



GUIA METODOLÒGICA:
PLANTEJAMENT D'ÀMBITS,
LÍNIES ESTRATÈGIQUES I
OBJECTIUS

Consideracions introductòries.

EL CAMP, LA SUMA DE TOTS

Ja hem comentat en alguna ocasió que el Pla Estratègic del Camp ens obliga a repartir els nostres esforços en dos camps: a) el coneixement de la realitat de les sis comarques que formen el Camp, i b) la visió de futur, o imatge del futur, que ens il·lustri sobre on és possible i desitjable anar.

Sens dubte, la segona acció és la més difícil per diferents motius. Fer una prospectiva sobre el futur del Camp ens obliga a endinsar-nos en un escenari ple d'incerteses, doncs probablement durant el període 2008-2015 els canvis socials, tecnològics i econòmics que experimentarà en pocs anys un territori con el Camp seran intensos i no es limitaran a la seva epidermis sinó a la seva estructura. Per això cal treballar a dos nivells: un més abstracte vinculat amb la missió del Pla; i l'altre de més concret relacionat amb les estratègies i les accions.

Pel que fa al nivell més genèric, recordem la primera proposta que varem fer sobre la missió,

“El Camp de Tarragona és una àrea metropolitana situada estratègicament en el vèrtex del corredor de l'Ebre i l'arc de la Mediterrània que destaca per la seva qualitat de vida, on la creativitat dels seus ciutadans, l'empenta de les seves empreses i el lideratge de les seves institucions són elements imprescindibles per a fer de Catalunya una de les regions més dinàmiques d'Europa amb una economia innovadora basada en el coneixement i una gran cohesió social i territorial”.

Quines idees força es desprenen d'aquesta proposta inicial?.

- ✓ Per una banda el reconeixement d'una realitat territorial en transformació que, en molts aspectes, supera els límits locals i genera fenòmens de caràcter metropolità –mobilitat dels ciutadans, mercat de treball supralocal, divisió del treball entre les ciutats del Camp, creixent complementarietat del sistema seu urbà, etc.-. Tot i que les sis comarques del Camp no tenen un caràcter d'àrea metropolitana, si que és cert que el territori, cada cop més, es configura com una realitat suprolocal.
- ✓ Per una altra banda, trobem un intangible de gran poder estratègic: la localització. El Camp és el territori que encaixa les dues principals corrents econòmiques de l'Estat espanyol –la Vall de l'Ebre i l'Arc de la Mediterrània-. És el territori que ha de fer de pont entre el País Valencià i Catalunya per eliminar la discontinuïtat i les barreres entre les dues regions. És la 'Porta de la

Mediterrània' per a un gran nombre de ciutadans que resideixen en localitats situades 'terra endins'.

- ✓ En tercer lloc podem afirmar que el paper de la Mediterrània en la evolució del Camp mereix un paper destacat. Sense aquest mar tranquil que ha propiciat al llarg de la història el ventall de cultures més diverses i riques de la terra, el Camp no es pot entendre. Aquest territori va gaudir de Tarraco, la capital de la Hispania romana, gràcies al mar. L'expansió comercial centrada en els fruits secs i sobretot en el vi i l'aiguardent que va situar a Reus com a principal plaça del comerç mediterrània, primer amb els comerciants holandesos i, després amb els anglesos, francesos i el comerç amb Amèrica, va tenir lloc pel mar. La primera transformació industrial de mitjans del segle XIX al voltant del tèxtil també va tenir lloc per l'accés marítim. I, per últim, el canvi de la base productiva de la zona a partir dels anys seixanta del segle passat, centrat sobretot en la indústria química i el turisme, va tenir lloc per gaudir del mar. Ara la qüestió és: podem percebre un futur ambiciós per al Camp de Tarragona d'esquenes al mar?
- ✓ Pel que fa a la qualitat de vida hem dit ja algunes coses. Podem dir que és un tòpic que en alguns territoris especials deixa de ser-ho. Hi ha qualitat de vida a altres indrets de la Mediterrània? I a les grans ciutats? I a les terres menys poblades i amb pitjors comunicacions? Sens dubte que si. Però, si fem una ullada a tot el litoral que hi ha entre Cadis i Girona, trobarem una oferta residencial i una articulació urbana més adient que la del Camp per liderat aquesta dimensió? La resposta es que no. Qualitat de vida vol dir un bon clima, un entorn natural adient, una rica cultura gastronòmica, una contenció dels temps morts i dels efectes que provoca la congestió, un ritme de treball que permeti *fer* i *pensar*, una convivència que respecti les diferències i comparteixi les propostes de futur, una oferta atractiva per atreure talent i persones creatives, etc.
- ✓ Pel que fa a la creativitat, és una dimensió a la que no podem renunciar. El talent, la creativitat, la professionalitat, entre altres, són perfils de tenen les persones i que es transmeten a les empreses, les institucions i al conjunt del territori. Un territori creatiu és aquell que potenciï en totes les seves manifestacions la realització de les persones que viuen, treballen o estan de pas, des de la literatura, la musica, la pintura, les arts teatrals, el cinema fins la cultura tradicional. Crear és jugar amb els elements a l'abast per dissenyar nous espais. Crear es viure el dia a dia sense perdre la senda del futur.

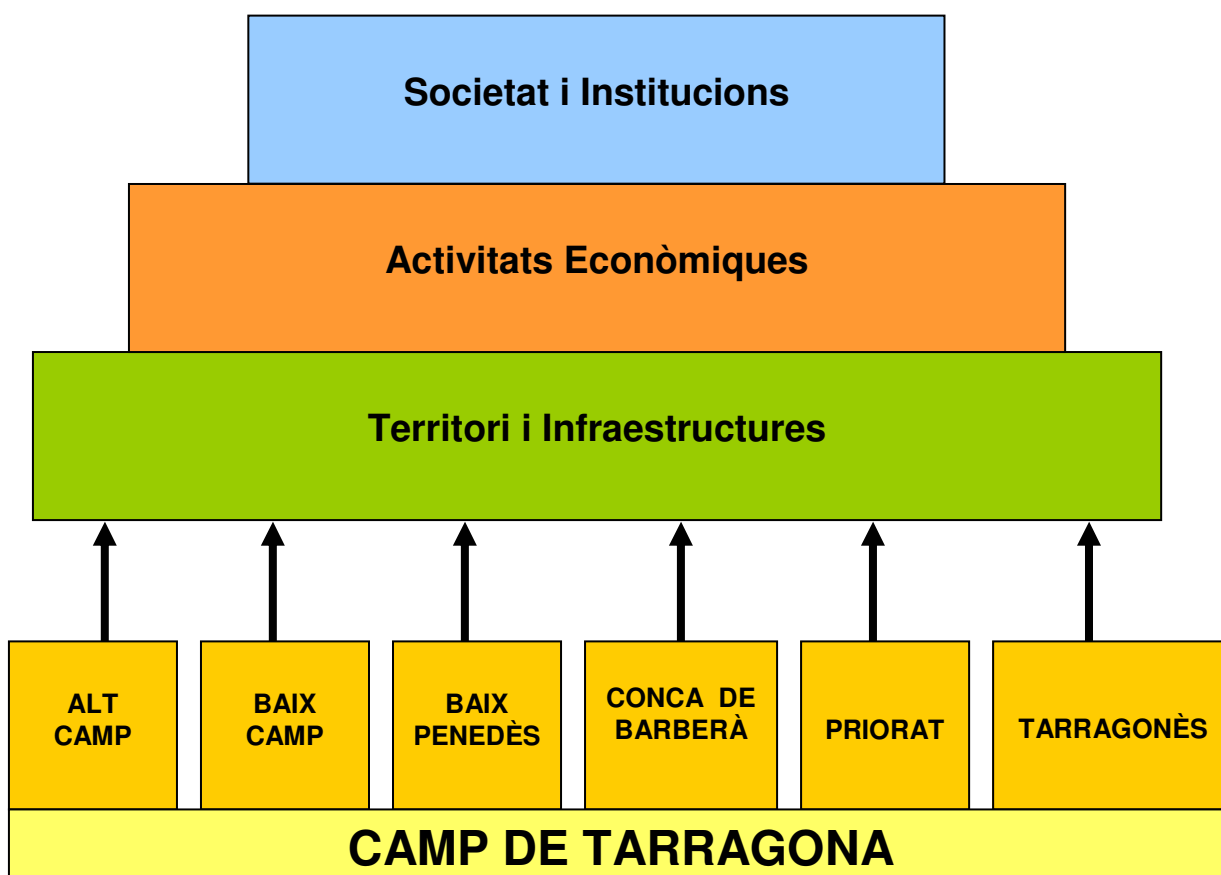
És imprescindible no renunciar a cap d'aquests punts forts. Les barreres, les febleses i les limitacions que poden limitar aquestes aspiracions no s'han d'obviar. Ben al contrari, cal posar-les de manifest per reduir la seva incidència i el fre que

ens lliga al present. Ara bé, en un territori com aquest el Pla Estratègic no pot tenir una vocació 'dirigista'. Per això no hem de perdre de vista que en un sistema de contrapesos institucionals i de presa de decisions descentralitzades les administracions públiques tenen la obligació de dibuixar escenaris de futur ambiciosos i realistes, sense oblidar que els actors del canvi són les persones i les organitzacions que, dia a dia, operen sobre el territori.

Per materialitzar la missió cal concretar. En paraules de Peter Drucker: *"tota decisió necessita accions concretes, altrament no passa de ser una bona intenció"*.

Sense oblidar que la planificació estratègica no és un llistat d'accions, projectes o programes, amb els seus respectius costos i temps. Sinó que és una proposta dinàmica que sincronitza objectius, mitjans, recursos i accions per a assolir una visió o imatge de futur establerta. La planificació estratègica és alhora un procés i un instrument.

Per a materialitzar la proposta inicial de missió, sobre la qual pivota tot el planejament estratègic, en el seu moment es van establir tres grans temes clau o àmbits de reflexió:



El primer àmbit d'actuació s'ocupa de la dimensió social del Camp, del capital social, les institucions i el govern del territori; el segon està relacionat amb les activitats productives i les iniciatives emprenedores; i el tercer amb els elements relacionats amb la ordenació territorial, la dotació d'infraestructures i la mobilitat

Arrel de la tasca duta a terme en la primera sessió on s'elaboraren sis DAFO's de cara a determinar les fortaleses i les febleses del Camp, la proposta inicial de línies estratègiques d'actuació es va concretar en catorze línies, dues per cada grup de treball i dues de transversals.

Línies estratègiques.

A la taula següent es mostren les línies estratègiques dins de cadascun dels tres àmbits de reflexió, així com dues línies transversals.

Territori i infraestructures
1. Consolidar el Camp de Tarragona com un àmbit territorial format per sis comarques que comparteixen un projecte comú i crear un ens metropolità en el nucli central del Camp
2. Ordenar les transformacions del territori en base a criteris de sostenibilitat, de respecte a la identitat dels seus paisatges i del patrimoni cultural, encaixar el creixement en les estructures urbanes existents i preservar els sòls agrícoles per al desenvolupament socioeconòmic
3. Millorar de la connectivitat i la vertebració del territori i fomentar la mobilitat sostenible
4. Fomentar la intermodalitat dels sistemes de transport i de les condicions per al desenvolupament logístic del territori
Societat i institucions
5. Fer del Camp un territori reconegut pel seu capital humà, on es potencia la formació i la creativitat
6. Fomentar els processos d'innovació i la utilització de les noves tecnologies, com a factors claus pel desenvolupament
7. Fomentar la necessitat d'un lideratge basat en la suma d'esforços, la simplificació administrativa, la coordinació i la planificació, tot potenciant la participació ciutadana en decisions que afecten el conjunt del Camp
8. Fomentar la planificació dels serveis al ciutadà adequada a les necessitats del territori
Activitats econòmiques
9. Millorar l'eficiència del sistema productiu del Camp i avançar cap a un model econòmic on la generació de coneixement tingui una incidència superior
10. Millorar l'estructura productiva del Camp i potenciar els sectors emergents i la diversificació productiva
11. Atraure talent que afavoreixi el desenvolupament de la innovació i, consegüentment, de l'economia del territori
12. Fomentar l'emprenedoria com motor del desenvolupament econòmic del Camp mitjançant la implantació de sistemes locals d'innovació
Línies estratègiques transversals
A. Fer del Camp un territori amb una elevada cohesió social, on es garanteixi la igualtat d'oportunitats, la convivència entre els seus ciutadans i la cohesió territorial i la qualitat de vida
B. Gestionar i difondre el ric i divers patrimoni natural, històric i cultural del Camp de Tarragona com a element diferenciador respecte altres territoris

De cara a dur a terme un exercici sintètic que ens permeti presentar de manera molt concreta la relació entre els tres àmbits d'actuació, les línies estratègiques i els objectius que es persegueixen duem a terme la següent proposta.

Línies, objectius i actuacions.

