

Els alumnes amb símptomes de la grip A hauran de quedar-se com a mínim set dies a casa

ACN / Barcelona

● El protocol elaborat pels departaments de Salut i d'Educació deixa clar que quan un alumne presenti símptomes de grip AH1N1 haurà de quedar-se a casa «com a mínim set dies» i no podrà tornar fins a 24 hores després de la desaparició dels símptomes. De la mateixa manera, quan es detecti un infant amb símptomes, serà aïllat de la resta i s'haurà d'avisar immediatament la seva família perquè el vingui a buscar i el porti al metge. Si es confirma un cas de grip A, les famílies de tots els alumnes de l'aula hauran de ser avisades.

Els consellers d'Educació i de Salut van presentar ahir a la tarda aquest protocol d'actuació a les aules per la grip A. El protocol estableix també que quan l'infant torna a l'escola després de tenir la malaltia, o haver-ne tingut els símptomes, ha d'extremar les mesures higièniques perquè el risc de contagi pot allargar-se encara deu dies més.

D'altra banda, la majoria

de mesures incloses dins del protocol es destinen a millorar els hàbits d'higiene dels alumnes i dels centres. En aquest sentit, quan s'esternuda es recomana tapar-se la boca o el nas amb un mocador de paper d'un sol ús; els nens hauran de mantenir les mans netes rentant-se les amb aigua i sabó durant 20 segons; també tornaran a rentar-se-les després d'haver esternutat; els aularis es ventilaran com a mínim durant 15 minuts al dia i es desinfectaran regularment llapis, taules, teclats d'ordinadors, manetes de porta, ratolins o joguines, una tasca encomanada als serveis de neteja.

El protocol recomana, a banda de les mesures higièniques per als més petits, a aquests grups evitar que estiguin a prop de les persones que tinguin símptomes de la grip A. En el cas de dones embarassades s'aconsella que truquin a Sanitat Respon (902 111 444) o que vagin al CAP, si se sospita que s'han pogut exposar al virus.

El pla territorial retira els criteris d'inundabilitat que dificultaven el creixement de la ribera de l'Ebre

L.M. / Tortosa

● El pla territorial de les Terres de l'Ebre ja està a exposició pública i durant els pròxims dos mesos es poden presentar al·legacions a un document que abans de la seua aprovació inicial ja va estar obert a les aportacions d'administracions públiques, entitats i particulars i que va rebre un total de 500 suggeriments, bona part dels quals s'han incorporat al redactat final, segons el Departament de Política Territorial i Obres Públiques. En aquest sentit, i en resposta a la petició dels ajuntaments de la ribera de l'Ebre, s'han retirat del pla territorial els criteris d'inundabilitat que dificultaven el creixement urbanístic de la zona, així com la xarxa de tren tramvia entre Roquetes i Amposta. D'altra banda, s'han

inclòs separadors urbans entre Tortosa i el nucli de Campredó, i entre l'Aldea i Camarles.

El document és una revisió del pla territorial aprovat el 2001 i té com a horitzó el 2026, en què es calcula que la població de les Terres de l'Ebre haurà superat els 203.000 habitants. Amb el pla es fa una aposta per la industrialització de les comarques de l'Ebre i es preveu una important reserva de sòl industrial: 735 hectàrees a continuació del polígon Catalunya Sud (entre l'Aldea i Camarles), 150 hectàrees al port dels Alfacs i 90 entre Móra la Nova i Garcia. També es pretén potenciar el port dels Alfacs i connectar-lo a la xarxa ferroviària.

L'aprovació definitiva del pla territorial es preveu a principi de l'any vinent.

Montblanc registra les pitjors xifres de visitants durant la temporada d'estiu des de l'any 2000

Tot i la davallada general, el mes d'agost ha salvat la temporada a la comarca

C. GUTIÉRREZ / Montblanc

● La crisi continua incidint en el turisme i la vila ducal no se n'escapa. El darrer any en què va créixer el turisme a Montblanc va ser el 2006,

amb 3.537 consultes ateses a l'Oficina de Turisme de Montblanc, mentre que enguany en el mateix període —els mesos de juliol i agost— se n'han atès la meitat, 1.815.

Aquesta dada confirma el que ja es preveia l'any passat, en què el descens ja es va notar i feia augurar les pitjors xifres de visitants a l'estiu des de l'any 2000.

Si l'any passat les xifres de visitants de l'estiu van ser dolentes, les d'enguany han estat encara pitjors, i s'han arribat a enregistrar les xifres més baixes de visitants des que l'Oficina de Turisme de Montblanc va obrir les portes l'any 2000.

El descens més acusat es troba si es compara la temporada estival d'enguany amb la de l'any 2006. Aleshores, entre juliol i agost, l'oficina d'informació turística va atendre 3.537 consultes, una xifra que enguany s'ha reduït a la meitat, amb 1.815 consultes.

Malgrat que l'índex d'ocupació al litoral no ha estat dolent, s'ha esvaït l'efecte positiu que aquests turistes, sobretot estrangers, tenien anys enrere a l'interior. Han estat molts els que han preferit quedar-se a la platja per estalviar despeses. El turista espanyol i el català han optat per estades d'un dia sencer.

Un any fluix

Enguany no només l'estiu ha estat fluix, tampoc l'inici de l'any va ser bo, ni els mesos de maig i juny, en què tradicionalment hi ha poques visites. Les estadístiques se salven a l'abril i el començament de maig gràcies a la Setmana Santa i la Setmana



Montblanc rep un gran nombre de visitants allotjats al litoral de la Costa Daurada i també a la comarca. / EL PUNT

Clickània (octubre) i la Fira de Sant Martí (novembre), que es van endegar l'any passat, així com la campanya per atraure visitants els divendres, dia de mercat, que té en la visita guiada a la vila el valor afegit. L'any passat, tot i la davallada del nombre de visitants que hi va haver a l'estiu, 286 turistes van escollir l'opció de visitar la vila acompanyats d'un guia turístic de Montblanc. Enguany, durant els mesos de juliol i agost hi ha hagut menys turistes, però el nombre de visites guiades —236— ha estat prou bo; és la segona millor xifra després de la de l'any passat.

Les coves de l'Espluga

C.G. / L'Espluga de Francolí

● L'àmplia oferta de recursos turístics que la Conca de Barberà ofereix també ha tingut ressò. En el marc d'activitats de turisme actiu a la comarca, una xifra sorprenent que ha recollit l'Oficina de Turisme Comarcal ha estat l'augment de participants en la Ruta d'Aventura dins les coves de l'Espluga, especialment en el mes d'agost, amb un 30% més respecte a l'any anterior. També cal destacar les visites al castell de Solivella i al Racó del Càntir de Solivella, i les visites guiades a Barberà de la Conca. En canvi, el monestir de Poblet ha tingut un descens del 10% del nombre de consultes respecte a l'any passat.

Medieval, cosa que demostra que es pot mantenir la capacitat d'atraure visitants en moments puntuals si l'oferta és diferenciada i

de qualitat. Per això hi ha una certa esperança de revifar l'activitat amb la celebració la temporada de tardor de Terrània (setembre),

Agost profitós a la Conca

Partint de la base que el mes d'agost és el mes de vacances per excel·lència i malgrat que les previsions afirmaven una caiguda general, els diferents sectors del turisme a la comarca de la Conca de Barberà coincideixen a valorar que s'ha mantingut el nombre de visitants respecte de l'any anterior. El sector de la restauració ha estat el menys afectat per aquesta davallada, tot i que els restauradors han notat un cert estalvi. Els càmpings i els apartaments turístics són els que han registrat més ocupació, amb un 61,50% i un 80% el mes d'agost respectivament.

Cambrils debat com aconseguir que una ciutat sigui de les més visitades

N. ROCA / Cambrils

● La publicitat és l'eina fonamental a través de la qual es fonamenta la promoció turística d'una ciutat. I com aconseguir que una destinació se situï al capdavant del rànquing de les més visitades és el que porta de corcoll els professionals del sector. Publicitat i promoció turística que es farà el 27 de novembre a

Cambrils, vol contribuir a donar els recursos per assolir el repte. Pel director de l'escola de turisme de la URV, Salvador Anton, reflexionar sobre el posicionament de les destinacions turístiques és «la base de l'èxit». D'aquesta manera és fonamental «que una destinació tingui notorietat als mercats», ja que per una banda fa que «estigui ben posicionada» i per

l'altra, «que els turistes tinguin expectativa d'anar-hi». L'objectiu s'aconsegueix, segons Anton, superant un procés creatiu que posi en evidència «els valors que s'han de comunicar» i identifiqui «quin tipus de turista».

Per això, la sessió té en compte l'àmbit de la publicitat: fer una projecció de la ciutat i de l'element que es vol vendre i fer-lo

atractiu per convèncer el turista. L'alcalde, Robert Benaiges, assenyalava que això és fonamental tot i que fins ara no s'hagi tractat com a model d'estudi.

La jornada, en la qual participaran professionals del turisme i la publicitat, està adreçada als professionals i estudiants i té un preu de 70 euros —professionals— i 30 euros —estudiants.