

→ **PROMOCIÓ.** DESPRÉS DE LA PRESENTACIÓ DE L'ESTUDI, ARA S'OBRE UN TERMINI PER RECOLLIR LES APORTACIONS DE TOTHOM QUI HO DESITGI

# Castelló presenta l'Agència de Promoció i Turisme davant del teixit empresarial

Neix per donar resposta a les necessitats actuals de gestió en les àrees de Turisme, Comerç i Promoció Econòmica

Redacció | CASTELLÓ D'EMPÚRIES

■ L'Ajuntament de Castelló d'Empúries va presentar dijous l'embrió de l'Agència de Promoció i Turisme, el nou organisme de gestió turística que neix després que el consistori hagués encarregat, a principi d'any, un estudi per la creació d'un ens per donar resposta a les necessitats actuals de gestió i governança de les àrees de Turisme, Comerç i Promoció Econòmica de l'Ajuntament.

L'objectiu de la nova eina és el de marcar un full de ruta amb una



PRESENTACIÓ. L'organisme es va donar a conèixer la setmana passada

HORA NOVA

estratègia clara que marqui la direcció cap on s'han d'enfocar les diferents polítiques i accions referents a les accions promocionals.

La mesura, d'altra banda, també preveu la participació i im-

plicació del sector privat del nucli per tal de poder marcar els fonaments d'un nou model que permeti fer front als canvis en el sector turístic i comercial des d'una visió compartida per tots els agents que formen part de la

cadena turística i comercial del municipi.

«Apart de ser una promesa electoral, la formació d'aquest nou ens és una necessitat per un municipi com el nostre, on els sectors turístic i comercial tenen una gran rellevància. Està demostrat que els projectes en què participen conjuntament iniciativa pública i privada normalment són garantia d'èxit», va explicar l'alcalde castelloní, Salvi Güell, durant la presentació.

Després de la presentació de l'estudi, s'obre, a partir d'ara, un termini per recollir les aportacions de tothom qui ho desitgi. Després, es passarà a l'aprovació del Ple i s'iniciarà un període d'exposició pública que més tard serà sotmès a l'aprovació definitiva. La previsió és que a mitjans de l'any vinent l'Agència comenci a funcionar.

**MESURES.** La mesura contempla diverses mesures segmentades en diferents àmbits. Així, en el sector de la planificació i gestió turística es valora la possibilitat de planificar l'estratègia de desenvolupament del municipi a llarg termini, generar coneixement sobre l'activitat turística i econòmica o implementar certificacions de qualitat i sostenibilitat que permetin millorar la gestió dels recursos i empreses.

Pel que fa a l'àmbit del màrqueting i la promoció, un dels objectius és el de definir el posicionament que es vol transmetre com a destinació turística o la concreció de l'estratègia digital a seguir. D'altra banda, la futura Agència també té en compte la promoció de festivals i grans esdeveniments, el suport a l'empresa i a l'emprenedoria o la promoció i dinamització del comerç local. ■