

L'efecte Lloret



L'efecte Lloret

MOISÈS DE PABLO MOISDEPA@HOTMAIL.COM

És esperançador que la campanya Viu Lloret hagi donat un bon resultat. Amb un pressupost de 770.000 euros, s'han assolit unes xifres rellevants de nous visitants. Mentre que tenim una campanya turística discreta al juny a la Costa Brava, amb un creixement d'un 2% respecte al 2013, el juny i juliol els visitants de la resta d'Espanya a Lloret van augmentar un 37% i un 50%, respectivament.

El turisme familiar és la consigna de les zones turístiques. Perquè és un model sostenible, que garanteix un visitant amb interessos culturals, i permet abandonar fórmules destructives com el denominat turisme de borratxera. Avui, amb territoris a Espanya que gaudeixen d'hotels nous de trinca, de qualitat i d'un perfil d'usuari mitjà-alt, amb paisatges interessants, i no saturats, com la costa de Cadis o les Canàries, aquest és el turisme que tothom vol aconseguir per garantir la continuïtat del sector.

El turisme de borratxera superat a Lloret seria la millor notícia possible. I això no vol dir que la ciutat no tingui més problemàtiques, com la gradual millora del nucli antic. A Internet tenen les iniciatives endegades per l'Associació de Veïns del nucli antic de Lloret, que palesen les demandes dels habitants d'un nucli que va estar molt abandonat i que es reconstrueix gradualment. Les associacions de veïns, que durant el franquisme van ser l'eix de les inquietuds dels barris, han de recuperar aquest paper que la democràcia, o les subvencions, han convertit, en molts casos,

en organitzadors de festes de barri, i no a fiscalitzar la política local. Que per això han de servir.

Font del document: http://www.diaridegirona.cat/opinio/2014/09/07/lefecte-lloret/686463.html?utm_source=rss