



Signatura del conveni Corner ahir al matí al Museu de Tortosa. FOTO: JOAN REVILLAS

Tortosa

La Diputació aporta 160.000 euros per al turisme ebrenc

Quinze entitats participen en el conveni Corner que els permetrà assistir a fires, a banda de preparar altres accions publicitàries conjuntes

MARIA NOCHE BO
TORTOSA

Quinze entitats turístiques de les Terres de l'Ebre es promocionaran conjuntament gràcies a l'aportació de 160.000 euros de la Diputació. Aquesta col·laboració conjunta queda tancada amb el conveni Corner, signat ahir, dijous, en un acte al Museu de Tortosa, entre els representants de les administracions i entitats. A través d'aquest conveni es regula l'assistència d'aquestes entitats a fires nacional, estatals i internacionals, a més d'acció en publicitat compartides.

Durant l'acte, el president de la Diputació, Josep Poble, va negar que l'esforç de promoció de la marca Costa Daurada estigui eclipsant la de Terres de l'Ebre. «La Costa Daurada és l'element potenciador més important de les Terres de l'Ebre. És la que rep més gent i pot desviar més gent cap aquí. I així ho fa», assegura el president.

El conveni Corner arriba aquest any a la seva setzena edició, consolidat ja com un model de promoció conjunta de les Terres de l'Ebre que permet la suma d'esforços dels diferents socis i participar d'accions que de manera individual no es podrien assumir. En aquesta línia, el pressupost global del Corner 2019, 160.225 euros, estarà repartit de manera

proporcional entre tots els signats, i els permetrà participar durant aquest any en fires com la WTM de Londres, l'Adventure Travel Show de Londres, FIO de Càceres, Fiets & Wandelbeurs d'Utrecht (Països Baixos), British Birdfair de Rutland (Regne Unit), Navartur a Pamplona i B-Travel a Barcelona. La setmana passada ja van assistir de forma coordinada també a FI-

L'apunt La marca Terres de l'Ebre

● Poble també afegia que tant la Costa Daurada com les Terres de l'Ebre són «un puntet molt petit, i el que hem de procurar és que la gent vagi a aquest puntet tan petit, i que quan estiguin allí els escampem i irradiem per tot arreu». El president insisteix que la marca Terres de l'Ebre funciona bé i cada cop atrau més visitants.

TUR de Madrid.

Adicionalment, s'han programat tres accions dins d'una campanya de publicitat conjunta: accions en ràdio al mercat català i presència als portals Logitravel i Minube. «El fet de poder comptar amb el suport de la Diputació ens permet anar molt més enllà del

que podríem fer sols», destacava l'alcalde de Tortosa, Meritxell Roigé, tot recordant la importància estratègica del turisme en l'economia de la ciutat i del territori.

El mateix president, Poble, també destacava la importància d'un turisme a les Terres de l'Ebre que l'any passat va atreure 1,5 milions de turistes, d'entre els 6 milions que van passar per la demarcació.

En aquest sentit, el president de l'ens provincial nega que l'esforç promocional sobre aquesta última marca estigui eclipsant la projecció i personalitat pròpia de les Terres de l'Ebre, segons lamenten empresaris del sector.

Participants

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona liderarà les accions promocionals conjuntes d'aquesta setzena edició del conveni Corner, en la qual participen quinze ens turístics, públics i privats del territori, entre els quals hi ha els ajuntaments d'Alcanar, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla, Amposta, Ascó, Camarles, Deltebre, Sant Carles de la Ràpita i Tortosa, Jesús activitats i Serveis SL, els consells comarcals de la Ribera d'Ebre i de la Terra Alta, l'Associació de Càmpings de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre i el festival de cinema Terres Catalunya.