

L'Hotel Muntanya fa una aposta per decreïxer i generar un turisme relaxat

L'històric establiment del municipi de Prullans redueix els aforaments, evita la concentració de clients i busca nous mercats fora de la temporada alta

MIQUEL SPA
Prullans

Des de fa tres anys, el Cerdanya Eco Ressorc de Prullans, amb el seu embrió a l'històric Hotel Muntanya, posa en pràctica una política de desconcentració de clients per tal d'evitar la massificació, tant al mateix establiment com al seu entorn natural. Aquesta estratègia, facilita, d'una banda, una millor gestió de l'arribada del turisme i, de l'altra, una millor experiència del viatge per part dels clients.

Un dels responsables en la direcció del Cerdanya Eco Ressorc, David Isern, explica que «nosaltres ja fa anys, i més a partir de la pandèmia, que vam apostar pel decreixement; no té res a veure el nostre model de negoci ara que abans. Ara proposem moltes activitats perquè no hi hagi molta gent durant el dia a l'hotel i evitem així la massificació. Alhora, també vam transformar moltes habitacions en apartaments amb cuina, de manera que molts clients ja fan els àpats per la seva banda. Igualment, vam reduir el menjador i ja no tenim la gent que hi havia abans». En paral·lel, els gestors de l'establiment ofereixen als clients un gran ventall d'activitats en espais diversos del ressorc i en destins naturals de la comarca, més enllà dels clàssics



Uns clients entren a l'Hotel Muntanya, ahir

per, també, evitar que hi trobin molta gent: «organitzem moltes activitats ecoturístiques, no anem a llocs molt massificats, no formem grups de cinquanta persones perquè seria una aberració, sinó que formem grups petits i els portem a llocs que no són els habituals com els llacs o el Molí del Salt. Intentem explicar que la Cerdanya

ho és qualsevol racó i que n'hi ha que estan molt bé. També organitzem excursions sensorials per treballar els sentits en les quals, per exemple, fem descalçar els participants per entrar en un rierol. Es tracta de fer grups petits i anar a llocs fora dels circuits turístics. El mateix ens passa amb el menjador del restaurant. Ens van dir que ha-

viem de reduir les taules a la meitat. Nosaltres les vam reduir i ja ho vam deixar així».

Sense aquest decreixement, apunta Isern, «era molt difícil gestionar un turisme amb una punta tan forta durant dues setmanes el mes d'agost. Hem de mantenir tota una plantilla durant el mes de juliol, que ha estat molt fluix, per poder afrontar després dues setmanes molt potents. Sense aquest nou model de menys gent i més distribuïda, no seria possible».

Desestacionalització clau

La clau perquè l'Hotel Muntanya pugui mantenir el negoci a partir de la reducció de clients a les grans puntes turístiques és un esforç paral·lel en la desestacionalització, el gran repte del turisme a Cerdanya. Aquest esforç consisteix a anar a buscar nous clients en mercats internacionals com ara el francès o l'alemany i fins i tot de sectors tematitzats com ara el d'aficionats als viatges en moto. Aquests clients omplen les habitacions en mesos en què l'establiment històricament ha tingut menys clients o molt pocs com ara maig, juny, setembre i octubre. Isern explica que «gràcies a aquesta feina més continuada, ens podem permetre no haver de dependre d'aquests pics de feina tan exagerats de l'agost. Tenim un turisme més relaxat». ■

Miquel Spa