

ACTUALITAT | ECONOMIA

Marc Testart

ALBANYÀ

■ Format en Administració i Direcció d'Empreses, Esteve Guerra va crear el Càmping Bassegoda Park d'Albanyà. També, una empresa de producció de documentals de cuina. Juntament amb el seu germà Pere Guerra, també han creat l'empresa d'energies renovables Enerside; el Foodlinker Company, una empresa de softwarealimentari de gestió d'al·lèrgens, i dues empreses de construcció a Romania.

P Com ha rebut el premi al millor emprenedor de l'any de la comarca?

R La veritat és que amb sorpresa. Sovint, quan estàs sumit en la feina del dia a dia, no ets conscient de moltes coses i un premi com aquest m'enorgulleix molt. Cal dir, en honor a la veritat, que aquest premi hauria de ser compartit tant amb el meu germà Pere Guerra Serra, director de l'Observatori Astronòmic Albanyà, com amb la meva dona, Laura Casas Honrado, amb qui he fet créixer el Bassegoda Park, així com amb tota la família Guerra Serra pel suport incondicional.

P Com valora aquest primer any a la presidència d'Empordà Turisme?

R Ha sigut un any ben convuls, perquè qui s'havia de pensar que l'emprèndriem amb una pandèmia global, oi? Ha sigut, sense cap mena de dubte, un repte majúscul que no ens ha deixat temps ni per respirar a tota la Junta. Hem fet un munt de reunions cada setmana per anar avaluant la situació, sempre incerta i canviant, i anar prenent les decisions que creïem que beneficiaven als nostres socis i sòcies.

P Vostès han topat amb la Covid. Això els ha fet redistribuir els objectius? Com els marca?

R La Covid ha redefinit les nostres prioritats a curt termini, no té sentit pensar en qüestions estratègiques a llarg termini quan moltes empreses del sector turístic veuen compromesa la seva existència. Per això, ja durant la primera onada de la pandèmia, vam adreçar un manifest a totes les institucions catalanes, des dels ajuntaments de la nostra comarca, passant pel Consell Comarcal, la Diputació i la Conselleria d'Empresa, tot demanant un reguitzell de mesures imprescindibles per dotar de tresoreria un sector clarament ferit de mort per la pandèmia. Fixi's que aquesta crisi ha sigut especialment injusta per a les empreses turístiques que, recentment, havien volgut invertir en els seus establiments per fer-los més competitius i agradables per als visitants. Precisament, aquests establiments, els que han buscat l'excel·lència en els darrers anys, han patit moltíssim, perquè ja tenien un grau d'endeutament bancari important que, ara, s'ha agreujat amb els malalts ajuts ICO, que s'han de tornar i no deixen de ser crèdits.

Esteve Guerra

Premi Jove Emprenedor 2020. Esteve Guerra Serra (Roses, 1981) va accedir, a finals de novembre de l'any passat, a la presidència de l'associació Empordà Turisme. Ara, ha rebut el Premi Jove Emprenedor 2020 convocat pel Consell Comarcal de l'Alt Empordà, els ajuntaments de Figueres i Roses, el Setmanari de l'Alt Empordà, Fòrum Imagina i l'Associació d'Empresaris i Emprenedors de Girona.



Esteve Guerra lloa la gestió que ha desenvolupat el sector turístic aquests darrers mesos.

«Ens hem de convertir en pedagogs i divulgadors del nostre estimat Empordà»

P Què els ha portat a fer, això?

R A més d'articular tot un seguit de peticions a les administracions i donar suport als ajuntaments que buscaven solucions urgents per a les PIME turístiques, vam haver de muntar una campanya publicitària, a més a córrer quan, per fi, ens van deixar obrir al mes de juny. Vam aconseguir que aquesta fos la primera gran campanya de territori dins l'àmbit català postconfinament. Aquesta campanya, titulada *Jo em planto a l'Empordà*, ha tingut més de dos milions de visualitzacions i això ha sigut gràcies al fet que tothom se l'ha fet seva, tant ajuntaments, com els consells comarcals de l'Alt i Baix Empordà, com multitud d'empreses turístiques i associacions que han utilitzat les cues publicitàries que vam crear. Per tant, reafirmo que aquesta campanya ha sigut un èxit de territori, més enllà de la nostra Associació i que, alhora, és un punt d'inflexió que ens ha ensenyat que, anant units i amb aquest meravellós Empordà que tenim, podem arribar ben lluny.

P Ha estat diferent haver de treballar amb turisme més local, a l'estiu, que amb l'estranger?

R Òbviament, el turista estranger sol venir amb les butxaques més plenes i espera de nosaltres una mena de serveis complementaris que, potser, no té sentit d'oferir als locals. De tota manera, no ha sigut cap sorpresa que no vinguessin estrangers i és per això que la campanya *Jo em planto a l'Empordà* s'ha centrat a fer descobrir racons impressionants de la comarca sovint desconeguts per al públic català.

P Tenim feina feta per desestacionalitzar el turisme estiuenc a la nostra comarca?

R Sí, de totes totes. Si la Covid-19 ens ha ensenyat alguna cosa, és la nostra feblesa com a sector quan perdem la campanya d'estiu. Això ho hem de canviar i hem d'aprofitar-nos d'aquest lamentable canvi climàtic que alhora és una gran oportunitat per allargar la temporada alta. Empordà Turisme té molt clar que tenim tres pilars fonamentals per promoure

l'Empordà: la Gastronomia, el Patrimoni Cultural i el Patrimoni Natural.

P Estem preparats per pensar on volem veure la comarca d'aquí a deu anys?

R Hem de treballar abraçant els Objectius de Desenvolupament Sostenible, que hem incorporat als nostres estatuts. Hem de deixar de mesurar l'èxit de les campanyes turístiques pel volum de visitants que hem tingut i hem d'apostar per fer una promoció turística perquè la gent vingui a admirar l'Empordà i no només a visitar-lo. Ens hem de convertir en pedagogs i divulgadors del nostre estimat Empordà. Només així atraurem un públic respectuós amb l'entorn natural i amb les nostres gentes.

P Què s'està fent millor a l'Empordà en promoció turística?

R Per primer cop, amb *Jo em planto a l'Empordà*, hem anat tots a una, amb el diferent teixit associatiu de la comarca. Hem sabut arribar a dos milions de visualitzacions de la campanya.

La Diputació dona suport a l'ampliació de la xarxa de gas de Cantallops

M. T. CANTALLOPS

■ La Diputació de Girona ha donat 15.000 euros a l'Ajuntament de Cantallops com a suport econòmic per a l'ampliació de la xarxa de gas d'aquest municipi. Segons explica l'alcalde de Cantallops, Joan Sabartés, «l'empresa Rarsa va executar una primera fase d'instal·lació d'un dipòsit de gas i la seva canalització al poble. Ara, amb aquesta subvenció de la Diputació, estem ampliant la xarxa, perquè, de mica en mica, arribi a totes les cases del poble i els veïns que ho vulguin puguin gaudir de la comoditat del gas canalitzat». Ben aviat, també, l'empresa Adamo té previst començar a desplegar la fibra òptica a Cantallops, que suposarà un salt qualitatiu en la connexió a internet.

Breus

EMPRESSES

Grifols té un benefici net de 485,7 milions

REDACCIÓ VILAJUÏGA

■ L'empresa Grifols, propietària d'Aigües de Vilajuïga, va registrar un benefici net de 485,7 milions d'euros en els nou primers mesos de l'exercici, la qual cosa suposa un augment del 14,7% respecte al mateix període de l'any passat, segons ha informat la companyia a la Comissió Nacional del Mercat de Valors (CNMV).

VI

Torna la Setmana del Vi Català, però virtual

REDACCIÓ FIGUERES

■ La Setmana del Vi Català tindrà lloc fins al proper dia 15 de novembre i aglutina una setantena d'activitats virtuals organitzades per cellers, entitats, associacions vinculades al món del vi per a tot el territori català amb un objectiu comú, que és el d'oferir, en general, un tast de la immensa varietat i riquesa del sector vitivinícola.

PESCA

El sector pesquer de la Costa Brava es reivindica

REDACCIÓ ROSES

■ El món de la pesca i, concretament, l'ofici de pescador i el seu producte, pateix un important grau de desconeixement entre la societat. El consumidor de peix va envellint i, aquest fet, provoca una davallada de la cultura pesquera. Les captures dels pescadors catalans representen el 21,97% del producte pesquer fresc.