L'Empordà com a marca

Les comarques de l'Alt Empordà i el Baix Empordà aposten cada cop més per una promoció conjunta
El turisme és el sector en què més s'actua
La imatge gràfica de la marca única es concretarà el 2015

La marca Empordà està en gestació i encara no disposa d'imatge gràfica, però ja funciona: a banda de si se situen a la comarca del Baix Empordà o de l'Alt Empordà, van sortint iniciatives –tant des del sector privat com des de l'administració pública– que opten per definir-se com a "productes de l'Empordà", a seques. "Cada vegada hi ha més gent que considera que val la pena apostar-hi", confirma Manuel Toro, des de l'àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Figueres.

Dues comarques unidesEls dos consells comarcals ja treballen conjuntament per promoure sota un únic paraigua aspectes com ara els espais naturals i l'enoturisme. S'està treballant en un projecte de recursos medievals de l'Empordà, una nova estratègia de creació d'un producte turístic per promocionar les dues comarques en l'àmbit del patrimoni arquitectònic i cultural. L'edició d'un fullet de cales i camins de ronda de l'Empordà és un altre dels temes que estan damunt la taula. D'altra banda, per segon any consecutiu, s'han editat 30.000 plànols de l'Empordà per ser difosos a les oficines de turisme, museus i altres centres d'interès turístic.

La marca Empordà ja ha participat en vuit fires turístiques a Catalunya, a l'Estat espanyol i a l'Estat francès. "No es tracta d'una unió política dels dos consells, però és clar que hem de fer una promoció conjunta i unir esforços en lloc d'anar cadascú pel seu cantó, i és el que estem fent", explica Xavi Sanllehí, president del Consell Comarcal de l'Alt Empordà. Joan Trias, conseller comarcal de Turisme del Baix Empordà, també confirma que aquesta feina ja està en curs i que va pel bon camí: "Hi ha molts aspectes de promoció pels quals treballem en un catàleg únic, sobretot pel que fa al turisme entès en un sentit ampli, que ha d'incloure gastronomia, productes del territori, enoturisme i espais naturals", diu Trias. Tots els interlocutors consultats per aquest diari coincideixen a dir que no es potencia la marca Empordà per competir amb la denominació Costa Brava i que els dos conceptes s'hauran de complementar.Un sentimentAmb tot, també hi ha coincidència a dir que la marca Costa Brava està molt associada a sol i platja, i que la marca Empordà ha de permetre potenciar els atractius de les parts interiors del territori amb els seus components culturals i patrimonials. "Empordà és més que una marca, és un sentiment", diu Toro.

Publicat a:
-El Punt Avui. Comarques Gironines 02-02-2014 Pàgina 2

Font del document:
http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/4-economia/18-economia/713406-lemporda-com-a-marca.html?cca=1&piwik_campaign=rss&piwik_kwd=mesEconomia&utm_source=rss&utm_medium=mesEconomia&utm_campaign=rss