

eP Coses de la vida SOCIETAT

Entusiasme a les comarques del sud de Tarragona



Imatge aèria del delta de l'Ebre amb els arrossars negats.

La distinció de la Unesco il·lusiona el turisme i l'agricultura de l'Ebre

|| Els dos sectors tenen pressa per començar a utilitzar la marca de reserva de la biosfera

|| El territori rep el segell com una injecció d'autoestima i una oportunitat per a la seva oferta

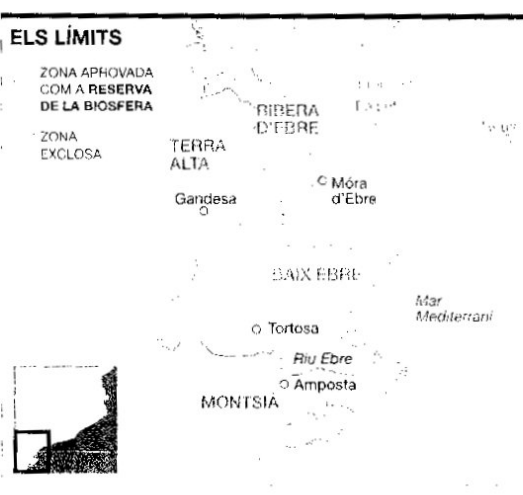
SÍLVIA BERBIS
TORTOSA

Els ja comencen a veure'l. Visualitzen el logo identificatiu en una etiqueta i confien que aquesta nova marca internacional, la que ha atorgat aquesta setmana la Unesco a les Terres de l'Ebre, sigui un possible factor diferenciador que ajudi a arrencar dos dels sectors econòmics més importants de la zona, l'agroindústria i el turisme. Per això, els que en viuen esperen poder utilitzar com més aviat millor una distinció que, fins ara, només té el Montseny a Catalunya. La declaració de reserva de la biosfera ha obert tot un horitzó, de moment intangible, després d'anys de caigudes continuades dels principals indicadors econòmics en aquestes comarques.

«Nosaltres ja hem començat a utilitzar un afegit molt important a les cartes després de la localització

ció. Hi posem: 'Estació Nàutica de Sant Carles de la Ràpita, Terres de l'Ebre', i finalment: 'Reserva de la biosfera'. Tots hem de començar a utilitzar i assumir aquesta marca, un referent internacional que ens pot ser de gran ajuda», assenyalava Jordi López, coordinador de l'estació nàutica de la Ràpita, un dels actius turístics del municipi. Explica que, tot just passats uns dies des de la designació per part del Consell Internacional del Programa Home i Biosfera de la Unesco, ja ha presat en el sector per començar a imprimir la marca en els seus tallets promocionals.

MARQUETING // No són els únics. El Consell Regulador de la Denominació d'Origen del Vi de la Terra Alta també té aquest anhel entre les seves expectatives immediates. Una de les primeres coses que tenen previst demanar és poder utilitzar la



marca i oferir als cellers que la puguin incloure a les seves etiquetes. Ens hem de començar a moure apenat Jaume Descarrega, president de la DO Terra Alta. El sector vinícola, amb una producció anual de 38 milions de quilos de raïm, és conscient que aquest és només el primer pas. Al darrere hi ha d'haver una bona estratègia de màrqueting que ens permeti treure profit d'aquesta distinció com a factor diferenciador respecte a altres DO, però l'important és adonar-nos que si ho hem aconseguit és que ho volem. I a partir d'aquí, hem de treballar perquè no sigui una declaració sense contingut pràctic, adverteix.

Fins i tot hi ha qui ja la mesos i començar a treballar de cara a obtenir el segell. És el cas de Manel Batalla, un productor i elaborador que vol obrir una botiga de productes ecològics a Tortosa amb el nom de Biosfe