

# Promoció turística

**E**l president de la Cambra de Sant Feliu, **Joan Puig**, ha reivindicat el paper dels municipis de la Costa Brava en el l'impuls de l'aeroport de Girona: «*Ens beneficiem poc de l'espectacular creixement de l'activitat que ha registrat l'aeroport*», va manifestar en un acte celebrat dilluns. En aquest sentit, Puig ha demanat al Patronat de Turisme que «*sigui capaç de vendre la Costa Brava en origen*». Les benintencionades peticions de Joan Puig mereixen algunes reflexions. No és cert, o almenys no ho és en la seva totalitat, que la Costa Brava no es beneficiï dels turistes que arriben amb els vols de Ryanair. El 38,6% dels estrangers que van arribar el

2005 a l'aeroport de Girona amb vols de baix cost tenia com a destinació la Costa Brava, mentre que el 26,8% va venir amb la intenció d'anar a Barcelona, segons un estudi de la Universitat de Girona. Aquest treball també detalla que en temporada alta s'incrementa el nombre de passatgers que van a la Costa Brava, mentre que en temporada baixa la xifra s'inverteix. El nombre de turistes que escullen el litoral gironí no és gens menyspreable i suposa un afegit als que arriben per altres mitjans de transport. D'altra banda, el Patronat de Turisme i la Diputació han aprofitat les connexions que ha anat instaurant Ryanair per realitzar promocions turís-

tiques en els punts d'origen. Fa uns anys, el Patronat era una institució amb una activitat insuficient, però aquesta tendència s'ha capgirat en els últims anys. Probablement es puguin dur a terme més iniciatives i, en aquest sentit, és bo que surtin propostes de dirigents empresarials dinàmics com Joan Puig. No obstant, aquesta promoció de la Costa Brava a l'exterior, aprofitant l'inesperat impuls provinent de les companyies de baix cost, ha de ser una tasca conjunta dels sectors públic i privat. Els empresaris haurien de ser els primers de voler rectificar aquesta propensió tan estesa a Catalunya els últims temps de deixar-ho tot a l'administració pública.