

## La Ràpita aconsegueix la marca turística «Viles Marineres»

*La distinció de l'Agència Catalana de Turisme aglutina aquelles poblacions litorals que conserven viva la cultura lligada al mar i les tradicions pesqueres*



Imatge d'arxiu de les festa dels Orígens, on la Ràpita reivindica els avantpassats mariners i pagesos | Sofia Cabanes

L'Agència Catalana de Turisme ha aprovat la incorporació de la Ràpita a la nova marca turística de promoció Viles Marineres, que aglutina aquelles poblacions litorals que conserven viva la cultura lligada al mar i les tradicions pesqueres, que han sabut mantenir els seus espais naturals i patrimonials, i que ofereixen als visitants experiències i vivències vinculades als valors de la vida marinera. La Ràpita ha estat una de les quatre primeres poblacions en aconseguir la marca a Catalunya.

L'Agència ha validat la memòria presentada per l'Ajuntament de la Ràpita, que exposa el compliment dels requisits imprescindibles per formar part d'este 'club' de viles marineres, com ara tenir port, activitat relacionada amb els treballs al mar o pesquera, i també activitat turística amb un nombre significatiu d'elements que avalen el caràcter mariner. Sobre este últim punt, la creació d'Orígens ha estat un puntal ben valorat per l'Agència Catalana de Turisme.

'Complíem tots els requisits per aconseguir esta marca, que implica una aportació específica de l'Agència Catalana de Turisme a l'hora de promocionar les poblacions que hi quedem incloses i això implica un valor afegit molt en la línia de la proposta turística que volem mostrar al món, el d'un poble amb encant molt vinculat a la cultura i a les tradicions del mar?', ha afirmat l'alcalde de la

Ràpita, Josep Caparrós.

A través d'esta nova marca, l'ACT pretén facilitar el posicionament i la promoció d'estes viles com a destinacions turístiques a nivell nacional i internacional; preservar i promoure el seu patrimoni històric, arquitectònic, tradicional i paisatgístic; promoure-hi el turisme com a eina de desenvolupament, diversificació econòmica i garantia de futur; crear sinergies entre municipis; potenciar la diversificació territorial de l'activitat turística; i protegir la conciliació i l'equilibri entre residents i visitants.

La nova marca, juntament amb Pobles amb Encant i Viles i Ciutats amb Caràcter, forma part de l'estratègia de l'ACT per promocionar el turisme cultural i s'afegeix a la vintena de programes de treball segmentats existents. Més de 1.200 empreses i entitats del sector turístic català ja hi estan adherides.