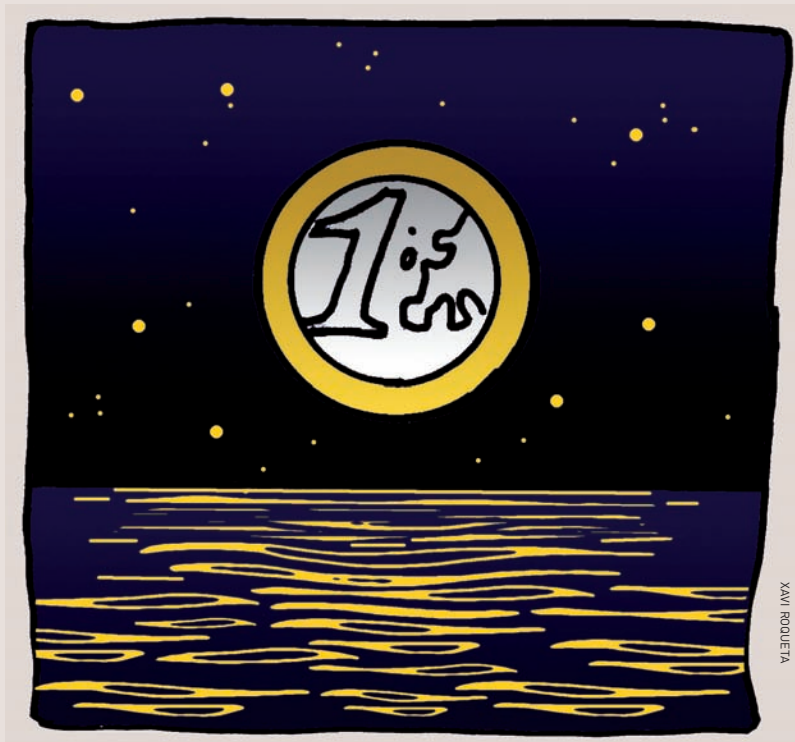


# Potència turística

Quan ja ens trobem en ple estiu i ja hem ensumat o ensumem les vacances és habitual escoltar opinions sobre com va la temporada turística, per més típic i tòpic que sembli. I és que no es pot subestimar un sector que mou milions de persones i que és un dels que aporta més riquesa a les nostres comarques. No obstant això, és un gran desconegut. Un desconegut no perquè no hàgim fet mai vacances, anat a un restaurant, a un hotel, a un càmping, a un apartament, a un parc aquàtic o no hàgim gaudit de qualsevol de les opcions que tenim a l'abast. Sinó desconegut perquè sovint, potser per estar acostumats a haver-hi conviscut sempre, sembla que no siguem conscients del que representa el turisme per a casa nostra. Com tampoc no ho som del que suposaria que no existís ni el que li devem, tot i que ens sembli que no li devem res perquè el nostre entorn es mou lluny d'aquest món. Però aquest turisme que a vegades menyspreem aporta, amb el permís de la crisi actual, al voltant del 12 % de la riquesa de les comarques gironines. I no solament això sinó que, si es té en compte «només» la Costa Brava, el turisme suma al voltant del 17 % de la seva riquesa. I per acabar-ho d'arrodonir, a comarques com l'Alt i el Baix Empordà i la Selva representa gairebé una quarta part de l'economia. És a dir, que la Costa Brava i allò que l'envolta és una potència tu-

## Una marca turística capdavantera

La Costa Brava disposa de més de 100.000 places en els gairebé 110 càmpings repartits pel seu territori, i quasi 40.000 habitacions i més de 70.000 places en els més de 700 hotels registrats. Aquestes xifres situen aquesta marca turística en el número u del rànquing català. La costa gironina també és capdavantera en camps de golf i equipaments nàutics, sovint qüestionats per l'impacte que tenen sobre el territori. A més, ocupa el segon lloc pel que fa a restaurants, turisme rural i agències de viatges.



rística inqüestionable. I la nostra realitat seria molt diferent si no fos així.

A molts se'ns escapen les xifres macroeconòmiques ja que costa fer-nos una idea del que representen en el dia a dia. Però si tenim en compte que la Costa Brava ha rebut en les últimes temporades més de tres milions de viatgers a l'any que hi passen més de 10 milions de nits, la dada permet fer-nos una idea més clara de la magnitud del tema. Més encara si hi afegim que aquests tres milions de turistes donen feina a milers de persones. Sense oblidar que van a restaurants, compren en supermercats, beuen, es diverteixen, s'allotgen en hotels, càmpings, apartaments o cases rurals, juguen... En definitiva, gasten, i això té un impacte en la nostra realitat econòmica.

És veritat que s'hauria de vetllar més per la qualitat que per la quantitat, que convé allargar la temporada, que s'ha de diversificar més l'oferta més enllà del sol i platja, que cal trobar la manera per desmarcar-se de la competència, que cal vetllar per no malmetre l'entorn... A vegades, però, més que descobrir la sopa d'all, el que cal és fer-la millor que els altres perquè ningú no es pugui estar de tastar-la i, el que és més important, de repetir.