

El plan estratégico de Onda aboga por el castillo como icono turístico - Mediterráneo - 03/05/2017

EL INFORME DE LA UJI APUESTA POR UN ACCESO DIRECTO A LA FORTALEZA

El plan estratégico de Onda aboga por el castillo como icono turístico

► El estudio consta de ocho vertientes y una inversión de 15.300 €

NADAL ESCRIG
ONDA

El plan estratégico de turismo de Onda propone que el castillo sea el icono del municipio. El responsable del gabinete de Estudios Turísticos de la UJI y director del proyecto, Diego López Olivares, presentó un esbozo del plan en la segunda jornada de sensibilización, en el Museu del Taulell. El 8 de junio se presentará el estudio completo, en el que el Ayuntamiento invierte 15.300 euros.

El plan consta de ocho estrategias: de producto patrimonial, cultural y museístico; de rutas, deporte y naturaleza; alojamiento y gastronomía; oferta comercial; urbanismo, infraestructuras y servicios; tecnologías de la



►► El Ayuntamiento quiere potenciar el castillo como referente turístico.

información y la comunicación; marca y comercialización de producto; y dinamización turística.

Y fija una serie de objetivos, como la apuesta por una marca con un eslogan y un logo, que «debería tener como base el castillo de

las 300 torres», dijo López. También se insiste en la necesidad de una conexión directa a la autovía CV-10, sin pasar por las rotondas de la CV-20 entre los polígonos, o promover un hotel con encanto en el casco histórico. ≡

ESCRIG