

**TURISME** ■ DE GENER A OCTUBRE S'HAN GENERAT 1.255.000 PERNOTACIONS, XIFRA SIMILAR A LA DEL MATEIX PERÍODE DEL 2014

# Més de 400.000 turistes han visitat les Terres de l'Ebre aquest any

Incrementar les pernoctacions dels turistes internacionals és una de les estratègies que inclou el pla d'acció 2016 del Patronat de Turisme

MARINA PALLÁS CATURLA

Segons les dades de l'informe de l'Observatori del Parc Científic del Turisme, del període del 1 de gener al 31 d'octubre, a les Terres de l'Ebre s'han generat 1.255.000 pernoctacions, xifra que suposa un descens d'un 1% amb relació al mateix període del 2014. S'han rebut més de 400.000 turistes que han fet una estada mitjana de 3,1 dies.

Els hotels han mantingut l'activitat sense variacions, hi ha hagut un descens entre els apartaments, també han tingut una tendència a la baixa el turisme rural (-12%) i els càmpings, en canvi, han tingut un comportament positiu (12%).

La majoria de turistes eren nacionals (un 66,7%), un 16,3% eren francesos, un 4,9% dels Països Baixos, un 2,9% del Regne Unit i un 2,8% d'Alemanya. En conjunt, els mercats nacionals han incrementat 5,3 punts.

Precisament, incrementar les pernoctacions dels mercats internacionals és una de les línies estratègies del pla d'acció 2016 del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a les Ter-



El 'birdwatching' o l'observació d'ocells és un dels sectors que atrau turistes estrangers. FOTO: JOAN REVILLAS

res de l'Ebre. «Es tracta de fer-ho introduint el concepte de microsegmentació. Al mercat cada vegada hi ha més operadors petits especialitzats en productes concrets. Hem d'establir relacions amb aquests operadors especialitzats, com el *birdwatching*, el cicloturisme, l'enoturisme o les activitats nàutiques», detalla al *Diari* el responsable del Patronat a les Terres de l'Ebre, Albert Folch.

Una altra de les principals línies estratègiques del pla 2016

és intensificar el treball de coordinació entre el sector públic i el sector privat. «La col·laboració és bàsica per poder obtenir bons resultats», explica Folch. Per aquest motiu, des del juny fins a l'octubre passat s'ha reunit el consell de marca, format pel Patronat i els representants de cadascun dels sectors turístics (allotjament, restauració, càmpings...) per debatre i analitzar quines eren les millors estratègies.

Aquesta coordinació té també com a principal objectiu inci-

dir en el reconeixement de la marca Terres de l'Ebre, fent una especial atenció al segell Reserva de la Biosfera.

«La referència del segell de la Biosfera ens ajuda a identificar-nos i a reforçar-ne els atributs. Els espais protegits tenen molta importància i el turista percep que es troba en una situació de confort, ja que les Terres de l'Ebre tenen una identitat marcada amb la natura, la gastronomia i la tradició», exemplifica el responsable del Patronat.

## EL CALENDARI

### La presència de la marca a les fires

■ La marca Terres de l'Ebre el proper 2016 serà present, en l'àmbit nacional, a la fira B-Tra-vel, el pròxim mes d'abril, a Barcelona. En l'àmbit estatal, participarà a la FITUR, aquest gener, a Madrid; a la Navatur, al febrer, a Pamplona, i a la FIO de març, a Monfragüe.

En l'àmbit internacional, les Terres de l'Ebre viatjaran a la Fiets en Wandelbeurs, el proper febrer, a Utrecht (Països Baixos); a la BBF, a l'agost, a Rutland (Anglaterra); al Tournatur, el mes de setembre a Düsseldorf (Alemanya) i al World Travel Market, al novembre, a Londres (Anglaterra). Moltes d'aquestes fires estan especialitzades en cicloturisme i *birdwatching*.

De fet, en la línia d'impulsar el treball col·laboratiu, el Patronat ja està actuant en la creació d'espais per al treball coordinat com són la Taula del Turisme Rural, les Viles Marineres de les Terres de l'Ebre (Alcanar, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla, Sant Carles de la Ràpita), els pobles de les festes de l'arròs (l'Ampolla, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Amposta i els Muntells), la Taula de l'Enoturisme, la Taula de Creuers i la Taula de turisme de la Reserva de la Biosfera.