AGUAITA.CAT

Societat | Redacció | Actualitzat el 31/01/2019 a les 17:23

Quinze ens turístics de les Terres de l'Ebre rebran 160.000 euros de la Diputació per promocionar-se

El president de l'ens provincial, Josep Poblet, nega que l'esforç de difusió de la marca Costa Daurada estiga ocultant l'ebrenca



Acte de signatura el conveni Corner Terres de l'Ebre 2019, este dijous. | Cedida

La Diputació de Tarragona aportarà 160.000 euros per a la promoció turística conjunta d'una quinzena d'ens, públics i privats, de les Terres de l'Ebre. Representants de les administracions i entitats han signat este dijous al migdia a Tortosa l'anomenat conveni Corner, pel qual l'ens provincial donar suport econòmic perquè puguen participar conjuntament en fires o posar en marxa campanyes publicitàries en mitjans. Durant l'acte, el president de la Diputació, Josep Poblet, ha negat que l'esforç de promoció de la marca Costa Daurada estiga eclipsant la de Terres de l'Ebre. "La Costa Daurada és l'element més important potenciador de les Terres de l'Ebre, perquè és el que més gent pot desviar i així ho fa", ha assegurat.

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona liderarà les accions promocionals conjuntes d'esta setzena edició del conveni Corner al qual, a les Terres de l'Ebre, s'han afegit els ajuntaments d'Alcanar, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla, Amposta, Ascó, Camarles, Deltebre, la Ràpita i Tortosa, l'empresa Jesús Activitats i Serveis SL, el consell de la Ribera d'Ebre i la Terra Alta, l'Associació de Càmpings de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre així com el festival de cinema Terres Catalunya.

El conveni, segons recorda l'organisme provincial, regula la participació conjunta a diverses fires del sector i accions publicitàries, permetent sumar esforços entre els diferents socis i prendre part en accions que de forma individual no podrien assumir. El pressupost de 160.225 euros d'enguany es repartirà de forma proporcional entre tots els signants.

S'utilitzarà, concretament, per participar en fires com la WTM de Londres, l'Adventure Travel Show de Londres, FIO de Càceres, Fiets & Wandelbeurs d'Utrecht (Països Baixos), British Birdfair de Rutland (Regne Unit), Navartur a Pamplona i B-Travel a Barcelona. La setmana passada ja van assistir de forma coordinada també a FITUR de Madrid. Adiccionalment, s'han programat les accions dins d'una campanya de publicitat conjunta accions en ràdio al mercat català i presència als portals Logitravel i Minube.

"El fet de poder comptar amb el suport de la Diputació ens permet anar molt més enllà del que podríem fer sols", ha destacat l'alcaldessa de Tortosa, Meritxell Roigé, tot recordant la importància estratègica del turisme en l'economia de la ciutat i del territori. També ho ha remarcat el president de la Diputació, Josep Poblet, qui ha recordat que dels sis milions de turistes que van passar per la demarcació, 1,5 ho van fer a les Terres de l'Ebre.

En este sentit, el president de l'ens provincial -que recentment va signar el conveni Corner amb entitats de la Costa Daurada per valor de més de 340.000 euros- ha negat que l'esforç promocional sobre esta última marca estiga eclipsant la projecció i personalitat pròpia de les Terres de l'Ebre, segons lamenten empresaris del sector. "La Costa Daurada és l'element potenciador més important de les Terres de l'Ebre. És la que rep més gent i pot desviar més gent cap aquí. I així ho fa", ha subratllat.

Poblet ha argumentat que tots dos territoris són "un punt molt petit" i la importància d'aconseguir atreure visitants cap aquí, "i els escampem i irradiem per tot arreu". "Hard Rock pot aportar continguts turístics: no només a la Costa Daurada sinó també a l'interior i les Terres de l'Ebre", ha argumentat, tot criticant "l'immobilisme" que, al seu parer, s'amaga darrere d'estos greuges.