

Economia

En marxa un pla estratègic per a l'EbreBiosfera

M. PALLÀS
TORTOSA

L'objectiu és eixamplar la visibilitat i la implicació socioeconòmica de la marca Reserva de la Biosfera

La Comissió Executiva de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre, celebrada ahir, avala la diagnosi, l'estratègia i les accions del pla estratègic de comunicació de la marca Reserva de la Biosfera. L'objectiu del pla estratègic és que la marca esdevingue una oportunitat de territori per generar dinamisme socioeconòmic. La comissió ja ha prioritzat les accions del pla de comunicació amb què es vol incrementar la visibilitat a la marca EbreBiosfera, i properament es posarà en marxa una pàgina web.

El projecte comptarà amb tres milions d'euros a desenvolupar en tres anys.

«Volem posicionar el territori com a referent en productes de proximitat, desenvolupament sostenible i turisme; augmentar la notorietat de la marca i generar reputació de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre», destacà el president del Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) i president del Con-

sell Comarcal del Baix Ebre, Xavier Faura. «Les Terres de l'Ebre som un entorn ideal per viure, un espai amb una gran qualitat de vida perquè ha sabut combinar el creixement econòmic i social amb la sostenibilitat mediambiental», va valorar.

Entre els grans eixos estratègics del pla destaca fer pedagogia de la Reserva de la Biosfera amb accions de comunicació per explicar quins beneficis comporta la marca; generar sentiment d'orgull de pertinença al territori; donar visibilitat a la Reserva de la Biosfera i implicar al sector productiu i turístic.

Actualment hi ha 160 empreses adherides al segell Reserva de la Biosfera, i l'objectiu és incrementar substancialment aquesta xifra.

«Volem impulsar els productes agroalimentaris de les Terres de l'Ebre com a marca kilòmetre zero de Catalunya», va explicar per la seua banda el director territorial del departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, Jesús Gómez.

El pla estratègic, finançat pel Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, ha estat elaborat per l'empresa Un-datia Comunicació i ja disposa d'un calendari de priorització d'accions.



Entre els objectius del pla també destaca el de generar sentiment d'orgull de pertinença al territori. FOTO: JOAN REVILLAS