



Ciclistes circulant entre els arrossars del delta de l'Ebre. FOTO: JOAN REVILLAS

Turisme

Una campanya per promoure la Reserva de la Biosfera

El COPATE vol reivindicar els productes i serveis del territori per conscienciar sobre el compromís de les empreses ebrenques

ROSER REGOLF
AMPOSTA

En marxa una campanya del Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) per promocionar els productes i serveis adherits a la marca «Terres de l'Ebre, Reserva de la Biosfera». L'acció, que té com a finalitat conscienciar a la ciutadania ebrenca i a la resta del país, s'ha engegat a través de 10 vídeos promocionals que es difondran a través de les xarxes socials del COPATE i els consells comarcals.

Del vi, l'oli d'oliva, la mel, l'arròs, els cítrics i l'horta, passant per la pesca, l'aqüicultura o els productes carnis, les diferents càpsules audiovisuals d'un minut de durada mostren alguns dels productes més rellevants de la zona per fomentar el seu consum i escollir-los entre el gran catàleg que els consumidors es troben a supermercats i restaurants. «Volem donar a conèixer que les empreses que treballen baix el segell de la Reserva de la Biosfera són empreses amb garanties de qualitat i amb un compromís social, amb la sostenibilitat i vers el territori», explicava el vicepresident del COPATE i responsable de la Reserva de la Biosfera, Ferran Rosich, qui també afegia que en l'actual context de crisi sanitària els consumidors haurien de prendre més consciència de la importància

de la salut i de tenir cura de l'entorn.

Els serveis turístics, els allotjaments i la restauració adherits a la marca també prenen protagonisme en uns vídeos que compten amb la col·laboració de personatges coneguts com els cantautors Montse Castellà o Joan Rovira, així com la remera Aina Cid o l'atleta Llorenç Sales. El director

L'apunt

El segell Reserva de la Biosfera

● Les Terres de l'Ebre gaudeixen del segell Reserva de Biosfera des de l'any 2013. Una marca que implica ser un territori harmònic tant en la conservació de la riquesa mediambiental com en la difusió de la diversitat cultural i la promoció del desenvolupament econòmic i social de les empreses adherides.

de l'Institut per al Desenvolupament de les Comarques de l'Ebre (IDECE), Albert Salvadó, detalla que «per a l'IDECE és una satisfacció poder col·laborar amb el COPATE per potenciar un projecte tan important per al territori com és la Reserva de la Biosfera Terres de l'Ebre i la seva marca, una

marca en positiu que ha de servir per projectar tant les Terres de l'Ebre com el seu producte agroalimentari i un model de turisme que aposta per la sostenibilitat». Els audiovisuals han estat finançats per l'IDECE i elaborats per Dídac Tomàs.

Reivindicar el territori

A més de la campanya a les xarxes socials, el COPATE farà difusió dels vídeos a través de les televisions locals i les empreses acreditades els podran utilitzar quan participen en fires agroalimentàries o turístiques. «Posem en marxa una acció simbòlica molt convenient en el moment que estem vivint per tal de remarcar la riquesa paisatgística, gastronòmica, tot el que representa el marc conceptual de la Reserva de la Biosfera», explicava el president del COPATE, Joan Alginet, qui també ha volgut remarcar que «cal aprofundir en una militància en l'activitat econòmica compromesa, sostenible, de territori, darrere d'una marca com és la de la Reserva Biosfera, amb una filosofia concreta, amb empreses que s'esforcen per fer de la seva activitat un compromís d'arrelament amb el territori».

Tot i que encara es troba en fase de creixement, actualment hi ha 160 empreses acreditades amb la marca Terres de l'Ebre Reserva de la Biosfera.