

# El pla territorial aposta per una nova marca per a l'Ebre

■ Els sindicats validen un document retingut pel govern durant un any i mig ■ L'informe, elaborat per la URV i de 400 pàgines, preveu actuacions immediates i altres per al període 2017-20

Setmanari l'Ebre  
TORTOSA

"Per fi, ja el tenim!", comenta un representant sindical ebrenc en reenviar, per correu electrònic, el pla estratègic empresarial i per a l'ocupació de les Terres de l'Ebre (Peoote). Una acció que es produïa la setmana passada, més d'un any i mig després que la Càtedra d'Economia Local i Regional de la URV l'hagués lliurat al govern, d'acord amb el compromís que va assumir el director general d'Empresa i Competitivitat, Pere Torres, en la reunió celebrada el 17 de juny de distribuir-lo entre els membres del Consell Econòmic i Social.

El document és el primer pla estratègic homologat que es fa sobre el territori, amb aportacions destacades i noves que ben segur el convertiran en l'eix del debat econòmic i territorial. Estructurat en nou apartats que sumen 400 pàgines, la part més àmplia detalla deu línies estratègiques d'actuació, que subdivideix en 39 programes i 329 actuacions concretes, marcant la prioritat d'execució, i advertint que moltes d'elles es poden dur a terme sense grans despeses pressupostàries.

El pla va acompanyat de tres annexos, dos d'ells destinats a la creació d'una marca i a la recon-



Un moment de la reunió del Consell Econòmic i Social, el passat 17 de juny ■ ACN

versió de l'Idcece, com defensa l'equip tècnic redactor que encapçala l'economista Juan Antonio Duró, junt amb setze especialistes. Un equip que va tenir (al 2012 i 2013) la participació de 784 persones, 250 com a membres de comissions temàtiques, més 500 que van ser enquestades, i algunes de representatives entrevistades directament.

Dins de la complexitat, el document procura simplificar i sintetitzar les seues aportacions. De fet, centra el focus en dues aportacions principals, ja

## Trenta anys consensuant ens i noms

Quan el president de la Generalitat Josep Tarradellas va visitar per primer cop les Terres de l'Ebre, a la dècada dels vuitanta del segle passat, va anunciar la creació del CITE (Consell Intercomarcal de les Terres de l'Ebre). Anys més tard, l'administració de Jordi Pujol el va eliminar primer, i finalment va crear l'Institut per al Desenvolupament de les Comarques de l'Ebre (IDECE). En tots dos casos es tractava d'ens pioners en el panorama català, però habi-

tualment es rebia envoltat de polèmica. Sigui perquè s'identificava com una eina per preparar la gestió dels diners dels transvasaments, o perquè no hi havia consens entre els actors de les quatre comarques en si s'havia de parlar de comarques o territori. I també perquè sempre s'acompanyaven d'un finançament ja qualificat llavors de "ridícul", cas de les 1.000 pessetes amb les quals es va dotar l'Idcece en ser creat l'any 1993. L'actual pla terri-

torial, però, parteix d'una dotació inicial significativa (140.000 euros) i, vistos els procediments i propostes, aposta per canvis "positius", d'acord amb criteris moderns i tècnicament solvents. Segons els autors, la dotació pressupostària no és problema per arrencar la reformulació de l'Idcece, ni per crear marca, ja que tots dos tenen dotacions pressupostàries garantides. Quin és llavors el problema perquè el govern l'hagi frenat?

que els dedica dos annexes, a més de figurar dins de les 45 actuacions prioritàries que desenvolupa amb més detall. És el cas de la creació d'una marca de territori, que va més enllà de l'actual marca turística Terres de l'Ebre, creada fa uns anys a l'aixopluc de l'Idcece i que actualment gestiona el Patronat de Turisme ja que és la Diputació de Tarragona qui hi aporta més recursos.

Cita com a exemple, entre d'altres, el de la B de Burgos, i suggereix que s'aposti pel topònim L'Ebre o per la nomenclatura L'E, menys "feixucs"

## La xifra

# 400

pàgines té el Peoote, redactat per la Càtedra d'Economia Local i Regional de la URV.

que el nom de Terres de l'Ebre a l'hora de comunicar. També recomana que la nova marca s'identifiqui amb valors com "natura, sostenibilitat, cohesió, voluntat de projecció exterior, sentiment d'esperança en el futur i sectors emergents".

L'altra aportació trencadora -i que podria ser un dels motius de la paràlisi del Peoote-, és que proposa liquidar l'actual model de l'ens públic Idcece (dedicat sobretot a la navegabilitat), i convertir-lo definitivament en una agència de desenvolupament regional, com els sindicats ja han aplaudit. I és que, per als sindicats, hi ha moltes més propostes per generar "un canvi" i assolir "un nou model econòmic" a l'Ebre. ■