

Ebre turístic

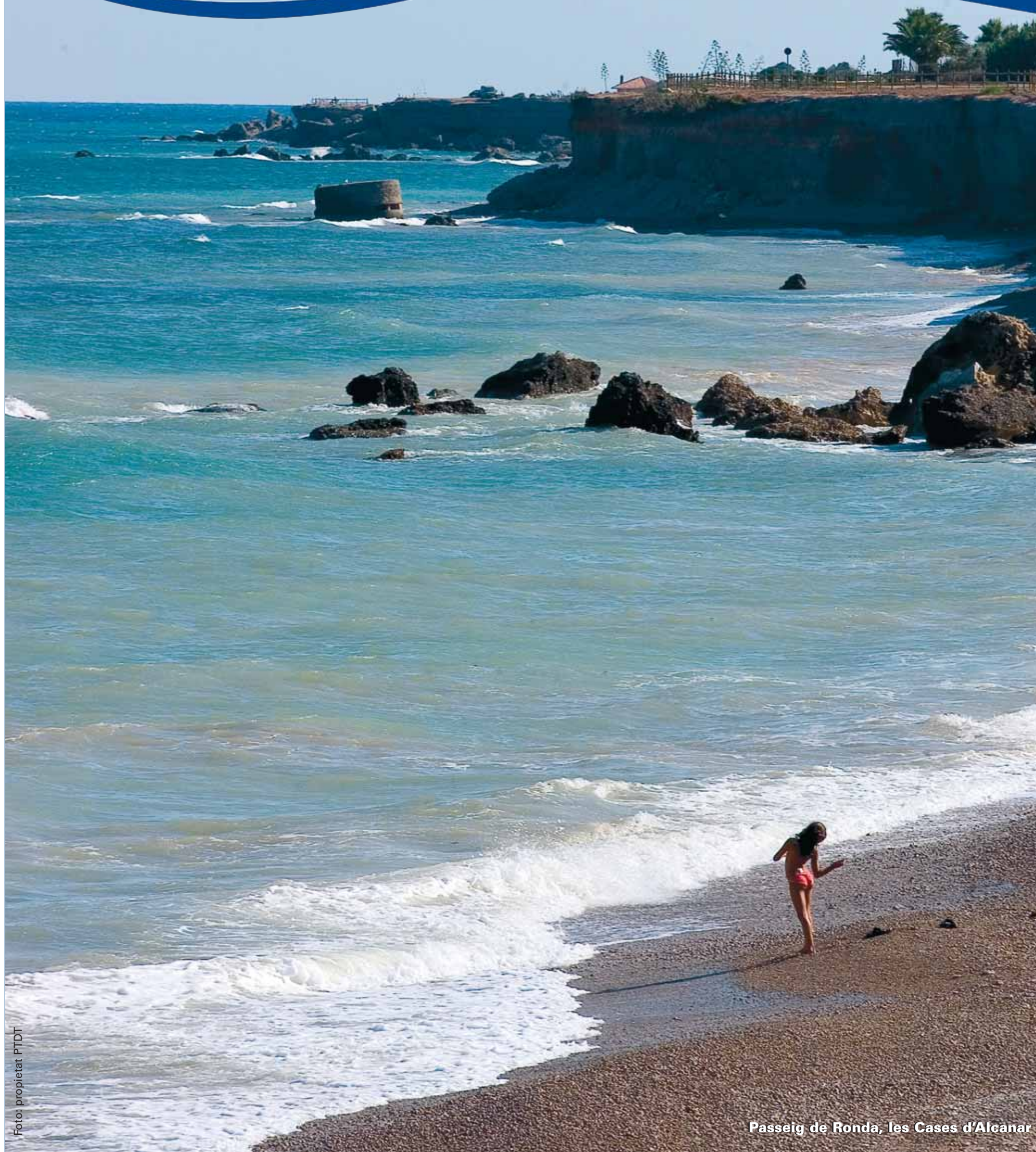


Foto: propietat PTDT

Passeig de Ronda, les Cases d'Alcanar

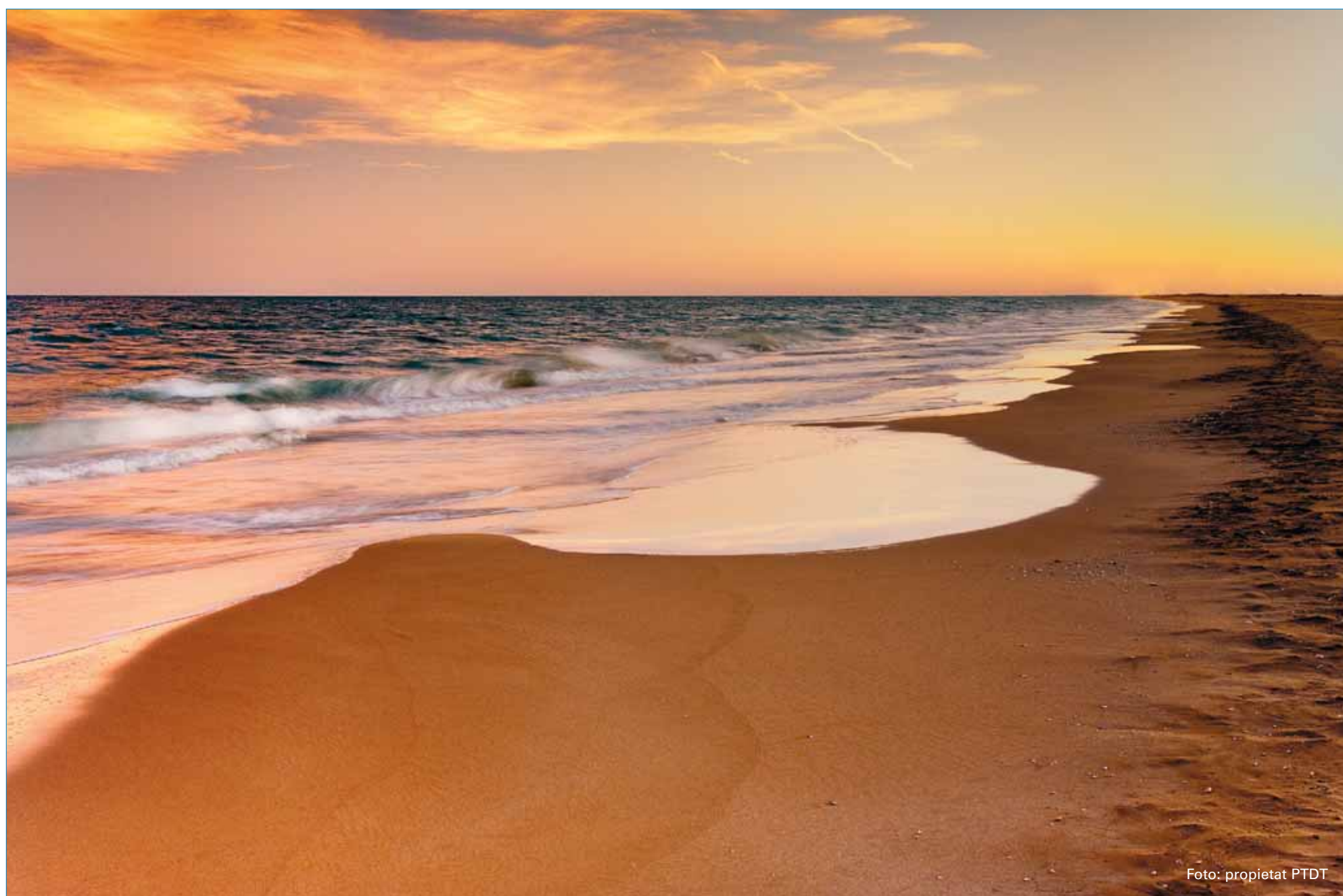


Foto: propietat PTDT

Pàgina 3

La marca Terres de l'Ebre presenta nova campanya gràfica

Pàgines 4

Signatura del conveni Corner i participació a Navartur i Expovacaciones

Pàgina 5

El SITC, a Barcelona i Fitur, a Madrid, coneixen la destinació

Pàgina 6

Presència en fires especialitzades de França, Itàlia i l'Estat

Pàgina 7

'Fam trips' i 'press trips' per presentar els atractius de la marca a operadors turístics

Pàgina 8

Puja la capacitat adquisitiva dels turistes que visiten l'Ebre

Pàgina 9

Viatge educacional a Croàcia i conveni amb l'associació de càmpings

Pàgina 10

La Via Verda s'adapta a tothom i el nou llagut comença a navegar

Pàgina 11

Creat el Col·lectiu de Cuina de la Ràpita-Delta de l'Ebre

Una publicació del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a les Terres de l'Ebre
Editat per: L'Ebre DLT-1083-2010

Disseny i maquetació: Cinta Puig
Coordinació i redacció: Vanesa Adell
Correcció lingüística: Núria Espelta



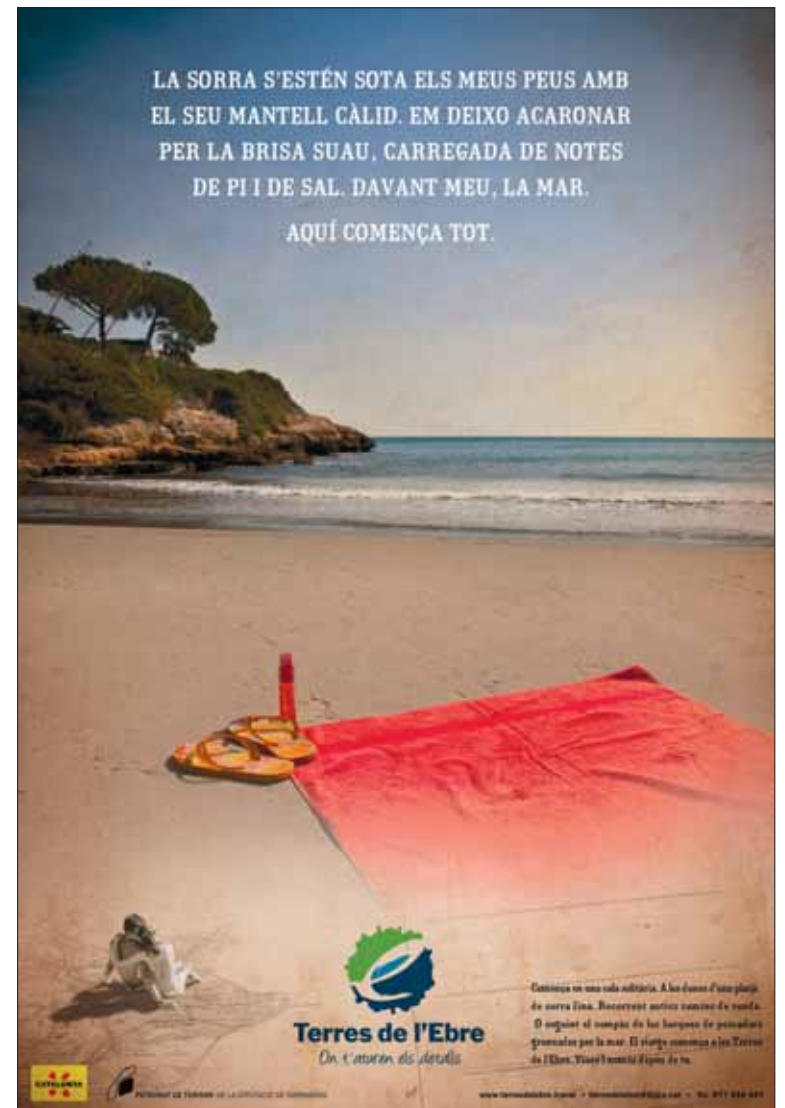
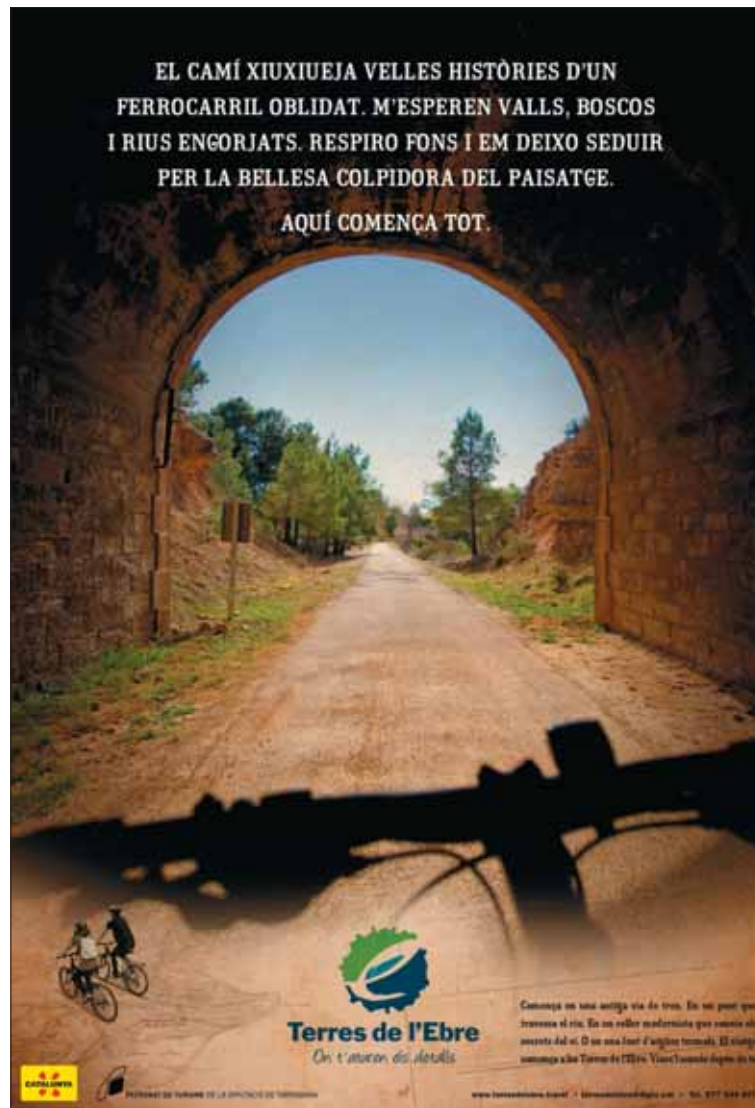
► El caràcter autèntic de les Terres de l'Ebre, 'aquí comença tot'

TERRES DE L'EBRE

Terres de l'Ebre. Aquí comença tot. Aquest és l'eslògan de la nova campanya publicitària que el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha endegat aquest primer semestre de l'any per a promocionar el territori al conjunt de l'Estat espanyol. Són sis originals nous que pretenen mostrar els racons més emblemàtics de les Terres de l'Ebre.

La navegació pel riu, la Via Verda, el turisme de litoral, el rural o el de natura, així com el patrimoni cultural i arquitectònic del territori protagonitzen aquesta nova campanya, que vol aconseguir l'atenció de persones amb inquietuds i atretes per l'autenticitat, els ambients relaxats i el contacte actiu amb la natura. També vol captar el turisme de proximitat –que és un dels principals focus de visitants de la zona– de més de 18 anys i classe mitjana. La nova línia de publicitat també cerca posicionar el territori com una destinació amb caràcter i identitat propis, destacar la seua riquesa i donar a conèixer els diferents productes turístics que es troben sota el paraigua de la marca.

És la segona campanya gràfica que el Patronat implementa des que es va crear la marca turística Terres de l'Ebre. La primera, que va estar vigent des del 2006 i fins al 2009 i va suposar una inversió de 100.000 euros, tenia per objectiu anar introduint els valors de la marca. Aquesta que s'ha encetat, en canvi, vol mostrar al visitant les experiències que pot gaudir al territori. Així ho va explicar el president del Patronat de Turisme, Joan Aregio, durant la presentació dels nous ori-



La nova campanya compta amb sis originals que posen l'èmfasi en les experiències que el turista pot viure al territori.

ginals, a Tortosa. **“Aquesta campanya vol no només ensenyar els petits detalls del territori, sinó també mostrar les experiències que les persones poden gaudir al territori”**, va dir. I és que la nova línia visual que seguiran els cartells de Terres de l'Ebre a partir d'ara situen l'espectador dins del paisatge i l'empenyen a participar activament en la riquesa de l'oferta turística. La responsable de la marca Terres de l'Ebre, Marta Farrero, remarca que la nova campanya introdueix, a més a més, **“el públic objectiu al qual va dirigida la campanya”**.

La campanya ha sigut elaborada per l'estudi de disseny gràfic La Guerrilla, de Sant Cugat del Vallès.



El president del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, Joan Aregio, i la responsable de la marca turística Terres de l'Ebre, Marta Farrero, van presentar la nova campanya coincidint amb l'inici de la nova temporada turística per Setmana Santa.

Breus  **Set consistoris s'uneixen per promocionar-se junts****L'Ebre ven l'oferta de turisme actiu i familiar al País Basc**

ExpoVacaciones és una de les principals fires de Turisme de l'Estat.

Donar a conèixer les possibilitats de les Terres de l'Ebre com a destinació de turisme actiu i familiar. Aquest va ser el principal objectiu que la marca turística Terres de l'Ebre va aconseguir amb la seua presència al saló ExpoVacaciones de Bilbao, del 6 al 9 de maig. I és que els visitants procedents d'Euskadi suposen un dels segments més importants de turistes que arriben des de la resta de l'Estat espanyol. De fet, és la quarta comunitat autònoma pel que fa a la procedència dels visitants que opten pel territori ebrenc com a destinació. És per això que la presència de la marca en aquest saló confirma la tendència creixent de les actuacions impulsades des del Patronat de Turisme de la Diputació per aconseguir que la marca Terres de l'Ebre siga notòria en els mercats estratègics. A més de la presència del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, també hi van ser aquells ajuntaments que han signat el conveni Corner (Alcanar, Ascó, Deltebre, Tortosa, la Ràpita, l'Ametlla de Mar i l'Ampolla), que van tindre la possibilitat de mostrar els seus atractius naturals, culturals i gastronòmics a l'estand de la destinació.

ExpoVacaciones és una de les principals fires de turisme de l'Estat. Enguany aquest saló va aplegar més de 700 expositors (entre organismes públics, com ajuntaments, patronats o comunitats autònomes, i empreses privades tipus les agències, majoristes i minoristes, hotels, companyies de transport). En total, durant els quatre dies que va durar la fira van visitar-la més de 270.000 persones.



Els representants dels ajuntaments amb el president del Patronat de Turisme de la Diputació durant la signatura del conveni.

TERRES DE L'EBRE

Set ajuntaments de les Terres de l'Ebre (Tortosa, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla, Deltebre, Alcanar, la Ràpita i Ascó) van signar al febrer un conveni de col·laboració, conegut com Corner, amb el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona segons el qual aquests municipis poden participar conjuntament en diferents fires estatals i internacionals de turisme. **"Aquesta manera de treballar permet que diferents municipis de la zona s'organitzen per tindre presència en fires"**, va destacar el president del Patronat de Turisme, Joan Are-

gio durant l'acte, tot afegint-hi: **"d'una altra manera, seria molt complicat a causa dels elevats costos econòmics que suposa estar present en aquests esdeveniments"**

Enguany, els set ajuntaments estan presents a les fires de Pamplona (Navarrur), Bilbao (ExpoVacaciones), París, Tolosa i Barcelona, entre d'altres. **"Cada municipi escull la fira que més li interessa per la seua oferta, però sempre hi porta informació de tots els municipis, encara que aquests no hi vagen directament"**, va comentar Aregio. A l'acte de

signatura del conveni van participar del president del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, Joan Aregio; el representant de l'Oficina Municipal de Turisme de Tortosa, Ferran Bel; el del Patronat de Turisme de l'Ametlla de Mar, Antoni Montagut; el de l'Ampolla; Francesc Arasa; el representant de l'Oficina Municipal de Deltebre, Gervasi Aspa; els representants de les oficines de Turisme d'Alcanar i Sant Carles de la Ràpita, Josep Bort Esteller i Rosa Anglès Ballester, i el representant de la regidoria de Turisme d'Ascó, Pau Daniel Serrano de Yzaguirre.

El Patronat de Turisme participa en la fira Navartur, de Navarra

Del 19 al 21 de febrer, les marques turístiques Terres de l'Ebre i Costa Daurada van participar, sota el paraigua del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, a la fira Navartur, de Navarra. L'objectiu? Augmentar la notorietat d'aquestes dos destinacions entre un públic especialitzat: les agències de viatges, majoristes, empreses d'allotjament, companyies de transport, entre d'altres. Juntament amb el Patronat hi van participar els ajuntaments de l'Ametlla de Mar, Deltebre, Alcanar, l'Ampolla, Ascó, Sant Carles de la Ràpita i Tortosa.

Aquesta no és la primera vegada que el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona es promociona en aquesta fira, que tracta de manera especial i diferenciada l'oferta que fa referència al turisme rural. Navartur creix cada any en projecció i mostra d'aquesta realitat és el fet que enguany el saló va introduir en el programa novetats destacables, com ara el primer Congrés Internacional de Turisme Rural Reyno de Navarra, i el primer taller (*workshop*) amb agents de viatge.



Una imatge de l'estand del Patronat durant la seua acció promocional a la fira Navartur.

La marca Terres de l'Ebre es consolida al SITC

TERRES DE L'EBRE

Els espais de la Batalla de l'Ebre, la Via Verda, el parc natural del Port i el del Delta són els atractius turístics del territori que van despertar més interès als visitants del Saló Internacional del Turisme de Barcelona, del 15 al 18 d'abril. Des de la marca Terres de l'Ebre fan un balanç positiu de la mostra pel grau de coneixement de la destinació que van mostrar els visitants. **"Enguany hem detectat una baixada de visitants, però, per altra banda, els visitants que han vingut mostraven més interès per la destinació i amb un grau de coneixement més elevat"**, comenta la responsable de la marca, Marta Farrero, tot afegint-ho: **"preguntaven per la Batalla de l'Ebre, la Via Verda, pels parcs naturals"**.

La presència del Patronat de Turisme de la Diputació al SITC és deguda a la importància qualitativa i quantitativa que tenen els visitants catalans a les comarques de Tarragona. Els turistes provinents de Barcelona i la resta de Catalunya són el principal mercat del turisme per a les Terres de l'Ebre, i un dels princi-



Presència de les Terres de l'Ebre al Saló Internacional del Turisme de Barcelona.

pals mercats emissors per a la Costa Daurada.

Els consells comarcals de la Terra Alta i la Ribera d'Ebre, els patronats municipals de Turisme de l'Ametlla de Mar i l'Ampolla i les oficines municipals de Tu-

risme d'Alcanar, Ascó, Deltebre, Sant Carles de la Ràpita i Tortosa van ser els organismes presents al Saló Internacional del Turisme de Barcelona sota el paraigua del Patronat de Turisme.

Madrid coneix els atractius de l'Ebre al saló internacional Fitur

TERRES DE L'EBRE

Ascó, Tortosa, Sant Carles de la Ràpita, la Terra Alta i el Consorci Memorial de la Batalla de l'Ebre, sota el paraigua del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, van participar, del 20 al 24 de gener, en la trentena edició de Fitur, el saló internacional del turisme de Madrid. L'objectiu? Difondre els atractius turístics que posseeixen les quatre comarques catalanes de l'Ebre en un dels certàmens de referència que aplega anualment uns

180.000 visitants, entre professionals, periodistes i públic en general.

Durant l'estada a Fitur, el president de la Diputació, Josep Poblet, va destacar la transcendència de l'acció de promoció conjunta que representa l'acord Corner: **"En aquests moments, la suma d'esforços és essencial per difondre el turisme de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre en aquest marc expositiu, un dels més importants del món"**. Poblet també va destacar la

necessitat de diversificar el turisme a la demarcació per tal de desestacionalitzar-lo i crear nous al·licients i visitants a part del sol i platja, tal com ja s'està fent, potenciant àmbits com la cultura, la natura, l'enologia i la gastronomia en general.

Tant Poblet com el president del Patronat de Turisme, Joan Aregio, van ressaltar la consolidació de la marca Costa Daurada i el creixement que experimenta la marca Terres de l'Ebre.

Les Terres de l'Ebre, millor expositor al SITC



L'estand de les Terres de l'Ebre va rebre el guardó al millor expositor català.

La marca Terres de l'Ebre ha sigut distingida amb el premi al millor expositor català en el marc del Saló Internacional del Turisme a Catalunya (SITC). El guardó, que reconeix la tasca promocional de les Terres de l'Ebre, és un premi que convoca l'Associació Catalana de Periodistes i Escriptors de Turisme (Acpetur) cada any dins del saló. Els mèrits que han valgut aquesta distinció han sigut el caràcter propi de les Terres de l'Ebre, així com la bellesa dels seus espais naturals, la baixa densitat turística, els valors culturals i la seua excel·lent gastronomia, mèrits que destacava el president d'Acpetur, Domènec Biosca, que va ser l'encarregat de lliurar el reconeixement als responsables de la marca turística. Aquest guardó és un pas significatiu per a la projecció de les Terres de l'Ebre en les publicacions especialitzades en turisme, alhora que posa de relleu les característiques diferencials d'aquest espai geogràfic.

L'Ebre, finalista als premis Nebrija Tourism Experience



Els finalistes al premi, entre els quals, les Terres de l'Ebre.

Les Terres de l'Ebre han sigut finalistes en els primers premis de la Universitat de Nebrija, Nebrija Tourism Experience, que vol reconèixer i valorar el treball dels diferents agents del sector turístic sostenible i ajudar a difondre entre el sector i la comunitat Nebrija aquells casos que representen bones pràctiques en el desenvolupament turístic. El certamen es va dividir en sis categories. Cadascuna estava integrada per tres candidats. Les categories a premiar van ser: a la millor destinació turística, on va ser nominada Terres de l'Ebre, al millor producte cultural, a l'excel·lència a l'empresa turística, al millor programa en mitjans de comunicació sobre turisme, a la millor campanya publicitària en turisme i a la institució turística de l'any.

▼ **Breus**

L'Ebre promociona l'observació d'aus al delta del Po



L'Ebre és una de les principals destinacions d'observació d'aus de Catalunya

Amb la voluntat de presentar els elements diferencials que caracteritzen les Terres de l'Ebre i el diferencien dels altres territoris de Catalunya, la marca turística Terres de l'Ebre va ser, del 30 d'abril al 2 de maig, al saló italià Internacional Po Delta Birdwatching. En aquest cas, la destinació va apostar per donar a conèixer la riquesa faunística i ornitològica i les rutes d'observació d'aus del territori. I és que aquest és un dels motius que mou anualment milers de persones a visitar la zona ebrenca. Més de 22.000 persones es van acostar a les instal·lacions de la fira, una iniciativa que pretén acostar i donar a conèixer els millors llocs on observar aus.

▶ **El turisme ornitològic ebrenc, a Extremadura**

EXTREMADURA

Del 26 al 28 de febrer, les Terres de l'Ebre van estar presents, per quart any consecutiu, a la Fira Internacional de Turisme Ornitològic-Extremadura Birdwatching Fair (FIO), principal certamen d'aquest sector de tot l'Estat espanyol. El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a les Terres de l'Ebre va promocionar l'observació d'aus a les comarques ebrenques en aquesta quarta edició de la fira. Tot i que el nombre d'expositors va augmentar respecte a l'any anterior, el nombre de visitants es va mantindre, segurament per les inclemències del temps, fet que demostra que l'interès per aquest producte va creixent. La fira va tindre lloc al parc natural de Monfragüe.

Durant els dies de la fira les Terres de l'Ebre van rebre bona resposta de visitants i professionals. A més a més, en el marc de la fira es va fer un taller (*workshop*) amb operadors esta-



L'observació d'aus centra la Fira de Turisme Ornitològic d'Extremadura

als i estrangers, molts dels quals ja eren coneixedors del potencial de les Terres de l'Ebre, a qui es va oferir la possibilitat de conèixer la zona en un viatge de familiarització (*fam trip*).

De la FIO, cal destacar les diferents ponències programades durant les jornades, totes sobre el turisme ornitològic i el medi ambient. Per segon any la fira va comptar amb destinacions internacionals.

▼ **Tolosa coneix l'oferta turística del territori amb la participació de la marca al saló Mahana**

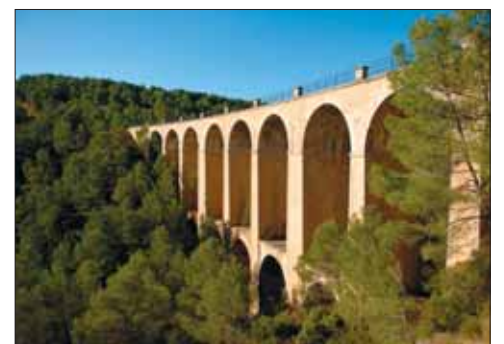
El turisme de costa, el cultural i el de natura van ser els principals atractius del territori que la marca Terres de l'Ebre (gestionada pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona) va promocionar al saló internacional de Mahana, a Tolosa, del 5 al 7 de febrer. El Patronat –que també hi era present amb la marca Costa Daurada– disposava de dos espais dins de l'àrea de promoció de Catalunya. A l'estand de Terres de l'Ebre es van presentar els principals atractius de la zona, un grup de propostes entre els quals hi havia el turisme de les localitats costaneres, propostes culturals i tot el que fa referència al turisme dedicat a gaudir de la natura, com ara la Via Verda o l'ornitologia. En l'estand van ser presents els patronats municipals de Turisme d'Alcanar, l'Ametlla de Mar, l'Ampolla, Ascó, Deltebre, Sant Carles de la Ràpita i Tortosa.



Espai de la marca Terres de l'Ebre i la de Costa Daurada al saló de Mahana.

▼ **França descobreix els actius de l'Ebre en turisme de natura**

Del 26 al 28 de març, la marca turística Terres de l'Ebre va participar en la 26a edició de la fira Destinations Nature, a França, dirigida a les empreses i destinacions especialitzades en natura i per als adeptes als esports d'aventura. Durant els dies de la fira la destinació ebrenca



La Via Verda va promocionar-se a França en el marc de la Destinations Nature

va rebre majoritàriament peticions d'informació sobre les possibilitats de la zona per fer-hi vacances actives. El senderisme, amb el potencial dels senders de gran recorregut pels diferents espais naturals, pel litoral, o al llarg de l'Ebre, van tindre una bona rebuda del públic assistent. Altres productes com el cicloturisme, amb la Via Verda de la Terra Alta i el Baix Ebre, o l'observació d'ocells es van presentar com una combinació perfecta per als senderistes. En el marc del Salon des Randonnées també es va poder contactar amb nous operadors especialitzats en viatges de turisme actiu i d'aventura, aprofitant per convidar-los a visitar la destinació ebrenca.

► L'Ebre ven els seus encants als operadors turístics del Buy Catalunya

Breus ▼

TERRES DE L'EBRE

La riquesa natural i cultural de les quatre comarques que integren l'Ebre, la poca massificació i la riquesa gastronòmica del territori van ser alguns dels atractius turístics que van cridar l'atenció als més de 150 operadors turístics procedents de més de vint mercats internacionals que van participar al maig al Buy Catalunya. I és que, segons expliquen des del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, els majoristes assistents a aquestes jornades celebrades a Barcelona van valorar molt positivament l'ecologia i l'esport que es promocionen a través de productes com la Via Verda. Molts van mostrar l'interès per incloure el territori dins la seua oferta.

En concret, els representants de la marca Terres de l'Ebre van mantindre reunions amb un total de catorze operadors turístics del Regne Unit, França, Bèlgica, Itàlia, Alemanya, entre d'altres, i van mostrar el seu interès per programar noves activitats a les Terres de l'Ebre les agències ExoticTravel, Loca France, Pen-

guin Travel, Inscape Fine Art Study Tours, Cellar Tours i Kontouren, entre d'altres, cosa que suposa la consolidació de la marca turística a l'estranger com a destinació clau per al turisme de natura.

Visites al territori

Alguns dels operadors turístics participants al Buy Catalunya que van mantindre trobades amb representants de Terres de l'Ebre van conèixer de primera mà els encants de la zona gràcies als viatges de familiarització per tot el país organitzats els dies previs al taller (*workshop*) de l'Agència Catalana de Turisme. Concretament, es van visitar punts de gran atracció turística de la zona, com ara Horta de Sant Joan, la Via Verda, el celler cooperatiu del Pinell de Brai, el castell de Miravet, la Moleta del Remei i la casa O'Connor d'Alcanar, o el Molí de Rafelet. A més a més, van participar en les activitats de descens en piragua des de Miravet fins a Benifallet, rutes cicloturístiques pel delta de l'Ebre i la tradicional passejada amb barques de perxar.



A les jornades Buy Catalunya hi van participar uns 150 operadors turístics.



Els operadors turístics van visitar l'Ebre per tal de conèixer el territori.

La marca turística, a Tolosa

La marca Terres de l'Ebre va aprofitar la inauguració de la nova connexió aèria entre Tolosa i Barcelona, operada per Air Nostrum, per donar a conèixer els seus atractius turístics entre els operadors de la zona d'influència d'aquesta ciutat del sud de França. D'aquesta manera, una representació del Patronat de Turisme de la Diputació a les Terres de l'Ebre va participar en la reunió de treball celebrada el 30 de març a la Cambra de Comerç de Tolosa; trobada que va servir per presentar la destinació turística de Catalunya davant les institucions i els operadors turístics privats de la regió francesa. Durant la trobada, Terres de l'Ebre va contactar amb agents com Lederc Voyages, Thomas Cook o Carlson Wagonlit Travel. L'acció s'emmarca dins el seguit d'accions desenvolupades des del Patronat de Turisme de la Diputació per promocionar la destinació de les Terres de l'Ebre al mercat francès.

Les Jornades de Turisme Ornitològic duen els principals agents turístics a l'Ebre

La marca turística Terres de l'Ebre va participar activament en les Jornades de Turisme Ornitològic 2010 organitzades per l'Agència Catalana de Turisme (ACT) amb un taller (*workshop*) en què van intervenir activament entitats del territori i operadors turístics estrangers dels mercats del Regne Unit, Finlàndia, Itàlia, Holanda i Suècia. Els que van participar en les taules de treball van fer nit a les Terres de l'Ebre i van destacar la bona organització de l'esdeveniment i la riquesa de la zona, ja que les Terres de l'Ebre és un dels majors punts de riquesa ornitològica de Catalunya i concentra espècies nidificants de gran interès.

En concret, els operadors que van visitar les Terres de l'Ebre van ser:

Avian Adventures, Bird Holidays, Birding-Breaks.nl, Earlybird Birding Tours, Hirundo-Naturreisen, Oriole Birding, Ornith-Holidays, Penguin Travel, Skua Nature i Sunbird. Entre els assistents al *workshop* cal destacar la presència de Keith Betton, considerat com un consultor de reconeixement mundial en matèria de turisme ornitològic. L'activitat a les Terres de l'Ebre ha sigut una de les activitats centrals del viatge de familiarització dels operadors pel territori català, una experiència que també els va portar a visitar zones de les terres de Lleida.

La zona humida més gran

Les Terres de l'Ebre acullen la zona humida més important de la costa mediterrània a la península Ibèrica,



el delta de l'Ebre, vigilat dia i nit per les muntanyes del Port. Aquest espai és el bressol de moltes aus, com ara la gavina corsa (es calcula que el 70% de la població mundial d'aquesta espècie poc comuna es reproduïx al Delta de l'Ebre) i al-

tres exemplars d'espècies atractives, com el flamenc comú, la polla blava, el martinet menut del Delta, l'àguila cuabarrada, el còlit negre, el martinet rosa, el siboc, la perdiu de mar i l'oreneta cua-rogenca, entre molts altres.

► Puja la capacitat adquisitiva dels turistes que visiten el territori

TERRES DE L'EBRE

D'entre 35 i 44 anys, amb fills i de classe social mitjana-alta, per tant, amb més capacitat de despesa. Així és el turista tipus que va visitar l'Ebre durant el 2009, segons l'estudi de la demanda fet pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, gestor de la marca turística Terres de l'Ebre. En aquest sentit, l'estudi detecta que el 38,1% dels visitants arribats al territori corresponen al grup d'edat de 35 a 44 anys, mentre que el segment de 25 a 34 representa el 21,6 % dels turistes i el grup de 45 a 54 anys arriba al 21,9 %. Tantmateix, l'informe del Patronat de Turisme destaca el canvi ocorregut en la classe social dels visitants, amb un augment del 19% de la classe social mitjana i alta en detriment de la classe mitjana i la mitjana baixa. **"Amb l'augment de l'edat dels visitants i el canvi de classe social també hi ha un increment del poder adquisitiu i, per tant, de la capacitat de la despesa"**

sa", va comentar el president del Patronat, Joan Aregio, tot afegint-hi que **"això es tradueix en més ingressos per al sector turístic de l'Ebre"**.

L'estudi, que ha sigut elaborat per l'Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics Costa Daurada, també constata un increment dels turistes de fora de l'Estat espanyol, que representen el 26,1% dels visitants. En aquest sentit, es detecta un increment considerable dels turistes alemanys, anglesos i italians. Tot i així, França segueix ocupant el primer lloc de procedència dels turistes estrangers que visiten les Terres de l'Ebre. Catalunya, amb un 46,5% dels turistes, continua sent el principal lloc de procedència de la majoria de visitants del territori. Pel que fa als visitants de l'Estat espanyol, la xifra davalla fins a situar-se en el 26%. Són principalment de l'Aragó i València.

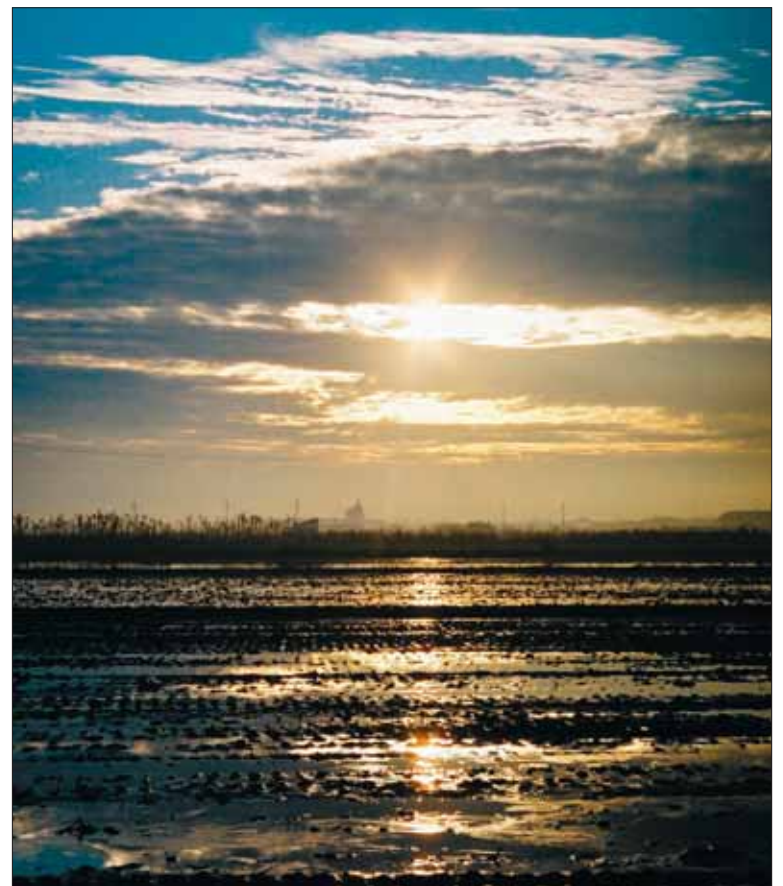
Pel que fa al mitjà a través del qual els turistes descobreixen l'Ebre com

a destí turístic, l'estudi assenyala que Internet és el principal reclam. El 59,9% dels visitants van conèixer la destinació per la xarxa, mentre que la televisió o la ràdio va arribar a un 35,3%, i un 30,3%, a través de les oficines nacionals de turisme.

Pel que fa al mitjà de transport, es manté l'accés amb vehicle propi, amb un 89,9%. Les principals activitats realitzades continuen sent el relax i el descans i la platja, seguida de passejar amb un fort augment. El nou apartat dedicat a les visites realitzades durant l'estada a les Terres de l'Ebre conclou que el delta de l'Ebre, seguit de Tortosa i el Port, són les destinacions més visitades pels turistes allotjats en hotels, càmpings i establiments de turisme rural.

Natura i benestar

L'ambient natural i l'amabilitat de la població són els dos elements més valorats pels visitants durant la seua estada al territori. D'altra banda, la gastronomia –que en



El delta de l'Ebre, Tortosa, i el Port són les destinacions més visitades pels turistes.

aquest últim estudi s'ha inclòs per primer cop– ha aconseguit una valoració de 4,1 punts sobre cinc. L'atenció al client, la qualitat i el restaurant en general són els aspectes més ben valorats.

Un altre aspecte que destaca l'informe és que la cerca de benestar és un dels principals objectius dels visitants (38,6%), seguit de la tranquil·litat (14,1%) i de la bellesa de l'indret (10,1%).

Campanya promocional als mitjans de Catalunya

Durant els mesos de maig i juny, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha donat a conèixer la nova imatge de la marca turística Terres de l'Ebre a través de la nova línia gràfica de publicitat, que té com a objectiu atraure visitants i promocionar els grans atractius de la destinació de cara als mesos més forts de la temporada alta, que ja es va iniciar durant les vacances de Setmana Santa. La nova línia visual inclou una sèrie de sis originals que situen l'espectador dins el paisatge i l'empenyen a participar activament en la riquesa de l'oferta turística de la zona (vegeu més informació a la pàgina 3). La campanya, adreçada principalment a promocionar la destinació turística als mercats de proximitat de les Terres de l'Ebre (que aporten al voltant d'un 50% de les visites rebudes anualment) inclou la realització de reportatges en profunditat a mitjans de premsa escrita, com l'edició especial *Viajar*, de *La Vanguardia*, i *Destino*, d'*El Periódico de Catalunya*, insercions d'espots publicitaris als canals de televisió 8TV i Barcelona TV, així com millores en el posicionament de la marca als principals cercadors i xarxes socials d'Internet, com ara Facebook, Google i Edreams.

La campanya s'ha inserit en mitjans com 'Viajar' de 'La Vanguardia' o 'Destino' d'El Periódico'.

▶ Croàcia, exemple de la qualitat turística



El president del Patronat de Turisme de la Diputació, Joan Aregio, amb el gerent del Patronat, Octavi Bono.



Els representants del sector turístic ebrenç van conèixer de primera mà el funcionament d'alguns operadors turístics de Croàcia.

CROÀCIA

Una vintena de diputats, representants d'associacions professionals del sector turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, juntament amb periodistes dels principals mitjans de comunicació de la demarcació, van participar, de l'1 al 4 de juny a Croàcia en un viatge de familiaritza-

ció organitzat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. L'objectiu principal? Conèixer Croàcia com una destinació turística europea que ha sabut prioritzar la qualitat de la seua oferta per sobre de la quantitat i mantindre un intercanvi d'informació amb alguns dels principals agents turístics d'aquest

país europeu amb la finalitat d'agafar idees sobre organització, gestió, qualitat dels establiments o diversificació de l'oferta a més de conèixer amb més detall els canals de distribució que fa servir aquest país.

Durant la seua estada, que va durar quatre dies, els representants ebrençs i

tarragonins van visitar les ciutats d'Split i Dubrovnik.

A la primera ciutat van tindre la possibilitat de conèixer el patronat de turisme de la zona i l'associació de Petits Hotels Familiars, a més de l'aeroport de la ciutat. A Dubrovnik, en canvi, els representants del sector turístic van participar en conferències per co-

nèixer la primera agència de viatges de Croàcia, Atlas DMC, o el principal grup empresarial d'allotjament d'aquest país, Valamar. També van visitar l'autoritat portuària de Dubrovnik, un dels principals ports de creuers de la Mediterrània. El 2008 van passar-hi més de 840.000 passatgers.

▶ Suport als càmpings de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha signat un conveni amb l'Associació de Càmpings de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre han signat un conveni segons el qual l'ens provincial dóna un ajut de 50.000 euros a l'associació. Aquesta quantitat es destinarà a la realització d'accions publicitàries conjuntes, a la participació en un programa específic de fires i a un conjunt de viatges de familiarització. La signatura de l'acord va anar a càrrec del president de la Diputació, Josep Poblet; el president del Patronat de Turisme de la institució, Joan Aregio, i la presidenta de l'Associació de Càmpings, Berta Cabré. Poblet va recordar la importància del sector dels càmpings a la demarcació de Tarragona, que compta amb 64.000 places i que l'any passat va registrar un total de 5.825.000 pernотacions. Aregio, per la seua banda, va assenyalar que l'acord amb l'associació aconsegueix incrementar l'eficiència dels recursos i orientar millor les tasques de promoció real dels productes i serveis turístics. Finalment, Cabré va agrair el suport de la Diputació al sector, el qual, ha indicat, no ha crescut darrerament en nombre d'establiments, sinó que n'ha perdut.



Moment de la signatura del conveni entre els representats de la Diputació i els de l'associació de càmpings.

Breus

El nou llagut 'Lo sirgador' oferirà deu paquets turístics

Prova pilot per explotar turísticament les muscleres

Les muscleres de les badies del delta de l'Ebre (Alfacs i Fangar) seran obertes a l'explotació turística, si finalment prospera una prova pilot que s'està implementant durant aquest estiu i que n'ha de permetre avaluar la possible expansió a totes les explotacions de musclos i ostres de la zona.

La Direcció General de Pesca ha aprovat la resolució per la qual autoritza la prova en dos muscleres de la badia del Fangar i dels Alfacs per determinar les necessitats del projecte i els punts a millorar. Els aqüicultors preveuen organitzar visites a les muscleres, informar sobre tot el procés de producció i oferir degustacions del producte en la mateixa explotació, amb l'objectiu de dinamitzar l'economia i el turisme del Delta.

TERRES DE L'EBRE

El nou llagut *Lo sirgador* oferirà deu productes turístics al voltant del riu Ebre. Un recorregut des d'Amposta i fins a Tortosa amb visita inclosa a la Catedral, al Centre d'Interpretació del Renaixement i als Reials Col·legis a més d'un dinar llaguter, un altre des de Tortosa i fins a Xerta amb dinar al restaurant amb una estrella Michelin Torreó de l'Índia o el recorregut d'Amposta a Xerta amb llagut per després continuar fins a la Terra Alta amb bicicleta per la Via Verda, són només tres d'aquests deu paquets turístics que s'han posat al mercat coincidint amb la festivitat de Sant Joan, el 24 de juny.

Durant la temporada estiuenca el llagut recorrerà cada cap de setmana la Gran Ruta de l'Ebre, entre Amposta i Miravet, fent parada també als municipis de Tortosa, Xerta i Benifallet. Aquesta gran ruta s'estructura de manera que permet enllaçar i connectar amb altres activitats



El nou llagut, que va fer el seu primer viatge el 18 de juny, operarà tots els caps de setmana.

i productes turístics de l'Ebre, combinant un o diversos trajectes del llagut amb la Via Verda, la restauració de luxe, les visites al patrimoni de Tortosa, Miravet i Benifallet o als diferents centres d'interpreta-

ció de la Batalla de l'Ebre.

D'altra banda, fora de la temporada d'estiu (entre Setmana Santa i finals d'octubre) també és previst poder oferir alguna de les rutes, sempre que les condicions de navegació

ho permeten.

L'embarcació, que imita els antics llaguts que fa uns cinquanta anys navegaven pel riu l'Ebre, disposa d'una capacitat per a més de cinquanta passatgers.

Tram de Via Verda per a persones amb mobilitat reduïda

TERRES DE L'EBRE

La Diputació de Tarragona, a través del Patronat de Turisme, ha donat un nou impuls a la Via Verda, l'antic recorregut ferroviari reconvertit en itinerari turístic pel Baix Ebre i la Terra Alta. I és que aquest mes de maig ja s'ha inaugurat la renovació d'un tram d'aquesta via per adaptar-la a persones amb mobilitat reduïda. Amb una inversió de 54.000 euros, la Diputació ha fet possible l'adequació d'aquest tram, situat entre Bot i Prat de Comte. En aquest sentit, s'han eliminat les barreres arquitectòniques existents, facilitant així l'accés a tots

els ciutadans al que es considera un dels atractius turístics més importants d'aquesta comarca. El nou tram va ser inaugurat a mitjan maig pel president de la Diputació, Josep Poblet.

Atractiu turístic

La Via Verda transcorre per l'antiga via fèrria que es va projectar el 1882 per unir la Puebla de Híjar (Terol) i Tortosa, atès l'interès de l'Aragó de disposar d'una via d'accés de l'interior a la costa per explotar els seus productes. L'obra, inaugurada parcialment el 1942, no es va acabar mai del tot, i això va contribuir

al seu tancament, l'any 1973.

Des de principis del present segle, aquesta antiga via s'ha reconvertit en un destacat atractiu turístic per fer a peu o en bicicleta, amb un recorregut de 49 quilòmetres entre Tortosa i Arnes pels paratges més notoris de les comarques del Baix Ebre i la Terra Alta. La ruta s'ha convertit en un dels recursos turístics imprescindibles per a qualsevol visitant interessat a conèixer el patrimoni natural i cultural de les Terres de l'Ebre. La via continua per la Vall de Safan, a la comarca del Matarranya.



La Diputació ha fet accessible un tram entre Bot i Prat de Comte.

Restauradors i productors creen el Col·lectiu de Cuina de la Ràpita



La regidora de Turisme de la Ràpita, Rosa Anglés, envoltada d'alguns restauradors de la Ràpita durant la presentació del Col·lectiu de Cuina en el marc de Fitur.

TERRES DE L'EBRE

Una quinzena de restauradors de Sant Carles de la Ràpita i una quinzena de productors de productes gastronòmics típics del delta de l'Ebre han creat el Col·lectiu de Cuina Sant Carles de la Ràpita-Delta de l'Ebre.

L'objectiu? Promocionar la

riquesa i els valors gastronòmics del territori amb l'objectiu de convertir-lo en un atractiu turístic més de la zona del delta de l'Ebre.

Aquest col·lectiu de cuina, que s'ha presentat en diferents escenaris, com ara la Fira Internacional de Turisme de Madrid, Fitur, o el Saló Internacional del Turisme

de Barcelona, va començar a caminar a finals del 2009 i durant aquest primer mig any ha treballat per donar-se a conèixer als principals certàmens i entre el públic en general. Cadascuna d'aquestes presentacions van acompanyades de degustacions del saber fer gastronòmic d'aquests restauradors.

Inaugurat el Centre d'Interpretació del Ferrocarril



El president de la Diputació de Tarragona, Josep Poblet, va ser l'encarregat d'inaugurar aquesta primera fase.

Móra la Nova va estrenar aquest mes de maig la primera fase del Centre d'Interpretació del Ferrocarril, endegat per la Fundació per a la Preservació del Patrimoni Ferroviari-Industrial (FPPFI), amb l'Ajuntament com a patró fundador. Un miler de persones van presenciar l'acte d'inauguració, a càrrec del president de la Diputació de Tarragona, Josep Poblet. També va comptar amb la presència de l'alcalde de Móra la Nova, Joan Sabanza; el president de la FPPFI, Jordi Sasplugas, o el secretari general d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat, Enric Aloy.

Aquest projecte, que compta amb vuit fases i una inversió total de 3,7 milions d'euros, té l'objectiu de convertir-se en un reclam turístic. I és que s'està impulsant un tren turístic que ha d'unir les comarques del sud de Catalunya amb Madrid. Al centre, per tant, se li ha de sumar un tren que recorrerà part del territori.

El Catalunya Convention Bureau ven el turisme de reunions

TERRES DE L'EBRE

Al mes de febrer, l'Agència Catalana de Turisme va crear el Catalunya Convention Bureau (CCB) amb l'objectiu de donar suport a la comercialització de l'oferta turística vinculada al turisme de reunions. El conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, va presentar aquest organisme tot destacant que pretén posicionar Catalunya com a referent internacional en el turisme de reunions, agluti-

nar i coordinar l'activitat que genera aquest sector a Catalunya, oferir a les empreses un instrument eficient i àgil que contribueixca a optimitzar la seua acció promocional i comercial i potenciar la millora i la innovació del producte turístic de reunions, entre d'altres.

Coincidint amb la presentació d'aquesta nova oficina de promoció, la Generalitat també va presentar el primer informe sobre l'activitat del turisme de

reunions a Catalunya, on recull que l'impacte econòmic generat per aquest sector és de més de 1.350 milions d'euros, amb l'organització de 5.250 reunions i la participació de 960.000 delegats l'any 2009. Aquestes trobades professionals representen el 20% del total de les que es van celebrar a tot l'Estat espanyol.

Segons aquest mateix estudi, Barcelona és la destinació capdavantera en aquest tipus de reunions.



Moment de la presentació del Catalunya Convention Bureau a Tortosa.

LA LLUM PLÀCIDA DEL MATÍ DÓNA UN AIRE
MÀGIC AL BOSC DE RIBERA. SENTO L'EXPECTACIÓ
DE L'AVENTURA QUE ESTIC A PUNT DE VIURE.

AQUÍ COMENÇA TOT.



Terres de l'Ebre

On t'aturen els detalls

Aigües que parlen d'ibers, sarraïns i templers. Aigües preciades, custodiades per imponents castells. Aigües carregades d'històries de sirgadors, mercaders i viatgers. Aigües de gran bellesa, envoltades de vinyes, prats, sequers i cirerers. Aigües d'un riu que convida a navegar-lo i a deixar-se portar. El viatge comença a les Terres de l'Ebre. Viuràs només depèn de tu.

Vine a navegar pel riu Ebre! Viatges en barca o piraqua a la Ribera d'Ebre. Més informació a les oficines de turisme del Consell Comarcal de La Ribera d'Ebre: Plaça Sant Roc, 2. 43740 Mora d'Ebre. Tel. 977 41 40 29 – 977 40 11 51 www.riberaebre.cat turisme@riberaebre.cat



PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA

www.terresdelebre.travel • terresdelebre@diputa.cat • Tel. 977 444 447