

Girona disposa d'un model turístic «en fase de transició»

Els empresaris alerten de la pressió fiscal i reguladora mentre el Patronat reivindica Girona com una destinació turística de referència

El turisme gironí afronta el futur en un moment de fortalesa, amb la Costa Brava i el Pirineu de Girona consolidats com a destinacions internacionals. Les xifres del 2025, amb 8,2 milions de visitants i 28,4 milions de pernoctacions, obren també el debat sobre com gestionar millor l'èxit sense perdre retorn econòmic ni suport social. Aquest va ser el punt de partida de la jornada «Turisme a Girona. Oportunitats i Reptes», celebrada aquest dimarts al Castell de Calonge i organitzada per Diari de Girona i Prens Ibérica amb el patrocini de CaixaBank. La trobada va reunir representants del sector, de l'administració i de l'àmbit acadèmic per analitzar cap on ha d'anar el turisme gironí. El debat va deixar un diagnòstic força compartit. El model està en transformació. Tot i això, també va evidenciar diferències clares sobre com s'ha de fer aquest canvi i qui n'ha d'assumir els costos. Cristina Lagé, directora general de Turisme, va situar les comarques gironines en «un model en transició» i va defensar que el repte no és només ambiental, sinó també «social i econòmic». Segons va dir, Girona ha d'aprofitar millor equipaments com Fira de Girona per desestacionalitzar i créixer en congressos, incentius i reunions. També va remarcar que la promoció ha de treballar amb dades, cultura, gastronomia, esport i natura per atraure visitants més enllà dels mesos centrals de l'estiu. Xavier Garcia, president de l'Associació d'Hostaleria de Girona, va posar l'accent en la situació de les petites i mitjanes empreses, que, segons va advertir, acumulen més pressió fiscal, més costos i més obligacions normatives. «Oportunitats, al turisme, en tenim moltes, però el repte dels empresaris és sobreviure», va afirmar. També va lamentar que l'hostaleria no tingui més pes propi dins les estructures públiques. «No tenim un epígraf a cap ajuntament ni a cap departament de la Generalitat. Estem al departament de Comerç. No existim», va dir. Joan Plana, vicepresident segon del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, va defensar una estratègia allunyada del creixement per inèrcia. «Ens hem d'allunyar una mica de treballar per inundació i hem d'apostar més pel model de treballar amb bisturí», va resumir. Segons Plana, Girona ja és una destinació madura i no pot mesurar l'èxit només pel nombre absolut de visitants, sinó que ha de maximitzar el retorn econòmic i reduir les externalitats negatives. Plana va posar com a exemple Roses, municipi d'on va ser alcalde, per explicar que no tots els territoris necessiten la mateixa promoció. «Que es reduís el nombre de visitants al mes d'agost a Roses no seria una mala notícia», va afirmar. Segons va argumentar, el repte no és omplir encara més els moments punta, sinó reforçar la temporada baixa, segmentar millor els mercats i repartir millor l'activitat. «Roses no necessita aquest tipus de promoció. Necessita reforçar la temporada baixa», va afegir. Una de les discrepàncies més evidents va aparèixer al voltant de la fiscalitat i la taxa turística. Garcia va assegurar que «la taxa turística és un atracament històric» i va qüestionar el retorn real d'aquest impost al sector. En el cas de Girona ciutat, va rebutjar que es responsabilitzi el turisme de totes les tensions sobre l'habitatge i va defensar que «criminalitzar el turisme» no resol el problema. Lagé va replicar que els visitants també fan ús dels serveis públics i que el debat fiscal no es pot separar del cost que assumeix el territori. «Per al Govern, el turisme és un ciutadà, és un resident temporal, amb drets i obligacions exactament igual que la persona que resideix tot l'any», va dir. També va recordar que una part de l'impost turístic es destina a polítiques d'habitatge. Dolors Vidal, experta en turisme cultural i directora de la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme Calonge i Sant Antoni i Universitat de Girona, va reclamar una mirada més àmplia. «El turisme és un sector de tots», va afirmar. Vidal va defensar que la cultura, el patrimoni i la identitat local no poden quedar al marge de l'estratègia turística, i va posar sobre la taula la necessitat de fer més visible el valor d'espais com Sant Pere de Rodes. El debat va acabar amb una idea repetida per gairebé tots els ponents. El futur del turisme gironí no dependrà només de créixer, sinó de gestionar millor. Lagé ho va resumir en tres paraules. «Gestió, gestió i gestió». Garcia, des de la mirada empresarial, va advertir que, si el sector no se sent escoltat i les normes continuen acumulant-se, moltes empreses tindran cada vegada més difícil

continuar. L'alcalde de Calonge i Sant Antoni, Jordi Soler, va tancar la jornada posant l'accent en el finançament dels municipis turístics i en la pressió que suporten poblacions com la seva durant els mesos de màxima afluència. Soler va recordar que Calonge i Sant Antoni passa d'uns 13.000 habitants censats a prop de 95.000 persones a l'estiu, una realitat que obliga a dimensionar serveis, policia, platges, xarxes i infraestructures per una població molt superior a la de l'hivern. Soler també va defensar que la desestacionalització no pot dependre només de la promoció, sinó que exigeix infraestructures, transport públic, nous projectes i una mirada de futur. Va citar l'aposta de Calonge pels llibres, les exposicions al castell, la futura Facultat de Gastronomia i el centre universitari de l'oli ecològic com a exemples d'iniciatives pensades per generar activitat més enllà de juliol i agost. També va reivindicar el paisatge, la cultura, la gastronomia i les persones que treballen en el turisme com els grans valors que cal preservar.

Font del document:

<https://www.diaridegirona.cat/economia/2026/06/10/model-turistic-girona-troba-fase-131190903.html>