

Que el turisme no hiverni

Els municipis costaners busquen reinventar-se a l'hivern

A Lloret la planta d'allotjament passa de 30.000 places a 5.000 fora de temporada



Els municipis turístics ja fa temps que tenen clar que no poden dependre només de la temporada d'estiu. Per això, als últims anys, s'han multiplicat les iniciatives per allargar la temporada tot el possible i atreure visitants també en els mesos més freds, quan la platja ja no és el reclam. A Lloret de Mar, de novembre a març, la planta d'allotjament es redueix de 30.000 places a 5.000 i s'arriba a unes 8.000 places els mesos d'inici de primavera i tardor.

Segons dades de l'Institut Nacional de Estadística (INE), al febrer passat (no hi ha dades del gener), va augmentar un terç el nombre de viatgers que van arribar a Lloret, i el nombre de pernотacions va augmentar un 22,6%. Dels 30.070 viatgers que hi va haver al febrer, el 72% eren de l'Estat espanyol. Tot i aquest increment, les estades van ser més curtes (l'estada mitjana va ser un 0,23% inferior el 2014 respecte del mateix mes del 2013, i el nombre d'establiments oberts va baixar dels 18 del 2013 als 15 del 2014. Malgrat haver-hi menys establiments oberts, l'oferta de places va ser superior en 851, i també es van cobrir més que el 2013. Amb tot, més de la meitat de les places no es van cobrir. Respecte d'altres anys, el nombre de visitants també va ser superior en relació amb el 2012, però encara estan per sota del nombre de viatgers que hi va haver el 2010 i 2011 (35.656 i 33.446 respectivament).

Lloret té la seva pròpia societat municipal de promoció, Lloret Turisme, que disposa d'un pressupost d'1.350.000 euros i d'una divisió específica de la societat que és el Lloret Convention Bureau, que se sufraga al 50% de fons privats i municipals.

A Lloret Turisme fa temps que treballen en diferents productes per desestacionalitzar la temporada, conjuntament amb el sector privat. Lloret es ven a l'exterior com una destinació de turisme de congressos i reunions i de turisme esportiu, amb oferta cultural, d'esdeveniments i serveis dirigida al mercat europeu i de proximitat local.

Amb aquests productes es pretén atraure diversos públics com el turisme sènior, escapades de cap setmana d'adults i famílies, turisme escolar i turisme accessible, entre d'altres. En temporada baixa, el públic és principalment de proximitat (de Catalunya i França majoritàriament, i de països centreeuropeus). El Museu Obert de Lloret és un dels principals atractius amb què Lloret es presenta i, de fet, els jardins de santa Clotilde i el Museu del Mar creixen any rere any en nombre de visitants. També s'organitza una programació d'esdeveniments fora de la temporada d'estiu per atraure diversos públics i segments de mercat, i en destaquen fires com la medieval, dels Americanos, el carnaval, marxes populars i jornades gastronòmiques de primavera i tardor. Els esdeveniments del motor, com ara el Rally Costa Brava i CB Històric i el Lloret Formula Weekend, també són iniciatives que han ajudat a desestacionalitzar Lloret.

Publicat a:

-El Punt Avui. Comarques Gironines 17-11-2014 Pàgina 34

Font del document:

http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/4-economia/18-economia/795767-que-el-turisme-no-hiverni.html?piwik_campaign=rss&piwik_kwd=mes&utm_source=rss&utm_medium=mes&utm_campaign=rss