisme de golf, el de creuers, l'urbà, compres i gastronomia que es mouen en una tendència clarament alcista.

Una altra dada que dona suport a l'evidència que el vent bufa a favor del turisme és l'excel·lent to del trànsit aeri. Des del setembre i l'octubre, i ja en aquests primers mesos del 2023, s'està incrementant de manera notable el volum de vols operats o previstos. De fet, es constata que és molt a prop de recuperar els nivells del 2019.

És cert que persisteix la tendència entre els viatgers de reservar a última hora davant del dubte del que pogués sobrevenir. I que això complica fer previsions molt traçades a nivell general quant al diagnòstic de cap a quin escenari pot evolucionar el turisme a Espanya aquest 2023. Però el que sí que preval amb rotunditat és l'atractiu de la marca Espanya per a l'imaginari col·lectiu dels turistes, que un any més tornen a triar per a les vacances paradisos espanyols com l'arxipèlag canari, on els mercats britànic i alemany mostren un creixement de l'ordre del 10% respecte al 2019.

Tenint en compte aquest horitzó de bonança, enllumenat pel triomf d'un optimisme que ha estat condició sine qua non per remuntar els dies més grisos de la pandèmia, quan la mobilitat i els viatges van quedar en suspens, podria semblar que no hi ha obstacles insalvables per al turisme ni problemes de greu consideració... Però des de la Mesa del Turismo de España sabem ben bé que la realitat i l'economia són més complexes i, encara que ens acusin d'aigualir la festa, ens sentim obligats a assenyalar quins són els llasts que suportem.

El més pesant, un increment dels preus de les matèries primeres, els aliments i el combustible, que ha inflat els costos operatius del sector en un percentatge que va oscil·lar entre el 25 i el 27% l'any passat. La facturació creix, però la rendibilitat se'n ressent i els comptes d'explotació de les empreses del sector tenen una cara i una creu.

Si a això li sumem les pèrdues acumulades el 2020 i el 2021, l'espasa de Dàmocles dels crèdits concedits en aquests anys i pendents d'amortització, i sobretot l'absència d'un PER-

TE turístic -perquè el Govern insisteix a negar-nos-ho-, el resultat és un entorn financer força apuntalat.

Insistent en el tema del PERTE per al turisme, la quantia s'hauria de situar a l'entorn dels 12.000 milions d'euros, segons les nostres pròpies estimacions. Amb aquesta pilota d'oxigen i una gestió intel·ligent i transparent dels fons europeus -els Next Generation-, la realitat de fons del sector turístic podria ser una altra. Perquè l'actual s'escuda en una capa exterior enganyosament pròspera respecte a la comptabilitat dura de milers d'empreses.

Finalment, apuntarem un llast més que li pesa al sector turístic i la solució del qual requeriria d'autèntica resolució. Ens referim a les dificultats per captar personal degudament capacitada. El turisme espanyol pateix un gran pla de formació que, a mig i llarg termini, sigui capaç de posar al mercat una força laboral i un talent que garanteixin el lideratge de la nostra marca turística. Un pla que per ser realment eficaç ha de comptar necessàriament amb el consens i la planificació conjunta del sector públic i el privat, i sense el qual ni l'optimisme més gran podrà assegurar el triomf.

‘Turisme amb cognom’

Jordi Bosch. President de Banijay Iberia
Juny 2023



Ja fa un cert temps un viatge professional a Buenos Aires va coincidir casualment amb la celebració d'un partit entre el Boca Juniors i el River Plate. El "Clásico", el partit de la màxima rivalitat del futbol argentí. És considerat, per tradició i ambient, un dels esdeveniments més emblemàtics al que un afeccionat, no tan sols al futbol sinó a l'esport en general pot assistir. Vaig tenir la sort d'anar-hi i comprovar la seva singularitat i passió. Al meu cantó hi havia un grup de canadencs. La popularitat del futbol a aquell país és limitada i em va estranyar. Va resultar

que formaven part d'un pla de viatges que els portaria a conèixer, en diversos desplaçaments repartits al llarg d'un any, un total de 10 grans cites esportives. De Buenos Aires continuaven viatge a París per anar a Roland Garros.

Si turisme és el nom, s'han anat afegint cognoms al substantiu. Ja ens hem referit al turisme esportiu. Afeccionats d'arreu del món esperen el resultat dels sortejos i calendaris per organitzar desplaçaments a la ciutats dels equips rivals i no tan sols per anar i tornar. Fa una dotzena d'anys el gran cuiner Juan Mari Arzak em deia que coincidint amb un partit Reial Societat – Girona FC a San Sebastián havia comptat fins a nou taules de gironins. Tot gira: la pilota i l'olla. Tot és compatible. No cal preguntar-ho als afeccionats al golf o al ciclisme que s'instal·len una setmana a les nostres comarques gaudint integralment de totes les nostres virtuts, a més de les facilitats esportives.

El turisme gastronòmic és un altre que ha anat progressant de manera imparable. La força de les guies, que són les grans prescriptores de les tendències, la conversió dels millors xefs en personatges mediàtics omnipresents als programes televisius, la ubicació en un punt geogràfic de l'excel·lència de determinat producte gastronòmic, la construcció de nous cellers que son veritables catedrals enològiques, etc. Tot ha donat vida turística a les ciutats però també a petits indrets on hi mantenen la seva activitat alguns dels protagonistes d'aquest "boom". Al voltant d'un o dos àpats es construeixen breus viatges, estades hoteleres i altres activitats.

La paraula clau és l'especialització. Entesa no només com la identificació dels objectius dels turistes que es mouen a la recerca de l'activitat que els complau sinó també la capacitat de resoldre els seus problemes concrets estimulant la plenitud de les seves estades. Un bon exemple és el turisme de senders i rutes a peu, sempre sota l'ombra de l'experiència del Camino de Santiago. Sigui el Camí de Cavalls de Menorca o l'encara incomplet camí de ronda de la Costa Brava, els professionals turístics de les poblacions de la ruta busquen la manera de connectar els viatgers d'un poble a l'altre transportant el seu equipatge a la següent destinació, promovent la coordinació de les reserves per dormir o menjar, etc.

Podríem esmentar desenes de grans i petites categories. El turisme al voltant dels festivals de música, de l'arqueologia o de determinades tendències històriques que han deixat la seva petja al país. En l'àmbit cultural aquesta realitat és total. La celebració d'una exposició antològica d'un artista exerceix com un imant d'afeccionats que amb mesos d'avançada fan les seves reserves i després dormen, dinen, sopen, volten, compren i fan de tot a la seu de l'esdeveniment. El turisme especialitzat, com dèiem abans, el turisme amb cognom, anirà a més. Permet a l'interessat la fragmentació del seu període de vacances, abraça diferents moments de l'any i és un valor afegit per l'usuari a la recerca de la seva satisfacció.

Tribunes digitals (newsletters enviades)

‘Soc un turista’

Dr. Joaquim Majó. Degà de la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona
Juliol 2023



Soc un turista. I el que és més important, em sento orgullós!

Ja sé que en aquest moment que estem vivint, xoca una mica fer aquesta afirmació tan contundent. Però és el que hi ha: m’agrada ser un turista i m’agrada exercir de turista sempre que puc. M’agrada viatjar perquè m’agrada viure experiències. Tant me fa si viatge per oci o per feina. I no, no tinc un prototip de viatge perquè cada viatge és diferent i depèn de molts factors. En alguns casos m’agrada passejar i perdre’m pels carrers de qualsevol ciutat, en d’altres prefereixo buscar el relax i la tranquil·litat d’una bona platja; de vegades, el viatge és una simple excusa per compartir temps de qualitat amb la família o amb els amics. En qualsevol cas, és una oportunitat d’aprendre. Així que sí, repeteixo, a mi m’agrada ser un turista.

No hem d’oblidar que la definició de turista que va estandaritzar l’OMT tipifica el turista com qui pernocta fora del seu lloc de residència. A més tipifica el visitant com aquella persona que visita una destinació sense pernoctar-hi, ja sigui com un turista allotjat a una altra destinació, com si fa un desplaçament i torna a dormir a casa. En qualsevol cas jo també soc un turista quan vaig a Barcelona a passar un cap de setmana i soc un visitant quan passo la tarda a una localitat de la Costa Brava.

Estic quasi segur que la majoria de persones que llegiran aquestes paraules se sentiran identificades (no conec gaires persones, per no dir cap, que manifestin obertament que no els hi agrada viatjar). I si estem d’acord a dir que a la majoria ens agrada moure’ns, per què últimament es demonitza tant els turistes? No ho som tots o la majoria de nosaltres? O és que si som nosaltres els que viatgem no hi comptem com a turistes?

Sovint sentim l’expressió que es necessiten turistes de qualitat. Normalment, aquesta expressió fa referència a la capacitat econòmica dels viatgers i, per tant, a la seva capacitat de despesa. Ens hem de centrar només en aquesta dada? Personalment, penso que seria més important començar pel turista incívic, que en realitat no deixen de ser individus que es pensen que perquè estan fora de casa seva tot s’hi val, la qual cosa parla més de la seva persona en concret i no del turista que la majoria portem dins. La màxima de tot turista hauria de ser no fer res que els usos i costums del lloc que visita no ho permetin. Aquesta frontera hauria de ser infranquejable i, per tant, és important deixar-la clara. Si deixem això clar, que cal diferenciar entre persones incíviques i persones respectuoses (la majoria de turistes), identifiquem d’on sorgeix aquest malestar que últimament es va estenent entre les poblacions locals.

Els turistes van a una destinació perquè algú l’ha promoguda amb campanyes publicitàries. S’allotgen en allotjaments que formen part de l’oferta turística, fan activitats que empreses del sector ha preparat, mengen als restaurants, consumeixen tota mena de productes de lleure i oci i busquen la diversió que està a l’abast. En resum, la majoria no fan res que algú de la destinació receptora no hagi previst. Per tant, podem culpar als turistes que pugin el preu dels habitatges per allotjar-se en algun dels apartaments que estan oferts en les plataformes corresponents o hem de buscar responsabili-

tats més enllà? Amb això hem de saber diferenciar les responsabilitats que tenen els turistes de les que té la destinació que els acull. Fa massa temps que la gestió s’ha fet sobre el volum de turistes i potser cal començar a posar l’atenció en altres paràmetres.

En la gestió d’una destinació turística, hi ha cinc actors principals que interaccionen i busquen els seus propis interessos i beneficis, assumint les seves pròpies responsabilitats. Aquests actors són: els turistes, la població local, les empreses turístiques, els touoperadors i el sector públic. L’equilibri entre aquests factors és imprescindible per tal que tothom surti beneficiat. Els turistes són les persones que viatgen a una destinació per gaudir de les seves atraccions i serveis turístics, les empreses turístiques són les que proporcionen productes per tal que l’experiència sigui factible i positiva, els touoperadors creen llaços entre l’oferta i la demanda i el sector públic ha de regular i gestionar els recursos públics.

I la població local que normalment és la que se sent més afectada? Els habitants locals són un actor essencial en la gestió de la destinació turística, ja que són els que poden sentir que la seva vida quotidiana i benestar es veuen afectats (negativament) pel turisme. La seva perspectiva és important si volem abordar els impactes negatius i promoure un desenvolupament sostenible del turisme. És important que la destinació turística generi beneficis duradors per a la població local. Això pot incloure la creació d’oportunitats econòmiques, el foment de la cultura i tradicions locals, així com la millora de la qualitat de vida per als residents. Per tant, si la població sent que el turisme empitjora la seva qualitat de vida veuran als turistes com a enemics.

L’activitat turística és un fenomen complex que implica múltiples factors interrelacionats que s’han de considerar conjuntament si volem mantenir l’equilibri entre tots els factors que en formen part. La naturalesa de l’activitat turística implica una interacció complexa entre la demanda, l’oferta, l’espai geogràfic i els operadors de mercat. A més, en moltes ocasions una destinació turística és una amalgama de diverses destinacions turístiques amb interessos i necessitats contraposades. Aquesta diversitat pot ser

el resultat de diferents regions, ciutats, pobles o atraccions dins d’una mateixa destinació que tenen característiques i identitats pròpies. Davant d’aquesta complexitat calen mesures per gestionar de forma eficient aquestes destinacions. Fins ara hem sabut promocionar-les molt bé, però és el moment que sorgeixin organismes de gestió de les destinacions que estabilitzin l’encaix de les 5 forces involucrades citades anteriorment. Podem estar d’acord que el sector públic és el que té la responsabilitat de desenvolupar polítiques, establir regulacions. Però el planejament turístic ha de ser integrat amb totes les forces que formen part del sistema.

Aquí és on el Compromís Nacional per un Turisme Responsable promogut per la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya proposa un full de ruta per abordar el futur del turisme a Catalunya. Un futur de la/les destinació/ns de Catalunya, però també del país on vivim. Però els reptes que s’hi aborden no són fàcils ni simples. Ens trobem en un entorn molt complex on cal mantenir en tot moment una visió global i d’expertesa sobre tots els factors. Necessitem professionals que gestionin, controlin i tinguin una visió transversal d’aquesta qüestió. I els hem format i els estem formant.

No només tinc l’esperança, sinó que estic convençut que només les persones formades en la disciplina turística, podran afrontar els reptes que es plantegen avui en dia i portar-nos cap a un nou model que tothom se senti integrat. Des de les universitats treballem de ferm, mantenim els nostres estudis en contínua revisió, col·laborem amb el teixit empresarial, participem de la societat en general perquè necessitem que els nostres alumnes surtin preparats i amb capacitat de lidiar amb una professió complexa, tan forta i tan sensible alhora com és el turisme. No només treballem amb persones sinó que a més hem d’aconseguir que se sentin felices i vegin les seves expectatives acomplertes.

Jo hi confio, sé que només amb preparació i respecte podrem mantenir l’equilibri entre tots aquests actors implicats per tal que persones com jo puguem continuar sentint-nos turistes orgullosos de ser-ho. I que a més, com jo faig avui, ho diem en veu alta.

‘Objectiu turisme sostenible: M.E.S’

Cristina Cabañas. Presidenta de Guitart Hotels i presidenta de la Fundació Climent Guitart
Agost 2023



Ja fa uns anys que em dedico a la indústria del turisme, molt ben batejada com la *indústria de la felicitat*.

En tot aquest temps he descobert, des de les meves responsabilitats com a hotelera, un ofici que m’apassiona, que em permet conèixer i viure situacions meravelloses, malgrat la duresa a què ens va sotmetre la pandèmia de la COVID-19 i les seves conseqüències sanitàries, econòmiques i socials, que van posar a prova el nostre sector.

Aquest 2023 ha començat amb força. L’arribada de turistes internacionals ha aconseguit els nivells del 2019 i la despesa turística internacional ha batut rècords. El turisme domèstic porta menys impuls, per la combinació de la pèrdua de poder adquisitiu i perquè hi ha més sortides a l’estranger, però continua creixent respecte al 2022.

El turisme continua essent, avui, el tractor de l’economia al nostre país, però penso que ara ens hem de preguntar: què podem fer per preservar un sector tan important? Com podem mantenir aquesta riquesa per les pròximes generacions? N’estic convençuda que hi ha tres lletres que resumeixen perfectament l’aposta pel turisme sostenible: la M, la E i la S. És evident que hem d’aprofundir en el turisme sostenible, que hem d’anar a MÉS.

Darrera de cada lletra hi ha un missatge que penso que hem de tenir molt present.

La M, de sostenibilitat mediambiental. Hem de continuar apostant perquè l’impacte de la nostra activitat sigui el més petit possible. S’han de premiar les empreses que ho fan bé, que són moltes, perquè el seu exemple esdevingui un mirall per a la resta.

La E, de sostenibilitat econòmica. Si aquesta vocal no hi fos, les dues consonants soles no tindrien cap sentit. Cal revisar les despeses per ser capaços d’absorbir els increments de costos. I, en la mesura que sigui possible per la nostra competitivitat, també ajustar els preus.

Per últim, la S de sostenibilitat social. El turisme ha de perseverar en crear un impacte positiu per la societat que l’acull i per l’equip de persones que hi treballen. Em costa molt entendre que no sigui un sector sexy, quan el que fem és fer felices les persones en els dies més esperats de l’any, els de les seves vacances.

Des de Guitart Hotels, i des de la Fundació Climent Guitart, estem treballant per aquest turisme sostenible MES.

I som conscients que només ho aconseguirem teixint totes les complicitats possibles amb les persones, empreses, entitats i institucions que creguin que aquest MES no només suma, sinó que pot multiplicar per un turisme cada vegada més sostenible, és a dir, per un turisme amb futur.

Des de fa temps, ja ho estem posant en pràctica tres fundacions privades catalanes que tenim el turisme com a raó de ser: la Fundació Jordi Comas Matamala, CETT Fundació i la Fundació Climent Guitart que m’honoro de presidir. Tots els projectes que desenvolupem avancen en la mateixa direcció, des de la col·laboració i l’orgull de pertànyer a un sector que reparteix felicitat. I, tots ells, per aconseguir un turisme sostenible MES.

‘Reflexions sobre turisme a l’inici del nou curs acadèmic’

Dra. Maria Abellanet i Meya. Presidenta del CETT

Setembre 2023



L’inici d’un nou curs acadèmic és un bon moment per a la necessària reflexió sobre el fenomen turístic i les possibles respostes als desafiaments contemporanis del sector i de la societat.

El turisme ha esdevingut una activitat universal que s’ha anat democratitzant. En la nostra societat actual, el turisme s’entén com un trencament necessari amb la rutina quotidiana i un acte amb un valor social i simbòlic importantíssim. Tot això ha comportat el desenvolupament de la indústria turística i, en

conseqüència, el d’una activitat econòmica rellevant i dinamitzadora per a tot tipus de territoris. Però el turisme, com totes les activitats humanes, genera una sèrie de conseqüències. Per això, el turisme s’ha de desenvolupar en un context econòmic diversificat i des d’una perspectiva ètica, de sostenibilitat i de cohesió social.

El futur del turisme passa per una transformació cultural d’ampli abast perquè no es tracta d’un fenomen aïllat sinó que forma part d’un sistema de valors, polític i econòmic, i s’ha de repensar i ajustar a nous criteris i límits, com succeeix en la majoria d’àmbits. El turisme comparteix amb la societat una sèrie de reptes i responsabilitats que cal que el sector tingui en compte.

Per això és tan important acompanyar el desenvolupament de l’activitat turística de valors com la sostenibilitat, la igualtat, la inclusió i el respecte vers l’altre, per citar-ne alguns, aspectes que han de vehicular tota relació que es porti a terme dins el marc del turisme tant per part de visitants com d’amfitrions. Tot això sense oblidar l’atenció i cura vers el territori i la cultura de la destinació, que pot ser font d’una millor qualitat de l’experiència turística així com d’un major sentiment de reconeixement per part de la població local. El desplegament del turisme s’ha de fer amb la voluntat que generi una aportació positiva tangible al territori i als seus residents, que creï activitats i productes culturals i d’oci d’interès per a tothom, que permeti el creixement professional amb condicions justes d’aquelles persones que hi treballin, que faci un ús raonable i responsable dels recursos del territori i no empit-

jori les condicions de vida de la població local. Immers en un context de canvi estructural, el turisme ha de transitar cap a una nova economia, al servei de les persones i del planeta.

En aquest sentit, la formació i el coneixement són les millors palanques per a assolir-ho. La formació, la recerca aplicada i la transferència de coneixement són els instruments a través dels quals al CETT, centre universitari de Turisme, Hoteleria i Gastronomia adscrit a la Universitat de Barcelona, materialitzem el nostre compromís amb les persones, el país i la societat. Al Campus CETT oferim una sòlida estructura de coneixement, competències i valors per als diferents nivells de formació -universitària, professional i contínua-, fonaments sobre els quals s’assenta l’especialització en Turisme, Hoteleria i Gastronomia perquè tot el nostre alumnat i Alumni puguin respondre als compromisos anteriorment esmentats. Les persones competents, ben formades i ben valorades pel sector són la clau d’aquest futur del turisme que ja és present.

A més al CETT, plenament conscients de que el futur és col·laboració i compromís, juntament amb empreses, institucions i altres centres universitaris i de formació professional nacionals i internacionals conformem una comunitat de talent emprenedora, innovadora i responsable amb molt per aportar per a la millora del sector. Constituïm una comunitat d’aprenentatge i exploració referent on es forja el talent responsable que construirà el futur de la indústria del Turisme, l’Hoteleria i la Gastronomia.

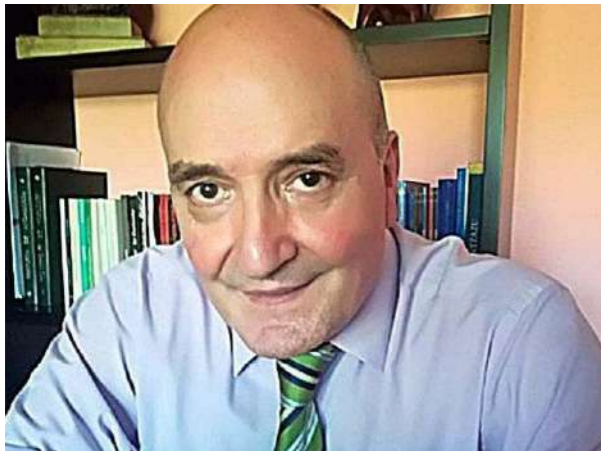
Ara bé, implantar una nova perspectiva del turisme, més regeneratiu, inclusiu, sostenible, i respectuós amb els altres i amb la natura és responsabilitat de tots els agents del sector.

Penseu que és una utopia aspirar a un turisme que redefineixi el seu èxit en termes de qualitat i de benestar d’aquest sistema més gran del que forma part, per contribuir a edificar una societat i un món millor?. La resposta la podem trobar en el que va dir el cineasta argentí Fernando Birri: “La utopia és a l’horitzó. M’hi acosto dues passes, ella s’allunya dues passes i l’horitzó es desplaça deu passes més enllà. Per molt que camini mai l’assoliré, però la utopia serveix per a caminar”.

No deixem mai de caminar, amb coneixement!
Bon curs 2023/2024!

‘L’activitat turística en l’actualitat i, en ella, Girona’

Iñaki Garmendia i Esnal. Exresponsable de promoció i màrqueting turístic del Govern Basc
Octubre 2023



Amb l'accés de la classe mitjana i treballadora al consum turístic tot comença a discórrer a gran velocitat, ja que des de mitjan segle passat el gaudi de les vacances pagades es converteix en factor fonamental per al seu desenvolupament.

Des de llavors i excepte períodes molt curts i concrets, el turisme continua creixent imparablement convertint-se en una indústria a nivell internacional gràcies a la incorporació d'aquests consumidors, a més del paper inversor i proactiu de molts destins i d'uns transports que fan que tot es torni més pròxim i accessible.

Entre les seves moltes singularitats com a activitat econòmica, s'ha de ressaltar la seva facilitat per a superar processos de crisi de molt diferent naturalesa, per la qual cosa queda demostrada la seva comentada resiliència. Es pot afirmar que el sector turístic és un dels més afectats davant qualsevol alteració de signe negatiu, però paral·lelament, i recuperada "la normalitat", més i millor s'adapta a aquests (nous) escenaris d'oportunitats.

Quant a les xifres són del tot eloqüents. El PIB turístic de la Unió Europea assoleix el 10% i s'espera que a finals d'aquest any 2023 arribin uns 730 milions de turistes des de l'exterior. En el cas d'Espanya, amb un PIB del 12,6% s'espera arri-

bar als 85 milions de turistes estrangers, la qual cosa converteix al sector en una realitat inqüestionable que mereix la millor de les atencions, ja que com tot desenvolupament, genera factors i escenaris que han de ser més tinguts en compte, per la dimensió aconseguida i la velocitat en els canvis que es van produint.

Són temps on es van imposant cicles de vida cada vegada més curts, el que afavoreix nous mètodes en destí i empreses, però continuen subsistint destins i serveis que, vetllats amb la seva particular clientela, sobretot entre uns certs mercats de consumidors que poden mancar dels nivells d'exigència i del poder adquisitiu necessaris. Es constata l'existència tant de destins i empreses en permanent ebullició com altres que necessiten processos de reconversió i actualització.

Una altra expressió d'aquests (nous) temps socio-turístics, és la pertinença a un món on la digitalització no és capaç de definir "la veritat" dels seus destins i interessos. I és que, van sorgint tota una "gamma de veritats" on el seu pur ressò o resonància degudament validats, es converteixen en el "més fiable jo turístic". Aquest tsunami comunicacional, ha fet que maneres turístiques unidireccionals hagin passat a millor vida, que apareguin infinitat d'opinions des de tota mena d'agents, clients i interessos, per la qual cosa el control o suposat control sobre empreses i destins es va difuminant, arriba a ser compartit per estranys i diàriament és revisat i qüestionat.

Un altre aspecte a ressaltar, és la perenne feblesa estructural de les institucions turístiques respecte al que representen social, mediambiental i econòmicament parlant. Com tot desenvolupament, l'activitat turística porta amb si una sèrie de factors addicionals que són necessaris emplenar, encara que no aconseguen la vistositat de l'element i processos principals.

La seva no visualització possibilita l'aparició d'una certa desídia, desajustaments i que "no s'arribin a donar respostes" amb els serveis disponibles, fent que recaigui la responsabilitat en "tot un turisme" que manca de les eines i polítiques necessàries. Per tant, seria aconsellable que l'aposta turística portés amb si la implicació i cooperació d'altres àrees i processos transversals, alguna cosa que ja es dona, però si pot ser de forma més intensa, amb nova distribució de compromisos i des d'una visió i prioritat realment turístiques. És lògic que el sector condioni i que sorgeixin noves exigències socisectorials a les quals cal donar resposta. No donar-les, i tirar la culpa a "allò nociu del turisme" és no assumir responsabilitats, alguna cosa que ratlla l'autoengany.

Si s'aprofundeix, es descobreix que la majoria de les opcions polítiques comparteixen la idea de desenvolupar iniciatives basades en l'anomenada "sostenibilitat turística" que, fins avui, ha permès millorar la projecció i comunicació del destí i s'ha traduït en una aposta estratègica "a la petita", perquè existeix la impressió generalitzada que la petitesa en el desenvolupament de l'activitat, ens acostava més a aquesta anhelada sostenibilitat.

Però el que realment ocorre és que el sector es troba en una espiral on aquesta petitesa ha impedit que la seva estructura institucional adquirís la dimensió que li correspon, per la qual cosa sovint i es reitera, s'està veient desbordada per una creixent complexitat, amb diferents fronts oberts i escenaris cada vegada més enrevessats.

Un altre factor de summa importància, són els canvis tan bruscos que s'estan donant en l'activitat turística, on les clàssiques funcions s'estan veient modificades amb el pas del temps. Així serveis molt reconeguts i amb funcions purament fisiològiques, allotjament i manutenció, fan que, sense perdre aquestes funcions, s'estiguin convertint factors d'atracció de primer ordre.

I és que, els no tan nous conceptes de vivències i experiències turístiques fa que, com consumats consumidors, es desitgi aconseguir "l'inoblidable" a través dels serveis que es contracten.

Això propicia que uns certs serveis es vagin revaloritzant i aconseguint un nivell de notorietat extraordinaris, la qual cosa permet que l'atracció pels paisatges, tradicions, cultura i activitats recreatives es vagin acompanyades per experiències gastronòmiques i d'allotjament excepcionals. Tot això sense oblidar que el propi i inicial desplaçament tendeix a convertir-se en una altra vivència digna de ser ressenyada. Amb això, la gamma de motius d'atracció i l'accés a segments molt més concrets i específics es veuran ampliat considerablement, per la qual cosa interna i paral·lelament el nivell d'exigència i competitivitat s'estaran veient engrandits.

I en tot això, Girona com a comunitat i destinació turística i dels serveis, no és cap excepció. Es pot afirmar sense por de cap equivocació que, sent una de les pioneres i de les referències més vàlides del turisme estatal i internacional, continua mantenint un estatus molt reconegut com a destí harmoniós i sostenible. Però com a tal, ha d'assumir la seva quota de responsabilitat sectorial, on ha de fer compatible el desenvolupament del turisme amb les noves exigències socials, econòmiques i mediambientals. La seva posició de referència l'obliga a autorrevisions permanents i a revisar el seu discurs argumental perquè continuï disposant del plàcet intern i extern.

Una Girona on existeixen realitats obsoletes que necessiten mesures quirúrgiques per adaptar-se als nous temps i dotar-se de millores substancials en la utilització dels seus espais tant públics com privats.

Una Girona que, com en molts altres casos, ha d'estar a l'altura de la seva dimensió sectorial i econòmica i on el compromís institucional turístic hauria d'abastar factors superiors als de la seva mera comunicació i projecció.

Una Girona, en suma, on el seu gran saber fer en moltes de les matèries ocioses, recreatives i dels viatges, farà que continuï sent reconeguda amb admiració i desig de ser visitada amb una certa assiduitat.

‘Barcelona i la Costa Brava’

Ferran Mascarell. Exconseller de Cultura de la Generalitat de Catalunya

Novembre 2023



Josep Pla va escriure un deliciós article sobre el mite d’anar a viure a Barcelona. Un mite practicat, assegurava l’escriptor empordanès, per un bon nombre de catalans. El vell mite ha canviat en els darrers cinquanta anys. Ara no és arriscat afirmar que són molts els barcelonins que anirien a viure a la Costa Brava. Ja són un nombre considerable els que han instal·lat la segona residència. Com són molts els que sempre que poden s’hi escapen els caps de setmana, atrets per les platges, els paisatges, la gastronomia, el patrimoni i la gent.

A hores d’ara podem dir sense por d’equivocar-nos que darrere d’aquestes ganes *costabravenques* dels barcelonins hi ha sobretot el reconeixement d’una realitat extraordinària. La Costa Brava es troba a la part alta del rànquing dels *llocs del món on qualsevol persona podria viure* o bé passar-hi uns dies d’esbarjo i bon benestar. De fet, la Costa Brava posa en relleu que els catalans tenim la sort de viure en un país dotat d’una diversitat de paisatges i d’atractius de vida formidables.

Els temps han canviat, doncs, la idea d’en Pla. En l’actualitat, la gran majoria de barcelonins i barcelonines anhelan la Costa Brava. De la mateixa manera que desitgem que el conjunt del país és desplegui des de la lògica d’un país globalment harmònic, sostenible, equilibrat i benestant.

De tota manera no tinc clar si tots els barcelonins són conscients de les obligacions que tenim en tant que usuaris i beneficiaris de la Costa Brava. Com tampoc no estic segur que apreciem el paper extraordinari que juga la Costa Brava des del punt de vista econòmic pel conjunt del país. Haver fet del paisatge i el mar i de tot el que hi està associat, com el patrimoni, la gastronomia o la calidesa humana, un actiu de país tan impressionant, és mèrit de la gent que hi viu i s’hi guanya la vida. Com és mereixement dels que hi viviu i treballen lluitant sense aturador a favor d’un turisme sotmès a una estratègia de màxima qualitat i sostenibilitat.

No crec, llavors, que des d’un punt de vista de la responsabilitat de les autoritats públiques

catalanes haguem assumit la dimensió nacional de la Costa Brava. És una font essencial de riquesa i de benestar de la que ens beneficiem tots els catalans. Per tant, tots els catalans, i no cal dir que també els barcelonins, i en el nostre nom, les nostres autoritats, tenim la responsabilitat de posar a disposició de la Costa Brava polítiques i inversions adequades per tal de mantenir els enormes atributs que posseeix. Catalunya és un país petit, i tots els aspectes del país interactuen entre si. Si Barcelona es mira el melic, tot el país se’n ressent.

I és en aquest sentit que tinc la certesa que Barcelona no desplega alguna de les seves dimensions de capitalitat amb prou convicció. Barcelona és la capital de Catalunya. I em sembla evident que les autoritats de la ciutat, especialment durant els darrers anys, han deixat de banda que a més d’una gran ciutat és la capital de Catalunya. Barcelona ha de millorar la seva funció de capital. Ha d’aprendre a conjuguar-se com la capital que mira, col·labora i ajuda al país, no només com la ciutat que el gaudeix. Capitalitat significa tenir present el conjunt del país, en l’àmbit turístic, però també l’econòmic i el cultural.

Quan un amic o conegut de qualsevol indret del món arriba a Barcelona i em demana que el passegi per la ciutat sempre el porto, en funció del temps disponible, a algun lloc de la Costa Brava. Sant Feliu de Guíxols, Calella de Palafrugell o Cadaqués sempre impacten. Quan el visitant en lloca el que veu sempre acostumo a dir el mateix: els catalans tenim la sort de viure en una gran metròpoli, plena d’interrelacions que ens donen força econòmica i social i, sobretot, qualitat de vida per a tothom. Ara només cal, doncs, que les auto-

ritats de Barcelona se n’adonin que la ciutat va més enllà del seu entorn urbà més immediat. Els amics forasters solen acabar el viatge dient, *m’agradaria venir a viure a Barcelona i m’instal·laria a la Costa Brava.*

Tribunes digitals (newsletters enviades)

‘El valor de comunicar els valors’

Josep Puigbó. Periodista i assessor de comunicació i Patró de la Fundació Jordi Comas Matamala
Desembre 2023



Hi ha un aspecte clau de la comunicació, sobre el qual considero que gairebé mai no s’hi sol prestar prou atenció. I, per la indústria turística, n’estic convençut que resulta essencial. És allò que en diem *valors* -que a la filòsofa Victòria Camps li agrada més qualificar de *virtuts*. És a dir, la *manera de fer* de les persones, dels col·lectius i de les empreses.

He cobert com a periodista, o m’he implicat com a moderador, a nombrosos congressos, fòrums i jornades turístiques. Se sol parlar, bàsicament, del *què* (del que es fa) però molt poc del *com* (de com es fa). S’hi tracten dades, molt importants per prendre el pols a l’evolució

de la indústria turística. I es dona voltes i voltes a debats eterns, com el turisme de qualitat, la desestacionalització o el model de turisme que volem, aspectes complexos i de fons que entenc que sempre esdevenen vius i canvians... Però ben poques vegades l’atenció es fixa en *com fa les coses* el sector turístic, no *com aspira a fer-les*, que és una altra cosa. Els valors no són una aspiració, sinó que cada organització ha de reconèixer els que li són propis. Vaja, que si no es compleixen, és millor no presumir-ne.

L’escriptor i professor universitari Ferran Sáez va escriure ja fa anys un interessantíssim estudi sobre *Mitjans de comunicació i valors*. Es pregunta si els mitjans *transmeten* valors o bé es limiten a *mostrar* models/personatges que, suposadament, contenen uns determinats valors. Per Sáez, no és de cap manera el mateix *transmetre* valors -com qui transmet una herència o un virus- que *mostrar* la conducta d’uns personatges. I conclou que, en la transmissió de valors, és més important l’acompanyament de pràctiques exemplars que les simples enunciacions. I aquí rau, al meu entendre, el paper del sector turístic a l’hora de mostrar *el valor* que té la comunicació dels seus valors.

La idea de transmetre valors d’una generació a la següent, té encara algun sentit en el context del turisme? El professor Sáez diu que aquesta idea ha desaparegut fa anys i ha estat substituïda per la idea de la contracultura, de la transgressió com a valor-guia fonamental. També diu que els valors fonamentals no s’han de *veure*: s’han de *viure*. I va optar per una triple classificació: valors *premoderns*, *moderns* i *postmoderns*, que reproduïxo parcialment i que m’han fet reflexionar sobre *com* han canviat els valors, en general, al llarg dels temps:

Valors premoderns	Valors moderns	Valors postmoderns
L’absolut	La totalitat	La relativitat
L’homogeneïtat	La uniformitat	La diversitat
Eloqüència	Demostració	Argumentació
Dogma	Veritat	Versemblança
Rígid	Sòlid	Líquid
L’oralitat	L’escriptura	La imatge
La consigna	El lema	L’eslògan
El símbol	El signe	La marca
La duresa	La fermesa	La flexibilitat
El sofriment	L’esforç	El plaer
El destí	El projecte	L’atzar
El passat	El futur	El present
El súbdit	El ciutadà	L’opinió pública
La conservació	La construcció	La deconstrucció
El pacte	L’acord	La confluència
La saviesa	La intel·ligència	L’emoció

Com creuen que han evolucionat els valors en el sector turístic? Penso que, cada vegada més, el món turístic s’ha instal·lat en els valors *postmoderns*. És evident que el món ha canviat, i el turisme també. Però el sector n’és prou conscient que valors com l’amabilitat, l’esperit de servei, l’escolta activa o l’empatia cap al client, són els que realment importen cada vegada més als clients i diferencien un establiment d’un altre? És el *com*. Donem-hi una volta.

La Tribuna de la Fundació (televisió)

La Tribuna de la Fundació és un programa produït per la Fundació Jordi Comas on els convidats, noms rellevants del sector turístic, ofereixen el seu punt de vista respecte al model turístic que les comarques gironines necessiten les dècades vinents. S'emet per Televisió Costa Brava i totes les entrevistes també es poden trobar a les xarxes socials. Aquest 2023 s'enregistren, s'emeten i es publiquen, a plataformes *online*, 10 capítols:

Roger Torrent, conseller d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya



Joaquim Nadal, conseller de Recerca i Universitats de la Generalitat de Catalunya



Anna Garriga, degana de la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales de la Universitat de Girona



Maurici Jiménez, alcalde de Castell d'Aro, Platja d'Aro i S'Agaró



Oriol Aguilà, director del Festival Castell de Peralada



Ferran Mascarell, exconseller de Cultura de la Generalitat de Catalunya



Narcís Ferrer, director de l'Agència Catalana de Turisme



Virgínia Ensesa, presidenta de l'associació S'Agaró 100 (Centenari de S'Agaró)



Marc Riera, president de la demarcació de Girona del Col·legi d'Arquitectes de Catalunya



Martí Sabrià, director de la Fundació Jordi Comas Matamala



2ª Tourist Talent Management (TTM)

Dijous 23 de febrer. Espai Fundació La Caixa. Girona.



La Tourist Talent Management (TTM), impulsada per CETT Fundació, la Fundació Climent Guitart i la Fundació Jordi Comas Matamala, té com a finalitat promoure el debat i la reflexió entre els diferents grups d'interès vinculats amb la gestió del capital humà i el talent en el sector turístic, en benefici del desenvolupament sostenible i responsable del turisme, i per contribuir de manera activa a la millora de la competitivitat turística i la seva recuperació.

El TTM reuneix professionals, ocupadors, administracions, representants de la societat i centres líders en formació, recerca i transferència de coneixement, així com experts en la gestió turística, amb el nexa comú del talent.

2n Terres CHECK-IN Film Festival

Dimecres 13 de setembre. Hotel Guitart Central Park. Lloret de Mar



Terres CHECK-IN International Hospitality Film Festival és una iniciativa conjunta de *Terres Landscape and Travel Communication* i les fundacions CETT Fundació, Climent Guitart i Jordi Comas.

La proposta del *Terres CHECK-IN International Hospitality Film Festival* sorgeix sota la voluntat de crear comunitat i connectar els diversos actors que formem la indústria de *l'Hospitality* a nivell internacional, per generar un espai de coneixement, intercanvi i tendències de comunicació que pugui ser transferible al sector per millorar l'experiència en un moment on l'audiovisual turístic ha assolit un punt de gran maduresa.

Terres CHECK-IN pretén ser el referent mundial en l'àmbit de l'audiovisual del sector de *l'Hospitality* i esdevenir aparador de les tendències de màrqueting de les organitzacions que formen la indústria del turisme, l'hoteleria i la gastronomia.

El Terres CHECK-IN International Hospitality Film Festival té prevista la seva realització de forma itinerant entre les seus de les 3 fundacions col·laboradores. Després de la celebració de l'edició del 2022 a Barcelona, *Terres CHECK-IN 2023* ha tingut lloc el dia 13 de setembre a Lloret de Mar, a l'Hotel Guitart Central Park, essent-ne amfitriona la Fundació Climent Guitart.

La segona edició del *Terres CHECK-IN* combina una cerimònia de lliurament de guardons i de reconeixements professionals amb una vessant formativa i professionalitzadora.

A efectes pràctics, el *Terres CHECK-IN* ha esdevingut el pòrtic del *Terres Travel Festival*, que va celebrar la seva part professional el dijous 14 i el divendres 15 de setembre de 2023 a Tortosa. El format del *Terres CHECK-IN* és amb activitats presencials i per *streaming*.

RECALL INFORMATIU

Ràdio Capital, 02/01/2023

L'Ajuntament de Calonge i Sant Antoni signa un conveni amb la Fundació Jordi Comas Matamala

<https://www.radiocapital.cat/calonge-fundacio-jordi-comas-matamala/>

Revista del Baix Empordà, 02/01/2023

L'Ajuntament de Calonge i Sant Antoni es compromet amb la Fundació Jordi Comas Matamala

<https://revistabaixemporda.cat/lajuntament-de-calonge-i-sant-antoni-es-compromet-amb-la-fundacio-jordi-comas-matamala/>

Ràdio Capital, 03/01/2023

L'Ajuntament de Calonge i Sant Antoni es compromet amb la Fundació Jordi Comas Matamala

<https://www.radiocapital.cat/lajuntament-de-calonge-i-sant-antoni-es-compromet-amb-la-fundacio-jordi-comas-matamala/>



El Punt Avui, 04/01/2023

Calonge i Sant Antoni se suma a la Fundació Jordi Comas

<https://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/2237614-calonge-i-sant-antoni-se-suma-a-la-fundacio-jordi-comas.html>

Ràdio Palamós, 04/01/2023

Calonge i Sant Antoni col·laborarà amb la Fundació Jordi Comas

<https://www.palamoscomunicacio.cat/web/hemeroteca.php/1500017467/calonge-i-sant-antoni-collaborar-amb-la-fundacio-jordi-comas/0?page=459>



Toni Mascaró, 07/03/2023

Nueva edición del TTM de la Fundación Climent Guitart

<https://www.tonimascaro.com/nueva-edicion-del-ttm-de-la-fundacio-climent-guitart/>



TV Costa Brava, 18/03/2023

La Fundació Jordi Comas reflexiona sobre com abordar el turisme

<https://www.tvcostabrava.com/gerard-rius/economia/turismella-fundacio-jordi-comas-reflexiona-sobre-com-abordar-el-turisme>

Ràdio Capital, 20/03/2023

El Govern s'obre a revisar la taxa turística

<https://www.radiocapital.cat/el-govern-sobre-a-revisar-la-taxa-turistica/>



Revista del Baix Empordà, 20/03/2023

La consellera d'Economia i Hisenda, Natalia Mas, obre les activitats d'enguany de la Fundació Jordi Comas

<https://revistabaixemporda.cat/la-consellera-deconomia-i-hisenda-natalia-mas-obre-les-activitats-denguany-de-la-fundacio-jordi-comas/>

Revista del Baix Empordà, 24/04/2023

Jaume i Josep Font (Sa Punta), Isidor Llorca, PGA Catalunya i l'hotel AiguaBlava de Begur, premiats en la desena edició dels Premis T de turisme 2023

<https://revistabaixemporda.cat/jaume-i-josep-font-sa-punta-isidor-llorca-pga-catalunya-i-lhotel-aiguablava-de-begur-premiats-en-la-desena-edicio-dels-premis-t-de-turisme-2023/>

El bloc de Xavier Febrés, 24/04/2023

El director de l'Hotel Aigua Blava s'acosta al centenari de la casa

<http://www.xavierfebres.com/2023/04/el-director-de-lhotel-aiguablava.html>



Top Girona, 24/04/2023

Es lliuren els Premis T de Turisme de la Fundació Jordi Comas

https://www.topgirona.com/ca/actualitat/es-lliuren-premis-turisme-fundacio-jordi-comas_548_102.html

TV Costa Brava, 25/04/2023

Els premis T de Turisme premien Izquierdo, Gili, la família Ensesa i les Havaneres

<https://www.tvcostabrava.com/redaccio/economia/turismel/els-premis-t-de-turisme-premien-izquierdo-gili-la-familia-ensesa-i-les-havaneres>



Ràdio Palafrugell, 02/05/2023

La Fundació Jordi Comas debatrà sobre turisme als Jardins del Cap Roig

<https://radiopalafrugell.cat/la-fundacio-jordi-comas-debatra-sobre-turisme-als-jardins-del-cap-roig/>

El Punt Avui, 04/05/2023

Optimisme del sector turístic en el creixement i potencial de les comarques gironines

<https://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/2285374-optimisme-del-sector-turistic-en-el-creixement-i-potencial-de-les-comarques-gironines.html>



Revista del Baix Empordà, 04/05/2023

Optimisme del sector turístic en el creixement econòmic i el potencial de la Costa Brava

<https://revistabaixemporda.cat/optimisme-del-sector-turistic-en-el-creixement-economic-i-el-potencial-de-la-costa-brava/>

TV Costa Brava, 04/05/2023

Els Jardins de Cap Roig acull la VII Jornada de Turisme, Territori i Societat

<https://www.tvcostabrava.com/redaccio/economia/turisme/els-jardins-de-cap-roig-acull-la-vii-jornada-de-turisme-territori-i-societat>

El Punt Avui, 05/05/2023

Nadal: " Tenim l'obligació de treballar pel futur"

<https://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/2285374-nadal-tenim-l-obligacio-de-treballar-pel-futur.html>

Diari de Girona, 05/05/2023

«Els estudis de demanda de l'estació d'AVE a l'aeroport són molt positius»

<https://www.diaridegirona.cat/economia/2023/05/05/els-estudis-demanda-l-estacio-86891358.html>



Ràdio Capital, 05/05/2023

El sector turístic es mostra optimista amb el creixement econòmic i el potencial del territori

<https://www.radiocapital.cat/sector-turistic-potencial-territori/>

Top Girona, 05/05/2023

Optimisme del sector turístic amb el potencial de la demarcació de Girona

https://www.topgirona.com/ca/turisme/optimisme-sector-turistic-potencial-demarcacio-girona_568_102.html

Nació Digital, 05/05/2023

El Cosmos i el caos

<https://www.naciodigital.cat/opinio/26003/cosmos-caos>

Via Empresa, 09/05/2023

El nou acord per incrementar els salaris: s'obre una finestra d'oportunitat

https://www.viaempresa.cat/economia/nou-acord-incrementar-salaris-finestra-oportunitat_2182466_102.html

Ràdio Capital, 09/05/2023

Massa gent en "orsai"

<https://www.radiocapital.cat/massa-gent-en-orsai/>

eMascaróLeisure, 19/05/2023

Terres CHECK-IN convoca filmmakers y hoteleros a presentar sus mejores piezas

<https://www.emascaroleisure.com/2023/05/19/terres-check-in-convoca-filmmakers-y-hoteleros-a-presentar-sus-mejores-piezas/>

Ràdio Capital, 23/05/2023

Club Tennis d'Aro i Fundació Jordi Comas firmen un conveni de col·laboració

<https://www.radiocapital.cat/club-tennis-daro-i-fundacio-jordi-comas-firmen-un-conveni-de-collaboracio/>



Revista del Baix Empordà, 24/05/2023

El Club Tennis d'Aro i Fundació Jordi Comas firmen un conveni de col·laboració

<https://revistabaixemporda.cat/el-club-tennis-daro-i-la-fundacio-jordi-comas-firmen-un-conveni-de-collaboracio/>



La Vanguardia, 15/06/2023

Lloret de Mar visibilizará la influencia del video en el turismo en el festival CHECK-IN

<https://www.lavanguardia.com/vida/20230615/9043543/lloret-mar-visibilizara-influencia-video-turismo-festival-check-in.html>

Nova Ràdio Lloret, 19/06/2023

El festival Terres CHECK-IN, amb seu a Lloret, es presenta a Barcelona

<https://www.novaradiolloret.org/el-festival-terres-check-in-amb-seu-a-lloret-es-presenta-a-barcelona/>

Ràdio Capital, 25/07/2023

L'Associació d'Empresaris de Platja d'Aro i la Fundació Jordi Comas signen un conveni de col·laboració

<https://www.radiocapital.cat/lassociacio-dempresaris-de-platja-daro-i-la-fundacio-jordi-comas-signen-un-conveni-de-collaboracio/>

El Punt Avui, 25/07/2023

L'Associació d'Empresaris de Platja d'Aro i la Fundació Jordi Comas signen un conveni

<https://www.elpuntavui.cat/societat/article/10-administracions/2316898-l-associacio-d-empresaris-de-platja-d-aro-i-la-fundacio-jordi-comas-signen-un-conveni.html>

Diari de Girona

L'Associació d'Empresaris de Platja d'Aro signa un conveni de col·laboració amb la Fundació Jordi Comas

L'acord fomenta l'intercanvi d'informació entre l'associació empresarial i la fundació

redacció

Girona | 24/07/23 | 15:35




El president de l'Associació d'Empresaris de Platja d'Aro (ADEP), Mariel Canudell, i la presidenta del patronat de la Fundació Jordi Comas Matamala, Carme Hospital, han signat un conveni en el seu de la fundació, l'Hôtel Costa Brava de Platja d'Aro, per col·laborar en diversos àmbits que tenen com a fonament la indústria turística, la que genera més activitat econòmica al municipi.

El conveni, a l'estil dels anteriors que ha signat la fundació, fomenta l'intercanvi d'informació entre l'associació empresarial i la fundació amb la finalitat que totes dues organitzacions es donin suport en els actes que organitzen al llarg de l'any i puguin assistir-hi de forma

Diari de Girona, 26/07/2023

L'Associació d'Empresaris de Platja d'Aro signa un conveni de col·laboració amb la Fundació Jordi Comas

<https://www.diaridegirona.cat/economia/2023/07/26/lassociacio-dempresaris-platja-daro-signa-90349835.html>

Revista del Baix Empordà, 26/07/2023

L'Associació d'Empresaris de Platja d'Aro (ADEM) signa un conveni de col·laboració amb la Fundació Jordi Comas

<https://revistabaixemporda.cat/lassociacio-dempresaris-de-platja-daro-adem-signa-un-conveni-de-collaboracio-amb-la-fundacio-jordi-comas/>

Tecnohotel, 05/09/2023

La comunicació audiovisual del Museo del Prado estarà presente en Terres CHECK-IN '23

<https://tecnohotelnews.com/2023/09/museo-del-prado-terres-check-in-23/>

Smarttravel, 05/09/2023

El poder del marketing audiovisual en la indústria hotelera

<https://www.smarttravel.news/el-poder-del-marketing-audiovisual-en-la-industria-hotelerana-entrevista-con-diego-calvo-de-concept-hotel-group/>

Nova Ràdio Lloret, 13/09/2023

Tot a punt per entregar els premis del festival internacional Terres CHECK-IN

<https://www.novaradiolloret.org/tot-a-punt-per-entregar-els-premis-del-festival-internacional-terres-check-in/>

NovaRàdioLloret

La Costa Brava, gran guanyadora del Festival Terres Check-in 2023

La guanyadora més destacada de la segona edició del festival, que s'ha fet a Lloret, han recollit els projectes vinculats al litoral gironí.



Nova Ràdio Lloret, 14/09/2023

La Costa Brava, gran guanyadora del Festival Terres CHECK-IN 2023

<https://www.novaradiolloret.org/la-costa-brava-gran-guanyadora-del-festival-terres-check-in-2023/>

EL PUNT AVUI

SECCIONS EDICIÓ IMPRESA MÉS

OPINIÓ 12 novembre 2023 8:00 h

LA CRÒNICA

Mascort eixuga les crítiques



EMILI AGULLÓ

ALTRES ARTICLES DE L'AUTOR

La ZBR de Girona, de puntetes i 18 punts comercis en creixença

MÉS ARTICLES

Renfe es fa empresa

El Punt Avui, 12/11/2023

Mascort eixuga les crítiques

<https://www.elpuntavui.cat/opinio/article/18-articles/2354397-mascort-eixuga-les-critiques.html>

Ràdio Capital, 15/11/2023

Empordà 2023 – Episodi 1 – Un nou turisme sostenible: medi ambient i residus

<https://www.radiocapital.cat/emporda-2030-turisme-i-sostenibilitat>

TV COSTA BRAVA

Notícies - Publicacions - L'última - A la carta - Caràcter Online

Carlus Gay guardonat amb el 12è Premi de Recerca Local Jordi Comas



12è Premi de Recerca Local Jordi Comas

Carlus Gay és el guanyador del 12è Premi de Recerca Local Jordi Comas per un projecte d'investigació "L'Indépendant Costa Brava i Platja d'Aro". També, durant l'acte, s'ha celebrat la 1a edició del Premi de Recerca de Babel·lona, el qual ha quedat desert perquè cap de les propostes rebudes complia amb els requisits que marquen les bases de la convocatòria. Tot i així, el jurat ha considerat fer una menció especial al treball "El muntatge de l'Arca de Noé: Quina importància té per a la biodiversitat del seu entorn?" de Sònia Valdepeñas.

TV Costa Brava, 18/11/2023

Carlus Gay guardonat amb el 12è Premi de Recerca Local Jordi Comas

<https://www.tvcostabrava.com/ruben-lozano/societat/educacio-carlus-gay-guardonat-amb-el-12e-premi-de-recerca-local-jordi-comas>

Revista del Baix Empordà, 20/11/2023

12è Premi de recerca local de Castell-Platja d'Aro: "L'Indépendant Costa Brava" i Platja d'Aro, una experiència única de periodisme internacional a les comarques de Girona

<https://revistabaixemporda.cat/12e-premi-de-recerca-local-de-castell-platja-daro-lindependent-costa-brava-i-platja-daro-una-experiencia-unica-de-periodisme-internacional-a-les-comarque/>

El Punt Avui, 20/11/2023

El pòsit del suplement 'L'Indépendant Costa Brava', premi Jordi Comas

<https://www.elpuntavui.cat/cultura/article/19-cultura/2357595-el-posit-del-suplement-l-independent-costa-brava-premi-jordi-comas.html>

Ràdio Capital, 20/11/2023

El 12è Premi de Recerca Local Jordi Comas premia la recerca sobre "L'Indépendant Costa Brava"

<https://www.radiocapital.cat/el-12e-premi-de-recerca-local-jordi-comas-premia-la-recerca-sobre-lindependent-costa-brava/>

Girona Notícies, 20/11/2023

'L'Indépendant Costa Brava': Premiat el projecte que desvetlla la història periodística de Platja d'Aro

<https://www.gironanoticies.com/noticia/223312-lindependent-costa-brava-premiat-el-projecte-que-desvetlla-la-historia-periodistica-de-platja-daro.htm>

Àncora, 20/11/2023

12è Premi de recerca local de Castell-Platja d'Aro: "L'Indépendant Costa Brava" i Platja d'Aro, una experiència única de periodisme internacional a les comarques de Girona

<https://ancora.cat/?p=2095>

El Gerió Digital, 21/11/2023

Un treball d'investigació de Carlus Gay s'emporta el 12è Premi de Recerca Local Jordi Comas

<https://www.gerio.cat/noticia/1641206/un-treball-dinvestigacio-de-carlus-gay-semporta-el-12e-premi-de-recerca-local-jordi-comas>

Fundació Jordi Comas Matamala



Fundació Jordi
Comas
Matamala

Hotel Costa Brava
Punta d'en Ramis, s/n
17250 Castell-Platja d'Aro

Tlf.: +34 872 60 97 01
info@fundaciojordicomas.org

www.fundaciojordicomas.org