

GANDESA ■ L'ASSOCIACIÓ DE TURISME RURAL DE LA TERRA ALTA FA BALANÇ DE LES ACTIVITATS DE 2015

El turisme de la Terra Alta vol atraure públic francès i potenciar l'enoturisme

L'associació que aplega el turisme rural a la comarca reuneix 80 empreses, es converteix en la major de l'Ebre i marca les fites per al 2016

A. C.

L'Associació de Turisme Rural de la Terra Alta (ATRTRA) s'ha convertit en el principal referent del sector a la comarca, amb 80 empreses associades, esdevenint l'entitat d'aquest àmbit més gran de les Terres de l'Ebre. Ara fa pocs dies va celebrar la seva assemblea anual i va marcar els seus objectius per al pròxim any 2016. Un d'ells és desenvolupar l'enoturisme a la comarca.

El president de l'ATRTRA, Felip Segura, remarca en declaracions al *Diari* que la comarca pot diferenciar la seva oferta en l'àmbit de les Terres de l'Ebre, entre d'altres, amb aquest producte. Destaca que hi ha fins a 19 cellers de la Terra Alta que organitzen activitats enoturístiques, la immensa majoria dels quals, 17, formen part de l'associació.

En aquest sentit, Segura donarà suport a totes les accions que es desenvoluparan els pròxims mesos per activar aquest producte. Destaca la inversió prevista de dos milions d'euros per al global de Catalunya que ha anunciat invertir l'Agència Catalana del Turisme de la Generalitat per difondre el 2016 la gastronomia i l'enoturisme a Catalunya.

A banda d'això, la Generalitat anuncia fa any l'execució el 2015 d'un pla d'acció de promoció de l'enoturisme a Catalunya, dotat amb 600.000 euros. Una de les



Prop d'una vintena de cellers de la DO Terra Alta realitzen activitats d'enoturisme. FOTO: JOAN REVILLAS

L'APUNT

Fires i taules de treball el 2015

■ L'ARTRA ha participat el 2015 en diverses fires per difondre les activitats dels seus associats, tant a títol individual com en el marc de Xatsebre, que aplega les quatre associacions de turisme rural ebrenques. Així, han participat en el Mercat d'Escapades de Barcelona, la Fira de Granollers, la Fira de Muntanya de Vic, la Festa de la Mel d'Arnes i la de l'Oli de la Fatarella. A banda, han treballat a les taules convocades per l'ens comarcal, la taula de la marca dels 3 territoris i la promoguda pel Patronat de Turisme de la Diputació. L'entitat disposa d'una web: www.terraaltarural.org.

últimes accions han estat la presentació del potencial enoturístic català, també el de la DO Terra Alta, a països de parla alemanya. En el cas de la comarca ebrenca es va fer arribar informació a 169 representants d'agències, operadors turístics i en menor mesura periodistes.

Al seu torn, el Consell Comarcal de la Terra Alta ha iniciat els treballs previs per a la creació d'un pla de màrqueting turístic amb la participació de les administracions públiques i del sector privat.

Captació de clients

A l'espera dels detalls d'aquest nou pla de màrqueting, Segura assenyala que una de les accions podria ser la captació del públic del sud de França. «És un segment de públic que visita sovint la Costa Brava però li costa con-

tinuar camí fins a la nostra zona. En canvi, és un client que acostuma a fer estades llargues, d'una setmana, i això ens permetria generar activitat entre setmana, un dels grans reptes», precisa el pre-

La Generalitat està executant un pla de promoció de l'enoturisme a Catalunya

sident de l'entitat.

Segura recorda que bona part dels empresaris turístics han de realitzar més activitats econòmiques, ja que la temporada a la comarca es concentra en uns mesos de l'any i, sobretot, en cap de setmana.