

Sol Melià confía en que el 2010 “sea mejor” que el “dramático 2009”

Actualidad — Marzo 9, 2010

El vicepresidente de Sol Melià, Sebastián Escarrer, esperó hoy que el 2010 sea “mejor” que el “dramático 2009”, si bien ello no impide que la compañía deberá luchar “plenamente” para “dar la vuelta al descenso de competitividad alarmante que vive España en la última década”.

Escarrer hizo estas declaraciones hoy en rueda de prensa, en la que explicó que el peso del turismo en la actividad económica de España ha perdido más de un punto porcentual e indicó que durante los últimos diez años el turismo ha crecido a un ritmo mucho más lento que otros sectores de la economía española.

El hotelero explicó que la situación a la que se enfrenta el sector turístico es una “conjunción de problemas coyunturales” derivados de la crisis económica internacional y nacional, que afecta a sus dos principales mercados emisores, el turismo español y el británico.

Además, apuntó que el mercado turístico se encontraba con “unos serios problemas estructurales” que necesitaban “un plan de rescate” como el que han tenido otras industrias, como la automovilística o la financiera.

En este sentido, apuntó que el “plan de rescate” que Exceltur -la organización de empresas turísticas que él preside- reclamaba es “un liderazgo absoluto” y “una alianza pública y privada” por parte del Ministerio de Turismo, y del resto de departamentos nacionales, junto con las administraciones públicas autonómicas y locales.

FERIA ITB 2010

En este sentido, Escarrer valoró el hecho de que el presidente del Govern, Francesc Antich, acuda mañana al salón turístico internacional ITB de Berlín para estar al lado de los principales líderes turísticos alemanes, que representan el tercer mercado más importante para las islas y el que “mejor se va a comportar este año”.

Así, dijo que es “necesario” y “bienvenido” el que Antich “coja el toro por los cuernos” y acuda a esta feria internacional a la que también ha invitado a los líderes empresariales locales para que se unan a este “esfuerzo de promoción y de venta de las bondades” de las islas, como son su belleza y su patrimonio natural, cultural y paisajístico