

NOU PAS ENDAVANT DEL CICLOTURISME A LES TERRES DE L'EBRE

de la inversió, la via "suma comunitat" i obri nous usos a nivell local, com la mobilitat escolar segura o la connexió amb espais patrimonials com la Torre de la Carrova. També va avançar que alguns trams urbans d'Àmposta es desenvoluparan en els pròxims anys en el marc del Pla de barris.

Amb esta ampliació, la via enllaça els parcs naturals dels Ports i del Delta de l'Ebre i arriba fins al mar, cosa que incrementa el seu atractiu turístic i paisatgístic. L'objectiu principal que es persegueix és reforçar la competitivitat del producte cicloturístic, ampliar el domini pedalable i atraure nous segments de mercat, especialment internacionals.

El Patronat de Turisme ha posat en marxa un planificador digital de rutes

En este sentit, Llauradó va apuntar que la iniciativa augmenta "el ventall d'oportunitats de negoci" vinculades al turisme, com el lloguer de bicicletes, la restauració o l'hostaleria. El projecte global del cicloturisme a la regió de l'Ebre també busca reduir l'estacionalitat turística, augmentar les pernoctacions i millorar la seguretat dels usuaris, evitant trams compartits amb trànsit motoritzat.

En paral·lel, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha posat en marxa un planificador digital de rutes que integra serveis i itineraris vinculats a la via verda, així com materials audiovisuals per a reforçar-ne la promoció.

POLÍTICA



La promoció conjunta, el principal repte

La Via Verda de la Val de Zafán, que des de la Puebla de Híjar (Terol) ha arribat finalment al mar, afronta ara un dels seus principals reptes: la promoció conjunta i coordinada per part de les administracions que gestionen els diferents trams.

Tot i els avenços en la recuperació i ampliació del recorregut, la gestió i difusió del conjunt de l'itinerari continua fragmentada, fins i tot

té quilòmetratges diferents. Les institucions catalanes i aragoneses treballen de manera independent, tant en la promoció turística com en la captació de fons per a millorar, fet que limita l'impacte global de la infraestructura. Tot i les diverses trobades celebrades en els últims anys i el consens general sobre la necessitat d'avançar cap a una estratègia unitària, encara no

s'ha arribat a un acord per a gestionar esta infraestructura de manera conjunta.

Actualment, cada tram de la via verda es promou de manera independent, amb identitats turístiques pròpies i estratègies diferenciades. Els agents implicats admeten que esta situació limita la capacitat d'atracció del producte cicloturístic en el seu conjunt, especial-

ment en un mercat creixent com l'internacional, que valora itineraris continus, ben senyalitzats i amb una marca única reconeixible.

Els mateixos agents apunten que una estratègia comuna permetria reforçar la projecció exterior de la via verda, optimitzar els recursos disponibles i augmentar la capacitat d'atracció de finançament per a millors i manteniment.