

El Pla de l'Estany vol una marca per promocionar el turisme i l'economia

El Consell comarcal signa un acord amb la Universitat de Vic perquè defineixi i desenvolupi el projecte

El Consell comarcal impulsarà la creació de la marca del Pla de l'Estany per augmentar la promoció econòmica, turística, gastronòmica i cultural. Per tirar endavant aquest projecte, l'ens comarcal ha firmat un conveni de col·laboració amb la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC) perquè aquesta institució elabori un estudi que permeti definir i desenvolupar el concepte de la nova marca del Pla de l'Estany. La seva realització tindrà un cost de 10.169,49 € i està previst que sigui una realitat el 2017.

La nova marca territorial s'associarà als valors i als atributs del Pla de l'Estany, definint la seva identitat i singularitat. El procés, a més, s'emmarcarà en un pla de desenvolupament comarcal.

Des del Consell van informar que la iniciativa anirà molt més enllà de la creació d'un logotip o un eslògan exclusivament turístic, ja que el projecte vol millorar la posició competitiva del Pla de l'Estany i, alhora, exaltar el sentiment de pertinença entre els seus habitants. Per això, la iniciativa impulsarà un procés de participació ciutadana que comptarà amb una àmplia representació del territori.

El president del Consell comarcal del Pla de l'Estany, Jordi Xargay, i el rector de la UVic-UCC, Jordi Montaña, van firmar ahir el conveni de col·laboració que permetrà la definició i el disseny de la marca del Pla de l'Estany. Xargay va explicar que «el Pla de l'Estany és una comarca petita rodejada de comarques grans com la Garrotxa o l'Alt Empordà però amb un gran potencial turístic, paisatgístic, històric i gastronòmic», motiu pel qual «hem considerat necessària la recerca d'una eina per treure el cap i aconseguir que molta més gent descobreixi els petits racons de la comarca».

Font del document:

http://www.diaridegirona.cat/comarques/2016/10/21/pla-lestany-vol-marca-promocionar/810351.html?utm_source=rss