



UN FUTUR PER A LA CONCA.

RESUM DE LES REFLEXIONS DE *CONCA FUTUR*

JORDI BALSELLS I VALLS

El dia 21 de novembre del 2005 es va presentar al Teatre Municipal de l'Ateneu Igualadí el treball *Conca Futur* i es va omplir amb més de 400 persones. No és habitual que la presentació pública d'un estudi de caire econòmic generi aquesta mobilització, sobretot quan als municipis de la Conca d'Òdena es presenten cada any mitja dotzena d'estudis socioeconòmics. Per què, doncs, aquesta expectació? En què es diferenciava aquesta proposta de la resta?

Les persones del grup *Conca Futur*¹ van treballar durant gairebé dos anys a títol individual, de forma lliure i desinteressada, com a emprenedors, empresaris, directius d'empresa, professionals, professors d'universitat i persones representatives de la realitat econòmica i social de l'anomenada Conca, però en aquest treball no representaven res ni ningú. Cap administració, ni gremi, ni sindicat havien encarregat l'estudi.

Conca Futur va néixer el 2003, de manera espontània, fruit de les inquietuds generades per la situació socioeconòmica de la comarca de l'Anoia. Durant aquest període, el grup va dedicar una part del temps a la reflexió, amb una mirada innovadora i constructiva, recurrent a les opinions de persones expertes i constituint comissions de treball especialitzades, en les quals van participar

una cinquantena de persones. *Conca Futur* va formar-se amb l'objectiu d'esdevenir —modestament— allò que en l'entorn anglosaxó es coneix com a “think tank” o “fàbrica d'idees”.

El nucli inicial d'integrants del fòrum van adreçar una carta a altres membres potencials. En aquesta carta es deia: “*És sabut que en aquesta àrea hi ha una gran concentració d'activitats econòmiques de poc valor afegit i intensives en mà d'obra poc qualificada o poc valorada per un mercat que és global, i veiem amb preocupació que la conseqüència més evident d'aquesta realitat és, d'una banda, la progressiva pèrdua d'ocupació i d'empleabilitat i nivell de vida dels ciutadans d'aquest territori i, de l'altra, la disminució del pes econòmic de la Comarca en el conjunt de Catalunya. Volem que aquest grup es converteixi en un equip de treball capaç de proposar als estaments públics —ajuntaments, Consell Comarcal, partits polítics, patronals, sindicats, associacions, mitjans de comunicació— i a la ciutadania en general, diversos escenaris i línies d'actuació en els àmbits públic, privat i mixt que configurin una visió clara del futur de territori, un futur amb noves activitats econòmiques que permetin millorar l'empleabilitat i recuperar l'ocupació i el nivell de vida*”.

Com que era un treball voluntari, hi va haver diferents nivells d'aprofundiment. Les metodologies van ser participatives, obertes a totes les visions i opinions, i quan els seus membres van creure haver arribat al punt de maduració de les seves aportacions, els temes es van obrir a la resta de ciutadans per

1. Persones integrants de *Conca Futur*: Josep Aribau, Manel Bailo, Jordi Balsells, Montse Carbassa, Pere Carles, Ramon Costa, Joan Jubert, Joan M^a Mussons, Antoni Olivé, Pere Prat, Albert Riba, Quim Solé Vilanova.

recollir-ne les perspectives i opinions, mitjançant la constitució d'unes comissions especialitzades, que van treballar durant alguns mesos.

La proposta de Concafutur es va concretar amb un seguit d'idees-força, que s'enriqueixen i complementen amb la transversalitat entre elles. Aquestes idees-força són: 1. Niar a la Conca; 2. Territori referent; 3. Clústers excel·lents; 4. Conca digital; 5. Campus del coneixement; i 6. Urbanisme i paisatge.

1. NIAR A LA CONCA

La gran majoria de les persones que van col·laborar en el projecte van valorar d'una manera molt significativa el concepte de qualitat de vida. *Niar a la Conca* és un concepte i un conjunt d'idees per millorar la qualitat de vida, aconseguint que el jovent tingui més oportunitats de viure i treballar a la Conca i que els nouvinguts recents i futurs desitgin niar-hi. Aquest gran concepte té tres eixos: la qualitat, les persones i el territori.

1.1. Territori de la qualitat. La qualitat és un valor que s'hauria d'incorporar com un component més de la diferenciació que el territori necessita. Cal interpretar la qualitat en un sentit molt ampli que va des de l'espai urbà, el comerç, els serveis, l'administració, el grau de participació ciutadana i la col·laboració pública/privada per desenvolupar projectes.

Es posa èmfasi en la necessitat de rehabilitar els centres urbans i caldria crear una taula d'indicadors urbanístics comparable amb els de les millors ciutats semblants. En funció dels resultats caldria fer un Pla d'acció de millora amb la voluntat d'estar al capdavant de les ciutats del país. L'arquitectura també dona una oportunitat per crear una *icona* de referència que reforci el nou posicionament de creativitat. Per això es proposa que l'arquitectura s'hi incorpori com a nou valor. I l'espai del Rec és una oportunitat única per esdevenir un gran referent de recon-

versió a l'estil del que es va fer a Bilbao amb el Guggenheim i el rial.

Un territori que vol estar a l'avantguarda de la qualitat ha de tenir una relació especial amb els ciutadans i això comporta una administració eficient orientada a les persones i una utilització extensiva de les tecnologies per facilitar i simplificar les relacions amb els ciutadans.

1.2. Territori de les persones. La nova Societat del coneixement està modificant d'una manera radical el comportament, els valors i les actituds de les persones. La cohesió social ha de tenir un lloc important en la planificació del futur de la Conca. S'han d'esmerçar esforços en polítiques d'immigració que facilitin l'acollida i la integració i en polítiques per millorar l'ocupació de les persones que pateixen les conseqüències de la davallada industrial tradicional.

Cal desenvolupar polítiques de vialitat trenca-dores que equilibrin els espais urbans a favor dels vianants a partir d'objectius que poden semblar utòpics com la ciutat sense cotxes, la ciutat dels vianants per excel·lència, la ciutat de les bicicletes, la ciutat pionera del transport elèctric, etc.

1.3. La Conca: el territori. Cal considerar la Conca com una comunitat urbana unitària per desenvolupar-hi un projecte de territori coordinat, equilibrat i sostenible. Cal fer-ho amb visió a llarg termini, pensant i actuant més enllà de localismes. Probablement el primer pas hauria de ser crear un instrument per a la reflexió i el consens de com endegar el projecte de Niar a la Conca. Cada vegada s'imposen més les visions que superen l'àmbit municipal. Una visió oberta en la prestació dels serveis públics i privats és el primer pas per demostrar la voluntat de compartir una política en el territori. S'hauria de desenvolupar un Pla de prestació dels diferents serveis, tant els actuals com els que podríem anomenar d'Administració única. A llarg termini, un Pla urbanístic de la Conca ha de permetre una visió global del nou espai del territori.

2. TERRITORI REFERENT

Una identitat col·lectiva és allò que crea vincles en una comunitat; allò que uneix, distingeix dels altres i orienta. És quelcom que fa sentir-se'n orgullós. La Conca mai no ha tingut un patrimoni tangible o intangible que la faci atractiva per als visitants. Altres ciutats o territoris similars presenten unes fortes característiques pròpies que en faciliten el posicionament i la promoció exterior. La manca de senyals d'identitat propis de la Conca no permet als seus ciutadans la vinculació necessària per sentir-se'n orgullosos. En aquest sentit cal potenciar els senyals d'identitat del territori, els actius i els punts forts dels habitants de la Conca perquè aquest esdevingui un referent en diferents àmbits, tant a nivell nacional i estatal com internacional.

2. 1. Els territoris referents. Els actius culturals, la identitat, el paisatge cultural són instruments efectius per al màrqueting territorial i de les ciutats. La identitat d'un lloc, la seva qualitat de vida, el paisatge cultural són recursos per competir i cooperar en favor del desenvolupament local i regional. Les ciutats s'han de posicionar en el mercat, i cal que construeixin i comuniquin missatges nítids i clars, recolzats en els avantatges competitius del territori. S'han de projectar a l'exterior amb una imatge compacta, basada en valors clau i alhora diferencials i identitaris i així promoure un major coneixement extern.

Alguns exemples de posicionaments d'altres ciutats o territoris són els següents:

Territori	Posicionament
Tàrrrega	Teatre
Vilafranca del Penedès	Vi i Castellers
Sitges	Cinema
Terrassa	Industrial i hoquei herba
Perpinyà	Rugbi
Priorat	Vi i gastronomia
Província de Lleida	Natura i aventura
Caldes de Montbui	Benestar

2. 2. Conca: territori referent. L'estratègia de la Conca passa per treballar de forma simultània i coordinada algunes de les idees-força que es presenten, cercant sinergies que permetin oferir productes complets, atractius i fàcils de promocionar. S'han treballat algunes idees-força amb la voluntat de desenvolupar-les més extensament per tal que la Conca esdevingui un "territori referent" en aquestes activitats:

- **Ciutat del color.** Quina imatge transmet la Conca a l'exterior? Actualment Igualada és una ciutat grisa? El color permet llançar noves idees i el llenguatge dels colors és un llenguatge simple, que tothom entén. Algunes ciutats s'han associat a uns colors determinats (Tolosa de Llenguadoc, per exemple). Es proposa experimentar-ho amb el primer *factory outlet* urbà, de manera que una "ratlla de color" marqui uns itineraris "comercials" per la ciutat.

- **Innovació / Escola de creativitat.** En el procés de reconversió de l'economia de la comarca cal crear un entorn que atregui les persones, les empreses i les institucions creatives, amb capacitat d'innovar. Es proposen tres projectes concrets: l'Escola de Creativitat, el Viver d'Idees i l'Observatori Europeu del Talent.

- **Turisme industrial i rural.** Igualada ha estat una ciutat industrial. Una part important de la moda del país ha sortit i surt d'aquesta ciutat. La creació d'una "ruta de la moda" on es pogués visitar la fabricació del gènere de punt i de la pell i la seva transformació en béns de consum seria un atractiu important per als visitants de la Conca, junt amb la visita als museus de la Pell i del Paper i a les seves instal·lacions fabrils que daten de segles passats. Un punt i a part mereixen les restes arqueològiques de l'Abric Romaní de Capellades, que pel seu potencial d'atracció poden ser un motor del flux turístic cap a altres propostes de la Conca. D'altra banda, l'entorn rural, especialment de la zona de l'Alta Anoia propera a la Conca, permet disposar d'un valor important dintre l'estratègia empresarial turística amb relació a l'anomenat turisme rural, que busca

tranquil·litat i una relació directa amb les persones del món rural i els seus productes. El plantejament residencial/turístic de las cases de pagès és engrescador i té un gran futur a la comarca.

- **Conca Gastronòmica.** Una part important del turisme interior es genera per motivacions gastronòmiques. La Conca ha de ser capaç de generar una oferta diferenciada i de qualitat, que la situï en el mapa gastronòmic de Catalunya.

- **Viu el motor a la Conca.** El Parcmotor de Castellolí es convertirà en un termini breu en el segon circuit de Catalunya. L'arrelada afecció a l'Scalextric a Igualada i l'organització de certàmens a nivell europeu, fan de la Conca el lloc idoni per potenciar el motor, com a activitat de lleure.

- **Igualada, capital mundial del globus i l'aeronàutica.** L'Aerosport, l'European Balloon Festival, empreses com Ultramagic, Kontiki i escoles i pilots de diferents especialitats aeronàutiques, configuren la Conca com un espai ideal per al desenvolupament d'aquestes activitats.

- **Primer Outlet urbà de Catalunya.** Els *factory outlets* són una realitat en expansió a tot el món. Guanyen any rere any quota de mercat respecte d'altres canals de distribució i mouen moltes persones, sobretot els caps de setmana. Igualada, per la seva tradició en el tèxtil, ha tingut sempre les "botigues de fàbrica" en el casc urbà. Aquesta és una realitat que cap altra capital de comarca no té i, per tant, un valor diferencial respecte a altres ciutats de Catalunya.

- **Ciutat dels infants.** La Mostra de Teatre Infantil i Juvenil organitzada per Xarxa i la Festa dels Reis són dues realitats amb una implantació important a la ciutat d'Igualada. La seva potenciació permetria projectar aquesta realitat a la resta de Catalunya.

- **Ciutat humana.** El format de ciutat mitjana de Catalunya permet configurar la Conca com una ciutat on la qualitat de vida sigui l'eix principal de comunicació (carrils bici, zones de vianants, etc.).

- **Ciutat de l'hoquei sobre patins.** Igualada té una tradició important en aquest esport.

L'Igualada Hoquei Club és el club esportiu més important de la comarca i té projecció exterior entre els aficionats europeus a aquest esport, gràcies als títol europeus aconseguits. Badalona està desenvolupant la ciutat del bàsquet. Igualada pot fer-ho en l'hoquei sobre patins.

- **Ciutat de la música.** Igualada té una escola de música gran i de qualitat, i un ambient musical que cal potenciar i fer-ne un referent en una Ciutat de la Música, on s'hi pogués establir la seu d'una fundació musical de relleu mundial.

3. CLÚSTERS EXCEL·LENTS

Què és un clúster? El concepte de *clúster* parteix del concepte de districte industrial que Marshall (1920)² va utilitzar per identificar concentracions en un territori d'empreses de petita i mitjana dimensió pertanyents a una mateixa activitat o a activitats relacionades entre elles. En aquestes aglomeracions la proximitat era un avantatge per a les empreses, en termes d'eficiència o d'augment de la productivitat. S'hi produïen les anomenades economies d'aglomeració per la presència d'externalitats positives que afavorien la competitivitat de les empreses.

Marshall destaca tres externalitats: un mercat conjunt de mà d'obra altament qualificada; un millor accés a proveïdors d'inputs i serveis especialitzats; i un flux constant de coneixements i d'informació rellevant. La presència d'aquestes economies d'aglomeració genera una atmosfera industrial que afavoreix la innovació. A més, el factor proximitat es retroalimenta; tant la capacitat d'atracció com la rendibilitat de les empreses localitzades augmenten amb l'augment de la dimensió del districte industrial. En definitiva, cada nova empresa que es localitza al districte industrial augmenta la capacitat d'atracció del districte i fa que les empreses preexistents siguin més eficients, productives o rendibles.

2. Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. London, Macmillan.

La presència a la Conca de diversos *clústers*, actuals o potencials, ha estat posada de manifest en diverses comissions. Respecte als *clústers* actuals, els que configurarien les indústries tèxtil i adobera en són els exemples més clars. Respecte als clústers potencials, caldria parlar de concentracions que serien evolucions lògiques dels *clústers* actuals o de concentracions d'empreses de nova creació o implantació a la Conca.

En qualsevol cas, perquè es tractés de *clústers* caldria que la concentració d'empreses complís els requisits identificats per la teoria, i que són els següents: empreses de petita o mitjana dimensió; economies d'aglomeració per la presència d'externalitats positives (mercat conjunt de mà d'obra i d'altres inputs i flux constant d'informació i coneixement); competència entre les mateixes empreses; interacció personal; assumpció de risc i nova cultura empresarial.

Es tractaria en definitiva de potenciar els clústers que existeixen a la Conca i convertir-los en un referent a nivell català, estatal o europeu. Això s'aconseguiria amb el següent: plató de la moda i del disseny; Escola de creativitat i d'innovació; primer *factory outlet* urbà; Cooperativa de tallers tèxtils de l'Anoia; primer clúster europeu d'adobs de pell ecològics; enginyeria del programari.

D'altra banda, les noves especialitzacions industrials venen fortament relacionades amb les oportunitats que ofereixin les noves infraestructures que es realitzin en un futur. Així trobem que podrien esdevenir nous clústers els següents: motor (Parcmotor de Castellolí); aeronàutica (aeròdrom d'Igualada-Òdena); música (La Ciutat de la Música); i hoquei sobre patins (La Ciutat de l'Hoquei sobre Patins).

4. CONCA DIGITAL

Les TIC (Tecnologies de la Informació i la Comunicació) són un important instrument per al desenvolupament territorial, tant social com eco-

nòmic. En l'àmbit econòmic són rellevants perquè tenen un doble efecte: d'una banda, i de manera indirecta, afavoreixen l'augment de la productivitat de les empreses, la millora de les seves relacions empresarials i la innovació de processos, serveis i productes; i d'altra banda, i de manera directa, són un motor en la creació de noves iniciatives empresarials i llocs de treball al voltant del mateix sector TIC i dels serveis i activitats econòmiques d'ús intensiu del coneixement i la informació.

A nivell social o ciutadà, cal treballar per l'alfabetització digital dels anoiencs, de les persones que viuen i treballen al territori, per evitar que es produïxi l'anomenada fractura digital o "Minusvalidesa tecnològica", que "discrimina" entre els que tenen accés (amb equipaments i comunicacions) i saben (tenen sensibilització i formació) com moure's en l'entorn digital i els que no. Cal considerar, doncs, les TIC des d'una visió transversal, amb l'impacte que tenen en tots els vessants de la ciutadania: educació, cultura, associacionisme, participació ciutadana, comerç, empresa, infraestructures...

La Conca, per tant, ha de fer una aposta important per incorporar l'ús i aplicació de les TIC en tots els seus processos i àmbits de treball, potenciant la Conca en Xarxa i la presència del nostre territori en les infraestructures i comunicacions del segle XXI, la xarxa de nodes territorials.

Aquesta aposta decidida per la Societat de la Informació i del Coneixement necessita l'empenta de tots els agents socioeconòmics i de la ciutadania, però especialment, del lideratge de l'administració, tal com s'ha reflectit en altres territoris del nostre país en els darrers anys: quasi una trentena de municipis i comarques ja han apostat per incorporar-se i desenvolupar accions cap a la Societat de la Informació.

L'administració pública té un paper clau en aquest camí: d'una banda, posant en marxa serveis electrònics (administració electrònica o e-Administració) i, de l'altra, donant suport i coordinant actuacions amb els altres agents territorials, a través, per exemple, d'un Comissionat per a la Societat de la Informació.

La proposta de Conca Futur aposta per desenvolupar tres grans línies: la xarxa educativa, la xarxa econòmica i la xarxa ciutadana. Per treballar aquests tres àmbits, es proposen una sèrie de projectes prioritaris:

- **L'IES "Anoia Online"**. Posada en marxa d'un espai virtual de trobada de tot el col·lectiu acadèmic (alumnes, professorat, PAS) dels estudis de secundària i cicles formatius del territori, on s'intercanviïn experiències, coneixements, materials, treball de crèdits comuns, recursos didàctics...

- **L'escola en xarxa**. Interconnexió de totes les escoles d'educació infantil i primària del territori que afavoreixi l'accés dels pares a informacions relacionades amb l'educació dels seus fills i que, a la vegada, faciliti compartir recursos docents entre tots els centres.

- **El portal del comerç comarcal**. Creació d'un portal de promoció i difusió de tots els comerços i botigues de la Conca.

- **El factory outlet virtual**. Ús de les eines telemàtiques i d'Internet per potenciar i difondre el futur *factory outlet* del tèxtil, facilitant no solament informació sinó també afavorint les transaccions comercials amb els clients.

- **La ciutat del teletreball**. Posada en marxa d'equipaments i instruments que afavoreixin el teletreball dels anoiencs, sense haver de renunciar a viure en aquest territori ni perdre l'oportunitat de treballar per a empreses de caire supracomarcal.

- **El clúster de l'enginyeria del programari**. La Conca té un important teixit d'empreses de desenvolupament de programari, especialitzades en diferents mercats verticals. La unió i intercanvi d'experiències i recursos, juntament amb empreses que complementin la seva cadena de valor (infraestructures, equipaments, continguts...) pot afavorir no sols el seu desenvolupament sinó també l'aparició de noves iniciatives empresarials i l'atracció d'altres de forànies.

- **Les entitats virtuals**. Cal dotar les entitats i associacions del territori de les eines i recursos necessaris per poder disposar d'espais virtuals per

a la informació de les seves activitats i actuacions i per a la comunicació amb els diferents agents relacionats (usuaris, clients, administració, patrocinadors, col·laboradors,...).

- **El portal ciutadà**. Es proposa la creació d'una xarxa de serveis i fonts d'informació al servei dels ciutadans per facilitar-los el seu dia a dia en les relacions i transaccions amb l'administració (administració electrònica), les empreses, les escoles...

- **El nivell "C" de la informàtica**. Definició d'una sèrie d'actuacions dirigides a garantir que els ciutadans de la Conca tinguin els coneixements suficients per desenvolupar-se i treballar amb els ordinadors les principals aplicacions informàtiques i per Internet.

Per poder garantir les bases del correcte desenvolupament d'aquests projectes, cal preveure la consecució dels tres pilars següents sobre els quals sustentat-los: en primer lloc, infraestructures (desplegament de la banda ampla i disponibilitat d'equipaments: ordinadors a les llars, punts d'accés a Internet, servidors de serveis d'internet...); en segon lloc, serveis i continguts, que han de ser aportats i desenvolupats pels mateixos projectes; i, finalment, capacitat, és a dir, conscienciació i sensibilització de tots els agents implicats, juntament amb la posada en marxa d'actuacions de formació.

Finalment, es proposa la creació d'una figura ja existent en moltes ciutats i territoris digitals: el Comissionat per a la societat de la informació. Aquest Comissionat tindria la responsabilitat de coordinar tots aquests agents implicats (administració pública, empreses, ciutadania, institucions, associacions...), aconseguir finançament i dur a terme el seguiment i control del projectes.

5. CAMPUS DEL CONEIXEMENT

El foment del coneixement ha de permetre la major capacitat d'adaptació als canvis secto-

rials de la nostra comarca i als d'una economia global, més competitiva, que afecten tothom. El que anomenem *Campus del Coneixement* és una estratègia pensada per garantir l'èxit de la formació i permetre ser un centre d'atracció i de gravitació de persones amb talent i també d'atracció d'inversions dirigides als punts on hi ha ciutadans formats i preparats.

Cal que la Conca aposti fort per la formació superior si vol garantir un futur pròsper als seus ciutadans, ja que parteix d'uns mínims extremadament baixos de potencial de formació de cara a construir o reconstruir un futur econòmic. Mostrem tan sols unes dades de nivells d'educació i de nivells d'atur per avalar la reflexió: actualment solament un 8,3% de la població de la comarca té estudis universitaris; al Barcelonès aquest percentatge puja a un 16,6% i al conjunt de Catalunya a un 12,8%. En canvi la taxa d'aturats de l'Anoia és d'un 4,11% , mentre que al Barcelonès és d'un 3,04% i al conjunt de Catalunya és d'un 2,98%. El nivell de treball és, entre altres coses, el resultat de l'educació o nivell de formació.

Cal invertir aquesta situació. Cal també crear una generació potent de joves interessats a formar-se a nivell superior, en cicles professionals o universitaris, i cal que aquesta formació pugui ser també a la comarca, ja que és una manera d'atreure personal procedent d'altres comarques disposat a adquirir formació. El Campus del Coneixement és la via per aconseguir-ho.

Aquesta aposta per la formació per tal de donar cos al Campus del Coneixement és una necessitat urgent i un repte pendent. Les conclusions de Conca Futur apunten cinc línies d'actuació:

- **Estudiants trilingües.** Cal la incorporació d'un valor educatiu en els nostres escolars "diferent" dels de la resta dels territoris veïns. Es proposa que la Conca incorpori l'idioma anglès com a "obligatori" des de l'inici de la formació dels infants i que, a part d'estudiar-lo com a assignatura, aquest idioma sigui normalitzat com a idioma de treball per a un nombre determinat

d'assignatures. Cal trobar solucions als problemes pedagògics que pugui comportar, i cal obtenir de la Generalitat la tutela com a territori pilot. Els ciutadans hauran de comprometre's a fer seva la proposta trilingüe, lluitar per ella i saber interpretar-la com un valor diferent i valuós per als seus infants i joves. Per part de les escoles, mestres i professors cal una competència sana i una transparència en els resultats.

- **Formació professional real i d'avantguarda.** La formació professional en un sentit ampli cal oferir-la a la gent que es forma i a la gent que es recicla, sobretot dels sectors en crisi. En qualsevol cas ha de ser una formació viva, amb personal motivat i connectat amb la vida professional real i amb compromisos de futur laboral amb els qui donen feina. Cal adaptar els plans d'estudi a les realitats locals sense por. Cal racionalitzar i coordinar al màxim tota la formació que es fa com a cicles formatius, com a formació ocupacional i com a formació continuada. Cal potser que una comissió local vetlli per l'intercanvi d'informació sobre cursos i sobre projectes i per trobar mecanismes pràctics de coordinació i d'integració.

- **Centres tecnològics i recerca punters.** Com a conseqüència dels *clústers* excel·lents i per a la seva pervivència, hi ha d'haver els centres de recerca lligats als clústers tal com ja passa amb l'AIICA en el sector dels blanquers. Cal establir centres de tecnologia relacionats amb el disseny i el gènere de punt i altres relacionats amb l'R+D del sector paperer. En el cas del tèxtil, la idea és disposar d'un centre de recerca no tradicional, a partir de la creació d'un model propi de centre del disseny i de la moda basat en una rotació de dissenyadors que creïn escola per temporades, amb una estratègia concreta, i que disposin de recursos al seu abast. Aquest conjunt de centres sota el paraigua de la xarxa de centres de tecnologia de la Generalitat, punt clau del seu govern dins el Pla de competitivitat, ha de canalitzar el seus recursos i establir convenis amb ciutats equivalents per compartir processos d'R+D i assegurar

relacions amb els investigadors de les universitats de Catalunya.

- **Centre de Postgraus de referència:** L'Escola Universitària d'Enginyeria Tècnica Industrial d'Igualada (EUETII o Escola d'Adoberia) està cridada a ser l'embrió del nou Campus del Coneixement en el seu aspecte universitari, i complement de la resta de centres de recerca relacionats amb l'entorn industrial de la Conca. Un primer pas és establir un nucli de pensadors del territori de l'àmbit universitari i empresarial per tal de crear propostes de cursos de postgraus i oferir-los, per exemple, postgraus en l'àmbit tecnològic i en l'àmbit de gestió i direcció a l'empresa. Però no s'han de excloure altres àmbits com l'educatiu, l'artístic, la gestió pública, etc. Cal crear un ambient d'afany de formació i un ambient de transversalitat. Posteriorment, caldrà tenir un producte educatiu —competitiu i rendible— que atregui llicenciats en la recerca de postgraus excel·lents. Per això caldrà aprofitar l'atractiu dels clústers locals, l'atractiu de la recerca local i l'atractiu de persones, anades a buscar a fora, però que poden posar en marxa un postgrau de qualitat i de referència al país. Finalment, cal que els postgraus s'agrupin en un Centre de Postgraus i en un Campus físic acollidor, ben equipat i de fàcil accés per a les persones que vinguin de fora la Conca, i arribar als acords necessaris amb les Universitats corresponents.

- **Un Campus físic amb bons equipaments:** Cal generar atractius i tenir propostes de tipus immobiliari interessants per a l'establiment de centres superiors de formació. En un altre ordre de possibilitats cal disposar d'espai públic en condicions favorables de cessió per a futures expansions de les universitats privades que buscaran noves implantacions rendibles. Cal modernitzar les estructures físiques i professionals de l'Escola d'Adoberia (EUETII), únic referent actual universitari. En aquest sentit, ens remetem a les conclusions del recent Pla Estratègic elaborat per la mateixa escola.

- Cal finalment crear una **Jornada Econòmica de la Conca**, anual, única, de jornada completa, d'alt nivell i emblemàtica. Una Jornada que sigui formativa, oberta però de nivell, que faciliti la comunicació i intercanvi d'experiències, i que entusiasmï i animi els participants a innovar i a llançar-se en nous projectes. Per això cal que la Jornada reuneixi els següents trets: primer, que les línies de formació combinin temes generalistes amb temes específics dels camps tècnic i de la gestió d'empreses locals amb conferenciants i professors d'arreu; segon, que sigui oberta a empresaris i directius d'empreses de diferents dimensions —de societats anònimes a autònoms— i sectors; tercer, que tingui un format de jornada de matí i tarda en un recinte equipat i adequat on els dirigents tinguin temps i facilitats per compartir idees i projectes. Per dissenyar, endegar i donar continuïtat a aquesta proposta cal una institució o comissió —formada per empresaris, universitaris i administracions, amb el suport permanent d'una entitat financera pròxima— que posi en pràctica aquest projecte clar, senzill i viable a curt termini.

6. URBANISME I PAISATGE

Entenem per ciutats intermèdies aquelles que tenen una població entre 30 i 50 mil habitants i que estan situades al voltant d'una segona anella d'una gran metròpoli; ciutats amb una tradició i història pròpia, que durant la segona meitat del segle XX han tingut una economia molt pròspera però que en l'actualitat moltes d'elles es troben amb un futur inquietant.

Quin és el futur de les ciutats intermèdies? Existeix un projecte comú per a totes aquestes ciutats? Com s'hauria de projectar el planejament d'una ciutat intermèdia? Quines haurien de ser les estratègies força per a un futur creixement de les ciutats intermèdies il·lusionant? Quines podrien ser les idees urbanístiques clau per imaginar un futur optimista i il·lusionant de las ciutats intermèdies?

Haurien de ser unes idees que garantissin un creixement de qualitat capaç de mostrar les ciutats intermèdies com a llocs de gran oportunitat; ciutats que, amb un consolidat i sòlid teixit industrial i social, esdevinguin llocs en què una nova futura població ocupant vegi les ciutats intermèdies com les seves noves citats d'acollida i treball.

Es proposen, doncs, tres accions diferents:

6.1. Paisatge interior. D'una banda, recuperar els centres antics com a nous centres històrics comercials; de l'altra, introduir el paisatge al cor de la ciutat.

Generalment les ciutats intermèdies han sofert un procés de degradació i abandonament dels seus centres històrics. Per convertir o potenciar les ciutats intermèdies en uns nous pols d'atracció de les petites poblacions que les envolten, i en unes noves ciutats que sàpiguen combinar la tradició i història amb un nou món contemporani, es proposa realitzar projectes de recuperació dels seus centres històrics —que en moltes ciutats intermèdies ja s'han iniciat— per convertir-los en uns nous centres històrics comercials: uns antics nous centres en què els nous i antics comerços convisquin d'una manera natural amb l'antic i el nou habitatge.

6.2. Ciutat paisatge. D'una banda, construcció d'un nou límit compacte; de l'altra, construcció de nous habitatges de primera i única residència.

Un dels trets que caracteritzen les ciutats intermèdies és la seva relació amb el paisatge. Una diferència fonamental entre una gran metròpoli i una ciutat intermèdia és el tipus i nivell de relació que hi ha amb el paisatge. D'una banda, les grans ciutats amb el seus processos de creixements quasi han perdut el seu contacte amb la natura. De l'altra, les ciutats intermèdies tenen un vincle molt directe i profund amb el paisatge, que és quelcom molt accessible i proper. Aquesta relació tan directa amb el paisatge i la ciutat acaba comportant una sensació de gran qualitat de vida als seus habitants.

El creixement futur de les ciutats intermèdies han de saber mantenir la relació directa que tenen aquestes ciutats amb el paisatge. Els nous creixe-

ments de les ciutats hauran de buscar i proposar noves maneres d'extensió en les quals el paisatge s'entengui com un valor fonamental que garantirà que a la nova ciutat hi hagi una enorme sensació de qualitat de vida.

Si es plantegen els futurs creixements de les ciutats intermèdies com un exercici de recerca de l'equilibri entre el que s'ha construït i el que és natural, aquests creixements esdevindrien un veritable laboratori de projecte d'extensió urbana de màxima actualitat i fent de la Conca un lloc on es desitgi viure-hi.

6.3. Conca paisatge. La ciutat de ciutats intermèdies. El paisatge de la Conca com a instrument de construcció de la nova ciutat: concentrar la nova edificació per alliberar el paisatge; nou transport públic per a la Conca; nova xarxa ferroviària amb Barcelona.

Si el paisatge és un valor fonamental per a les ciutats intermèdies, quin és el paisatge que hi ha entre les ciutats intermèdies? El futur d'aquestes ciutats passa necessàriament per buscar línies de diàleg entre aquestes ciutats. Les ciutats intermèdies han de ser les capdavanteres en la proposta d'un planejament supramunicipal. En aquest sentit, Igualada ha de plantejar-se urgentment el seu futur no d'una manera autònoma i independent aliena a les ciutats i pobles que l'envolten sinó des d'una mirada còmplice i conjunta amb tota la Conca.

EL "COM" DE CONCA FUTUR

Finalment es va creure convenient suggerir alguna fórmula concreta que permetés visualitzar "com dur a terme aquestes propostes d'idees-força". Més enllà de les solucions de Pactes o organismes preestablerts actuals, calia buscar una nova via del "com" de Conca Futur amb més garanties d'eficàcia. Calia fer una proposta de model obert i flexible de cooperació privada, empresarial i pública. En molts indrets aquests tipus de solucions ja són operatives i per tant n'hi ha una llarga experiència.

Es va proposar, doncs, la creació d'una *Entitat per al desenvolupament de la Conca* que s'autofinancés amb els seus serveis i no depengués exclusivament de subvencions. Les seves actuacions serien per a projectes que, a grans trets, podrien estar inclosos en dues línies de treball: d'una banda, impulsar, entre altres, les conclusions per al desenvolupament apuntats per Conca Futur amb el patrocini i finançament bàsicament públic; de l'altra, promoure projectes estratègics de tipus immobiliari industrial amb finançament públic i privat, i cercant un benefici econòmic a llarg termini i rendibilitats per sota del mercat, a l'estil del que fa l'Institut Català del Sòl i que permet atreure i disposar de fons gestionats per entitats financeres especialitzades. Per exemple, gestionar algun dels futurs polígons industrials (adob de pells, etc.) i àrees culturals i d'innovació (equipaments del Rec, etc.).

CONCLUSIONS

L'objectiu final de Conca Futur era lliurar el fruit d'una reflexió feta des de la societat civil. La feina es limitava, doncs, a posar sobre la taula propostes que haurien de ser desenvolupades i implementades per persones, entitats o institucions que no són Conca Futur.

Com es deia en les conclusions finals del treball, *“Conca Futur té com a missió iniciar un debat sobre propostes concretes que es presenten i que tenen com a denominador comú garantir un millor futur a la Conca, en un marc de cooperació pública i privada en el qual tant els ciutadans com els agents econòmicosocials i les administracions públiques assumeixin les seves responsabilitats i, d'aquesta manera posar en marxa processos de transformació que reorientin el desenvolupament econòmic i social d'aquest territori”*.

El grup Conca Futur va néixer amb la voluntat de reflexionar i fer reflexionar sobre el futur del nostre territori. Aquells que tenen responsabilitats institucionals a la Conca d'Òdena tenen ara la paraula.

JORDI BALSELLS I VALLS (Igualada, 1972). Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat Pompeu Fabra. Director Comercial de l'empresa *Desigual*. Professor de l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI) adscrita a la Universitat Pompeu Fabra.

