

# TURISME ALEMANY

THOMAS SPIEKER

Ja quasi tornem a estar en plena temporada. Bé, ben bé plena, encara no. No serà fins com a mínim al 15 de juliol que no quedi ni un forat buit a la Costa Brava. I això que al centre i nord d'Europa estan tenint un estiu "de gossos" -un dia de sol seguit de cinc dies més de pluja i temperatures que quasi obliguen a mantenir encesa la calefacció i la llum artificial durant tot el dia. Tot i així, a les zones turístiques alemanyes al Bàltic i al Mar del Nord o als Alps, destinacions favorites per a quasi un 30% d'alemanys, no hi ha un llit desocupat des de fa dies -de fet, des de fa mesos. La premsa alemanya parla d'un creixement espectacular del negoci turístic al país, una indústria que compta amb una ocupació quasi plena durant pràcticament 12 mesos a l'any. Moltes destinacions que durant dècades visitaven els "guiris" de sandàlies amb mitjons blancs, han caigut de la seva llista de preferències -des de Tunísia al Marroc, des d'Egipte a Algèria, des de Grècia a Turquia-, els alemanys no volen patir durant les setmanes més relaxants de l'any.

I com és que aquí ho notem tan poc? Sembla que l'única cosa en la qual tothom està d'acord és en l'anàlisi que amb el turisme alemany es vivia millor. Però intentar esbrinar per què ens ha abandonat, quan Espanya amb un 13,1% segueix essent, segons dades de la Federació Alemanya de Turisme del 2015, la destinació estrangera favorita dels alemanys -molt per davant d'Itàlia amb un 8,2%-, no sembla amoinar massa ni els operadors ni a les autoritats de casa nostra. Doncs com a alemany d'origen i català de tot cor, permetin-me aportar alguns pensaments, fruit de les meves converses amb els meus conciutadans: 1) Catalunya s'ha tornat fenomenalment cara; 2) els alemanys ja no se senten benvinguts a casa nostra. Amb prou feines troben un rètol, un opuscle o algú amb qui poder-se comunicar en el seu idioma -i això afecta els operadors i a les institucions en igual mesura.

Però per davant de tot, molts alemanys senten que se'ls pren el pèl. Un exemple: davant el partit de quarts de final de l'Eurocopa entre Alemanya i Itàlia, vaig preguntar a un cambrer d'un conegudíssim establiment a una cèntrica plaça de Roses si oferirien la transmissió amb comentaris en alemany, com havien estat fent durant tot el torneig. Davant la seva confirmació, vaig enviar, com a mínim, una dotzena d'alemanys a veure el partit a aquella terrassa. Però quan hi vaig arribar, em trobo que l'únic idioma que sona és l'espanyol de Tele 5.

L'explicació que em van donar fou insolentment inversemblant i impresentable. Aquest no pot ésser l'esperit per recuperar el favor d'una clientela que suposadament tothom troba a faltar.

Font del document: [http://www.diaridegirona.cat/opinio/2016/07/05/turisme-alemany/792302.html?utm\\_source=rss](http://www.diaridegirona.cat/opinio/2016/07/05/turisme-alemany/792302.html?utm_source=rss)