

No troba utilitat al logotip Girona-Costa Brava

## El Patronat de Turisme de la Cerdanya busca una marca de promoció pròpia

**PUIGCERDÀ** (De la nostra Redacció, per Fidel Balés). — El Patronat de Turisme de la Cerdanya, que ha passat a dependre del Consell Comarcal, està buscant una marca pròpia per fer promoció del turisme cerdà perquè, segons el president del Consell i del Patronat, Josep Tajà, no es troben identificats amb la marca Girona-Costa Brava. Tajà afirma que continuaran els contactes amb la Costa Brava, però que «el que cal de debò és una promoció de l'interior».

Fa un any, es va constituir i legalitzar el Patronat de Turisme de la Cerdanya, i la seva gestió es portava a través del Consell de Muntanya. Amb la creació dels Consells Comarcals, el de la Cerdanya va assumir el Patronat, que ha quedat definitivament constituït per un president, que és el president del Consell Comarcal, Josep Tajà, vuit vocals consellers i quatre empresaris del sector.

L'objectiu d'aquest patronat és la promoció turística de la comarca, en col·laboració amb els quatre patronats de turisme locals que funcionen a la Cerdanya, els de Puigcerdà, d'Alp, Llívia i Bellver.

Aquesta promoció de la Cerdanya portarà el patronat a escollir una marca pròpia perquè, segons manifestà el president, Josep Tajà, «fins ara hem mantingut contactes amb Girona-Costa Brava i els continuarem mantenint, però som conscients que el que cal de debò és una promoció de l'interior».

A la Cerdanya són conscients que la Costa Brava els queda lluny, i que en temes administratius hi intervenen dues demarcacions, la de Girona i la de Lleida, mentre que l'accés més ben condicionat amb les altres comarques el tenen per Barcelona.

Josep Tajà va explicar que, el mes entrant, els membres del

Patronat posaran a debat les propostes que es presentin, «per començar a treballar des de la nostra pròpia marca, d'acord amb les necessitats i les ofertes turístiques de la Cerdanya, que evidentment no són les mateixes de la Costa Brava».

El sector turístic de la Cerdanya ocupa el seixanta per cent de les activitats econòmiques de la comarca, ja que donades les característiques de la zona l'oferta turística és per tot l'any.

Amb tot, Josep Tajà considera que «s'ha de reforçar l'oferta de les temporades mitges que són les de primavera i tardor, perquè a l'hivern ja oferim les pistes d'esquí i a l'estiu la tranquil·litat de l'Alta Muntanya».

Anar més enllà seria la promoció d'unes activitats específiques per les temporades mitges. En principi no hi ha un programa definit, però ja es pensa en aprofitar les possibilitats que ofereixen les instal·lacions de l'aeròdrom de la Cerdanya i la pista de

golf de Bolvir.

L'aeròdrom de la Cerdanya el va adquirir la Mancomunitat, ja amb la condició que passaria a dependre del Consell Comarcal una vegada constituït. Tot i que formalment encara no s'ha efectuat el traspàs de la gestió de l'aeròdrom, el Consell Comarcal s'ha posat en contacte amb diferents clubs, que han presentat ofertes per practicar-hi proves de paracaigudisme, vol amb ultralleuger, etc.

Per altra banda, es preveu l'ampliació del cap de golf de Bolvir, que és de propietat particular i que està considerat de primera categoria. Amb aquesta ampliació el camp de golf passarà de tenir divuit forats a tenir-ne vint-i-tres.

Això, segons Tajà, «ja contribuirà a tenir una bona oferta turística per tot l'any, però estem pensant també en d'altres coses que ara com ara no hem resolt i se'n parlarà en les properes reunions del Patronat de Turisme».