PALLARS DIGITAL

Economia i turisme | Redacció | Actualitzat el 28/05/2020 a les 17:16

La Diputació impulsa campanyes per atreure turisme de proximitat i crea una línia d'ajuts als ajuntaments

L'ens també incrementa un 65% les subvencions a les federacions d'allotjament turístic per la crisi de la Covid-19



Barques de ràfting baixant per la Noguera Pallaresa | Josep Maria Montaner

El Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida crearà una nova línia d'ajuts per un import de 300.000 euros, adreçada als ajuntaments, amb l'objectiu de donar un impuls al sector turístic. En aquests moments, el Patronat ha començat a redactar les bases de la convocatòria, que es preveu que puguin estar llestes a finals de juny, segons ha explicat la vicepresidenta del Patronat de Turisme, Rosa Pujol.

També té previst destinar fins a 128.000 euros a les federacions d'hostaleria, turisme rural i càmpings de les comarques de Lleida i la mancomunitat d'estacions d'esquí nòrdic del Pirineu lleidatà per incentivar accions promocionals. Aquesta xifra, que representa un 65% més de l'import de la subvenció que rebien fins ara, es reparteix en 45.000 euros per a la Federació d'Hostaleria de Lleida; les associacions de càmpings i de turisme rural rebran 35.000 euros cadascuna; mentre 13.000 euros seran per a la Mancomunitat d'esquí nòrdic.

Promoció turística de proximitat

El Patronat de Turisme impulsarà també a partir de la segona quinzena de juny dos campanyes

de promoció turística del Pirineu i les Terres de Lleida adreçades a captar públic amb vista a la pròxima temporada d'estiu. Serà amb actuacions adreçades tant als ciutadans de les mateixes comarques de Lleida com als residents a la resta del conjunt de Catalunya com a públic de proximitat i predisposat a visitar el territori de Lleida per fer-hi escapades o passar-hi les vacances d'estiu.

Amb aquest objectiu el Patronat focalitzarà les accions de promoció cap a un públic de proximitat, consumidor de productes de natura i de turisme actiu i al qual li agrada practicar activitats en espais oberts i sense massificació turística, ha explicat Pujol. Així mateix, també té en marxa actuacions adreçades al mercat estatal.

Així, el patronat destinarà 300.000 euros en una campanya adreçada al mercat de Catalunya i 200.000 euros més en una segona campanya, que es farà conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme i amb els patronats de les quatre diputacions catalanes, per dur a terme una acció de promoció conjunta del territori a escala estatal que posarà en relleu les singularitats de cada territori.

Rosa Pujol ha exposat que el Patronat ha hagut d'adaptar la seva estratègia de comunicació i màrqueting "davant la nova situació generada per la pandèmia i la seva afectació directa al sector turístic". La vicepresidenta preveu que la situació actual pugui afavorir el turisme de proximitat i més sostenible "pel temor a fer grans desplaçaments".

En aquest context ha explicat que les comarques del Pirineu i les Terres de Lleida "esperen rebre una bona resposta per part del públic", atès que "hi ha moltes ganes de sortir i gaudir d'espais de natura, de practicar activitats de turisme actiu en llibertat sense gaire concentracions de gent", ha dit.

Pujol ha remarcat el factor de proximitat i ha recordat que un 56% dels turistes que anualment visiten la demarcació i el 60% de les pernoctacions que es fan als establiments d'allotjament turístic de les comarques lleidatanes corresponen a turistes procedents de Catalunya, mentre un 24% és turisme estatal. Així, el turisme internacional, que "ara sembla que tindrà més dificultat per venir", representa un 16%, aproximadament.