



GRUPS DE TREBALL PEL PLA ESTRATÈGIC DE LA CONCA DE BARBERÀ

Economia 19/07/2017

1.1 Participants:

NOM

Francesc Benet i Ribé
Josep M. Vidal Minguella
Josep M. Anglès Español
Marc Vinya Miralles
Artur Miró Palau
Leandre Romeu Serra
Jordi Olivé Piqué
Joan Cartanyà Martí
Eloi Menasanch Sevil
Joan Jordi Vives Ballart
Carme Sureda Bosch
Laia Corbella
Jordi París Gabarró
Ramon Palou Capdevila

REPRESENTANT

President
Conseller ERC-AM
Conseller FIC
Conseller PDeCAT
Conseller PSC-CP
La Conca 5.1
Director SIMO
Sector Privat
designat Presidència
designat Presidència
designat Presidència
designat Presidència
Director de l'OAD
Gerent del Consell Comarcal

Fundació Universitat Rovira i Virgili
DALEPH

Josep M. Piñol
Jaume Amill

S'exusen:

Joan Llord Vallès
Josep M. Poca Casanovas
Ramon Mullerat Figueras
Quim Queralt Basterra
Joan Güell Serra

Secretari general UGT
Ex-conseller Prom. Econòmica
Conseller ERC-AM
Cap oficina Turisme Ajunt. Montblanc
Conseller PDeCAT



1.2 Intervenció del Sr. Josep M. Piñol, tècnic de la Fundació Universitat Rovira i Virgili

El Sr. Josep M. Piñol, tècnic de la Fundació Universitat Rovira i Virgili, exposa als assistents el treball "Anàlisi econòmica de la Conca de Barberà: entre la definició d'una nova ruralitat i l'aprofitament d'una localització estratègica".

1.3 Diagnosi de la Comarca: Aspectes debatuts

- > És una comarca petita, es pot treballar i cal potenciar **l'entramat de relacions personals**
- > Afegir una línia estratègica vinculada a la **governança del pla**
- > Reforçar la vinculació de Santa Coloma de Queralt amb l'eix de la A-2
- > Continuar les accions de **lobby** per defensar les infraestructures prioritàries: A-27 (Montblanc-Valls) i Eix Montblanc-Santa Coloma de Queralt
- > Des de Santa Coloma de Queralt es planteja un projecte per atraure gent gran i persones amb discapacitat a la comarca, aprofitant la qualitat de vida i la proximitat a centres hospitalaris com el d'Igualada.
- > **Estem arribant a un atur estructural?**: Les grans empreses de la comarca tenen cada vegada més problemes per trobar personal. Això ja era així en perfils mitjos, però ara s'estén també a perfils més bàsics.
 - Hi ha projectes de creixement per part de les grans empreses i trobar personal pot ser un problema
 - **Les comunicacions de la comarca no són un problema greu per les empreses**
- > Perquè la comarca ofereixi les condicions adients per **atraure-hi més persones (qualificades)** cal millorar l'oferta d'habitatge disponible, a més de les comunicacions
 - *Cal buscar **dades d'habitatge** a la comarca
- > En paral·lel cal treballar per **dignificar l'FP Industrial i acostar-la a la població** de la comarca
 - **Treballar amb els 2 instituts de la comarca** (que només hi hagi dos instituts ha de facilitar la tasca) i **potenciar el lligam empreses-instituts**.
- > El pla ha de contemplar un **escenari de futur pel 2025 i plantejar indicadors** per fer seguiment del seu compliment.



1.4 Pla d'acció

Aportacions:

- > 2.2 i 2.3 Els plans urbanístics ho dificulten
- > 2.6+ Sensibilització establiments comercials i horaris
- > 4.1 Reforçar el treball des d'una òptica comarcal. Hi ha massa organismes treballant a l'hora i molts des d'abast local
- > Reflexió general: Cal treballar des d'una +òptica global de comarca i definir una estratègia de comarca compartida pels diferents agents
- > 4.4 No hi ha vincle de la gent local amb la Ruta del Cister. La marca l'ha de vendre la gent del territori, cal una marca en la que hi creguin
- > 4.4 La relació de la Baixa Segarra amb la ruta del Cister és molt feble
- > 4.5 Revisar i actualitzar la xarxa de camins rurals de la comarca. Op. Camí blau al llarg del Francolí (s'està impulsant)
- > 4.7 Obsolescència de les TIC's. Cada tipus de xarxa cal adreçar-la a tipus de públics concrets
- > 5.6 Adreçar mesura també al conjunt de la població de la comarca
- > Abans de 5.6 Cal un catàleg de productes locals
- > Important l'establiment d'indicadors per mesurar el grau d'acompliment i resultats de les actuacions



1.4.1 Priorització d'accions (en groc, accions noves identificades)

GRUP 1: 12 PUNTS CADA UN		
1 MILLORAR L'ATRACTIU DE LA COMARCA PER A LES EMPRESES		
1.1	RELACIONS AMB LES GRANS EMPRESES	3
1.2	IMPULSAR LA FORMACIÓ DUAL	8
1.3	ACOSTAR LA FORMACIÓ A LA REALITAT DEL TEIXIT ECONÒMIC	7
1.4	SUPORT A LA CREACIÓ DE SPIN OFF DE LES GRANS EMPRESES	1
1.5	PLA DE CAPTACIÓ D'INVERSIONS	5
1.6	IMPULS ALS SERVEIS DE SUPORT A L'EMPRESA	4
1.7	INCREMENTAR L'ATRACTIU DE LA CONCA COM A LLOC PER VIURE	1
1.8	MESURES DE FOMENT DE L'HABITATGE (REDUIR EL Nº D'HABITATGES BUITS)	12
1.9	INFLUIR SOBRE EL PREU DEL SOL	1
2 IMPULSAR ELS SECTORS EMERGENTS: L'AGROINDÚSTRIA		
2.1	CREACIÓ D'UNA TAULA DEL SECTOR AGROALIMENTARI	2
2.2	PROMOCIÓ DE PETITS ESCORXADORS I IMPULS DE LA PRODUCCIÓ AVÍCOLA	0
2.3	PLA DE SUPORT A LA RAMADERIA ECOLÒGICA	2
2.4	MESURES DE FOMENT DE L'AGRICULTURA	4
2.5	SUPORT ALS VIVERS ESPECIALITZATS: VINS, CAVES I AGROALIMENTARI	2
2.6	INTEGRACIÓ DELS PRODUCTORS EN LA OFERTA TURÍSTICA	8
2.7	MÉS MÀRQUETING A L'OFERTA TURÍSTICA	1
APORTACIONS A 4: POTENCIAR L'ATRACTIU TURÍSTIC DE LA COMARCA		
	CICLISME I TURISME	3
	APROFITAR L'ANY DEL TURISME CULTURAL	1
3 EMPRENEDORIA		
3.1	IMPULS DEL SERVEI DE SUPORT A LA CREACIÓ D'EMPRESES	1
3.2	PLA DE CAPTACIÓ D'EMPRENEDORS EN L'ÀMBIT VITIVINÍCOLA I AGROALIMENTARI	2
3.3	PROGRAMA DE SUPORT A LA CONSOLIDACIÓ DE NOVES EMPRESES I NOUS PROJECTES	7
3.4	CERCA D'INVERSORS I SOCIS I CONVENIS AMB ENTITATS FINANCERES	5
GRUP 2: 10 PUNTS CADA UN		
4 POTENCIAR L'ATRACTIU TURÍSTIC DE LA COMARCA		
4.1	IMPULS DE TAULA DE COORDINACIÓ EN MATÈRIA TURÍSTICA	10
4.2	REFORÇAR EL PLA DE COMUNICACIÓ	8
4.3	CAPILARITZACIÓ DEL CONEIXEMENT DEL TERRITORI I FORMACIÓ DELS RRHH DEL SECTOR	2
4.4	VINCULAR LA OFERTA TURÍSTICA A LA RUTA DEL CISTER	0
4.5	PLA DE VALORITZACIÓ DELS ACTIUS TURÍSTICS	3
4.6	IMPULSAR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA BAIXA SEGARRA	1
4.7	DESENVOLUPAR UN PROJECTE AGLUTINADOR : TICS I TURISME	0
4.8	FOMENTAR EL TURISME CULTURAL	3
4.9	REVISAR XARXA DE CAMINS RURALS DE LA COMARCA	3
5 VALORITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS		
5.1	PROMOCIÓ I COMERCIALIZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS	2
5.2	LA BOTIGA DE POBLET: MÉS QUE UN PUNT DE VENDA	2
5.3	RECOLZAR LES INICIATIVES DELS CONSELLS REGULADORS (I ASSOCIACIÓ DE PRODUCTORS)	0
5.4	FOMENTAR L'OFERTA D'ENOTURISME	2
5.5	PLA DE SENYALITZACIÓ DELS CELLERS I OBRADORS DE PRODUCCIÓ AGROALIMENTÀRIA	1
5.6	CAPILARITZACIÓ DEL CONEIXEMENT DEL PRODUCTE LOCAL ENTRE ELS RESTAURADORS	5
5.7	CATÀLEG DE PRODUCTES LOCALS	5