

19/03/2019

El Pla de màrqueting turístic de Catalunya 2018-2022 prioritza la desestacionalització del turisme a la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona ha col·laborat amb l'Agència Catalana de Turisme durant el procés d'elaboració del document, presentat avui a Reus i a Tortosa

Més de 60 empreses i entitats del sector turístic de la Costa Daurada i més de 30 de les Terres de l'Ebre presents a Reus i Tortosa, respectivament, per tal de conèixer el contingut del Pla de màrqueting turístic de Catalunya 2018-2022. El document de l'Agència Catalana de Turisme contempla la voluntat d'enfortir les relacions amb els patronats de turisme de les diputacions catalanes, l'increment dels viatges durant els mesos de març a maig i a l'octubre, així com l'augment de la despesa mitjana dels visitants.

La presentació dels objectius i accions concretes marcats des de l'Agència Catalana de Turisme ha comptat amb l'assistència del president del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, Martí Carnicer, tant a Reus com a Tortosa. També ha participat de la presentació a Tortosa la directora dels Serveis Territorials d'Empresa i Coneixement a les Terres de l'Ebre, Mercè Miralles. Les dues presentacions les ha fet el director de l'Agència Catalana de Turisme, David Font, davant els representants del sector del nostre territori.