

Tasta l'Empordà reuneix més de 1.700 participants en 37 experiències culturals i gastronòmiques

La segona edició de la campanya ha generat 1,2 milions d'impactes a les xarxes socials i ha reforçat la promoció turística de l'Alt i el Baix Empordà fora de la temporada d'estiu

La segona edició de Tasta l'Empordà ha tancat la seva programació amb més de 1.700 participants en les 37 experiències gastronòmiques, culturals i patrimonials organitzades durant els mesos de maig i juny en municipis de l'Alt i el Baix Empordà. La iniciativa forma part de la sisena campanya de promoció turística conjunta impulsada pels consells comarcals de l'Alt Empordà i el Baix Empordà i l'Associació Empordà Turisme. El projecte té com a objectiu fomentar les visites fora de la temporada d'estiu i contribuir a la desestacionalització de l'activitat turística, presentant l'Empordà com una destinació atractiva durant tot l'any. La campanya va finalitzar el 21 de juny, després de gairebé dos mesos d'activitats distribuïdes principalment durant els caps de setmana. La programació ha inclòs visites guiades, degustacions, concerts, maridatges, excursions, representacions teatrals i altres propostes relacionades amb el patrimoni, la cultura i la gastronomia empordanesa. Segons els organitzadors, aquesta edició ha ampliat el nombre d'activitats i ha millorat la qualitat de les experiències, amb la participació de bona part dels municipis turístics de les dues comarques. Un dels principals eixos de Tasta l'Empordà ha estat la promoció digital. Durant la campanya s'han organitzat concursos, sortejos i descomptes vinculats a les diferents experiències programades. Les accions han generat més d'1,2 milions d'impactes a les xarxes socials, 59.463 interaccions i 12.023 comentaris en les publicacions. La campanya de promoció a la ràdio i als mitjans de comunicació també ha arribat, segons l'organització, a una audiència superior al milió de persones. El president de l'Associació Empordà Turisme, Xavi Camps, ha destacat la capacitat de la iniciativa per unir alguns dels principals atractius del territori. "La combinació d'Empordà, gastronomia i patrimoni és imbatible. Sabem que aquesta aposta no només funciona, sinó que és la més coherent amb el que som com a destinació", ha afirmat. El vicepresident del Consell Comarcal de l'Alt Empordà, Pere Casellas, ha posat l'accent en la dimensió digital del projecte. "El que singularitza Tasta l'Empordà, més enllà de l'espectacular proposta d'experiències, és l'aposta digital. Enguany ens hem superat i l'impacte de l'Empordà a les xarxes durant aquesta campanya ha estat altíssim", ha assenyalat. Per la seva banda, el vicepresident del Consell Comarcal del Baix Empordà, Raimon Trujillo-Coris Rotllan, ha valorat positivament la incorporació del patrimoni i la cultura a una proposta inicialment centrada en la gastronomia. "El salt que enguany ha suposat sumar-hi patrimoni i cultura ens ha donat molta més força per presentar una programació molt potent, equiparable a altres esdeveniments similars que es fan amb molt més pressupost", ha explicat.

Font del document:

<https://www.diaridegirona.cat/alt-emporda/2026/07/13/tasta-emporda-reuneix-mes-1700-persones-132405292.html>