

01.02.19

C/Bonaventura Riberaigua, 39 Tel.: 877 477
Fax: 863 800 Apartat de correus 2167, BP. 179
www.diariandorra.ad diaridigital@diariandorra.ad

Diari d'Andorra

LA SECA,
LA MECA I...

ALBERT
ROIG



Shopping Mile

Ja no és només el nom, que sí que és absolutament ridícul i amb una grafia que ens recorda els cartells de les pel·lícules *The Godfather* com més d'un lector ja ha constatat, sinó el concepte, el model tu-

rístic que representa i que ens indica al mateix temps el model de societat i, per extensió, el model de país que ens estan construint, a poc a poc, maó a maó... quan ens adonem ja serà massa tard per fer marxa enrere sense patir-ne les conseqüències. Tenien la gran oportunitat amb la crisi de reconstruir, de bastir un nou model turístic que sabés combinar l'atracció dels visitants que venen per oci i/o per les compres amb aquells altres

que viatgen per descobrir una identitat i una cultura diferent. Haurien de tenir clar, cònsols i ministres, gerents i *sursuncorda*, que som un país i no un producte. Que és un error descomunal vendre'ns com a parc temàtic, que és pa per avui i gana per demà. Que tocarà gastar-se milers i milers d'euros per promocionar una marca que no té res d'identificativa amb Andorra... quina bestiesa gestionar el país com si fos una gran marca comercial! Durant

aquests vuit anys han estat incapaços de combinar els diferents tipus de turisme, que es complementen els uns amb els altres, que es poden retroalimentar promovent al costat d'un model determinat basat en compres i oci, el patrimoni i la identitat posant en valor el país i la seva gent. En definitiva, que no som mercaderia i que és un gran error posar en mans de gerents i alts executius del món del màrqueting la política turística d'un país!