

Ebre

L'Ametlla de Mar

La Cala comença un procés per redefinir la seua visió com a municipi turístic

El municipi replanteja el model actual i presenta la seua campanya turística per a aquest estiu, sota el lema 'Sempre a prop teu!'



Imatge d'arxiu de la platja de l'Aiguers en plena temporada d'estiu. FOTO: JOAN REVILLAS

M. PALLÁS
L'AMETLLA DE MAR

L'Ametlla de Mar redefinirà quin ha de ser el seu model turístic pel futur. L'Ajuntament ha iniciat un procés de creació d'una visió estratègica de la població, amb un enfocament global però centrat amb el turisme com a estratègia de desenvolupament local. L'estudi permetrà determinar les polítiques que s'han d'aplicar davant els reptes que es plantegin en el full de ruta.

El municipi ha experimentat un important creixement turístic en els últims anys, consolidant-se com la primera destinació turística de les Terres de l'Ebre. L'escenari que s'ha produït a conseqüència del coronavirus, amb un major interès pel turisme de proximitat, ha estat decisiu perquè el consistori comenci a replantejar el model actual per reorientar-lo cap a un nou horitzó.

«Hem d'afrontar una nova realitat i, per això, hem obert un procés de reflexió per redefinir quin és el poble que volem en el futur», explica l'alcalde Jordi Gaseni, destacant que «el resultat de tot el treball serà una estratègia a seguir, perquè el turisme continuï sent un dels sectors més importants al municipi». «Tenim uns grans actius que volem potenciar més», afirma.

L'estudi permetrà definir una visió estratègica de futur per a tot el municipi que incidirà en els àmbits del turisme, la cultura, el comerç, la gastronomia, la mobilitat alternativa i l'urbanisme. Entre els reptes a materialitzar hi ha el de fer l'Ametlla de Mar un poble més viu, amb un sector comercial i de

restauració obert tot l'any, que permeti revertir l'actual estacionalitat turística. Això implicarà la dinamització del teixit comercial i turístic local, davant dels nous reptes i amenaces sorgits de l'actual crisi. Un altre dels objectius a contemplar és obrir el nucli històric de cara a la mar, amb una reordenació urbanística que permeti una millor mobilitat per als vianants.

L'anàlisi s'ha encarregat a un grup d'experts en informes de visió estratègica que coneix bé l'Ametlla de Mar, perquè prèviament n'havia elaborat una sobre les viles marineres de les Terres de l'Ebre. En el procés hi participaran agents implicats per tal de copsar necessitats, orientacions i punts de vista. El projecte final inclourà un conjunt d'accions va-

Entre els objectius hi ha desestacionalitzar l'oferta turística i obrir el nucli històric a la mar

lorades i prioritzades per realitzar.

«Ametlla de Mar, sempre a prop teu!» és l'eslògan per la campanya de promoció turística d'aquest estiu. Un nom que han escollit els seguidors de les xarxes socials de l'Àrea Municipal de Turisme. La campanya publicitària ha començat aquesta setmana i està dirigida als mercats turístics propers com Catalunya, l'Aragó, Navarra o el País Basc, així com regions del sud de França, potencials turistes a unes 5 o 6 hores en cotxe com a màxim.