

La nova agència de promoció i turisme serà realitat a l'estiu

► Es vincula el sector públic i el privat per crear polítiques de promoció en la mateixa direcció

AIDA VILAR CASTELLÓ D'EMPÚRIES

■ L'agència de promoció i turisme de Castelló d'Empúries i Empuriabrava serà el nou organisme de gestió turística del municipi a partir de l'estiu vinent. L'ens, que unirà l'administració pública amb el sector privat, coordinarà les polítiques necessàries per donar resposta a les necessitats del sector turístic i comercial i marcarà les bases d'un nou model que permetrà fer front als canvis del sector. «Aquesta nova creació és una necessitat al nostre municipi, on el sector turístic i comercial tenen gran rellevància. Està demostrat que els projectes en què col·laboren iniciativa pública i privada normalment són garantia d'èxit», explicava l'alcalde, Salvi Güell.

L'Ajuntament de Castelló d'Empúries va encarregar la creació d'un estudi per establir en quin punt es troba el sector turístic al municipi, quin és el full de

ruta que s'ha de marcar per ser més eficients i com s'hauria d'establir el nou organisme de gestió. Des de principis d'any s'ha analitzat el funcionament de tots els agents implicats del sector, i s'ha comptat amb la informació aportada per una setantena d'empreses locals que han aportat la seva experiència en taules de treball. Els resultats de l'estudi es van presentar el dijous passat, 15 de novembre, al Centre Cívic d'Empuriabrava.

Ens autònom a l'Ajuntament

Els resultats de l'estudi van ser presentats per Maurici Carbó, de l'empresa SDC, que explicava que «a Castelló hi ha una mancança de lideratge en l'organització de la gestió turística, i una debilitat comunicació entre el sector públic i el privat». Després d'analitzar els resultats, s'ha conclòs que la forma ideal d'aquesta organització sigui



L'estudi encarregat per l'Ajuntament establia el full de ruta que s'ha de marcar per ser més eficients.

un ens autònom de l'Ajuntament, ja que, tal com matisava l'alcalde: «La gent del sector té ganes de participar i decidir, però sense intervenir econòmicament». Al seu torn, la regidora Helena Solana explicava que, gràcies a l'estudi: «Des de les Àrees de Turisme, Comerç i Promoció Econòmica, ara tenim clars quins objectius hem de definir per tal que la nostra destinació sigui atractiva i competitiva, i oferir una millor experiència al visitant».

A la reunió informativa també es va fer saber que l'equip que di-

rigirà l'agència estarà format per representants de l'equip de govern, de l'oposició i també de deu integrants del teixit empresarial i comercial del municipi. Les funcions de l'entitat seran la planificació i gestió turística; el màrqueting i la promoció; la dinamització i els esdeveniments; i la promoció econòmica.

En obrir el torn de paraula al públic, alguns comerciants d'empreses nàutiques i membres de Tot Comerç van expressar que, per a ells, l'estudi arribava tard i li mancaven propostes d'acció con-

cretes. A aquests comentaris, l'alcalde va respondre destacant la importància de la instauració d'aquest ens ja que «altres municipis referents en turisme en tenen, i a nosaltres ens faltava».

Ara que s'ha fet la presentació de l'ens s'obre un període de quinze dies per fer aportacions i consultar l'estudi. A continuació, la proposta es passarà a aprovació inicial al ple i s'obrirà un període d'exposició pública abans de sotmetre'l a aprovació definitiva. El nou òrgan es posarà en funcionament al mes de juny del 2019.