Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament

Socioeconòmic Rural 2014-2020

CONSELL COMARCAL DEL BAIX CAMP

Elaborat per:

jaumebages | Planificació estratègica i desenvolupament local

Amb el suport de:

Diputació Tarragona

30 de maig de 2015

Elaborat per:

jaumebages

Jaume Bages Jansà
Planificació Estratègica i Desenvolupament Local
C/ Sant Tomàs, 13, - 43330 – Riudoms
606855685
jbages@gmail.com

Fer constar un profund agraïment a totes les persones, entitats, administracions i empreses que m'han ajudat i han participat en un o altre moment en el procés d'elaboració del Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020, sense les quals aquest document no hagués pogut portar-se a terme.

I. ÍNDEX

I. ÍNDEX 5
II. PRESENTACIÓ 7
III. METODOLOGIA I ESTRUCTURA DEL DOCUMENT 9
1.METODOLOGIA 9
LA PARTICIPACIÓ DELS AGENTS 9
2. ESTRUCTURA DEL DOCUMENT 12
IV. DIAGNOSI SOCIOECONÒMICA 15
1. MARC FÍSIC I TERRITORIAL 15
1.1. LES MUNTANYES DEL BAIX CAMP 15
1.2 EL MEDI 18
2. DEMOGRAFIA 40
2.1. EVOLUCIÓ I DISTRIBUCIÓ DE LA POBLACIÓ 40
2.2. ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ 44
2.3. FACTORS DE CREIXEMENT DE LA POBLACIÓ 46
3. RECURSOS HUMANS 49
3.1 PRODUCCIÓ, OCUPACIÓ I ATUR 49
3.2 NIVELL DE FORMACIÓ 61
4. RENDA I NIVELL DE DESENVOLUPAMENT 63
4.1 PRODUCTE INTERIOR BRUT (PIB) 63
4.2 NIVELL DE DESENVOLUPAMENT i RENDA DISPONIBLE 65
5. SECTOR PRIMARI I ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA 67
5.1 CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL SECTOR 67
5.2 AGRICULTURA I ACTIVITATS DE TRANSFORMACIÓ AGROALIMENTÀRIA 68
5.3 APROFITAMENTS FORESTALS 75
6. INDÚSTRIA 79
7. CONSTRUCCIÓ 81
8. SERVEIS 83
8.1 SIGNIFICACIÓ DE L'ACTIVITAT TERCIÀRIA 83
8.2 COMERÇ 84
9. TURISME 86
9.1 OFERTA TURÍSTICA 86
9.2 CARACTERÍSTIQUES I EVOLUCIÓ DE LA DEMANDA TURÍSTICA 93
9.3 ELS RECURSOS TURÍSTICS 96
9.4 EIXOS DE RELACIÓ TERRITORIAL DELS RECURSOS SINGULARS 101
9.5 ASPECTES DE PROMOCIÓ I PERSPECTIVES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA 105
10. EDIFICIS, IMMOBLES I HABITATGES 110
11. INFRAESTRUCTURES 114
11.1 INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT I COMUNICACIÓ 114
11.2 ALTRES INFRAESTRUCTURES 118
12. EQUIPAMENTS COL·LECTIUS I ALTRES SERVEIS 129
12.1 SANITAT 129
12.2 ESTABLIMENTS I SERVEIS D'ATENCIÓ A LA GENT GRAN 129
12.3 ENSENYAMENT 130
12.4 EQUIPAMENTS CULTURALS I ESPORTIUS 131
12.5 ALTRES ASPECTES DE BENESTAR SOCIAL 132
12.6 BOMBERS, PROTECCIÓ CIVIL I SEGURETAT CIUTADANA 133
13. INVERSIONS PÚBLIQUES AL TERRITORI 141
14. AVALUACIÓ DE LES ACCIONS DE DESENVOLUPAMENT RURAL REALITZADES DURANT EL PERÍODE 2007-2013 147
14.1. ELS AJUTS LEADER 147
14.2. LA COOPERACIÓ 164

V. ANÀLISI DAFO 179
1. DAFO DEL CONTEXT SOCIOECONÒMIC GLOBAL DE LA ZONA 181
2. DAFO PER SECTORS ECONÒMICS 183
2.1 SECTOR PRIMARI I ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA 183
2.2 SECTOR SECUNDARI. ACTIVITAT INDUSTRIAL 185
2.3 CONSTRUCCIÓ 186
2.4 COMERÇ 187
2.5 TURISME 189
3. DAFO DE TEMÀTIQUES ESPECÍFIQUES, EN EL MARC DELS REPTES ESTRATÈGICS DEL PDR 2014-2020 193
3.1 CANVI CLIMÀTIC 193
3.2 JOVES I CULTURA EMPRENEDORA 195
3.3 INNOVACIÓ 199
VI. ESTRATÈGIA TERRITORIAL 203
Objectiu central de l'estratègia 207
Línies estratègiques 207
VII. PLA D'ACCIÓ 209
PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE 213
RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI 215
MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS 227
FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN 233
PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT 247
TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT 269
L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR 289
MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT 291
INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS 301
IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES 317
SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS 329
EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT 337
MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA 339
PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA 347
POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME I LA CULTURA DE L'OLI 361
MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT 369
ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC 383
AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA 385
ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES 399
POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA 409
CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS 425
MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES 433
DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS 439
REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS 441
PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL 467
LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL 497
MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ 499
ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA 507
SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS 517
JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ 525
VIII. ÍNDEX DE TAULES I FIGURES 543
IX. BIBLIOGRAFIA 549

II. PRESENTACIÓ

El Pla Estratègic de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020 és un instrument promogut i impulsat pel Consell Comarcal del Baix Camp, per tal de concretar un pla d'acció en matèria de desenvolupament socioeconòmic per als propers sis anys, en una zona concreta de la comarca i donant així continuïtat a les tasques de programació estratègica portades a terme durant els darrers anys en aquesta zona.

Així, i tal com es descriu àmpliament posteriorment, l'àmbit de la comarca sobre el qual es basa aquest pla és el que al llarg dels darrers anys, coincidint amb els dos darrers períodes de programació europea, s'ha anomenat "*Muntanyes del Baix Camp*" i inclou els 18 municipis següents: l'Albiol, l'Aleixar, Alforja, Arbolí, l'Argentera, Borges del Camp, Botarell, Capafonts, Colldejou, Duesaigües, la Febró, Maspujols, Prades, Pratdip, Riudecanyes, Riudecols, Vilanova d'Escornalbou i Vilaplana. Aquests divuit municipis constitueixen la zona interior i muntanyosa de la comarca.

D'aquesta manera doncs, el present Pla Estratègic té per objectiu descriure i analitzar l'estat socioeconòmic dels municipis que conformen la zona MBC[1], valorant també els processos i dinàmiques que s'hi han produït recentment, i identificar les seves necessitats i potencialitats, els seus reptes i les oportunitats que ha d'aprofitar. Tot seguit proposa unes línies estratègiques de futur, que deriven en un conjunt d'actuacions agrupades en un Pla d'Acció a implementar al llarg dels propers anys.

En aquest punt és important fer constar que la implementació del Pla d'Acció dependrà, evidentment, de la disponibilitat pressupostària i de finançament que tinguin els diferents agents citats i implicats en cada actuació concreta, i en cada moment concret. Es tracta doncs d'un document marc, que no implica responsabilitat ni obligació en el seu compliment.

Alhora, dir que els nivells de prioritat en el desenvolupament de les actuacions han estat determinats per qui signa el Pla, i deriven del contingut i necessitats detectades en les entrevistes amb els agents del territori i de tota la informació recollida en la fase de diagnosi, i també en base el seu criteri tècnic.

En aquest punt és important destacar que, a dia d'avui, les Muntanyes del Baix Camp viuen un moment important en qüestió de reptes i d'objectius territorials. Uns reptes que en un futur molt proper poden ser realitats i que ajudaran a configurar un model territorial de desenvolupament per a aquests municipis en el marc de la comarca de la qual formen part, i, evidentment, per als seus habitants presents i futurs.

Per tot el que s'ha exposat, és obvi que la implementació del conjunt d'actuacions que es descriuen en el Pla d'Acció es fonamenta en bona part en un treball en xarxa i en l'establiment de col·laboracions i aprofitament de sinèrgies entre els diferents agents socioeconòmics públics i privats del territori.

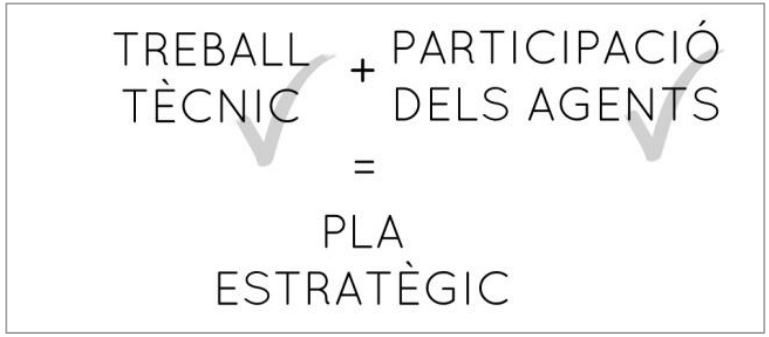
Aquest treball coordinat, sens dubte, pot possibilitar la consecució de grans fites per a una comarca acostumada a l'esforç i que cal que continuï apostant per fer de les seves bases i potencialitats una estructura sòlida i sostenible sobre la qual els seus joves projectaran el seu futur.

[1] Sovint s'utilitzaran les sigles MBC per fer referència a la denominació "Muntanyes del Baix Camp"

III. METODOLOGIA I ESTRUCTURA DEL DOCUMENT

1.METODOLOGIA

El procés d'elaboració del Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020 s'ha basat sobre dos pilars fonamentals: el treball tècnic i la participació dels agents públics i privats del territori.



La participació, bàsicament en forma d'entrevista individualitzada amb els principals agents del territori, ha estat fonamental per tal de detectar problemàtiques, potencials sinèrgies i, establir vincles de treball a la comarca, i per possibilitar articular l'entramat d'actuacions que deriven de les línies estratègiques territorials que en el document es proposen.

A més, la participació d'aquests actors i agents, tant públics com privats, en les diferents fases de realització del present Pla Estratègic ajuda a aconseguir una major legitimitat en referència a l'estratègia i actuacions plantejades.

LA PARTICIPACIÓ DELS AGENTS

Per tal de que el pla recollís la visió, opinió, suggeriments, propostes, queixes, mancances, etc. procedents dels agents socials, econòmics i públics dels municipis de les MBC, es van portar a terme una sèrie d'entrevistes personalitzades amb aquests agents.

La participació directa dels agents més representatius d'aquesta zona resulta simplement imprescindible per tal de disposar d'una visió complerta del territori, des de diferents punts de vista, per tal de completar una avaluació de la realitat socioeconòmica del conjunt dels municipis el més acurada possible.

Aquests agents han pogut expressar lliurement la seva opinió i la major part de les seves intervencions s'han recollit d'una forma o altra en el document final del pla.

El procés de realització de les entrevistes ha estat més llarg i complex del previst, ja que no ha estat fàcil concertar i coordinar aquestes entrevistes, i ja que el nombre d'agents a entrevistar ha estat considerable.

D'acord amb l'opinió dels tècnics del Consell Comarcal, es va considerar oportú optar per la realització d'entrevistes personalitzades (i descartar en primera instància les grupals o les sessions de treball conjuntes) i de durada mitjana, a partir d'un guió orientatiu preestablert però que en tot moment podia ser modificat atenent als interessos del propi entrevistat o al normal fluir de la conversa.

En alguns casos concrets, i sempre per pròpia voluntat de l'entitat o interlocutor de referència, s'ha entrevistat a més d'una persona al mateix temps, per tal de generar més aportacions i opinions.

Cal dir que la immensa majoria de les entrevistes van superar de llarg la durada prevista (60 minuts) i que una gran part van superar els 90 minuts.

Amb tot, el procés de realització de les entrevistes ha durat tres mesos, de febrer a finals d'abril de 2015.

Destacar també que les entrevistes s'han portat a terme majoritàriament a la població o al lloc de treball dels entrevistats. Així doncs, en cap cas s'han posat traves a la realització d'aquestes reunions sinó més aviat al contrari, oferint sempre màxima disponibilitat i possibilitats de desplaçament i d'horari.

En aquest punt és necessari deixar constància de la dificultat, i en alguns casos la impossibilitat, de tenir resposta per definir dia i hora per portar a terme l'entrevista, per part d'alguns interlocutors.

El llistat dels agents a entrevistar va ser consensuat amb el propi Consell Comarcal, amb la intenció de que es complissin els següents requisits:

- La voluntat de que tots els representants públics dels ajuntaments de la comarca hi participessin.
- L'exigència de difondre el procés de redacció del pla i fomentar la participació en aquesta redacció entre els agents més significatius del territori.
- La intenció de que tots els tipus d'entitats i agents amb significació i dinamisme en el territori hi poguessin participar.

Fins a dia 30 de maig de 2015, es van portar a terme 21 entrevistes, tant a agents públics com privats de la zona.

El llistat complert dels agents entrevistats fins a la data abans citada és el següent:

ENTITATS	Interlocutor
Consell Regulador de la Denominació d'Origen Siurana	Sra. Montserrat Gelonch
Consorci per a la Protecció i la Gestió de l'Espai d'Interès Natural Serra de Llaberia	Sr. Jarkov Reverté
Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci	Sr. Jaume Salvat
Prades 20.20	Sr. Xavier Mas
Mancomunitat d'Iniciatives pel Desenvolupament Integral del Territori (MIDIT)	Sra. Izaskun Cendegui
Consell Comarcal del Baix Camp	Sra Il·lu González / Sra. Clara Santiveri
Consorci Leader Priorat - Baix Camp	Sra Il·lu González / Sra. Clara Santiveri

ALTRES REUNIONS	
Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp	Sr. Jordi Gomà

AJUNTAMENTS	Interlocutor
Albiol, l'	Sr. Josep Golorons
Aleixar, l'	Sr. Antoni Abelló Grau
Argentera, l'	Sr. Lluís M. Castellví Valls
Botarell	Sra. Montserrat Roca Navarro
Duesaigües	Sr. Josep Llebaria Nolla
Febró, la	Sr. Sergi Cotilla Mestre
Maspujols	Sr. Josep Rabascall Domingo
Prades	Sr. Lídia Bargas Musoy
Pratdip	Sr. Josep Montané Vidal
Riudecanyes	Sr. Josep Maria Tost Borràs / Sra. Josepa Pedrola
Riudecols	Sr. Anna Aragonès Roc
Vilanova d'Escornalbou	Sr. Sergi Ciurana Nicolau
Vilaplana	Sr. Tomàs Bigorra Munté

Tot i que les entrevistes partien d'un guió bàsic, a la pràctica, la majoria d'entrevistes (sobretot en aquest cas a les dels representants dels ajuntaments) començaven amb un bloc introductori de context socioeconòmic del municipi/zona en qüestió, en el qual es tractaven les següents temàtiques:

- Estructura de la població (envelliment i dependència, presència de gent jove, famílies amb fills petits, etc.).
- Tendències de creixement / decreixement de població
- Evolució de l'activitat i l'ocupació
- Estructura i dinàmica sectorial de l'activitat econòmica (situació de cada sector: agricultura, indústria, comerç, turisme)
- Atur i demanda d'ocupació
- Mobilitat laboral obligada
- Situació de les empreses/negocis del municipi/zona (creació, tancament, traspassos, etc). Perspectives de creació de nous negocis
- Nivell de formació de la població
- Joves i cultura emprenedora
- Edificis, immobles i habitatges (estat, disponibilitat, etc)
- Cobertura en telefonia / ADSL
- Paisatge / Medi ambient / Aprofitaments forestals
- Infraestructures (transport , comunicació, etc)
- Equipaments i altres serveis
- Inversions al territori

A més es feia especial referència a detectar els punts crítics en el desenvolupament de la zona, ja sigui enumerant potencialitats com detectant les principals mancances / debilitats.

Tot seguit s'annexa el guió bàsic que s'emprava per recollir la opinió dels entrevistats.

Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020

ESTRATÈGIA DE DESENVOLUPAMENT LOCAL

TREBALL DE PARTICIPACIÓ AMB AGENTS

NOM:
CÀRREC:
ENTITAT:
LLOC DE REUNIÓ:

PROPÒSITS DE LA REUNIÓ

Informar de l'inici dels treballs d'elaboració i redacció del Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020.

Conèixer la valoració del compliment dels eixos estratègics i àmbits del programa Leader durant el període 2007-2013, focalitzant-ho en el sector i/o municipi de l'interlocutor.

Conèixer potencials projectes de futur, perspectives, estratègies i visió de l'agent en qüestió.

Participar en la definició de les línies de desenvolupament rural de la comarca i de l'àmbit del futur GAL Leader.

Enumerar possibles entitats del territori que poden participar en la definició de l'estratègia

Valoració del compliment dels eixos estratègics i àmbits d'actuació del programa del període 2007-2013 en el seu sector / municipi

Línies estratègiques 2007-2013:

Consolidació de la Cultura del Vi i Foment de l'Enoturisme
Impuls de la Cultura de l'Oli
Posada en valor d'altres produccions i modernització de les estructures de comercialització agrària
Foment de microempreses en sectors diversos
Millora del conjunt d'establiments i serveis turístics
Posada en valor del patrimoni rural
Impuls de la cooperació interterritorial i transnacional

Projectes de futur, perspectives, estratègies i visió de l'agent

Definició de les línies de desenvolupament rural de la comarca i de l'àmbit del futur GAL

Àmbits d'interès prioritari

ETE 2020. 3 objectius estratègics:

1. **La competitivitat de l'agricultura**
2. **La gestió sostenible dels recursos naturals i l'acció pel clima**
3. **Un desenvolupament territorial equilibrat de les zones rurals**

jaumebages | Planificació estratègica i desenvolupament local

Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020

FEADER. 6 prioritats:

1. **Transferència de coneixements i innovació en els sectors agrari i forestal i a les zones rurals.**
2. **Millorar la viabilitat de les explotacions agràries i la competitivitat de tots els tipus d'agricultura a totes les regions, i promoure les tecnologies agràries innovadores i la gestió forestal sostenible.**
3. **Fomentar l'organització de la cadena alimentària, incloent la transformació i comercialització dels productes agrari, el benestar animal i la gestió de riscos en els sector agrari.**
4. **Restaurar, preservar i millorar els ecosistemes relacionats amb l'agricultura i la silvicultura.**
5. **Promoure l'eficiència dels recursos i fomentar el pas a una economia baixa en carboni i capaç d'adaptar-se al canvi climàtic en els sectors agrari, alimentari i forestal.**
6. **Fomentar la inclusió social, la reducció de la pobresa i el desenvolupament econòmic a les zones rurals.**

FEADER: Objectius transversals:

- **Innovació**
- **Medi ambient**
- **Canvi climàtic**

PDR.CAT 2020. Reptes

- **JOVES:** Fomentar l'arrelament i desenvolupament econòmic i social dels joves al medi rural
- **ECONOMIA I OCUPACIÓ:** Contribuir a la reactivació econòmica i la creació d'ocupació, amb especial atenció als sectors agrari, alimentari, forestal i les zones rurals
- **INNOVACIÓ:** Estimular la innovació i la transferència de coneixements en el sector agroalimentari
- **CANVI CLIMÀTIC:** Promoure accions dirigides a mitigació i adaptació al canvi climàtic i la protecció dels recursos naturals

Enumerar possibles entitats del territori que poden participar en la definició de l'estratègia

jaumebages | Planificació estratègica i desenvolupament local

2. ESTRUCTURA DEL DOCUMENT

Per a l'elaboració del Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020 s'han seguit les següents fases de treball:

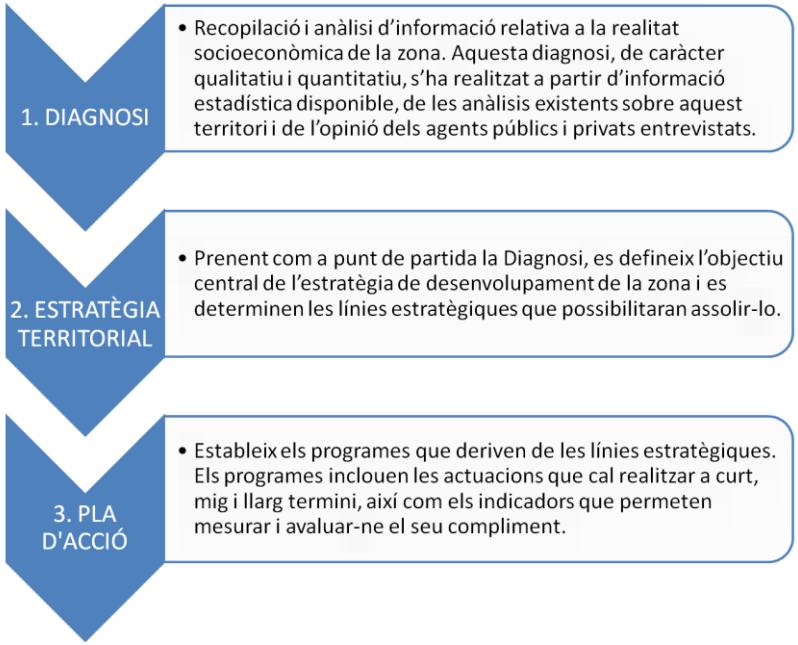


Figura 1: Fases de treball i estructura del document
Font: Elaboració pròpia

Així, l'estructura detallada del document és la que es mostra en la següent figura:

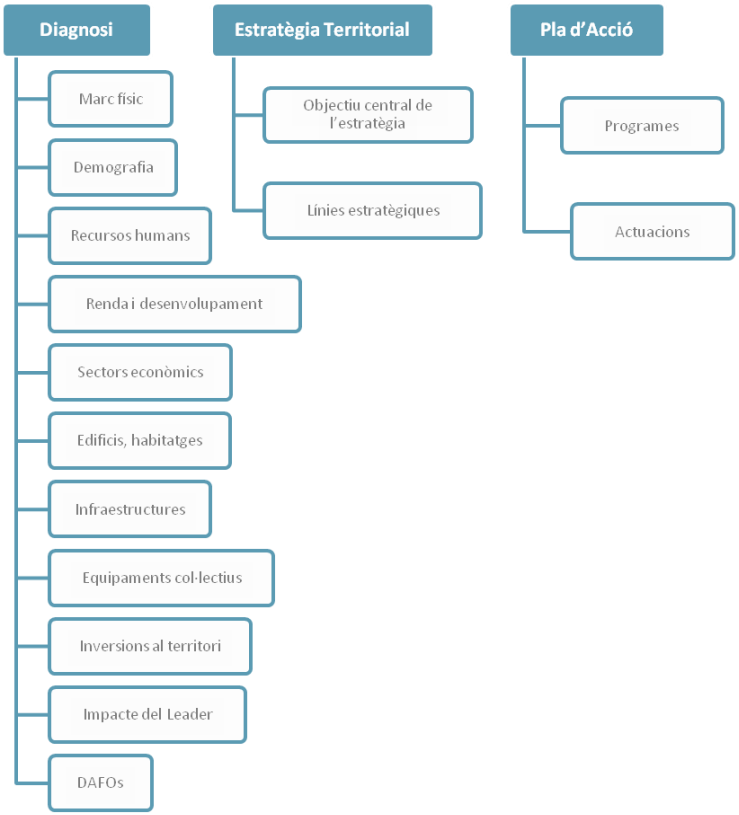


Figura 2: Estructura detallada del document
Font: Elaboració pròpia

Tot seguit es presenta la primera part del document, la **diagnosi socioeconòmica**.

DIAGNOSI SOCIOECONÒMICA

IV. DIAGNOSI SOCIOECONÒMICA

1. MARC FÍSIC I TERRITORIAL

1.1. LES MUNTANYES DEL BAIX CAMP

El Baix Camp té una superfície de 697,1 km2, que representen el 23% del total del Camp de Tarragona i poc més del 2,1% de la superfície de Catalunya. El seu perímetre recorre 204,17 km.

La comarca té en conjunt 28 municipis, i la seva capital és Reus, amb un superfície de 57,82 km2 que representa el 8% de la superfície del Baix Camp. El municipi més gran de la comarca és Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, amb 102,67 km2 que representa el 15% de la superfície comarcal. El de menys extensió és Maspujols que té 3,66 km2, que representa el 0,5% del territori de la comarca.

En el seu conjunt és una comarca força poblada i una de les més dinàmiques de la província de Tarragona i, fins i tot, del conjunt del territori català. Segons dades del Padró de 2014, era habitada per 190.249 persones, fet que en una superfície de 697,2 km2 representa una densitat de població de 272,9 hab./km2, superior a la mitjana catalana (234,2 hab./km2). Es tracta doncs d'un territori altament poblat i força dinàmic en termes demogràfics, a més de ser relativament ric.

Aquesta realitat comarcal amaga, però, profunds desequilibris interns. Així, Reus concentra més del 55% de població de la comarca, mentre que bona part de la resta es distribueix al llarg de la costa (Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Mont-roig del Camp, Cambrils) i en una corona a l'entorn de la pròpia capital (municipis de la Selva del Camp, Castellvell, Riudoms, Montbrió, etc.). La situació descrita en l'àmbit de la població es manifesta també en el de l'activitat econòmica, tant en l'activitat comercial, fortament polaritzada a Reus, com en la industrial (a la pròpia Reus, a la Selva del Camp i Riudoms, com a nuclis més importants) i en el turisme, ben desenvolupat al llarg de tota la costa.

Però com s'ha enunciat, enfront d'aquest sector central i costaner, existeix una altra realitat comarcal, un Baix Camp interior i muntanyós, format per un conjunt de municipis perifèrics, de grandària petita i molt petita en l'actualitat, fortament envellits i amb un escàs dinamisme econòmic. A més, aquest àmbit també inclou una sèrie de municipis (sobretot els més propers a la capital i al sector central i costaner de la comarca) més grans, més dinàmics, amb una notable presència de serveis i fins i tot indústria.

Són pobles que no han patit una forta baixada en la seva població i que, en alguns casos, fins hi tot han guanyat habitants els darrers anys. Malgrat tot, sovint són pobles dormitori ja que gran part de la població treballa a fora, en els pols econòmics i comercials del Camp de Tarragona.

Figura 3. Municipis de la zona "Muntanyes del Baix Camp"
Font: Elaboració pròpia

D'aquesta manera, l'àmbit de la comarca sobre el qual es basa aquest treball és el que al llarg dels darrers anys, coincidint amb els dos darrers períodes de programació europea, s'ha anomenat "*Muntanyes del Baix Camp*" i inclou els 18 municipis següents: l'Albiol, l'Aleixar, Alforja, Arbolí, l'Argentera, Borges del Camp, Botarell, Capafonts, Colldejou, Duesaigües, la Febró, Maspujols, Prades, Pratdip, Riudecanyes, Riudecols, Vilanova d'Escornalbou i Vilaplana. Aquests divuit municipis constitueixen la zona interior i muntanyosa de la comarca.

Aquests municipis, tot i tenir unes similituds evidents, presenten unes petites diferències que venen donades per la seva situació geogràfica en el conjunt territorial del qual formen part. Aquestes diferències geogràfiques fan que les dinàmiques siguin distintes i els atractius, encara que molt similars i complementaris, tinguin petites diferències.

Per tal de poder-los descriure, diferenciarem tres subsistemes diferenciats a la zona. Així, els subsistemes serien els següents: "Muntanyes de Prades", "Central" i "Sud-oest". El subsistema Central uneix els dos subsistemes més muntanyosos, situats als extrems nord i sud d'aquesta zona.

Els municipis del subsistema Muntanyes de Prades (l'Albiol, Arbolí, Capafonts, la Febró, Prades i Vilaplana), tenen una alçada considerable i, de fet, són els que presenten unes característiques més muntanyoses i també més perifèriques.

Els municipis del subsistema Sud-oest (l'Argentera, Colldejou, Duesaigües, Riudecanyes, Pratdip i Vilanova d'Escornalbou), presenten uns termes municipals més o menys muntanyosos, però amb els seus nuclis situats més aviat a mig pendent o al peu de muntanya; al mateix temps presenten una marginalitat menor i compten amb l'avantatge de la seva relativa proximitat a la plana i costa de la comarca.

Finalment, els municipis del subsistema Central (l'Aleixar, Alforja, Botarell, les Borges del Camp, Maspujols i Riudecols), presenten un caràcter més planer, tot i que part dels seus termes és bastant accidentada. Són els més ben situats, tant per la relativa proximitat a Reus com per la xarxa viària existent.

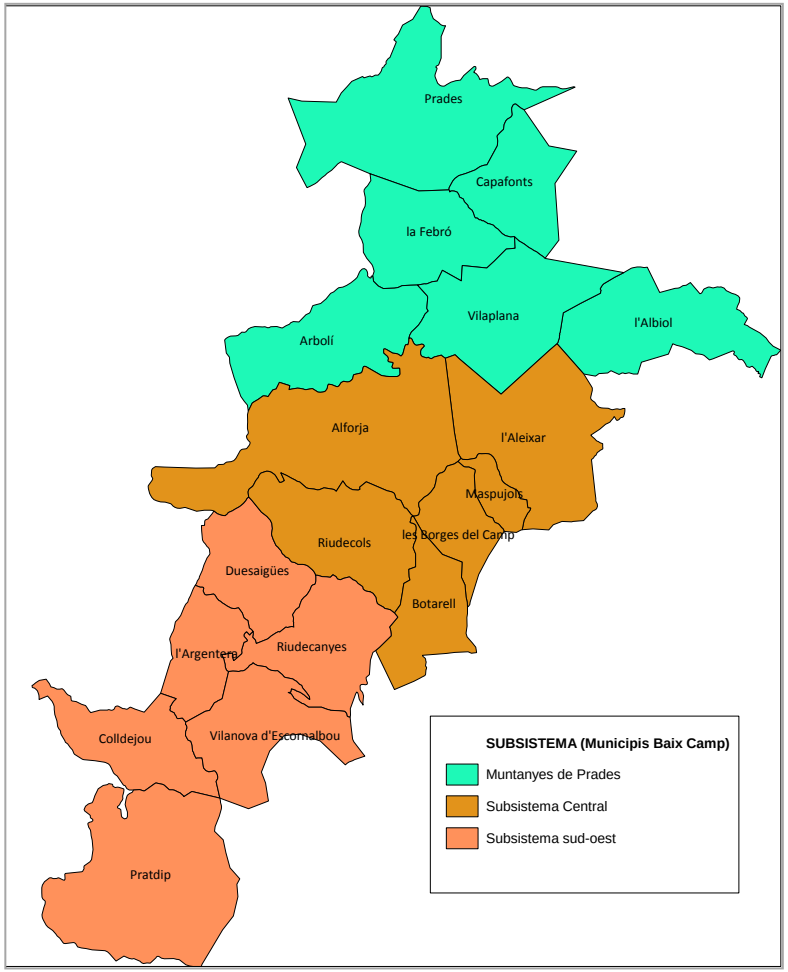


Figura 4: Mapa de municipis segons subsistema
Font: Elaboració pròpia

El municipi més poblat de la zona és les Borges del Camp (amb 2.077 habitants l'any 2014), seguit d'Alforja, amb 1.866. La Febró és el municipi menys poblat de tot l'àmbit i un dels menys poblats de Catalunya, amb només 40 habitants l'any 2014.

Indicadors geogràfics. Altitud i superfície		
Municipi	**Altitud (m)**	**Superfície (km2)**
Albiol, l'	823	20,34
Aleixar, l'	262	26,1
Alforja	374	38,24
Arbolí	714	20,78
Argentera, l'	344	10,12
Borges del Camp, les	238	8,24
Botarell	196	11,95
Capafonts	751	13,35
Colldejou	431	14,48
Duesaigües	268	13,58
Febró, la	754	16,08
Maspujols	214	3,66
Prades	950	32,58
Pratdip	245	36,27
Riudecanyes	195	17,1
Riudecols	299	19,46
Vilanova d'Escornalbou	226	17,16
Vilaplana	366	23,2
Total zona	**425 (mitjana)**	**342,69**

Taula 1: Indicadors geogràfics. Altitud i superfície
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

En quant a superfície, els municipis amb més extensió són Alforja amb 38,24 km2 i Pratdip amb 36,27 km2; els més petits en extensió són justament les Borges del Camp (el més poblat de la zona) amb 8,24 km2 i Maspujols, que és el més petit, amb només 3,66 km2. A la zona Muntanyes del Baix Camp (MBC) hi ha 38 entitats singulars de població.

Dades bàsiques Baix Camp i Muntanyes del Baix Camp		
Indicador	**Baix Camp**	**Muntanyes del Baix Camp**
Superfície (km2)	697,2 km2 (que representa el 25,79% del Camp de Tarragona i el 2,17% de Catalunya)	342,9 km2 (que representa el 12,68% del Camp de Tarragona i el 1,07% de Catalunya)
Nombre de municipis	28	18
Població (2014)	190.249 (que representa el 36,91% del Camp de Tarragona i el 2,53% de Catalunya)	12860 (que representa el 2,50% del Camp de Tarragona i el 0,17% de Catalunya)
Densitat (hab./km2)	272,84 hab./km2 (mentre que a tot el Camp de Tarragona és de 190,7 i a Catalunya de 234,2)	37,50 hab./km2 (mentre que a tot el Camp de Tarragona és de 190,7 i a Catalunya de 234,2)

Taula 2: Dades bàsiques Dades bàsiques Baix Camp i Muntanyes del Baix Camp. 2014
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

1.2 EL MEDI

1.2.1. Fisiografia

La comarca del Baix Camp, ubicada al terç meridional de la costa catalana es divideix en dos sectors ben diferenciats: una plana i un semicercle muntanyenc. La muntanya ocupa la meitat septentrional i occidental de la comarca i constitueix un autèntic obstacle difícil de travessar, excepte en els portells que la separen d'altres unitats i que formen el colls d'Alforja i de la Teixeta, per exemple.

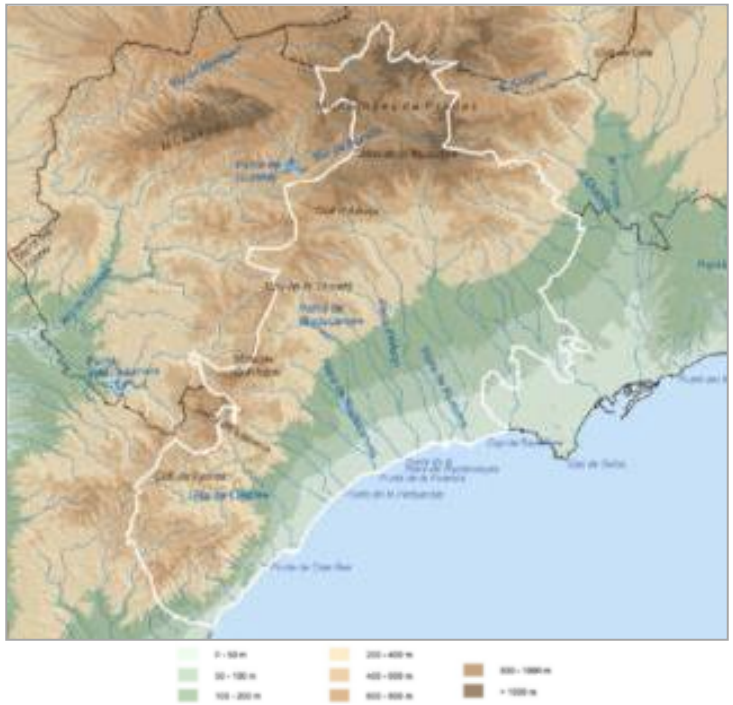


Figura 5: Mapa físic del Baix Camp
Font: Pla territorial parcial del Camp de Tarragona. Secretaria per a la Planificació Territorial

La gran majoria del territori dels 18 municipis que conformen la zona que anomenem Muntanyes del Baix Camp s'inclou dins de la unitat de relleu de la Serralada Prelitoral catalana. A grans trets, es tracta d'una sèrie de blocs elevats en relació a l'àrea deprimida del Camp de Tarragona on, en general, es pot distingir d'una banda un sòcol o base format per materials granodiorítics i sediments paleozoics i una cobertura de materials sedimentaris secundaris, de l'altra.

A l'extrem nord del Baix Camp, les Muntanyes de Prades representen el territori més complicat de la comarca des del punt de vista orogràfic. Assoleixen els 1.203 m. d'altura al Tossal de Baltasana, al límit amb la Conca de Barberà. Es tracta d'un territori força extens, on es poden diferenciar subunitats, com la serra de la Mussara, al sector sud; la serra de la Gritella, a l'oest, i els Motllats, a l'est, al límit amb l'Alt Camp. La complexitat orogràfica ha suposat que les vies de comunicació tinguin traçats complicats, per la qual cosa el poblament és relativament baix, en comparació amb la part de la comarca més propera a la costa. Així, hi trobem nuclis petits, com Prades i Capafonts.

Més a prop del mar, al sector occidental i sud-occidental, les serralades litoral i pre-litoral tenen menor altura que les Muntanyes de Prades, però una complexitat orogràfica similar. Formen un continu des de les esmentades Muntanyes de Prades fins a la costa mediterrània. Destaquen, des de l'interior cap a la costa, la serra del Pradell (765 m.) al límit amb el Priorat i la Mola de Colldejou (859 m.) i la serra de Llaberia (919 m.) ja al límit amb la Ribera d'Ebre. Sovint es presenten com a grans cingleres sobre un sòcol de muntanyes inferior. També aquí les comunicacions són difícils, i el poblament, baix i irregular, amb nuclis com Colldejou o l'Argentera.

La plana, oberta al mar, forma una superfície regular, uniforme, retallada únicament per les rieres que la travessen. Té un pendent escàs i el terreny guanya alçada de manera imperceptible fins als primers contraforts de les muntanyes que la limiten. A partir d'aquí en alguns indrets com el sector de Vilaplana, el contacte amb els contraforts es fa de manera brusca i ràpida i en altres com a Riudecanyes és més suau.

La plana costanera i oriental és la zona clarament més urbanitzada i antropitzada de la comarca, i es presenta com una extensió cap a l'oest de la comarca del Tarragonès. El territori planer ha facilitat la implantació de nuclis urbans importants. De la mateixa manera, les vies de comunicació són abundants i importants, així com alguns creixements urbanístics. El resultat és un territori força més fragmentat que la resta, especialment a la mateixa línia de costa. Podríem dir que aquesta plana (en sentit estricte) no forma part de l'àmbit que anomenem Muntanyes del Baix Camp.

1.2.2. Climatologia

El clima del Baix Camp és Mediterrani Litoral Sud i Mediterrani Prelitoral Sud a la zona muntanyosa. Aquesta variabilitat climàtica és deguda a les diferències d'altitud i a la presència del mar. La distribució de la precipitació és irregular i amb un total anual escàs. Si bé, cal destacar la presència de neu a les cotes més elevades a la tardor i a l'hivern. L'estació més plujosa és la tardor, per contra l'estiu és molt sec, amb un període àrid els mesos de juny i juliol. Podríem dir que les pluges anuals ronden els 600 mm de mitjana.

El règim tèrmic és caracteritza per estius calorosos i hiverns moderats excepte a la costa, on l'efecte termoregulador del mar fa que les temperatures siguin suaus durant tot l'any (la temperatura mitjana anual és d'uns 14º-15ºC), i a les zones muntanyoses els hiverns siguin freds. El període lliure de glaçades és des de l'abril fins a l'octubre.

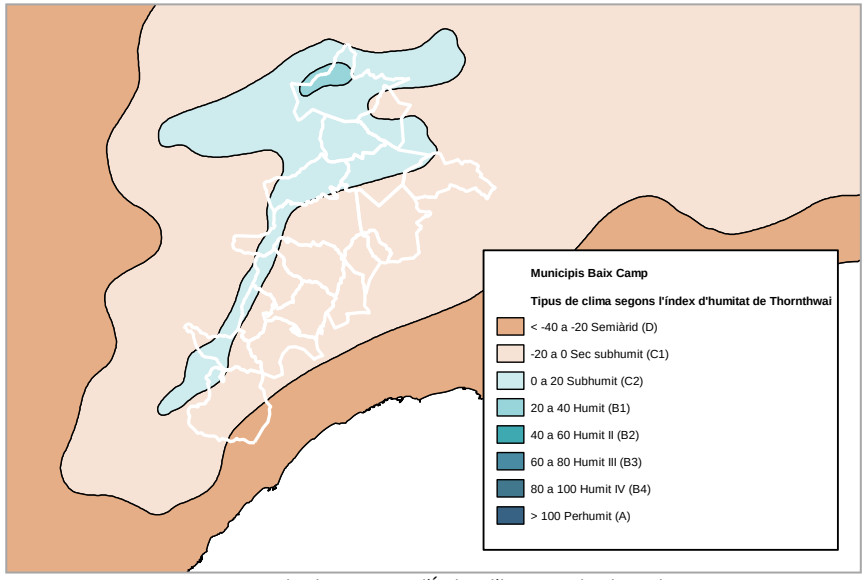


Figura 6: Tipus de clima segons l'Índex d'humitat de Thornthwaite
Font: Elaboració pròpia, amb bases de l'Atles Climàtic de Catalunya

L'Índex de Thornthwaite, ve definit per la diferència entre l'índex d'humitat (relació percentual entre la suma dels excedents mensuals d'aigua i les necessitats anuals d'aquest líquid expressades per evapotranspiració potencial) i el 60% de l'índex d'aridesa (relació semblant entre el dèficit anual d'aigua expressat per la suma dels dèficits mensuals i la necessitat anual d'aigua). Thornthwaite defineix nou tipus de clima o regions d'humitat, vuit de les quals es troben representades a Catalunya.

Tal com es veu a la figura corresponent, a la zona Muntanyes del Baix Camp, hi trobem presents, en major o menor mesura, quatre d'aquestes tipologies. La que més extensió tindria és la de clima de tipus sec sub-humit, amb un índex d'humitat de Thorntwaite d'entre -20 i 0 (C1). Seguit d'aquest, hi trobem, a les zones muntanyoses de la zona, el tipus sub-humit, amb un índex d'humitat de Thorntwaite d'entre 0 i 20 (C2). La zona més propera al litoral del municipi de Pratdip podríem dir que pertany al tipus de clima de tipus semi-àrid, amb un índex d'humitat de Thorntwaite d'entre -40 i -20 (D).

També una zona específica la representa una part del municipi de Prades, que estaria inclòs, segons aquesta classificació, en la tipologia de clima de tipus humit, amb un índex d'humitat de Thorntwaite d'entre 20 i 40 (B1).

Així, les Muntanyes de Prades són la part més humida i freda del conjunt, amb temperatures mitjanes quatre o cinc graus inferiors a les de la plana del Camp i un sensible increment de les pluges, sobretot en la serra de la Mussara i els Motllats (més de 800 mm anuals), per davallar a mesura que s'entra en el vessant més interior del massís, com a Prades. La boira hi sovinteja en alguns indrets (serra de la Mussara, Prades) i les gelades a les parts de l'altiplà solen allargar-se d'octubre a maig.

Com es veu en el mapa d'amplitud tèrmica anual, veiem com en la major part de la zona aquesta amplitud és d'uns 15-16 ºC. A les Muntanyes de Prades aquesta amplitud arriba a ser de 16-17ºC, mentre que a part del municipi de Pratdip (més proper a la costa) és només de 14-15ºC.

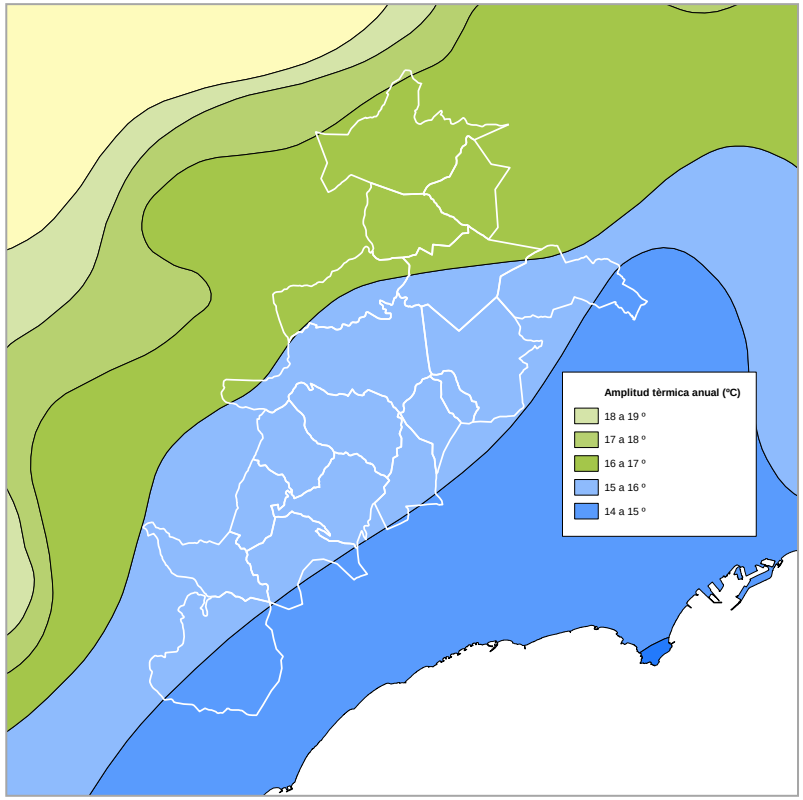


Figura 7: Mapa d'amplitud tèrmica anual (ºC)
Font: Elaboració pròpia amb bases del Departament de Territori i Sostenibilitat

La boira no és habitual a la zona i en canvi guanya molta força el vent de mestral, que seca l'ambient i pot assolir velocitats molt altes.

Finalment es mostra un detall de les dades climatològiques de l'Aeroport de Reus, representatives principalment de la zona central de la comarca.

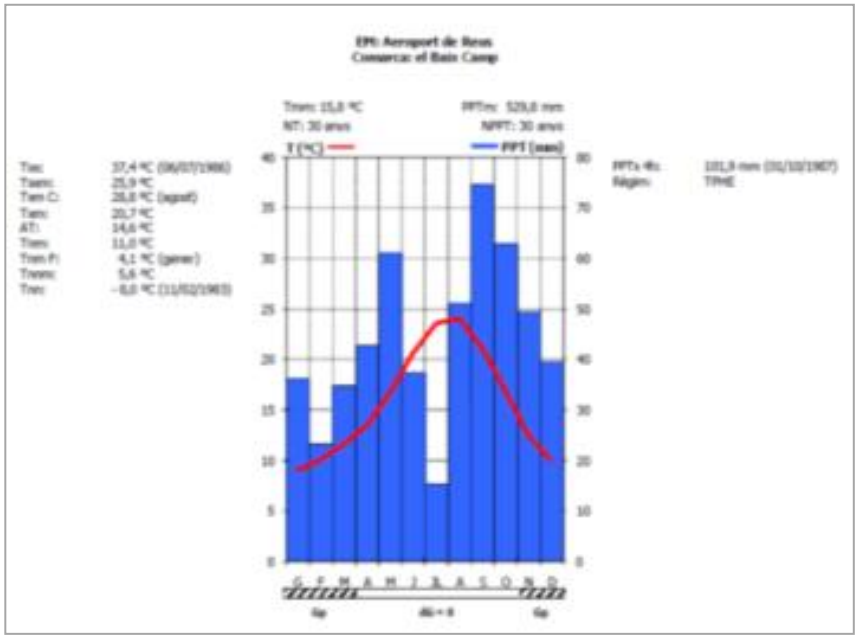


Figura 8: Dades climatològiques de l'Aeroport de Reus
Font: Servei de Meteorologia de Catalunya

1.2.3. Geologia

Al nord de la zona, la cobertura sedimentària de les Muntanyes de Prades presenta una estructura gairebé horitzontal, donant lloc a un relleu de tipus tabular, amb altiplans com els dels Motllats, els de la Mussara o Prades, i arribant a les altures màximes de la zona (1202 metres al Tossal de la Baltassana, a Prades). La xarxa hidrogràfica s'hi ha encaixat profundament formant barrancs de parets verticals en roca calcària, amb algunes mostres de morfologia càrstica com els Avencs de la Febró, i vessants no tan escarpats en les marges. Cingleres calcàries i formes de relleu espectaculars sobre gresos vermells són elements d'atractiu natural de la zona. El sòcol aflora a la base dels cingles, en petites valls de relleu molt més planer en el cas dels granits d'Alforja, Vilaplana o Prades, o amb lloms de pendent fort en el cas de les llicorelles.

En el tram central comprès entre el Coll d'Alforja i el Coll Roig dominen els materials del sòcol, granits i sobretot llicorelles. La xarxa hidrogràfica ha dibuixat una sèrie de valls en sentit W-E, separats per alineacions muntanyoses d'alçada modesta (amb el màxim als 915 m del Molló) que presenten la típica morfologia dels lloms de llicorella: vessants arrodonits però pronunciats i densa xarxa de barrancs, amb ben pocs indrets planers.

També en el sector central, les serres de l'Argentera i Pradell presenten, en el vessant del Baix Camp, una línia de cingleres doble des del Coll de la Teixeta fins al Coll Roig, amb el cingle blanc (calcàries) que reposa sobre el vermell (gres i conglomerat del Buntsandstein), mentre que per la banda del Priorat els vessants són molt menys pronunciats. Caldria afegir encara, en aquest sector central, els trossos de plana del Camp de Tarragona que s'integren als termes de l'Aleixar, Almoster, les Borges del Camp, Botarell, Maspujols, Riudecanyes, Riudecols i Vilanova d'Escornalbou. Són materials de peu de muntanya amb pendent relativament suau en direcció al mar.

El tercer sector correspondria als termes de Colldejou, Pratdip i la part sud-oest de Vilanova d'Escornalbou. Aquí dominen les calcàries i dolomies, amb alguns afloraments margosos i presència també escassa dels gresos vermells. Pel que fa al relleu, la complexa tectònica de la zona dóna lloc a una àrea de fortes pendents, amb barrancs molt encaixats i cingleres espectaculars especialment en la part de les moles (Llaberia, 915 m). Pràcticament no trobem àrees planeres, que es limiten a les petites parts de la plana del Camp que componen aquests termes i alguna clotada de reduïdes proporcions.

1.2.4. Hidrologia

Els cursos fluvials del Baix Camp es poden classificar segons la conca hidrogràfica a la qual pertanyen: les conques meridionals, la conca del Francolí i la de l'Ebre.

Les rieres meridionals són petits barrancs i rieres que neixen a les muntanyes del nord i l'oest de la comarca i desemboquen, després d'un recorregut curt, directament al Mediterrani, sense formar en cap cas rius i conques importants. Són la major part de cursos fluvials de la zona i podem destacar, de nord-est a sud-oest la riera de Riudoms, que es forma a l'alçada de Maspujols a partir de la unió de diversos barrancs i torrents, la majoria dels quals s'originen a la serra de la Mussara i desemboca al mar a l'est de Cambrils; la riera d'Alforja, paral·lela a l'anterior, s'origina a les muntanyes de ponent i arriba al mar a l'oest de Cambrils; la riera de Riudecanyes, que neix als barrancs del sector oriental de la serra de Pradell, i desemboca a la zona residencial de Mont-roig del Camp, i presenta l'únic embassament de la comarca en el seu recorregut, l'embassament de Riudecanyes; i el riu de Llastres, que neix al sector oriental de la serra de Llaberia i arriba al mar a l'alçada de l'Hospitalet de l'Infant.

Aquests cursos d'aigua són també discontinus, exceptuant algun tram de la riera de Riudecanyes. La petitesa de les conques s'ajunta, en el sector central, a la pràctica inexistència d'aqüífers d'entitat, determinant que fins i tot les rieres més importants s'eixuguin a l'estiu. Això no vol dir que després d'aiguats de tardor no puguin tenir creixements espectaculars de cabal que comporten, especialment aigües avall, riscos clars d'inundació.

A la Conca del Francolí hi van a parar alguns cursos fluvials que neixen al vessant nord i est de les Muntanyes de Prades, i que ràpidament passen a l'Alt Camp per anar al riu Francolí. En són bons exemples el riu Brugent, el barranc de l'Albiol i la riera de la Selva. Aquests rius, en els seus trams pel massís de les Muntanyes de Prades, solen portar aigua tot l'any gràcies a la presència de nombroses fonts en el vessant interior, fet al que ajuda la disposició dels estrats, en lleugera inclinació cap al nord.

De la Conca de l'Ebre en formen part diversos barrancs i rieres del sector nord i occidental de les muntanyes de la perifèria de la comarca, que ràpidament abandonen el Baix Camp. Podem citar, a les Muntanyes de Prades, el riu de Prades, que s'uneix al riu Montsant al Priorat, el riu de Siurana i el riu d'Arbolí, afluent de l'anterior. A la serra del Molló neix el riu de Cortiella, també afluent del Siurana.

En general, els cursos fluvials de la zona presenten un caràcter marcadament mediterrani, amb alternança d'èpoques de cabal molt baix amb grans avingudes, principalment de tardor, però també de primavera. De fet, excepte els rius més importants del vessant nord de la serra de Prades, la resta de cursos fluvials es mantenen sense aigua bona part de l'any.

En general no existeixen problemes seriosos d'abastament d'aigua, exceptuant, en tot cas, en èpoques estivals, a algun nucli amb increment sensible de població flotant. Les captacions d'aigua, procedents de fonts o de pous ubicats sovint en els materials de fons de vall, són especialment exigües en els materials granítics o les llicorelles impermeables, on la manca d'aqüífers en condiciona un cabal més inconstant en el temps. Les àrees calcàries, en canvi, poden presentar fonts i aqüífers de major entitat (com la Font Major de l'Albiol, la de la Llúdriga a Capafonts, les de Pratdip o la de Santa Marina).

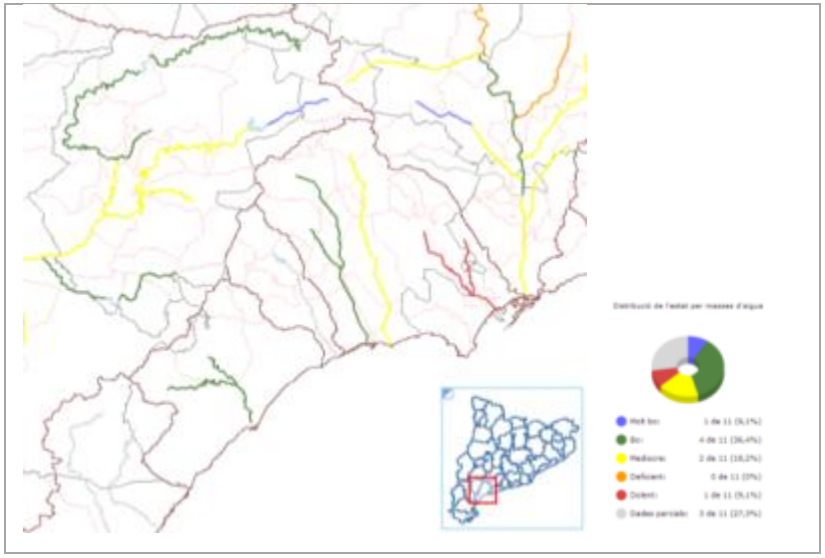


Figura 7: Mapa d'estat ecològic dels cursos del Baix Camp. Informe a 2012 (dades 2007-2012)
Font: Agència Catalana de l'Aigua

Com es veu en el mapa d'estat ecològic dels cursos de la zona, el seu estat actual en general és acceptable. Allà on els cursos fluvials es troben en espais més aïllats i immersos dins d'un àmbit amb presència de boscos i d'espais naturals ben conservats, el seu estat és de millor qualitat. El riu Siurana, part del qual recorre l'àmbit de les Muntanyes del Baix Camp, presenta un bon estat, degut a la situació protegida i encaixonada d'alguns trams, i de l'àmbit general en que es troba (Muntanyes de Prades). El riu Glorieta també es troba en molt bon estat sobretot en el seu curs alt. El riu de Prades, en la seva major part fora de l'àmbit de les Muntanyes del Baix Camp, també es troba en un bon estat de conservació.

Per la seva banda el riu Brugent té alguna deficiència ambiental i el seu estat hauria de millorar considerablement en alguns trams.

Pel que fa a les rieres, la d'Alforja es troba en un bon estat de conservació mentre que les rieres de Riudoms i Maspujols estan en un estat més deficient. El seu pas per zones amb més població, amb algun tram industrialitzat i amb explotacions agràries molt concorregudes, fa difícil que mantingui un estat òptim.

Ens trobem, doncs, amb una realitat dels cursos hídrics que, si bé és clarament millorable sobretot en rieres i cursos baixos dels rius, manté un estat prou saludable. Val a dir, també, que diferents municipis i entitats relacionades amb la conservació del medi ambient desenvolupen accions per a la millora d'aquests espais naturals.

1.2.5. Vegetació

El paisatge vegetal del Baix Camp és molt contrastat a causa de les diferències topogràfiques, dels sòls, del clima i sobretot de la intervenció diferencial de l'home al llarg de la història. A la plana, amb gairebé tot l'espai ocupat pels conreus o per les construccions residencials o industrials no hi resta gairebé res del que seria la vegetació pròpia del territori. El mateix passa als vessants inferiors de la zona de les MBC que donen a la plana, on hi domina l'ús agrícola.

A la muntanya mitjana i vessants més elevats l'home també hi ha intervingut intensament, tot i que durant les darreres dècades, s'han abandonat nombroses terres, amb el conseqüent creixement descontrolat de la massa forestal i la certa pèrdua de biodiversitat en aquestes zones, on el paisatge s'ha empobrit.

Els incendis forestals han afectat sovint les serres de ponent i sud del Baix Camp. El paisatge actual presenta amb algunes superfícies de roca nua, com es pot contemplar a la serra de Llaberia. La restitució de la vegetació és difícil en aquests indrets, a causa de la manca de sòl. Actualment hi ha un mosaic de brolles, garrigues i pradells secs. Al nord de la serra de Llaberia i cap a la serra de Prades hi ha alguns boscos d'alzinars, encara que la vegetació actual més abundant és formada per màquies, brolles i garrigues, sovint amb pi blanc.

A les Muntanyes de Prades, la vegetació natural cobreix bona part del territori. Així, hi ha boscos més o menys ben desenvolupats d'alzines i carrascars i també clapes més o menys importants de rouredes de reboll (l'única de Catalunya), roure de fulla petita i martinenc. En general, però, els boscos de planifolis, a causa de l'acció històrica de l'home, es veuen substituïts per altres comunitats vegetals. Així, les pinedes de pi blanc ocupen bona part de les àrees forestals del massís, especialment en els vessants més baixos o assolellats, en zones d'antics conreus o pastures. Menys superfície ocupen les pinedes de pi roig, pinassa i pi pinyer. Les típiques brolles mediterrànies constitueixen comunitats transitòries que són presents al massís sobretot a les seves vores i en els altiplans calcaris. Les àrees de conreu es veuen molt reduïdes a causa de la topografia.

En el sector central, malgrat la presència d'alzinars són presents a part de les zones de muntanya, dominen clarament les pinedes de pi blanc. Les brolles d'estepes i bruc són molt esteses com a vegetació recolonitzadora després de l'abandonament de conreus o d'incendis forestals.

Més al sud, a la Serra de Llaberia i zones properes, la vegetació presenta contrastos importants, amb importància del bosc a Colldejou i grans extensions de brolles a Pratdip, afectat per diversos incendis en els últims vint-i-cinc anys. Les àrees conreades hi són escasses.

La flora i la vegetació de la Serra de Llaberia està formada per un conjunt molt divers d'espècies i de comunitats vegetals. La vegetació es caracteritza pel domini corològic mediterrani (alzinars, brolles...) amb algunes penetracions euro-siberianes (rouredes seques) i oromediterrànies (brolles xeroacàntiques, pradells de cingles...).

La fauna típicament mediterrània va molt lligada a les biocenosis forestals i rupícoles, amb una gran abundància d'elements de la fauna invertebrada.

1.2.6. Espais naturals protegits

Espais Naturals de Protecció Especial (ENPE)

Els espais naturals a Catalunya estan definits en la Llei 12/1985, de 13 de juny, de espais naturals, com aquells espais que presenten un o diversos ecosistemes, no essencialment transformats per l'explotació i l'ocupació humanes, amb espècies vegetals i animals d'interès científic o educatiu, i els que presenten paisatges naturals de valor estètic.

Els seus objectius són protegir, conservar, gestionar, restaurar i millorar la riquesa i productivitat d'aquests espais, així com la seva diversitat genètica. En conseqüència, afegeix condicionants per a l'ús dels recursos naturals de forma compatible a la conservació del patrimoni natural i la seva distribució equilibrada al territori.

Per tal de preservar una mostra representativa dels espais naturals de major interès la Llei 12/1985, de 13 de juny, d'espais naturals, va crear quatre figures de protecció concretes:

- Parcs nacionals
- Parcs naturals
- Reserves naturals
- Paratges naturals d'interès nacional

A dia d'avui, cal dir que cap dels espais naturals de la zona MBC compta amb alguna d'aquestes quatre tipologies de figures de protecció.

Tot i amb això, mereix un apartat específic i un comentari més o menys extens el cas de les Muntanyes de Prades. Per tant, es comenten els antecedents i l'estat actual de la declaració de Parc Natural en un apartat específic d'aquest punt de la diagnosi.

Pla d'Espais d'Interès Natural (PEIN)

D'acord amb l'article 15 de la Llei 12/1985, de 13 de juny, d'espais naturals, el PEIN és un instrument de planificació territorial amb la categoria de pla territorial sectorial. Això significa que el seu abast comprèn tot el territori de Catalunya i que les disposicions normatives són de compliment obligatori per a les administracions públiques de la mateixa manera que per als particulars.

El PEIN va ser aprovat amb el Decret 328/1992, de 14 de desembre, pel qual s'aprova el Pla d'espais d'interès natural. Posteriorment, s'han aprovat, per decret, modificacions puntuals de les normes i els límits com ampliacions o incorporacions de nous espais. Així mateix, cal tenir en compte que l'aprovació de nous espais de protecció especial o la designació de zones especials de conservació o de zones de especial protecció per a les aus en relació amb la xarxa Natura 2000, comporten l'ampliació automàtica del PEIN.

En aquest sentit, la Llei 12/2006, que modifica la Llei 12/1985 d'espais naturals, determina que tots els espais naturals (LIC i ZEPA) s'inclouen automàticament al PEIN al moment de la seva designació. Les Zones Especials de Protecció de les Aus (ZEPA) i els Llocs d'Interès Comunitari (LIC) formen part de la Directiva europea d'hàbitats com un dels espais a protegir.

D'aquesta manera a Catalunya els espais catalogats com PEIN coincideixen pràcticament en la seva totalitat amb els espais catalogats com a Xarxa Natura 2000.

Superfície PEIN per comarques. Any 2013

Comarques	Superfície PEIN	Superfície total	% sup. / PEIN
Alt Camp	15.080	53.801	28
Alt Empordà	48.433	135.753	35,7
Alt Penedès	12.483	59.277	21,1
Alt Urgell	48.797	144.748	33,7
Alta Ribagorça	20.929	42.686	49
Anoia	12.635	86.628	14,6
Bages	22.561	129.908	17,4
Baix Camp	**21.767**	**69.707**	**31,2**
Baix Ebre	38.107	100.272	38
Baix Empordà	26.231	70.169	37,4
Baix Llobregat	14.270	48.570	29,4
Baix Penedès	9.175	29.624	31
Barcelonès	2.092	14.472	14,5

Superfície PEIN per comarques. Any 2013			
Comarques	**Superfície PEIN**	**Superfície total**	**% sup. / PEIN**
Berguedà	37.891	118.489	32
Cerdanya	20.300	54.657	37,1
Conca de Barberà	18.594	65.024	28,6
Garraf	8.375	18.528	45,2
Garrigues	7.025	79.761	8,8
Garrotxa	38.761	73.539	52,7
Gironès	17.243	57.540	30
Maresme	7.630	39.891	19,1
Montsià	29.650	73.537	40,3
Noguera	57.153	178.406	32
Osona	29.399	126.012	23,3
Pallars Jussà	46.218	134.308	34,4
Pallars Sobirà	95.685	137.792	69,4
Pla d'Urgell	463	30.513	1,5
Pla de l'Estany	1.364	26.283	5,2
Priorat	25.485	49.860	51,1
Ribera d'Ebre	23.222	82.731	28,1
Ripollès	32.105	95.624	33,6
Segarra	23.064	72.276	31,9
Segrià	15.965	139.665	11,4
Selva	22.382	99.511	22,5
Solsonès	11.896	100.121	11,9
Tarragonès	2.551	31.886	8
Terra Alta	23.566	74.336	31,7
Urgell	16.950	57.973	29,2
Val d'Aran	37.353	63.360	59
Vallès Occidental	15.065	58.317	25,8
Vallès Oriental	29.975	85.099	35,2
Zona marítima	77.893		
Catalunya	**1.065.782**	**3.210.654**	**30,8**

Taula 3: Superfície PEIN per comarques. Any 2013
Font: Idescat

La comarca del Baix Camp disposa de 21.767 ha d'espais delimitats al PEIN, que representa un 31,20% del total de la superfície de la comarca.

En tots els espais delimitats al PEIN se'ls aplica un règim preventiu bàsic. hi ha un nombre d'espais concrets, on el PEIN estableix disposicions de caràcter particular, que afecten bàsicament al planejament urbanístic, a la protecció de les aigües i algunes espècies de la flora i fauna silvestres. No obstant això, el PEIN no és un instrument passiu de protecció. A partir d'una diagnosi individualitzada de cada espai es determinen els factors de risc, actuals o potencials, per a la preservació del conjunt dels seus valors naturals i les mesures de protecció addicionals a aplicar.

Aquestes mesures poden adoptar la forma de les normes de caràcter particular esmentades o bé d'actuacions específiques que són recollides en el Programa de desenvolupament del Pla. En aquest programa de desenvolupament, que es ha de revisar cada quatre anys, es preveuen les actuacions a realitzar per fer efectius els seus objectius.

Aquestes actuacions inclouen previsions tant de caràcter general, per dotar el Pla dels mecanismes necessaris d'eficàcia i control, com la programació d'actuacions específiques en espais concrets. La revisió periòdica del Programa de desenvolupament ha de permetre adaptar les previsions del Pla a l'evolució de les necessitats de protecció de cada espai.

Espais inclosos en el Pla d'espais d'interès natural (PEIN) al Baix Camp. 2012			
Nom	**Àrea [2](1)**	**Àrea (2)**	**% sup (3)**
Serra de Llaberia	3.385,33	40,58	100,00
Mare de Déu de la Roca	40,58	10.350,40	32,71
Muntanyes de Prades	10.862,22	30.726,39	35,35
Serres de Pradell-l'Argentera	119,87	197,51	60,69
la Rojala-Platja del Torn	211,41	211,41	100,00
Riu Siurana i planes del Priorat	6,89	2.879,17	0,24
Muntanyes de Tivissa-Vandellòs	7.141,17	13.924,79	51,28
Total	**21.767,47**	-	-

Taula 4: Espais inclosos en el Pla d'espais d'interès natural (PEIN) al Baix Camp. 2012
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

El PEIN, d'acord amb la Llei que el crea, pretén també fomentar millores en l'àmbit rural i assegurar el manteniment de les activitats tradicionals, de manera compatible amb la protecció dels espais. A aquest efecte, defineix uns beneficis en forma d'ajudes tècniques i econòmiques D'altra banda, es preveuen les corresponents indemnitzacions per a aquells casos en què el desenvolupament del Pla comporti la privació singular de la propietat privada o de drets o interessos patrimonials legítims.

[2] Notes:
(1) Àrea de l'espai a la comarca en hectàrees
(2) Àrea de l'espai en el conjunt de Catalunya en hectàrees
(3) Tant per cent de l'espai que resta dintre de la comarca

Cal remarcar que molts espais PEIN no han tingut el seu corresponent desenvolupament en termes pressupostaris i de pla d'actuació.

Així doncs, la regulació de les activitats del sector primari (silvícoles i agroramaderes) en aquests espais es deriva de la implementació de la xarxa Natura 2000 i no de la seva catalogació com PEIN, ja que aquesta última classificació pretén regular sol usos urbanístics.

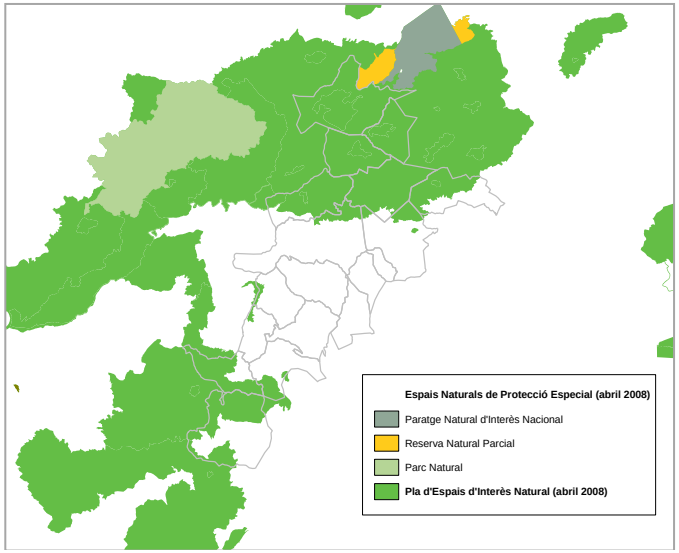


Figura 9: Espais Naturals de Protecció Especial (abril 2008)
Font: Elaboració pròpia amb bases de l'ICC

A la zona, doncs hi trobem els següents espais naturals inclosos en el PEIN: Muntanyes de Prades, Serra de Llaberia, Mare de Déu de la Roca, Serres de Pradell-l'Argentera i Riu Siurana i planes del Priorat (una part del municipi d'Arbolí), que tot seguit s'especifiquen i se'n detallen les principals característiques.

Superfície administrativa de PEIN per municipi i espai (Baix Camp)		
Alforja	Muntanyes de Prades	416,92
	Total Alforja	**416,92**
Arbolí	Muntanyes de Prades	1.575,71
	Riu Siurana i planes del Priorat	6,89
	Total Arbolí	**1.582,60**
Capafonts	Muntanyes de Prades	1.175,51
	Total Capafonts	1.175,51
Colldejou	Serra de Llaberia	1.113,68
	Total Colldejou	**1.113,68**
Duesaigües	Serres de Pradell-l'Argentera	69,64
	Total Duesaigües	**69,64**
la Febró	Muntanyes de Prades	1.477,10
	Total la Febró	**1.477,10**
la Selva del Camp	Muntanyes de Prades	14,50
	Total la Selva del Camp	**14,50**
l'Albiol	Muntanyes de Prades	1.095,68
	Total l'Albiol	**1.095,68**
l'Aleixar	Muntanyes de Prades	392,48
	Total l'Aleixar	**392,48**
l'Argentera	Serres de Pradell-l'Argentera	50,22
	Total l'Argentera	**50,22**
Mont-roig del Camp	Mare de Déu de la Roca	19,46
	Serra de Llaberia	214,03
	Total Mont-roig del Camp	**233,49**
Prades	Muntanyes de Prades	2.514,59
	Total Prades	2.514,59
Pratdip	Muntanyes de Tivissa-Vandellòs	432,12
	Serra de Llaberia	1.406,76
	Total Pratdip	**1.838,88**
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	la Rojala-Platja del Torn	211,41
	Muntanyes de Tivissa-Vandellòs	6.709,04
	Serra de Llaberia	347,30
	Total Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	**7.267,75**
Vilanova d'Escornalbou	Mare de Déu de la Roca	21,11
	Serra de Llaberia	303,56
	Total Vilanova d'Escornalbou	**324,67**
Vilaplana	Muntanyes de Prades	2.199,72
	Total Vilaplana	**2.199,72**
TOTAL BAIX CAMP		**21.767,45**

Taula 5: Superfície administrativa de PEIN per municipi i espai (Baix Camp)
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Les Muntanyes de Prades

Les Muntanyes de Prades són un espai natural de primer ordre a Catalunya, que compleix amb els requisits bàsics de diversitat, representativitat i singularitat,i és enquadrat dins el sistema mediterrani català. Constitueix una unitat geogràfica perfectament identificable entre les comarques de l'Alt i Baix Camp, la Conca de Barberà i el Priorat.

Es tracta d'un espai biogeogràficament excepcional que incorpora al seu interior espais naturals de protecció especial, com les reserves naturals parcials del Titllar i de la Trinitat.

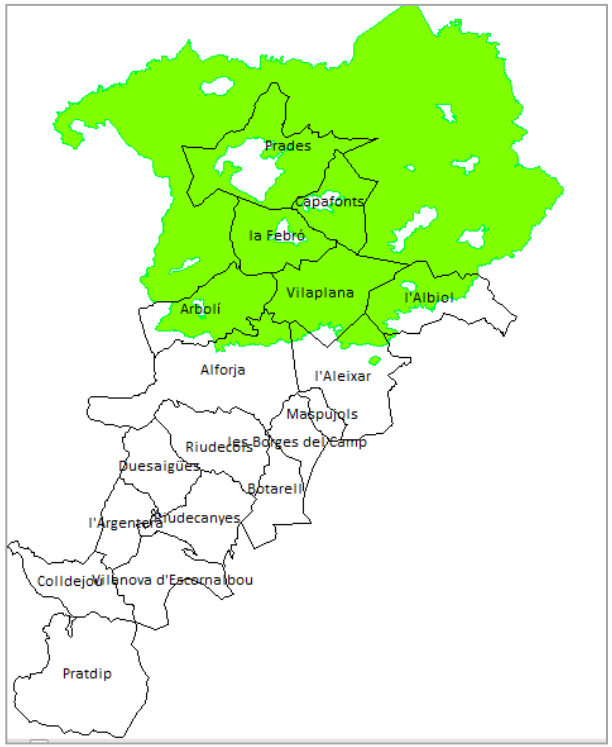


Figura 10: Espai PEIN de les Muntanyes de Prades
Font: Elaboració pròpia amb bases del Departament de Territori i Sostenibilitat

La coexistència de paisatges plenament mediterranis amb altres de centreeuropeus, i fins i tot boreals, fa que sigui un espai molt interessant des del punt de vista biogeogràfic. Els canvis de vessants, el gradient altitudinal, els diferents substrats, l'acció antròpica, etc. permeten la instal·lació de biocenosis molt diverses, com les rouredes de roure reboll, úniques a Catalunya. D'altra banda, s'ha de considerar l'existència de jaciments paleontològics de gran valor científic, declarats Patrimoni Mundial per la UNESCO l'any 1992. En conjunt, doncs, és un dels espais naturals bàsics i d'especial interès per a Catalunya, i conserva valors científics, paisatgístics i socioculturals únics al país.

	Superfície (ha)	%
Baix Camp	**10862,23**	**35,35**
Prades	2514,59	8,18
Vilaplana	2199,72	7,16
Arbolí	1575,71	5,13
la Febró	1477,10	4,81
Capafonts	1175,51	3,83
l'Albiol	1095,68	3,57
Alforja	416,92	1,36
l'Aleixar	392,48	1,28
la Selva del Camp	14,50	0,05
Conca de Barberà	**10255,23**	**33,38**
Montblanc	3523,17	11,47
Vimbodí	3311,26	10,78
Vilanova de Prades	2016,13	6,56
l'Espluga de Francolí	667,52	2,17
Vilaverd	377,53	1,23
Vallclara	359,61	1,17
Alt Camp	**5085,03**	**16,55**
Mont-ral	3113,99	10,13
Alcover	1412,90	4,60
la Riba	558,14	1,82
Priorat	**3559,48**	**11,58**
Cornudella de Montsant	2730,49	8,89
Ulldemolins	828,99	2,70
Garrigues	**964,42**	**3,14**
la Pobla de Cérvoles	825,16	2,69
el Vilosell	139,26	0,45

Taula 6: Superfície administrativa de les Muntanyes de Prades
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Com veiem a la taula de superfícies, el Baix Camp i la Conca de Barberà es distribueixen bona part de la superfície de les Muntanyes de Prades amb més de 10.000 ha cadascuna. Montblanc i Vimbodí, a la Conca de Barberà, són els municipis amb una major extensió de territori dins de l'espai natural, amb més de 3.000 ha. cadascun. Pel que fa al Baix Camp, és la comarca que aporta més municipis al conjunt de l'espai i municipis com Prades i Vilaplana hi inclouen bona part del seu terme amb més de 2.000 ha. cadascun.

Pel que fa a la comarca de l'Alt Camp, hi trobem Mont-ral, el municipi amb la tercera aportació d'hectàrees més important amb un total de 3.113, 99. Al Priorat hi destaca Cornudella de Montsant, que hi té una extensió de 2730,49 ha, amb un protagonisme especial del terreny més proper al poble de Siurana i la serra de la Gritella. Finalment les Garrigues, ja a la demarcació provincial de Lleida, hi té una presència més testimonial amb dos municipis que tenen part del seu terme dins la zona i que aporten un total de 964,42 ha. a les Muntanyes de Prades

El relleu de les muntanyes de Prades consta d'un sistema tabular, geomorfològicament definit, format per un conjunt de muntanyes i tossals que culminen en altiplans i cims que superen els 1.000 m, tots d'una gran complexitat orogràfica i tectònica. El límit meridional del massís és flanquejat per potents cingleres i altiplans. Mentre que, a la part més septentrional, hi trobem sediments paleozoics (pissarres i gresos) i granodiorites, a gran part del territori, hi predominen els sediments triàsics (gresos, argiles i calcàries) i juràssics (dolomies i calcàries). Pel que fa al sòls, cal dir que presenta una gran diversitat edàfica: als terrenys calcaris, els sòls són més o menys estables; a la zona de granits, molt fràgils.

L'Espai presenta una xarxa hidrogràfica complexa (Brugent, Montsant, Siurana, Glorieta i Francolí), amb una potent acció erosiva que ha estat el principal determinant de la formació d'aquestes muntanyes.

L'Espai Natural Protegit de les Muntanyes de Prades va ser incorporat al PEIN pel Decret 328/1992, pel qual s'aprova el PEIN. Aquest Espai va ser declarat per primera vegada com a LIC l'any 1997, ZEPA l'any 2005 i posteriorment va ser ampliat com a espai Natura 2000 mitjançant l'Acord del Govern 112/2006, de 5 de setembre, que aprova la xarxa Natura 2000 a Catalunya (DOGC 4735 de 6-10-2006).

Un 8% de la superfície de l'espai natural protegit forma part del Paratge Natural d'Interès Nacional de Poblet, d'acord amb la Llei 22/1984, de 9 de novembre, que declara Paratge Natural d'Interès Nacional una part de la vall del monestir de Poblet i el Decret 279/1998, de 21 d'octubre, de d'aquesta Llei.

En el conjunt de les muntanyes predominen els paisatges forestals. Fins als 900-1.000 m, dominen els alzinars (alzinar litoral, muntanyenc i carrascar i, per sobre d'aquesta altura, les rouredes seques i pinedes subhumides de pi roig. La vegetació es caracteritza en gran part per les pinedes secundàries mediterrànies i submediterrànies de pi blanc, pi roig, pinassa i pinastre, així com per les brolles calcícoles, garrigues, boixedes, etc.

Hi ha les úniques rouredes de roure reboll del Principat de Catalunya i la comunitat de salze de cingle endèmica de les muntanyes catalanes meridionals.

A Prades hi ha algunes espècies vegetals ibèriques, ibèricocontinentals o eurosiberianes que tenen llur límit de dispersió en aquestes terres, tant vers el sud (espècies eurosiberianes) o cap a llevant (espècies ibèriques). Cal remarcar l'interès criptogàmic, en especial dels briòfits, pel seu bon estat de conservació i per l'excel·lent representació dels elements biogeogràfics mediterranis, així com de la flora liquènica per la seva diversitat de líquens epífits i saxícoles i la presència d'espècies molt rares (Lethariella soleiroli,…).

Les espècies estrictament protegides pel PEIN són les següents: Cistus populifolius, Doronicum plantagineum ,Evax pygmea, Galium rotundifolium, Jasione crispa, Lavandula pedunculata, Sedum forsteranum.

La diversitat d'hàbitats (boscos, conreus, cingleres, fons de valls, altiplans, etc.) fa que l'espectre faunístic sigui especialment ampli. Per les seves característiques fisiogràfiques, és un lloc de superposició d'elements faunístics de caire pirinenc i centreeuropeu amb elements nord-africans, conjuntament amb el nucli principal d'espècies pròpiament mediterrànies i la presència d'endemismes o espècies rares.

Els ocells de les terres fredes tenen a Prades un lloc d'hivernada propici: el reietó, el pardal de bardissa, el cercavores, la merla de pit blanc, el lluer, etc. Així doncs, és una àrea important de nidificació, on confluexen espècies mediterrànies i d'altres de septentrionals que hi troben un de llurs límits meridionals, com el pica-soques blau. D'altra banda, també s'hi troben elements ornítics de muntanya associats a la conífera, com el trencapinyes. A les zones rupícoles i amb menys vegetació hi ha el còlit negre.

Les comunitats de predadors són ben constituïdes i els seus representants força abundants: fagina, geneta, teixó, guineu, etc. Entre els mamífers típics dels boscos, cal assenyalar la presència de la musaranya petita, com a element aïllat de les poblacions europees i que constitueix un exemple d'àrea de distribució trencada a causa del retrocés de les glaciacions.

Els sistemes naturals fluvials mediterranis de la conca del Francolí tenen un interès especial perquè conserven una mostra representativa de la conca sense presentar un alt

grau de contaminació. Els peixos són representatius de la fauna mediterrània ibèrica i d'origen europeu, amb espècies com el barb de muntanya o la bagra. Finalment, cal afegir que les Muntanyes de Prades són un excel·lent refugi per a algunes espècies d'amfibis i rèptils extramediterranis.

Les espècies estrictament protegides pel PEIN són les següents: Antrocharidius orcinus, Duvalius berthae, Geopselaphus catalaunicus, Sorex minutus, Sternocoelis duforti, Trissexodon quadrasi, Troglorrynchus bonretorni.

El 5,48% de la seva superfície és zona de caça controlada, i el 15,06 % figura en el Catàleg de forests d'utilitat pública (CUP) o té algun tipus de conveni amb ajuntaments o particulars.

Usos del sòl	%
Boscos	72,21 %
Vegetació arbustiva i herbàcia	17,04 %
Terres agrícoles i àrees antròpiques	9,90%
Àrees talades o cremades	0,27 %
Aigües continentals	0,24 %
Roques, tarteres, glaceres, Coves	0,13 %

Taula 7: Usos del a les Muntanyes de Prades
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Serra de Llaberia

La serra de Llaberia forma un nucli orogràfic complex, que uneix estructuralment les muntanyes de Prades i de Cardó. L'Espai presenta la particularitat d'acollir una notable diversitat de paisatges i, en especial, una excel·lent representació dels propis de les muntanyes calcàries de la Catalunya meridional, amb algunes àrees característiques de la muntanya silícia.

El conjunt de l'Espai és singular, principalment pels notables valors paisatgístics de la vegetació i de la fauna invertebrada.

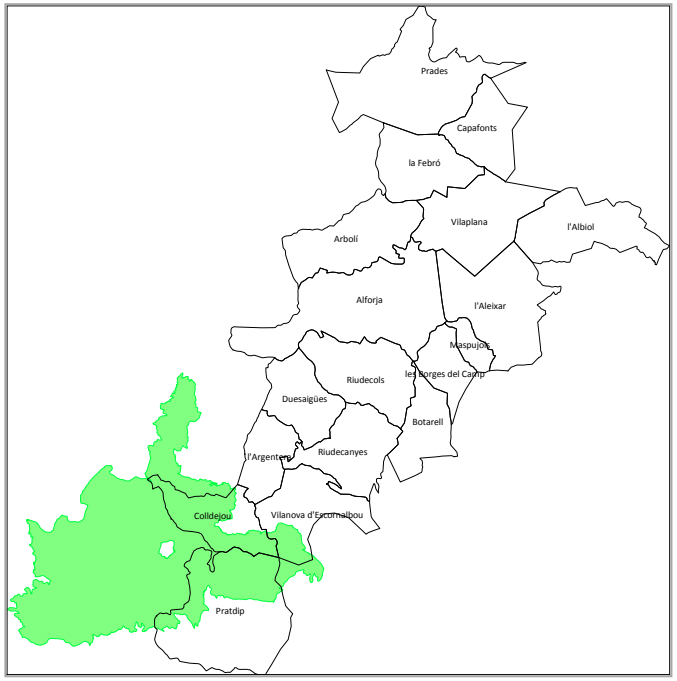


Figura 11: Espai PEIN de la Serra de Llaberia
Font: Elaboració pròpia amb bases del Departament de Territori i Sostenibilitat

Llaberia es caracteritza principalment pel seu notable relleu, pels valors de la vegetació (gatelledes, brolles, pradells, poblaments rupícoles endèmics), per la fauna invertebrada

(amb espècies excepcionals i molt rares i endèmiques a Catalunya) i per la vertebrada rupícola.

L'Espai Natural Protegit de la Serra de Llaberia va ser incorporat al PEIN pel Decret 328/1992, pel qual s'aprovava el PEIN. Aquest Espai va ser declarat per primera vegada com a LIC el 1997 i com a ZEPA el 2005 i, posteriorment, va ser ampliat com a espai Natura 2000 mitjançant l'Acord del Govern 112/2006, de 5 de setembre, que va aprovar la xarxa Natura 2000 a Catalunya (DOGC 4735, de 6-10-2006).

Així mateix, mitjançant el Pla especial se'n va fer la delimitació definitiva. Aquest Pla complementa el règim normatiu bàsic de protecció establert pel PEIN amb determinacions específiques per a aquest Espai.

	Superfície (ha)	%
Priorat	**3.483,55**	**33,66**
Capçanes	1.923,64	18,59
Falset	431,68	4,17
Marçà	428,74	4,14
La Torre de Fontaubella	317,09 3,06	
Pradell de la Teixeta	275,96	2,67
Els Guiamets	106,44	1,03
Ribera d'Ebre	**3.481,53**	**33,64**
Tivissa	3.481,53	33,64
Baix Camp	**3.385,32**	**32,71**
Pratdip	1.406,76	13,59
Colldejou	1.113,68	10,76
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	347,30	3,36
Vilanova d'Escornalbou	303,56	2,93
Mont-roig del Camp	214,03	2,07
TOTAL	**10,350,40**	**100**

Taula 8: Superfície administrativa de la Serra de Llaberia
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Com veiem a la taula, la superfície de l'Espai d'Interès Natural de la Serra de Llaberia es reparteix gairebé a parts iguals per les tres comarques per on es distribueix el seu territori. Malgrat tot, mentre abraça part dels termes municipals de sis municipis del Priorat (Capçanes, Falset, Marçà, La Torre de Fontaubella, Pradell de la Teixeta i els Guiaments) i cinc pobles del Baix Camp (Pratdip, Colldejou, Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Vilanova d'Escornalbou i Mont-roig del Camp) només afecta a un municipi de la Ribera d'Ebre (Tivissa) amb més de tres mil hectàrees només en aquesta població.

La seva gestió es realitza mitjançant el **Consorci de la Serra de Llaberia**. El Consorci és una entitat creada el 30 d'abril de 2004 amb l'objectiu de recuperar camins vells per a l'ús turístic, fer actuacions de conservació de les fonts naturals, fer actuacions de conservació de flora i fauna, actuacions de prevenció d'incendis forestals en col·laboració amb els ajuntaments i les ADF, d'educació ambiental i inserció sociolaboral.

En són membres l'Ajuntament de Capçanes, l'Ajuntament de Colldejou, l'Ajuntament de Marçà, l'Ajuntament de Pratdip, l'Ajuntament de Tivissa, l'Ajuntament de la Torre de Fontaubella i el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural de la Generalitat de Catalunya. Actualment l'equip del Consorci el conformen dos tècnics i una administrativa - secretària. A més, cal dir que des del Consorci es col·labora i es fan tasques a fins a un total de 12 municipis (amb els que no formen part del Consorci, s'hi han signat convenis de col·laboració). El Consorci porta a terme una gran quantitat d'actuacions, que deriven dels documents de planificació estratègica dels quals s'ha anat dotant al llarg dels darrers anys i que s'intenten anar executant, sempre en funció de les disponibilitats de finançament i recursos. Aquestes activitats i principals línies d'actuació es descriuen en un apartat específic al final de la descripció d'aquest àmbit.

Els principals usos a la Serra de Llaberia són els aprofitaments silvícoles, els conreus de secà i les activitats cinegètiques. A Llaberia hi ha edificacions agràries disperses pel territori i, per això, hi ha tot un conjunt de pistes forestals que el travessen; i també una carretera local que arriba al poble de Llaberia.

El 8,44% de la superfície figura en el Catàleg de forests d'utilitat pública (CUP) o té algun tipus de conveni amb ajuntaments o particulars.

Usos del sòl	%
Boscos	57,93 %
Vegetació arbustiva i herbàcia	29,60 %
Terres agrícoles i àrees antròpiques	11,89 %
Roques, tarteres, glaceres, Coves	0,57 %
Aigües continentals	0,00 %

Taula 9: Usos del a la Serra de Llaberia
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

La vegetació de la Serra de Llaberia es caracteritza pel domini corològic mediterrani (alzinars, brolles, etc.) amb algunes penetracions eurosiberianes (rouredes seques) i oromediterrànies (brolles xerocàntiques, pradells de cingles).

Les unitats de vegetació de l'Espai de Llaberia-Colldejou s'han d'incloure principalment dins els dominis de vegetació de l'alzinar típic i de l'alzinar muntanyenc, així com, per sobre dels 700-800 m, de les rouredes submediterrànies de roure de fulla petita. A determinats indrets apareix un alzinar ric en plantes de la roureda.

Els alzinars i les rouredes no ocupen, però, moltes àrees extenses i són substituïts per les brolles, sovint arbrades amb pins.

Les pinedes de pinassa tenen una significació especial a les parts altes, dins el domini de la roureda. Són també freqüents, entre altres comunitats, les garrigues, els fenassars, les joncedes, els fragments de comunitats higròfites diverses, entre les quals cal assenyalar la gatelleda, que troba en aquestes terres llur límit meridional, i el murtrar a les parts més baixes.

Una especial significació prenen les comunitats rupícoles o les relacionades, algunes de les quals d'àrea molt reduïda o localitzades en pocs indrets de Catalunya: brolles xeroacàntiques, pradells de cingles, poblaments rupícoles, etc.

De les plantes inferiors cal remarcar, entre altres aspectes, la bona representació en aquest espai de la flora liquènica dels llocs àrids i semiàrids.

L'abandó dels conreus de la zona i la inaccessibilitat d'alguns sectors, entre altres factors, han permès la conservació d'una rica i variada fauna essencialment mediterrània. Són molt riques les biocenosis vinculades als hàbitats forestals, no excessivament freqüents a les terres dels entorns, i les rupícoles.

Entre els ocells de més interès trobem l'àguila cuabarrada i el còlit negre. Entre els mamífers el gat salvatge, la geneta , la mostela , la fagina , el senglar, etc. Com a element herpetològic interessant, cal assenyalar l'ofegabous. Pel que fa a la fauna íctica, s'hi poden trobar espècies com el barb cua-roig o la madrilla.

Cal remarcar la diversitat i singularitat de la fauna invertebrada, amb la presència d'algunes espècies excepcionals i molt rares de la fauna catalana. La presència d'aquestes espècies individualitza encara més aquest espai en comparació amb d'altres de propers de les serres prelitorals. Cal esmentar diversos grups d'invertebrats: coleòpters endogeus (Leptotyphlus tarraconensis) i hopogeus (Duvalius bertae, Anillochlamys velox,) de les coves i avencs característiques de la zona llevantina, quilòpodes cavernícoles (Lithobius sp.) heteròpters (Acalypta helenica, Calama ribesi), mol·luscs (Pyrenaearia molae, Bythinella batalleri, Deroceras tarracense) i lepidòpters (Idaea sardoniata).

El Consorci de la Serra de Llaberia. Un agent territorial actiu i dinàmic

Com s'ha comentat, el Consorci de la Serra de Llaberia és un agent actiu i amb vocació d'expansió en les seves activitats, sempre en benefici de l'espai que els és propi. Tot i que l'equip de treball del Consorci el conformen actualment només tres persones (dos tècnics i una administrativa), el Consorci porta a terme una gran tasca de gestió, conservació, dinamització i difusió de la Serra de Llaberia.

Així, els seus principals objectius són els que es detallen tot seguit.

- Protecció, restauració i millora del patrimoni natural i cultural de la Serra de Llaberia
- Foment de l'aprofitament sostenible dels recursos naturals.
- Desenvolupament local per millorar les condicions de vida de la població.
- Inserció sociolaboral de persones en risc d'exclusió social.
- Educació ambiental i foment del turisme respectuós amb el medi ambient.
- Redacció d'un Pla Especial de Protecció del Medi Natural i del Paisatge.
- Gestió i obtenció de recursos i ajuts per assolir aquestes finalitats.

El Consorci no disposa d'una dotació pressupostària assignada, sinó que el seu finançament és anual, i la seva previsió inicial s'elabora en base a una aportació anual que realitzen els Ajuntaments consorciats i el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM). A més d'aquestes aportacions, el Consorci intenta garantir el compliment dels seus objectius a través de vies de finançament externes en forma de subvencions i ajuts, ja siguin de la pròpia Generalitat de Catalunya, de la Diputació de Tarragona, de la UE (ajuts LIFE), o ajuts procedents de l'Obra Social de La Caixa.

A més, col·labora amb altres entitats per tal portar a terme activitats a la Serra. Així, per exemple, ha col·laborat estretament amb el Centre Tecnològic Forestal de Catalunya, en la promoció de la gestió forestal sostenible per a la producció de biomassa, i forma part de la Xarxa de Custòdia del Territori a través de la qual s'ha iniciat el programa de custòdia del territori que ha permès signar diversos acords de custòdia.

En el mateix ordre de coses, destacar també la col·laboració que porta a terme amb les agrupacions de defensa forestal (ADF) dels 9 municipis, perifèrics, els propietaris forestals i els propietaris d'establiments vinculats amb el turisme i la venda de productes locals.

Com s'ha dit anteriorment, el Consorci intenta anar portant a terme les actuacions recollides en els documents de planificació estratègica dels que disposa i dels quals s'ha anat dotant al llarg dels darrers anys. Els documents marc de treball són els següents:

- Pla de Desenvolupament Econòmic Local (2009)
- Estratègia per promoure l'aprofitament energètic de la Biomassa forestal i agrícola (2014)
- Pla Estratègic d'aprofitament energètic de biomassa forestal (2011)
- Pla d'Acció per l'aprofitament de biomassa per a usos tèrmics al Priorat i a la Ribera d'Ebre

Així, d'aquests documents marc en deriven les principals línies d'actuació que s'estan portant a terme actualment:

- Tasques de conservació del medi ambient: A través d'ajudes puntuals de diferents organismes, i actuant en punts o municipis que ho sol·liciten, es realitzen tasques d'adequació o millora d'espais.
- Prevenció d'incendis forestals: Es fan millores en la xarxa viària estratègica, construcció o adequació de punts de reserva d'aigua i de franges de prevenció, etc. Es fa amb la col·laboració de Bombers i de les ADF.
- Gestió forestal sostenible: Es treballa colze a colze amb propietaris forestals per tal de que demanin l'ajut per a redactar el Pla Tècnic de Gestió i Millora Forestal per tal de que així aquests propietaris obtinguin ajudes per a portar a terme la gestió de les seves finques.
- **Empresa d'Inserció Sociolaboral i Serveis Ambientals de la Serra de Llaberia**. Empresa creada l'any 2009, promoguda pel propi Consorci (el qual n'és l'únic soci) i que presta serveis de diferent caire, sempre relacionats amb temes ambientals i forestals (treballs forestals, serveis tècnics forestals, de manteniment de jardineria, trituració de restes, activitats d'educació ambiental, etc).

  Aquesta empresa ha signat un conveni amb la **Cooperativa Les Atxes**, de Serveis d'Estalvi Energètic, cooperativa que ofereix la venta de biomassa a través del contracte d'estalvi energètic i que inclou un pack integral de serveis a mida del consumidor. Així, l'Empresa d'Inserció Sociolaboral i Serveis Ambientals de la Serra de Llaberia s'ha convertit en un proveïdors de biomassa de la Cooperativa, ja que la producció de biomassa s'ha convertit en un dels pilars d'aquesta entitat per millorar la resposta dels boscos enfront als incendis forestals.

- Foment del turisme. El Consorci porta a terme millora d'infraestructures (adequació de la xarxa de senders, senyalitzacions, etc), realitza accions de difusió, edita publicacions, etc.

Mare de Déu de la Roca

Espai de petites dimensions i de característiques molt parelles al del coll de la Teixeta, on s'ha de remarcar el seu singular relleu i l'interès botànic. Situat en un dels extrems de les serres pre-litorals, a la façana amb les planes litorals.

La zona descansa sobre materials triàsics del Buntsandstein, amb conglomerats i gresos silicis. Sobre aquests materials es formen sòls vermells de notable interès. Els penya segats rocosos amb formes de relleu singular són el principal punt d'interès per aquest espai, per conservar una flora particular i constituir l'hàbitat idoni per a un bon nombre d'espècies lligades als ambients rupícoles.

El paisatge vegetal de la Mare de Déu de la Roca és el típic del domini de l'alzinar litoral sobre substrat silici. La vegetació actual es caracteritza per la dominància de les brolles silicícoles, de vegades amb algunes alzines I fins i tot sureres, alternant amb prats secs d'albellatge i vegetació rupícola.

Cal esmentar l'interès particular de la flora criptogàmica, per la presència en aquest espai de nombroses espècies de briòfits i líquens molt rars a Catalunya.

	Superfície (ha)
Vilanova d'Escornalbou	30,0
Mont-roig del Camp	17,5
TOTAL	**47,50**

Taula 10: Superfície administrativa de l'espai de la Mare de Déu de la Roca
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Serres de Pradell-l'Argentera

Petit espai singular, situat al nord de la serra de Pradell-l'Argentera. La zona presenta l'interès d'acollir un bon grup d'unitats de vegetació pròpia de la muntanya mediterrània silícia, i en especial d'algunes comunitats vegetals extremadament singulars.

L'indret del coll de la Teixeta comprèn una àrea formada bàsicament per materials silicis. Les roques triàsiques, com els gresos del Buntsandstein, interromputs bruscament per la falla responsable de la Depressió de March-Falset, formen relleus particulars d'especial interès paisatgístic. Així els espadats calcaris, blanquinosos, destaquen per sobre dels materials gresosos i esquistosos. Sobre aquests materials predominen els sòls relictes rojos o sòls fersialítics moderns (també rojos per rubefacció).

	Superfície (ha)
Baix Camp	**127,50**
Duesaigües	65,00
Argentera, l'	62,50
Priorat	**92,50**
Pradell de la Teixeta	92,50
TOTAL	**220,00**

Taula 11: Superfície administrativa de les Serres de Pradell-l'Argentera
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

La presència d'excepcionals teixedes dins el domini de l'alzinar muntanyenc justifica plenament la inclusió d'aquest espai en el PEIN. La teixeda, sobre sòls sense carbonats, és una bosquina molt rara a casa nostra i ocupa una posició excepcional en aquestes terres, en canals i peus de rocams on troben refugi un bon nombre de plantes extramediterrànies.

El paisatge vegetal és caracteritzat per la presència de fragments d'alzinar típic, a les parts més baixes, i alzinar muntanyenc, junt amb brolles silicícoles, sovint arbrades amb pins. No hi són pas rars els pasturatges i gramenets propis dels sòls silicis.

Les roques silícies d'aquest espai serven una rica flora criptogàmica, amb algunes espècies de plantes inferiors molt rares a tot Catalunya

Riu Siurana i planes del Priorat

Una petita part del municipi d'Arbolí (6.89 ha) forma part d'aquest espai, localitzat principalment a la comarca veïna del Priorat.

Aquest espai esdevé un exemple paradigmàtic de diversitat en un espai físic relativament reduït. El patrimoni natural i paisatgístic d'aquesta zona presenta un veritable mosaic de relleus, sòls, vegetació i colors. L'orografia és accidentada, ofereix alguns punts culminants i privilegiats per tenir vistes de conjunt del mosaic de cultius, clars de bosc, marges de pedra seca, vores i bancals de vinyes i oliveres, barrancs i rierols.

	Superfície (ha)
Baix Camp	**6,89**
Arbolí	6,89
Priorat	**2758,04**
Bellmunt del Priorat	58
Cornudella de Montsant	32,42
Falset	1032,73
Gratallops	355,55
el Masroig	18,24
el Molar	36,48
la Morera de Montsant	13,13
Poboleda	26,02
Porrera	1116,49
Torroja del Priorat	68,98
Ribera d'Ebre	**114,2**
Garcia	114,2
TOTAL	**2879,13**

Taula 12: Superfície administrativa de l'espai Riu Siurana i planes del Priorat
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Quant al riu Siurana, manté una vegetació de ribera ben conservada i estructurada, incloent-se dins d'aquestes comunitats alguns hàbitats d'interès comunitari. A més es pot considerar part del rebost que utilitza l'àguila cuabarrada per al seu aliment. Aquest espai és una zona de nidificació i caça d'aquesta àguila. També, el sector de la conca del riu Siurana constitueix l'hàbitat d'espècies amenaçades, entre les quals destaca la llúdriga, el cranc de riu, i d'altres en franca regressió com el turó. També s'hi troba interessant fauna ictiològica i ornitològica.

Xarxa Natura 2000

Als municipis de les Muntanyes del Baix Camp hi trobem 11 pobles inclosos dins d'espais que formen part de la Xarxa Natura 2000 i que aporten un total de 12.935,21 ha. a aquesta categoria de protecció mediambiental.

Els espais naturals que inclouen part dels termes municipals dels pobles del Baix Camp interior són "Muntanyes de Prades", "Tivissa-Vandellòs-Llaberia" i "Riu Siurana i planes del Priorat".

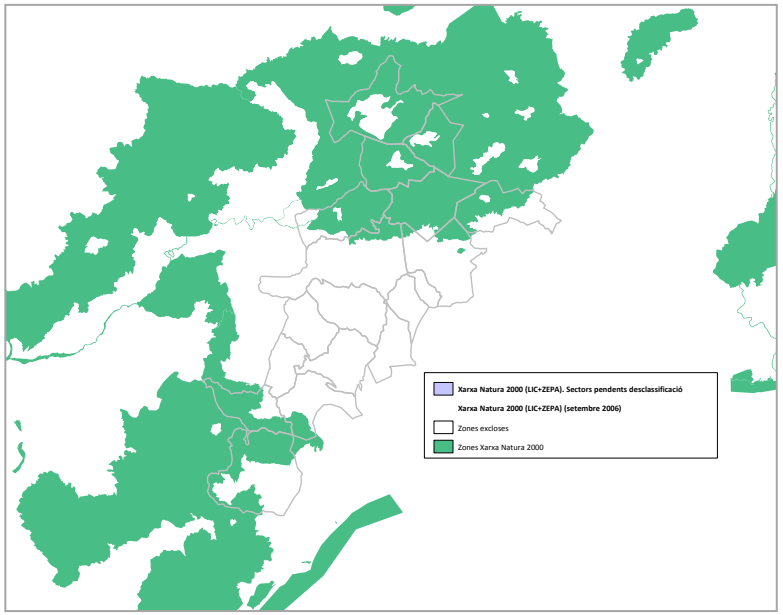


Figura 12: Àrees Xarxa Natura 2000 (LIC+ZEPA). Maig 2013
Font: Elaboració pròpia amb bases de l'ICC

L'objectiu de la xarxa Natura 2000 és garantir el manteniment (o el restabliment) en un estat de conservació favorable dels hàbitats i els hàbitats de les espècies en la seva àrea de distribució natural dins el territori de la UE.

La Directiva d'hàbitats estableix que s'han de conservar els espais de Natura 2000, però no estableix una figura de protecció concreta. A Catalunya, es protegeixen aquests espais mitjançant la inclusió en el Pla d'Espais d'Interès Natural tal com s'ha comentat en l'apartat anterior, així doncs, quan el Govern autonòmic les designa com a ZEC passen a formar part del PEIN.

La Xarxa Natura 2000, al territori català, incorpora una sèrie d'ambients que fins a la seva desenvolupament havien estat representats, principalment els sectors agrícoles estèpics de ponent (especialment importants per a les aus estepàries com el sisó o la trenca), sectors de serralada litoral i prelitoral d'interès per l'àguila cuabarrada, o sectors marins d'interès per a la conservació de les praderies de posidònia i aus marines.

Les "Muntanyes de Prades" són, dels tres espais que estem analitzant, el que més municipis de les Muntanyes del Baix Camp integra (l'Albiol, l'Aleixar, Alforja, Arbolí, Capafonts, La Febró, Prades i Vilaplana) i també el que més ha. (10.847,71 ha.) ocupa.

Superfície a la Xarxa Natura 2000 de les Muntanyes del Baix Camp per municipis.		
Municipi	**Espai**	**Superfície (ha)**
Albiol, l'	Muntanyes de Prades	1.095,68
Aleixar, l'	Muntanyes de Prades	392,48
Alforja	Muntanyes de Prades	416,92
Arbolí	Muntanyes de Prades	1.575,71
Capafonts	Muntanyes de Prades	1.175,51
Febró, la	Muntanyes de Prades	1.477,10
Prades	Muntanyes de Prades	2.514,59
Vilaplana	Muntanyes de Prades	2.199,72
Colldejou	Tivissa-Vandellós-Llaberia	1.113,68
Pratdip	Tivissa-Vandellós-Llaberia	1.838,88
Vilanova d'Escornalbou	Tivissa-Vandellós-Llaberia	303,56
Arbolí	Riu Siurana i planes del Priorat	6,89
MBC		**12.935,21**

Taula 13: Superfície de Xarxa Natura 2000
Font: Departament de Territori i Sostenibilitat

Per altra banda l'espai Tivissa-Vandellós-Llaberia inclou tres municipis de MBC (Colldejou, Pratdip i Vilanova d'Escornalbou) amb un total de 3.256,12 ha.

Finalment, Arbolí té part del seu municipi tant a "Muntanyes de Prades" amb una aportació de 1.575,71 ha, com a l'espai "Riu Siurana i planes del Priorat" amb una petita aportació de 6,89 ha.

El Parc Natural de les Muntanyes de Prades. El final d'un procés?

Com s'apuntava anteriorment, aquest territori es troba, des de fa més d'una dècada, en un procés de debat i d'accions i converses a nivell polític, tècnic i social, sobre la conveniència o no de convertir-se en un Parc Natural. Ha estat i segueix, sent, però, un procés complex, ple d'acords i desacords, de consensos en alguns moments i de divergències en d'altres.

Així doncs, malgrat que el projecte de creació del Parc Natural de les Muntanyes de Prades es remunta a l'any 2001 i que la creació definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades figurava en les previsions del Departament de Medi Ambient i Habitatge (DMAH) en començar l'any 2005, a dia d'avui el projecte està aturat i a l'espera d'una represa que confirmi la seva creació definitiva.

A mitjans d'octubre de 2006 el llavors conseller de Medi Ambient i Habitatge, Francesc Baltasar, va presentar, davant dels alcaldes dels vint-i-dos municipis afectats i diverses entitats ecologistes, l'Avantprojecte del futur Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet, que havia d'abraçar un territori d'aproximadament 36.830 ha.

L'avantprojecte presentat preveia que el parc conservés les figures de Paratge Natural d'Interès Nacional (PNIN) de la vall del monestir de Poblet i de la reserva natural parcial del barranc de la Trinitat, ja existents. A més, es proposava la declaració de dues reserves més: la del Tossal de la Baltasana i la de l'altiplà del Motllats. Una junta rectora –administracions competents, organitzacions i sectors socials implicats–, un consell de cooperació i una unitat tècnica de gestió havien de ser els responsables de gestionar el parc.

El parc havia d'integrar, també, l'antic campament militar dels Castillejos, recollint una petició dels ajuntaments d'Arbolí, Vilaplana, Alforja i Febró, als quals pertanyen les 700 ha d'aquest deteriorat enclavament militar.

Malgrat tot, una vegada presentat l'avantprojecte, l'Agrupació de Municipis de les Muntanyes de Prades, formada per vuit ajuntaments ubicats al cor del territori del futur parc, formada bàsicament per municipis del Baix Camp, es van mostrar "sorpresos" per la falta de diàleg de la Generalitat, malgrat que prèviament s'havia arribat al compromís de consensuar el plantejament del Parc entre totes les parts afectades.

Els alcaldes de l'Agrupació de Municipis de les Muntanyes de Prades temien que la denominació de "*Poblet*" provoqués desequilibris i deixés la seva zona en un segon pla.

Per contra, des dels municipis de la Conca de Barberà es creia que el nom de "*Poblet*" permetria ubicar millor la zona en un entorn conegut mundialment, pel fet d'haver estat declarat patrimoni de la Humanitat per la UNESCO.

Val a dir, també, que els representants de l'Associació d'Amics del Paratge Natural de Poblet, van declarar en un manifest el temor que el model del futur parc comportés el desmantellament de la junta rectora del PNIN de Poblet. Segons ells, el PNIN de Poblet havia aconseguit els últims anys un notable nivell de gestió amb personal, infraestructura i pressupost i destacaven la importància que l'espai disposés d'una gestió diferenciada respecte de la resta del parc.

Tots aquests desacords i desavinences han mantingut aturat el projecte durant més de set anys. Després de tot aquest temps, però, el 19 de febrer de 2014, el Conseller de Territori i Sostenibilitat va anunciar a la Comissió de Territori i Sostenibilitat del Parlament que la proposta per declarar parc natural de les Muntanyes de Prades es materialitzaria en el període 2014-2017. Segons el Departament, però, els projectes hauran d'anar acompanyats d'una estratègia de recuperació que garanteixi la gestió solvent i adequada dels futurs parcs i hauran de comptar amb un ampli consens territorial, polític, institucional i social.

Com es pot veure a partir de la cronologia dels fets, la declaració del Parc Natural de les Muntanyes de Prades ha comportat, tradicionalment, certs desacords que han dificultat que aquest procés avancés amb fermesa i que això en possibilités la seva declaració. També les dificultats per a la disposició de pressupost a causa de la crisi econòmica hi van tenir un paper important.

Amb tot, a partir d'ara caldrà treballar per a l'acord social i polític, per a crear les condicions necessàries per a una correcta gestió de l'espai natural i per garantir la correcta cohabitació entre la gent del territori i els requeriments i compromisos que comporta l'existència d'un espai protegit.

Castillejos. Un problema que caldria convertir en oportunitat

El Campament Militar de Los Castillejos situat a la part oriental del terme municipal d'Arbolí (Baix Camp) és troba dins una finca de 645 ha d'extensió que pertany, a més a més d'Arbolí, als municipis d'Alforja, la Febró i Vilaplana.

El campament militar va funcionar des de 1950 fins el 2001, a partir d'aquell moment els ajuntaments de la zona van mostrar la preocupació per l'abandonament, ja que les instal·lacions van patir un procés accelerat de degradació causat per bretolades diverses i la celebració de festes multitudinàries.

El setembre de 2003 el Ministeri de Defensa, propietari del conjunt format per les instal·lacions militars i la finca, va arribar a un acord amb la Generalitat de Catalunya la qual va comprar el conjunt per un import de 3.185.000€ amb la condició que només pagaria el 25% de l'import, ja que s'acordà que la resta del pagament s'efectuaria quan el Ministeri de Defensa netegés els projectils i l'altre armament que hi havia a les 44 ha de la finca on s'acumulava una gran quantitat de munició. Finalment el Ministerio de Defensa adjudica el concurs per 976.000€, l'agost de 2005 a la Unió Temporal d'Empreses (UTE) formada per Servicios y Proyectos Avanzados S.A. (SPA) i Fabricaciones Extremeñas S.A. (FAEX), totes dues, societats del sector armamentista.

Figura 13: Estat actual de les instal·lacions de Castillejos
Font: www.flickr.com (@jemonbe)

El procés de neteja, centrat en les 44 ha on es feien els exercicis militars, s'inicià el novembre de 2005 i la UTE preveia finalitzar-lo el març de 2006. En el procés no es preveia cap detonació a fi d'evitar els incendis forestals. A final de 2005 el Ministeri de Defensa, en canvi, no preveia netejar de municions les 16 ha en què hi havia el camp de tir i preveia aixecar-hi una tanca metàl·lica de 2 m d'alçada.

Segons diverses fonts, el Govern està preparant la redacció d'un Pla d'Ordenació Forestal a la zona del campament de Castillejos i segons sembla l'Institut Català del Sòl (Incasol), propietari dels terrenys, està buscant operadors, en règim de lloguer, que hi puguin desenvolupar diferents activitats de lleure.

Quan l'Incasol va comprar els terrenys hi havia un pla per recuperar la finca, que constava de tres fases. La primera l'enderrocament d'alguns dels edificis, que ja es va complir, i una segona i tercera que eren la neteja de les runes i la reforestació amb espècies de la zona, respectivament que no s'han complert. Tampoc es té coneixement de que s'hagi efectuat la descontaminació complerta i neteja de projectils a les 16 ha que restaven del camp de tir.

Durant el mes de març de 2014 el Conseller de Territori i Sostenibilitat va presentar en seu parlamentària la planificació estratègica dels espais naturals protegits de Catalunya en la qual hi ha previst per al primer període 2014-2017 el nou Parc natural de les Muntanyes de Prades al Sistema Mediterrani.

Per tot això, seria convenient impulsar l'elaboració del Pla d'Ordenació Forestal de la zona, a consensuar amb els municipis d'Arbolí, Alforja, Vilaplana i La Febró i el Consell Comarcal del Baix Camp. A més, caldria reclamar al Ministerio de Defensa les tasques pendents de neteja de les runes, neteja i descontaminació del sòl per les restes d'armament (en cas que quedi alguna zona pendent).

Tanmateix seria interessant constituir un ens gestor de l'antic campament format pels 4 ajuntaments, el Consell Comarcal del Baix Camp, la Diputació de Tarragona i la Generalitat, que vetllés per la seva gestió i correcte ús dels espais, explorant diferents possibilitats d'utilització de les instal·lacions existents (p.e. refugi i/o alberg de muntanya, escola de natura, centre de colònies, tallers per a joves artesans, etc.), tant des de la iniciativa pública o privada.

Amb aquests usos es garantiria un ús sostenible de l'espai, per tal de que es convertís definitivament com un dels principals focus de desenvolupament i dinamització socioeconòmica de la zona.

1.2.7 Els incendis forestals. El principal factor de risc

Per altra banda, i en un altre ordre de coses, cal incidir en la problemàtica i risc d'incendis de les àrees forestals de la comarca en general i de l'àrea analitzada en particular. Així, com s'observa en el mapa de municipis amb alt risc d'incendi, els municipis de les Muntanyes del Baix Camp estan catalogats com d'alt risc d'incendis segons els barems marcats pel Decret 64/1995, de 7 de març, pel qual s'estableixen mesures de prevenció d'incendis forestals.

El clima mediterrani caracteritzat especialment per un règim de dèficit hídric, amb pluges estacionals però amb una persistent manca de precipitacions durant la part càlida de l'any, comporta un alt risc d'incendis. Val a dir, a més a més, que el propi clima mediterrani comporta que el fullatge dels arbres i arbustos es mantingui viu tot l'any. Aquest fet sumat a les sequeres sovintejades ara esmentades multiplica la problemàtica.

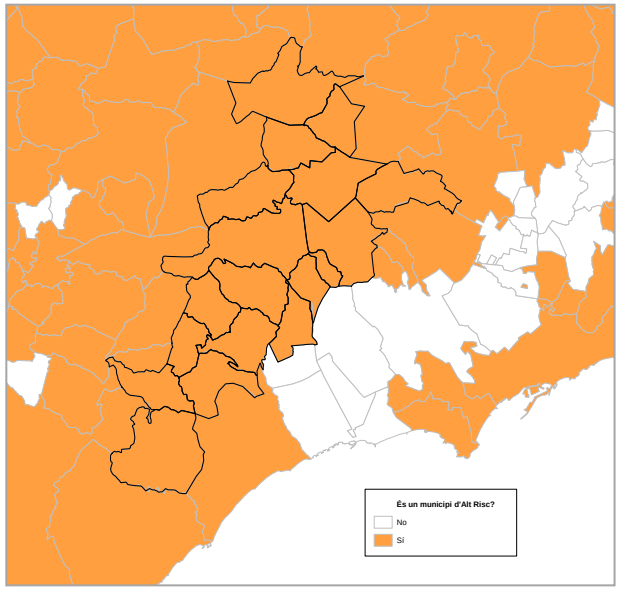


Figura 14: Mapa de municipis d'Alt Risc d'Incendi: Decret 64/95, 7 de març
Font: Elaboració pròpia amb bases del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

Deixant de banda les qüestions més purament geogràfiques i climàtiques, cal destacar, també, que l'abandonament d'una part dels conreus dels municipis d'interior de la comarca ha comportat un creixement descontrolat del bosc i un augment de la massa forestal, aspecte que suma un nou component de perillositat al que ja suposa la qüestió climàtica.

Finalment cal destacar que la dificultat d'accés a certes zones del territori per la seva orografia muntanyosa i escarpada fa, en alguns casos i situacions, molt difícil la lluita contra el foc. Ens trobem, doncs, amb un territori complex en quant al perill d'incendis, un territori que ha patit i pateix sovint els seus efectes. Amb tot, tant els ajuntaments com l'administració, com les entitats de defensa forestals, prenen mesures i treballen per minimitzar el risc.

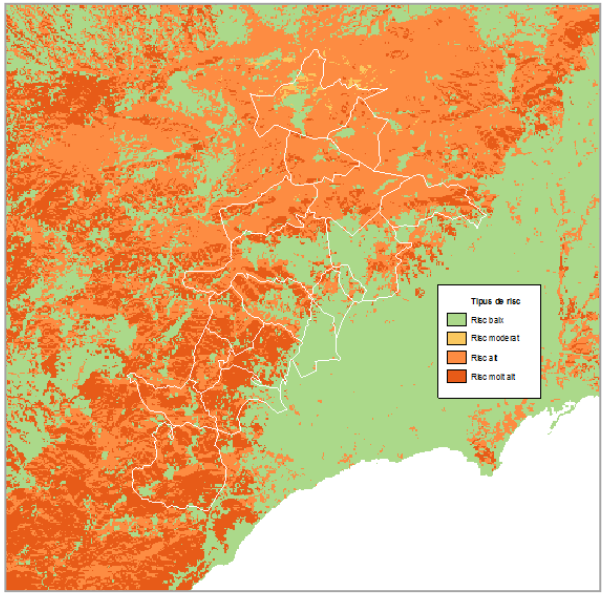


Figura 15: Mapa de perill bàsic d'incendi forestal
Font: Elaboració pròpia amb bases del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

Tal com veiem en l'anterior mapa, els municipis de les MBC pateixen un marcat risc d'incendis forestals, si bé en ell s'hi mostraven els municipis amb alt risc d'incendi de forma íntegra. Si volem analitzar aquest factor de risc a major detall, podem fer referència al mapa de perill bàsic d'incendi forestal.

Val la pena destacar que a pobles com Botarell, sobretot, però també Maspujols, Les Borges del Camp o fins i tot Alforja i a l'Aleixar les zones amb alt o molt alt risc d'incendi són relativament petites i puntuals. Bona part d'aquests municipis, amb un pes especial en el cas de Botarell, tenen importants extensions de territori conreat o urbanitzat, amb la conseqüent disminució del risc d'incendi forestal.

Tret dels pobles esmentats, però, veiem que la resta de municipis tenen un altíssim percentatge del seu terme municipal dins de la zona d'alt o molt alt perill d'incendi forestal, destacant, sobretot, els municipis situats més al sud i sud-est on els clima mediterrani es manifesta de forma més extrema. Així doncs, Pratdip, Colldejou, L'Argentera, Duesaigües, Riudecanyes o Vilanova d'Escornalbou es troben en una situació molt delicada i els incendis forestals que es produeixen regularment en són una bona mostra. Cal remarcar que aquests municipis, a més a més de tenir una àmplia part del terme en zona de perill d'incendi, aquest perill hi és molt alt.

Finalment, als municipis situats al nord i nord-est el perill d'incendis és greu però no tan extrem com en els municipis del sud i sud-oest. Aquest territori, marcat per la seva pertinença o proximitat a les Muntanyes de Prades, fa que es redueixi una mica el risc. L'alçària, les influències continentals i la mitigada influència de la benignitat mediterrània, determinen un clima que, sense deixar de ser mediterrani, té una certa similitud amb l'atlàntic, més humit i fresc. Aquest fet redueix lleument, com hem dit, una possible situació extrema de risc forestal.

Tot i amb això, les dades sobre actuacions del cos de bombers poden diferir o no coincidir plenament amb les dades de risc, ja que potser en zones amb menor risc es produeixen més incidents (fruit sovint de negligències).

En l'apartat 12.6 BOMBERS, PROTECCIÓ CIVIL I SEGURETAT CIUTADANA, s'aporten dades sobre les actuacions portades a terme pel cos de bombers a la zona.

2. DEMOGRAFIA

2.1. EVOLUCIÓ I DISTRIBUCIÓ DE LA POBLACIÓ

La població dels municipis que conformen les Muntanyes del Baix Camp és de 12860 habitants, segons dades de 2014, més elevada per exemple que vàries de les comarques menys poblades de Catalunya, com són l'Alta Ribagorça (amb 3.873 habitants), el Pallars Sobirà (amb 7.220) o el Priorat, amb 9.550 habitants.

Com es pot veure en el quadre següent, relatiu a l'evolució de la població per municipis i des de 1998, actualment la zona està immersa en un període de pèrdua continuada de població, que en certs municipis es va iniciar anteriorment a l'any 2011.

D'aquesta manera doncs, aquestes dades fan palès que la recuperació demogràfica viscuda durant gairebé la pràctica totalitat de la primera dècada del 2000 (i arribant a les xifres màximes de 2011), ha arribat a la seva fi i actualment la població ha tornat a retrocedir tot i que de manera més pausada.

	Evolució de la població per municipis 1998-2014									
	1998	2001	2006	2011	2014	% variació 98-01	% variació 01-06	% variació 06-11	% variació 11-14	Global 98-2014
Albiol, l'	144	177	348	451	458	22,92%	96,61%	29,60%	1,55%	218,06%
Aleixar, l'	685	725	815	914	891	5,84%	12,41%	12,15%	-2,52%	30,07%
Alforja	1.179	1.309	1.584	1.866	1.859	11,03%	21,01%	17,80%	-0,38%	57,68%
Arbolí	131	133	105	114	105	1,53%	-21,05%	8,57%	-7,89%	-19,85%
Argentera, l'	139	147	155	159	146	5,76%	5,44%	2,58%	-8,18%	5,04%
Borges del Camp, les	1.476	1.593	1.914	2.146	2.077	7,93%	20,15%	12,12%	-3,22%	40,72%
Botarell	530	695	963	1.109	1.100	31,13%	38,56%	15,16%	-0,81%	107,55%
Capafonts	118	122	114	123	114	3,39%	-6,56%	7,89%	-7,32%	-3,39%
Colldejou	193	194	190	181	172	0,52%	-2,06%	-4,74%	-4,97%	-10,88%
Duesaigües	214	200	211	236	239	-6,54%	5,50%	11,85%	1,27%	11,68%
Febró, la	56	65	58	51	40	16,07%	-10,77%	-12,07%	-21,57%	-28,57%
Maspujols	451	482	529	730	782	6,87%	9,75%	38,00%	7,12%	73,39%
Prades	519	565	622	662	626	8,86%	10,09%	6,43%	-5,44%	20,62%
Pratdip	491	579	715	848	685	17,92%	23,49%	18,60%	-19,22%	39,51%
Riudecanyes	653	720	878	1.154	1.142	10,26%	21,94%	31,44%	-1,04%	74,89%
Riudecols	1.004	993	1.133	1.294	1.254	-1,10%	14,10%	14,21%	-3,09%	24,90%
Vilanova d'Escornalbou	463	432	466	568	540	-6,70%	7,87%	21,89%	-4,93%	16,63%
Vilaplana	527	547	584	639	630	3,80%	6,76%	9,42%	-1,41%	19,54%
MBC	**8973**	**9678**	**11384**	**13245**	**12860**	**7,86%**	**17,63%**	**16,35%**	**-2,91%**	**43,32%**

Taula 14: Evolució de la població per municipis 1998-2014
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

En la taula que mostra la sèrie temporal d'evolució del nombre d'habitants de la zona es veu de manera molt clara l'augment lineal de població viscuda any a any des de finals dels anys 90 i durant la primera dècada del 2000 i com a partir del pic de població enregistrat l'any 2011, la població comença a retrocedir.

Habitants. MBC. Sèrie temporal			
Any	Homes	Dones	Total
2014	6655	6205	12860
2013	6773	6295	13068
2012	6878	6398	13276
2011	6886	6359	13245
2010	6808	6280	13088
2009	6692	6192	12884
2008	6547	5997	12544
2007	6293	5727	12020
2006	5924	5460	11384
2005	5747	5279	11026
2004	5486	5086	10572
2003	5286	4913	10199
2002	5152	4801	9953
2001	5011	4667	9678
2000	4863	4591	9454
1999	4710	4475	9185
1998	4575	4398	8973

Taula 15: Habitants. MBC. Sèrie temporal
Font: Idescat. Padró municipal d'habitants

Si es fa un anàlisi comparant les dades de la zona, tenint en compte l'evolució des de l'any 1998, i comparant-lo amb les xifres del global del Camp de Tarragona, veiem com ambdós àmbits presenten unes dinàmiques d'evolució de la població força similars, amb un augment poblacional fins l'any 2011 i amb una descens des d'aquell any i fins l'actualitat.

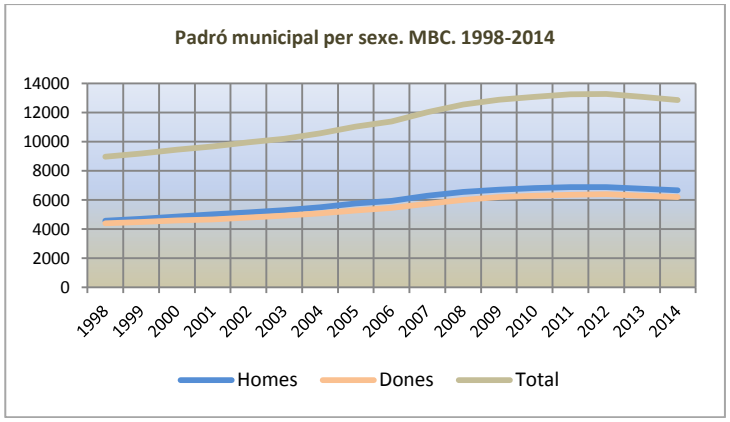


Figura 16: Padró municipal d'habitants per sexe. MBC. 1998-2014
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

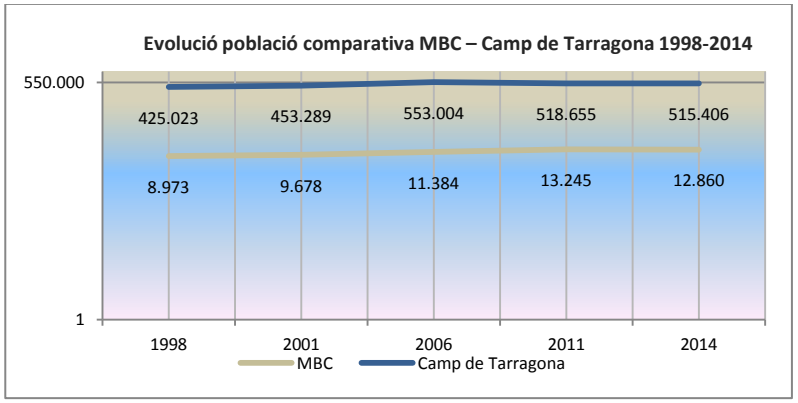


Figura 17: Evolució població comparativa MBC – Camp de Tarragona 1998-2014
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Creixement intercensal de la població. 2001-2011				
Municipis	**cens 2011**	**cens 2001**	**creixement total**	**creixement total (%)**
Albiol, l'	446	192	254	132,47
Aleixar, l'	909	728	181	24,8
Alforja	1841	1344	497	36,98
Arbolí	114	120	-6	-5
Argentera, l'	153	145	8	5,4
Borges del Camp, les	2123	1620	503	31,05
Botarell	1116	736	380	51,59
Capafonts	123	116	7	5,88
Colldejou	177	186	-9	-4,7
Duesaigües	238	201	37	18,25
Febró, la	49	62	-13	-20,97
Maspujols	742	496	246	49,6
Prades	650	561	89	15,89
Pratdip	780	532	248	46,62
Riudecanyes	1148	734	414	56,42
Riudecols	1284	984	300	30,49
Vilanova d'Escornalbou	560	442	118	26,78
Vilaplana	620	559	61	10,86

Taula 16: Creixement intercensal de la població. 2001-2011
Font: Idescat

Si s'analitza el comportament a nivell de municipis de manera recent, podem apreciar com, durant el darrer trienni, molts municipis han vist reduïda la seva població. Així, els municipis que més població han perdut han estat la Febró (un -21,57%), Pratdip -19,22%) i l'Argentera (amb un -8,18%).

Tot i amb això, si obrim el període des de l'any 1998 podem constatar que només tres municipis de la zona han sofert una pèrdua de població, amb més o menys intensitat segons el cas. D'aquests, la Febró és el municipi de la zona que més població ha perdut

percentualment, amb un -28,57%, seguit d'Arbolí amb un -19,85% i Colldejou amb un -10,88%.

En el cas oposat, els municipis que han viscut un major increment de població durant el període 1998-2014 han estat l'Albiol, amb un espectacular augment del 218,06%, focalitzat gairebé totalment en l'augment de població de la seva urbanització Masies Catalanes, Botarell, amb un 107,55%, Riudecanyes (74,89%) i Maspujols (73,39%).

Habitants segons sexe. Distribució per municipis. Any 2014			
Municipi	**Homes**	**Dones**	**Total**
Albiol, l'	234	224	458
Aleixar, l'	450	441	891
Alforja	946	913	1859
Arbolí	59	46	105
Argentera, l'	81	65	146
Borges del Camp, les	1040	1037	2077
Botarell	576	524	1100
Capafonts	57	57	114
Colldejou	93	79	172
Duesaigües	133	106	239
Febró, la	29	11	40
Maspujols	403	379	782
Prades	321	305	626
Pratdip	368	317	685
Riudecanyes	594	548	1142
Riudecols	654	600	1254
Vilanova d'Escornalbou	292	248	540
Vilaplana	325	305	630
MBC	**6655**	**6205**	**12860**

Taula 17: Habitants segons sexe. Distribució per municipis. Any 2014
Font: Idescat. Padró municipal d'habitants

Pel que fa als municipis de major població de la zona, aquests continuen sent els mateixos de l'any 1998: les Borges del Camp que és l'únic que supera els 2.000 habitants, Alforja i Riudecols.

Densitat de població per municipi 2014	
Municipi	**Densitat (hab./km2)**
Albiol, l'	22,56
Aleixar, l'	34,14
Alforja	48,66
Arbolí	5,05
Argentera, l'	14,46
Borges del Camp, les	253,29
Botarell	91,67
Capafonts	8,51
Colldejou	11,86
Duesaigües	17,57
Febró, la	2,48
Maspujols	211,35
Prades	19,20
Pratdip	18,87
Riudecanyes	66,78
Riudecols	64,31
Vilanova d'Escornalbou	31,40
Vilaplana	27,16
Total zona	**37,50**

Taula 18: Densitat de població per municipi 2014
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Si observem la figura on es representa la densitat de població per municipi de l'àmbit, queda palès que els municipis amb major densitat són les Borges del Camp i Maspujols, ambdós molt propers a Reus i amb un terme municipal força reduït.

A aquests els segueixen tres municipis veïns entre ells (Botarell, Riudecanyes i Riudecols), tots tres amb bones condicions d'accessibilitat i que han desenvolupat promocions d'habitatges que els han permès rebre població procedent de zones properes més poblades i que s'ha vist atreta per preus més competitius i per l'atractivitat que representa poder viure a pocs metres de zones boscoses i en molts casos amb molt bones vistes i panoràmiques.

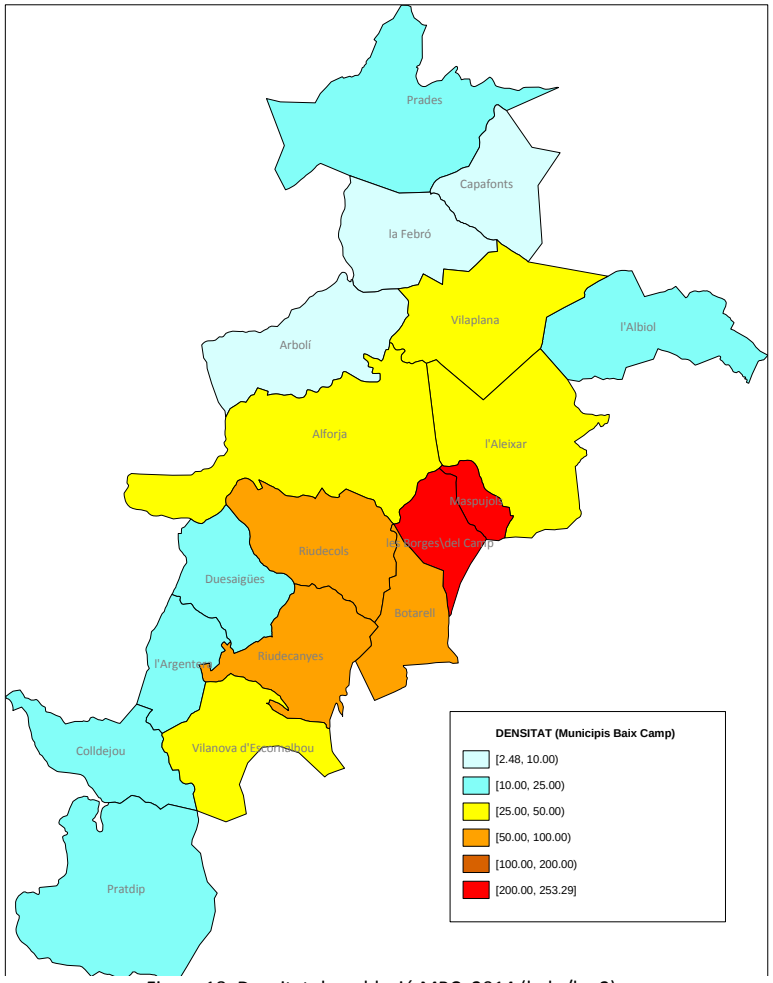


Figura 18: Densitat de població MBC. 2014 (hab./km2)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

2.2. ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ

Si s'observa la piràmide de població de la zona, on es mostren les xifres de població per grups quinquennals i sexe de l'any 2013, es pot comprovar que es tracta d'una població madura, on els grups més nombrosos de població són els que tenen entre 30 i 60 anys.

La base de la piràmide , on es representen els grups més joves de població, és una mica més ampla que la part alta de la mateixa, on hi apareixen els grups de més edat de la zona. Així, el grup de més de 65 anys era de 2.471 habitants l'any 2013, mentre que el de menors de 15 era de 2.024. Aquesta dada repercuteix en un índex d'envelliment a la zona lleugerament més elevat que el de la mitjana catalana, però alhora molt allunyat del de comarques veïnes, com el Priorat, on és d'un 197%.

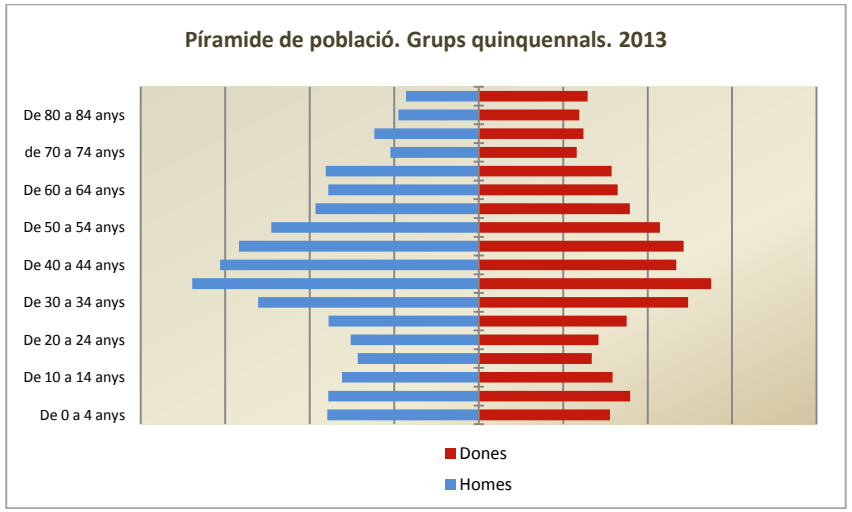


Figura 19: Població per sexe i edat quinquennal. MBC. 2013
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Si tenim en compte les xifres de la sèrie temporal 2001-2013, constatem que la zona ha experimentat un procés de rejoveniment de la població, ja que l'any 2001 el grup de població de menys de 15 anys representava l'11,7% del total de la població de la zona, mentre que l'any 2013 va arribar al 15,5%.

	2001			2007			2013		
Grups d'edat	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total
De 0 a 14 anys	566	566	**1132**	868	817	**1685**	1037	987	**2024**
De 15 a 64 anys	3388	2898	**6286**	4350	3709	**8059**	4556	4017	**8573**
De 65 a 84 anys	977	1035	**2012**	997	1031	**2028**	1008	1033	**2041**
De 85 anys i més	80	168	**248**	107	215	**322**	172	258	**430**
Total	**5.011**	**4.667**	**9.678**	**6322**	**5772**	**12094**	**6773**	**6295**	**13068**

Taula 19: Població MBC. Per grups d'edat. 2001, 2007 i 2013
Font: Idescat. Padró municipal d'habitants

El grup d'edat de 15 a 64 anys ha mantingut unes xifres força similars al llarg d'aquests anys, només pujant molt lleument l'any 2007.

	2001			2007			2013		
Grups d'edat	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total
De 0 a 14 anys	11,3%	12,1%	**11,7%**	13,7%	14,2%	**13,9%**	15,3%	15,7%	**15,5%**
De 15 a 64 anys	67,6%	62,1%	**65,0%**	68,8%	64,3%	**66,6%**	67,3%	63,8%	**65,6%**
De 65 a 84 anys	19,5%	22,2%	**20,8%**	15,8%	17,9%	**16,8%**	14,9%	16,4%	**15,6%**
De 85 anys i més	1,6%	3,6%	**2,6%**	1,7%	3,7%	**2,7%**	2,5%	4,1%	**3,3%**

Taula 20: Percentatge població MBC. Per grups d'edat. 2001, 2007 i 2013
Font: Idescat. Padró municipal d'habitants

En canvi, el grup de majors de 65 anys ha viscut una evolució contrària, i ha vist reduït el seu nombre des de l'any 2001 (del 23,4% del 2001 al 18,9% de 2013). Conseqüentment, l'índex d'envelliment de la població de la zona ha sofert un descens més o menys continuat des de l'any 2001.

	2001			2013		
	0-14	15-64	65 i més	0-14	15-64	65 i més
Baix Camp	15,3	68,7	15,9	17,7	66,4	15,9
Catalunya	13,8	68,8	17,4	15,9	66,1	17,9

Taula 21: Població per grans grups d'edat. Baix Camp i Catalunya. 2001 i 2013
Font: Idescat. Censos de població i estimacions postcensals de població

Tot i amb això si comparem aquestes dades de les Muntanyes del Baix Camp amb les del conjunt de Catalunya, comprovem que el percentatge de majors de 65 anys al conjunt del territori català és lleugerament menor que el de la zona (17,9%), mentre que el de menors de 15 anys està una mica per sobre que el de la zona, amb un 15,9%.

Índexs demogràfics. Estructura de la població	MBC	Baix Camp	Catalunya
Índex d'envelliment	122,08%	87%	110%

Taula 22: Índexs d'envelliment Catalunya - Baix Camp - MBC
Font: Idescat

Si comparem les dades d'envelliment de les MBC amb les del conjunt del territori català veiem com aquest índex és lleugerament superior al de la mitjana catalana, on té un valor de 110%, en comparació amb el 122,08% de la zona. Cal dir que el Baix Camp en conjunt té un índex d'envelliment força inferior al de la zona i al de Catalunya en conjunt, amb un 87%. Els següents mapes ens ajuden a visualitzar el nivell d'envelliment del conjunt de la comarca i a contextualitzar les dades de la zona MBC amb les de comarques o territoris propers i altres àmbits rurals catalanes.

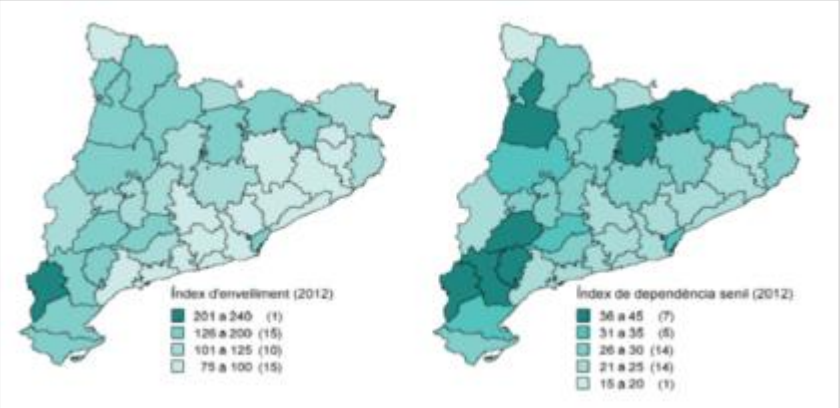


Figura 20: Mapes d'indicadors d'envelliment i dependència senil per comarques. 2012
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Així, veiem com comarques com el Solsonès (amb un 120%), l'Urgell (amb un 118%) i el Pla d'Urgell (amb un 112%) presenten índexs d'envelliment molt similars al de les Muntanyes del Baix Camp.

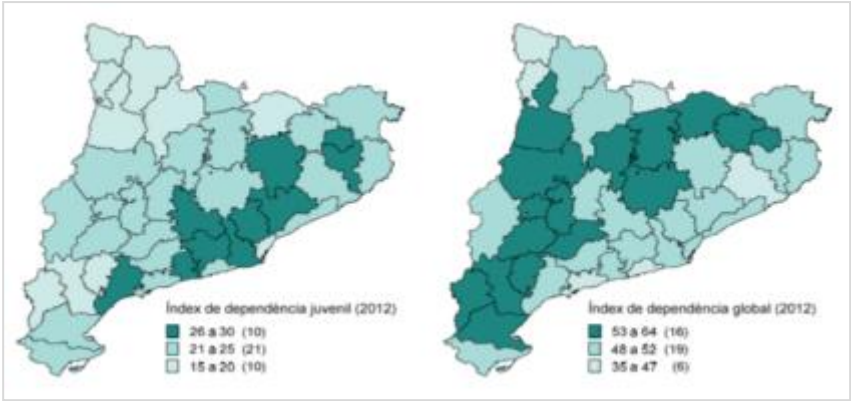


Figura 21: Mapes d'indicadors de dependència juvenil i global. 2012
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Pel que fa a l'índex de dependència juvenil (relació entre els individus en edat no activa de 0 a 15 anys respecte a la població potencialment activa), les Muntanyes del Baix Camp presenten una xifra del 23,61%, molt similar al de la mitjana del territori català, i també molt coincident amb el d'altres zones eminentment rurals, com són la Noguera, per exemple.

2.3. FACTORS DE CREIXEMENT DE LA POBLACIÓ

Per entendre l'evolució de la població de la zona en els darrers anys és molt necessari fer un cop d'ull a les xifres de creixement natural i de saldo migratori durant el període 2006-2012. Al llarg d'aquest període, hi destaca el pes de les immigracions, que han ajudat a compensar un creixement natural lleugerament negatiu de la població.

	Components del creixement				
Sexe	Naixements	Defuncions	Creixement natural	Saldo migratori	Creixement total
Total	810	832	-22	1903	1881

Taula 23: Creixement intercensal de la població, per components i sexe. 2006-2012
Font: Idescat

El clima favorable de creixement econòmic viscut a la comarca i a tot Catalunya durant bona part de la dècada va afavorir l'arribada a la zona de molts estrangers. Així, l'any de més arribada d'estrangers a la zona del període 2006-2012 va ser precisament l'any 2006, en el qual la taxa bruta de creixement migratori va arribar a ser de 55,33 per mil habitants. Des de l'any 2011 però, aquesta taxa passà a ser negativa, amb un valor de -3,24 per mil, fet que provocà que la taxa bruta de creixement total (en la qual s'hi uneix el creixement natural, en aquest cas lleugerament positiu), també assolís una taxa negativa (de -2,87 per mil), per primer cop en aquests darrers anys.

Any	Taxa bruta de creixement total	Taxa bruta de creixement natural	Taxa bruta de creixement migratori
2012	-2,87	0,38	-3,24
2011	2,20	0,23	1,97
2010	16,25	0,23	16,02
2009	16,44	-2,75	19,19
2008	29,47	-0,33	29,80
2007	41,79	0,60	41,19
2006	55,24	-0,09	55,33

Taula 24: Creixement per mil habitants. MBC. Sèrie temporal
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

L'any 2013, els habitants de la les Muntanyes del Baix Camp nascuts a l'estranger representaven un 13% del total, superant els habitants nascuts a la resta de l'estat espanyol. Del total d'habitants, 1648 no disposen de nacionalitat espanyola, xifra força coincident amb les xifres relatives al lloc de naixement de la població.

	Catalunya		Resta d'Espanya		Estranger		TOTAL
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	
Albiol, l'	338	72,1%	74	15,8%	57	12,2%	469
Aleixar, l'	691	78,2%	87	9,8%	106	12,0%	884
Alforja	1419	76,4%	246	13,2%	192	10,3%	1857
Arbolí	93	84,5%	8	7,3%	9	8,2%	110
Argentera, l'	128	84,2%	18	11,8%	6	3,9%	152
Borges del Camp, les	1610	76,2%	262	12,4%	242	11,4%	2114
Botarell	820	73,7%	143	12,8%	150	13,5%	1113
Capafonts	101	89,4%	10	8,8%	2	1,8%	113
Colldejou	153	88,4%	9	5,2%	11	6,4%	173
Duesaigües	191	77,6%	26	10,6%	29	11,8%	246
Febró, la	42	87,5%	4	8,3%	2	4,2%	48
Maspujols	654	84,7%	71	9,2%	47	6,1%	772
Prades	518	78,5%	53	8,0%	89	13,5%	660
Pratdip	433	61,9%	64	9,1%	203	29,0%	700
Riudecanyes	872	74,5%	94	8,0%	204	17,4%	1170
Riudecols	959	74,2%	156	12,1%	178	13,8%	1293
Vilanova d'Escornalbou	454	80,6%	23	4,1%	86	15,3%	563
Vilaplana	498	78,9%	42	6,7%	91	14,4%	631
MBC	**9974**	**76,3%**	**1390**	**10,6%**	**1704**	**13,0%**	**13068**

Taula 25: Població. Per lloc de naixement. 2013
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat. Padró municipal d'habitants.

	Espanyola		Estrangera		Total
	Nombre	%	Nombre	%	
Albiol, l'	420	89,6%	49	10,4%	469
Aleixar, l'	795	89,9%	89	10,1%	884
Alforja	1689	91,0%	168	9,0%	1857
Arbolí	105	95,5%	5	4,5%	110
Argentera, l'	149	98,0%	3	2,0%	152
Borges del Camp, les	1854	87,7%	260	12,3%	2114
Botarell	965	86,7%	148	13,3%	1113
Capafonts	112	99,1%	1	0,9%	113
Colldejou	165	95,4%	8	4,6%	173
Duesaigües	222	90,2%	24	9,8%	246
Febró, la	46	95,8%	2	4,2%	48
Maspujols	733	94,9%	39	5,1%	772
Prades	580	87,9%	80	12,1%	660
Pratdip	502	71,7%	198	28,3%	700
Riudecanyes	973	83,2%	197	16,8%	1170
Riudecols	1099	85,0%	194	15,0%	1293
Vilanova d'Escornalbou	472	83,8%	91	16,2%	563
Vilaplana	539	85,4%	92	14,6%	631
MBC	**11420**	87,4%	**1648**	12,6%	**13068**

Taula 26: Població. Per nacionalitat. 2013
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat. Padró municipal d'habitants

La figura mostra la tendència migratòria al global de la comarca durant els últims anys, i en els quals s'evidencia un descens dels saldos migratoris tan a nivell intern com a nivell extern.

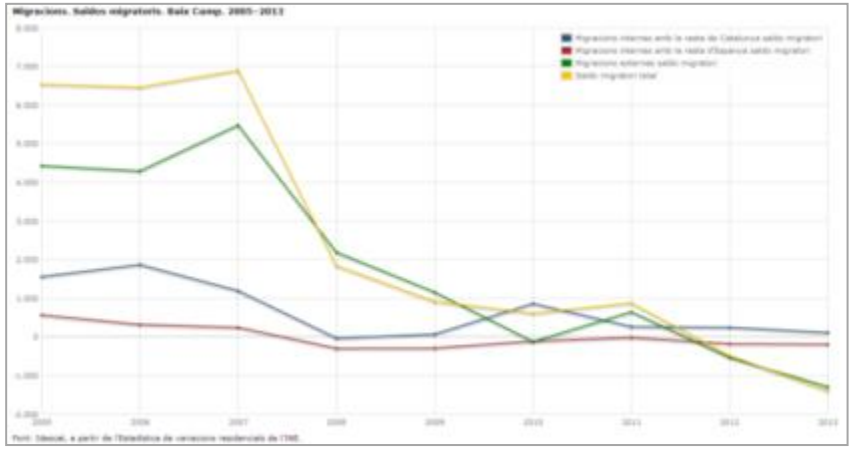


Figura 22: Saldos migratoris. Baix Camp. 2005-2013
Font: Idescat, a partir l'Estadística de variacions residencials de l'INE

Migracions internes.	Saldos destinació - procedència
Saldo amb Catalunya	-92
Saldo amb Espanya	-22
Saldo migratori intern	-114

Taula 27: Migracions internes. Saldos destinació - procedència. 2013
Font: Idescat

D'aquesta manera, als municipis de les Muntanyes del Baix Camp, la tendència és similar a nivell global, ja que l'any 2013 s'ha registrat un saldo migratori intern de -114 persones, tot i que és manté un saldo migratori extern positiu, de +6 persones.

Migracions externes	
Immigracions	67
Emigracions	61
Saldo migratori extern	6

Taula 28: Migracions externes. 2013
Font: Idescat, a partir de l'Estadística de variacions residencials de l'INE

Any	Índex de recanvi de la població en edats actives[3]	Relació de masculinitat	Relació de nens per dones en edat fèrtil
2013	123,6	108	23
2007	129,8	110	23
2001	108,8	107	16

Taula 29: Índexs d'estructura de la població. MBC. 2013, 2007 i 2001
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

La taula d'índexs d'estructura de la població ens mostra un índex de recanvi de la població en edats actives dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp de 123,6% i un índex de masculinitat de 108, índex que va arribar a 110 l'any 2007, després de pujar des d'un 107 inicial l'any 2001 (es tracta d'un índex que en les societats desenvolupades es mou a l'entorn de 105 nens per cada 100 nenes)

En relació a aquest índex de masculinitat, cal dir que el nombre de naixements de nens és sempre major que el de nenes, però la relació és veu afectada per la major esperança de vida de les dones. Un altre factor a tenir en compte és la incidència dels processos migratoris, ja que la població d'origen estranger és majoritàriament masculina, i pertany a grups d'edat corresponents a la població demogràficament activa. En el cas dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp a més, a l'igual que en la major part de zones rurals, es fa evident l'èxode rural femení que el territori ha experimentat en aquest període.

Creixement de la població	Taxa bruta per 1.000 hab.
Taxa bruta de natalitat. 2012	8,90
Taxa bruta de mortalitat. 2012	8,52
Taxa bruta de creixement natural. 2012	0,38
Taxa bruta de creixement migratori. 2012	-3,24
Taxa bruta de creixement total. 2012	-2,87

Taula 30: Creixement de la població
Font: Idescat. Indicadors demogràfics

Com a resum final d'aquest apartat, la taula amb taxes de creixement de la població ens posa de manifest la situació d'un territori amb un creixement natural minsament positiu però on una taxa bruta negativa de creixement migratori (fruit de la situació de crisi viscuda durant els darrers anys i que ha implicat un retorn de població als seus països d'origen a causa de la manca de possibilitats laborals i de prosperitat econòmica) li provoca una pèrdua de població durant els darrers anys.

[3] Glossari d'índexs i taxes de la taula:
Índex de recanvi de la població en edats actives: Quocient entre el nombre de persones de 60 a 64 anys i el nombre de persones de 15 a 19 anys.
Relació de masculinitat. Relació d'homes que hi ha per cada 100 dones.
Relació de nens per dones en edat fèrtil. Quocient entre la població infantil de 0 a 4 anys i la població femenina de 15 a 49 anys. S'expressa en tant per cent.

3. RECURSOS HUMANS

3.1 PRODUCCIÓ, OCUPACIÓ I ATUR

3.1.1 Evolució de l'activitat i l'ocupació

Tal com apunta l'Observatori d'Empresa i Ocupació (2014), la davallada del VAB (*Valor Afegit Brut*[4]) al Baix Camp ha estat menys intensa que la del conjunt català (-2,7% i -4%, respectivament). En l'economia comarcal destaca el pes del sector energètic, superior a la mitjana, que representa el 12,3% del seu VAB. Entre 2007 i 2012 disminueix amb força el VAB de la construcció (-42,5%) i el de l'agricultura (-15,2%); la indústria i els serveis, en canvi, registren resultats favorables (+9,2% i +3,4%). Pel que fa al mercat de treball, l'afiliació s'ha reduït de forma més intensa que en el conjunt català, especialment a l'hostaleria. Però, l'ocupació en activitats d'alt nivell tecnològic [5]s'ha reduït amb molta menys intensitat. Destacar també que els percentatges d'aturats amb estudis primaris, estrangers i menors de 29 anys són més elevats a la comarca.

La taxa d'atur es manté per sobre de la mitjana catalana. Destaca, de l'atur, un major pes d'aturats amb estudis primaris, estrangers i menors de 29 anys.

El Baix Camp és una de les comarques catalanes en les quals la taxa de variació de les ocupacions d'alt contingut tecnològic (desembre de 2013 vs març 2008), és més baixa, tot i ser negativa. Només set comarques presenten una taxa de variació positiva, i el Baix Camp presenta una taxa de -2,3%, força millor que el -13,1% de la mitjana catalana.

Indicadors relatius a ocupacions d'alt contingut tecnològic	Baix Camp	Catalunya
Taxa de variació de les ocupacions d'alt contingut tecnològic (des'13 vs març'08)	**-2,3%**	-13,1%
% Afiliats SS en OACT (des'13)	**5,5%**	7,7%

Taula 31: Indicadors relatius a ocupacions d'alt contingut tecnològic
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

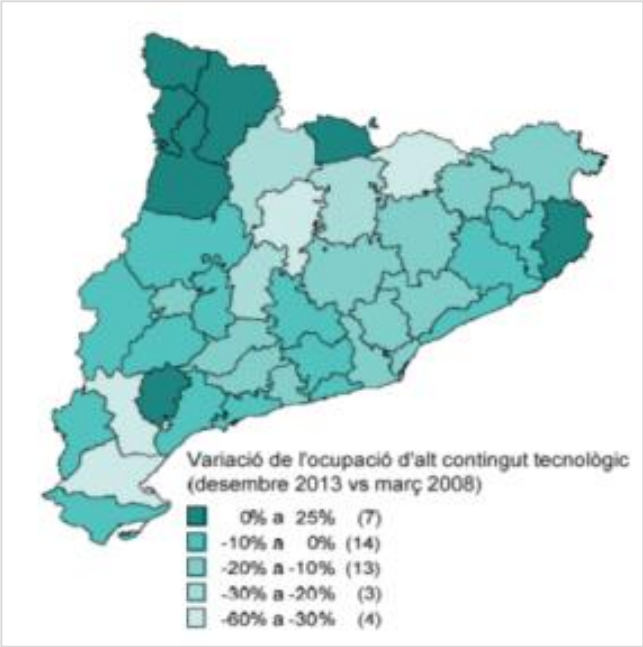


Figura 23: Mapa de variació de l'ocupació d'alt contingut tecnològic
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

[4] El valor afegit brut (VAB) és la suma dels valors addicionals que adquireixin els béns i serveis en transformar-se durant el procés de producció. En l'economia, aquesta és una de les maneres per calcular el Producte interior brut i per tant, sovint es consideren sinònims.

[5] Segons la metodologia de l'OCDE i les corresponents adaptacions realitzades per Eurostat en l'àmbit europeu, es consideren d'alt contingut tecnològic les activitats industrials de tecnologia alta i mitjana alta i els serveis de tecnologia alta punta. Activitats industrials de tecnologia alta: 21 Fabricació de productes farmacèutics, 26 Fabricació de productes informàtics, electrònics i òptics, 303 Construcció aeronàutica i espacial. Activitats industrials de tecnologia mitjana alta: 20 Indústries químiques, 254 Fabricació d'armes i municions, 27 Fabricació de materials i equips elèctrics, 28 Fabricació de maquinària i equips no classificats en altres activitats, 29 Fabricació de vehicles de motor, remolcs i semiremolcs, 302 Fabricació de locomotores i material ferroviari, 304 Fabricació de vehicles de combat, 309 Fabricació d'altres materials de transport no classificats en altres activitats, 325 Fabricació d'instruments i subministraments mèdics i odontològics. Serveis de tecnologia alta punta: 59 Activitats cinemat., vídeo i de prog. tv; activ. d'enregist. de so i edició musical, 60 Activitats de programació i emissió de ràdio i televisió, 61 Telecomunicacions, 62 Serveis de tecnologies de la informació, 63 Serveis d'informació, 72 Recerca i desenvolupament.

Si analitzem les xifres de població ocupada segons sectors d'activitat en els municipis de les Muntanyes del Baix Camp veiem com, al llarg de la dècada entre els anys 2001 i 2011, tres dels quatre sectors han perdut pes específic respecte el total d'ocupats i només un d'ells (els serveis) augmenta el nombre d'ocupats i accentua la seva posició dominant respecte els altres. Així, l'agricultura redueix el seu % d'ocupats un -50,83%, la indústria un -7,10% i la construcció un-36,44%. Com s'ha dit només els serveis veuen augmentades les seves xifres, amb un 14,79% més de població ocupada.

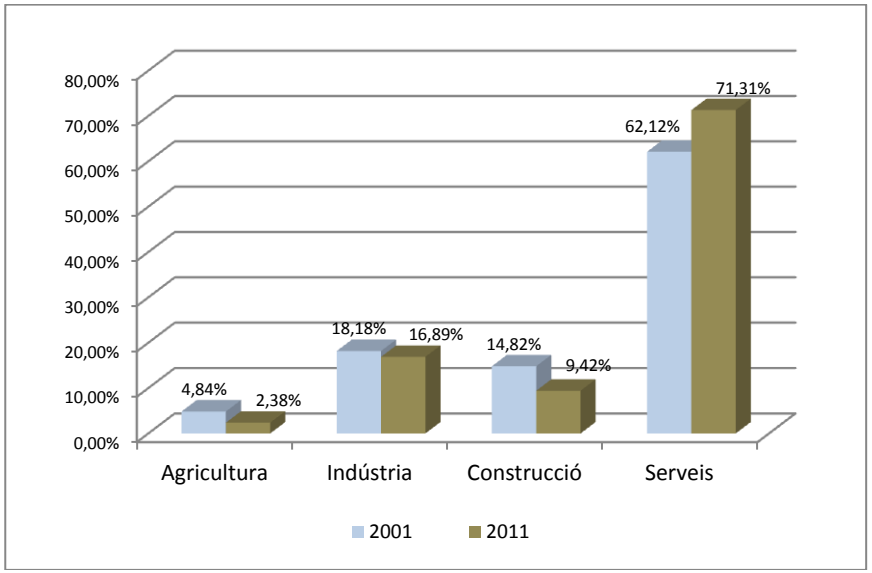


Figura 24: Evolució dels ocupats per sector 2001 - 2011
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

3.1.2 Estructura i dinàmica sectorial de l'activitat econòmica de la comarca

En l'estructura productiva del conjunt de la comarca del Baix Camp, el sector serveis és el que té més pes específic, amb un 66,5% del VAB (segons dades de 2012)., lleugerament inferior al pes que té el sector serveis en el conjunt de Catalunya, on genera el 69,3% del VAB.

A continuació, la indústria representa el 22,7% de l'activitat econòmica (una mica per sobre del 21,1% que representa al global de Catalunya), la construcció, el 8,7% (també superior al 7,9% que representa a Catalunya) i l'agricultura, l'1,9%, gairebé idèntica a l'1,6% que presenta al total de Catalunya.

INDICADORS SECTORIALS D'ESTRUCTURA I DINÀMICA PRODUCTIVA (VAB pb)

	Estructura (2012)					Dinàmica (2012 vs 2007)		
	Baix Camp		Catalunya					
Sectors	VAB pb	%	VAB pb	%	Ràtio[1]	Baix Camp	Catalunya	Ràtio[1]
Total	3.257	100,0%	136.944	100,0%	1,00	-2,7%	-4,0%	1,34
AGR Agricultura	62	1,9%	2.171	1,6%	1,19	-15,2%	1,9%	-7,85
IND Indústria	738	22,7%	28.911	21,1%	1,07	9,2%	-9,7%	2,95
ENE Extr., energia, aigua i residus (CCAE 10-36, 39-98)	402	12,3%	3.816	2,8%	4,43	28,9%	30,9%	0,94
CON Construcció	284	8,7%	10.797	7,9%	1,11	-42,5%	-30,4%	0,60
SER Serveis	2.166	66,5%	94.966	69,3%	0,96	3,4%	2,2%	1,54
COM Comerç i reparació (CCAE 45, 46, 47)	454	14,0%	16.866	12,3%	1,13	0,1%	1,8%	0,04
HOS Hostaleria (CCAE 55, 56)	324	10,0%	10.947	8,0%	1,24	17,6%	19,7%	0,89

Font: Catalunya Caixa (VAB pb en milions d'euros corrents del 2000)

Taula 32: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica productiva (VAB pb)
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Si analitzem la seva evolució recent, el sector industrial ha guanyat pes en la comarca (+9,2%), una xifra que contrasta de manera evident amb el descens (-9,7%) que ha sofert en el conjunt de Catalunya. La branca d'indústries extractives, energia, aigua i residus requereix d'una menció específica ja que el pes que aquest sector té en la dinàmica productiva de la comarca és molt més important que en la mitjana catalana. A més, durant els anys 2007-2012, el pes del sector ha seguit augmentant a la comarca (+28,9%), seguint la dinàmica que també ha seguit a tota Catalunya, on el sector ha augmentat el seu pes en el VAB pb un +30,9%. Cal tenir en compte que gran part d'aquest VAB pb el generen les indústries energètiques situades al municipi de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant (central nuclear Vandellòs II i la central tèrmica de cicle combinat Plana del Vent), però que en l'àmbit de les Muntanyes del Baix Camp hi trobem també instal·lacions d'aquest sector, ja sigui energètiques (parcs eòlics del Collet dels Feixos i el del Mas de la Potra a Duesaigües i el de Trucafort, que ocupa part dels municipis de Colldejou i L'Argentera), com de residus (Planta de Compostatge de Botarell).

Observant el mateix període 2007 i 2012, la construcció, presenta un descens molt pronunciat (-42,5%), més accentuat fins i tot que en el conjunt de Catalunya (-30,4%). Tot i amb això, la construcció continua sent un sector important a la comarca, més que en el conjunt català.

El sector serveis representa el 66,5% de l'economia del Baix Camp (inferior al 69,3% que suposa a l'economia catalana). Dins dels serveis, el comerç té un pes del 14,0%, superior al 12,3% que té en l'economia catalana, degut sobretot a la importància i pes del sector comercial de la capital comarcal, Reus. El VAB dels serveis s'ha incrementat a Catalunya (+2,2%) mentre que al Baix Camp ha augmentat una mica més, 3,4%.

L'hostaleria representa el 10% del VAB comarcal, amb un pes superior al del global català (8%) i amb un augment entre 2007 i 2012 inferior al valor de Catalunya (un +17,6% vs el +19,7% a Catalunya).

3.1.3 Envelliment i dependència[6]

La població de la zona se situa en 12.860 persones (any 2014), fet que representa la continuïtat en la caiguda de població que es viu a la zona des de l'any 2012, quan els municipis de les MBC van assolir una població de 13.276 persones (així, des de llavors la població ha disminuït un 2,99%).

Aquesta disminució de població ve recolzada pel que s'ha observat al conjunt de Catalunya, on s'ha registrat el primer descens interanual de la població en tota la sèrie històrica disponible (un 0,2% menys de població el 2013 respecte el 2012).

Es tracta d'una població amb un nivell d'envelliment elevat (per sobre de la mitjana catalana) i amb una presència femenina elevada en les edats més avançades.

Any	0 a 14 anys	15 a 64 anys	65 anys i més	Índex d'envelliment	Índex de sobre envelliment	Índex de dependència juvenil	Índex de dependència de la gent gran	Índex de dependència global
2013	2024	8573	2471	122,08%	21,07%	23,61%	28,82%	52,43%
	15,49%	65,60%	18,91%					
2007	1685	8059	2350	139,47%	15,88%	20,91%	29,16%	50,07%
	13,93%	66,64%	19,43%					
2001	1132	6286	2260	199,65%	12,33%	18,01%	35,95%	53,96%
	11,70%	64,95%	23,35%					

Taula 33: Estructura per edats, envelliment i dependència. MBC. Any 2013, 2007 i 2001
Font: Idescat

[6] Índex d'envelliment = Quocient entre el nombre de persones de 65 anys i més i el nombre de joves menors de 15 anys. S'expressa en tant per cent.
Índex de sobreenvelliment = Quocient entre el nombre de persones de 85 anys i més i el nombre de persones de 65 anys i més. S'expressa en tant per cent.
Índex de dependència juvenil = Quocient entre el nombre de joves menors de 15 anys i el nombre de persones de 15 a 64 anys. S'expressa en tant per cent.
Índex de dependència de la gent gran = Quocient entre el nombre de persones de 65 anys i més i el nombre de persones de 15 a 64 anys. S'expressa en tant per cent.
Índex de dependència global = Relació de la població major de 64 anys i els menors de 15 anys respecte al grup comprès entre ambdues edats. Mesura la càrrega que per a la població en edat de treballar representa la població en edats dependents. S'expressa en tant per cent.

Així, el 15,6% de la població té entre 65 i 85 anys (2.041) i on un 3,30% tenen més de 85 anys. El 50,6% de les persones de 65 a 85 anys són dones, així com el 60,0% de les que tenen més de 85 anys.

Entre els anys 2001 i el 2013, l'índex d'envelliment, que posa en relació el nombre de persones de 65 anys i més sobre el de joves menors de 15 anys, ha disminuït notablement a la zona, gràcies a l'entrada de població jove amb els fluxos migratoris, Així, aquest índex ha baixat des del 199,65% de l'any 2001 al 122,08% de l'any 2013.

El grau de càrrega que representa la població en edats dependents per a la població en edat de treballar es mesura a través de l'índex de dependència global (relació de la població major de 64 anys i els menors de 15 anys respecte del grup comprès entre ambdues edats). Els municipis de les MBC, en aquest sentit, presenta una xifra superior a la mitjana catalana (un 52,43%, respecte el 50% de tota Catalunya).

En relació amb l'índex de dependència juvenil (quocient entre el nombre de joves menors de 15 anys i el nombre de persones de 15 a 64 anys), la zona presenta un valor de 23,61%, un valor que coincideix pràcticament amb el del global de Catalunya (24%), allunyat dels valors més baixos del conjunt de comarques catalanes (Alta Ribagorça, la Ribera d'Ebre i la Terra Alta, que presenten un 19% en tots els casos).

3.1.4 Ocupació: situació i dinàmica

Des de març de 2008 fins a desembre de 2013, l'afiliació va disminuir amb força a tot Catalunya (-15,2%). Després de la davallada més intensa de 2009, el ritme del descens ha estat més moderat, tot i que el 2013 encara es registra un descens interanual. En aquest context, el Baix Camp disposa d'una de les dades més negatives del conjunt de comarques catalanes, amb un descens en l'afiliació de -18,5%, superior doncs a la taxa catalana.

Taxa de variació de les afiliacions a la SS per residència (des'13 vs març'08)	Baix Camp	Catalunya
	-18,5%	-15,2%

Taula 34: Taxa de variació de les afiliacions a la SS per residència (des'13 vs març'08)
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Figura 25: Variació intertrimestral de l'afiliació a la SS al territori (%) (2010-2013) i Variació interanual de l'afiliació a la SS (%) (2008-2013)
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Cal destacar, com s'ha comentat, que l'ocupació en les activitats que es consideren d'alt contingut tecnològic s'ha reduït amb molta menys intensitat que en el conjunt català., ja que a tota Catalunya sofreixen una davallada de -13,1%, mentre que al Baix Camp ha estat del -2,3%.

Tot i amb això, i sent una nota relativament positiva el fet de que la reducció hagi estat menor que en el conjunt català, cal tenir present que el Baix Camp es troba per sota de la mitjana de Catalunya (7,7%) en l'afiliació en activitats d'alt contingut tecnològic (5,5%).

Els contractes temporals representen el 89,8% del total de contractació laboral de 2013 a Catalunya. La proporció de temporals evidentment varia per comarques, sent especialment intensa en les comarques de les Terres de l'Ebre i el Camp de Tarragona. D'aquesta manera, el Baix Camp no escapa d'aquesta proporció i presenta doncs una dada superior a la de la mitja catalana en aquest sentit, amb un 91,3% de contractes temporals.

Si analitzem les dades d'afiliació a la Seguretat Social de tota la comarca i les comparem amb les dades de les que disposem de les Muntanyes del Baix Camp, podem veure com hi ha situacions i dinàmiques força paral·leles en alguns sectors i períodes i altres, en canvi, que divergeixen de forma notable.

INDICADORS SECTORIALS D'ESTRUCTURA I DINÀMICA OCUPACIONAL (Afiliació a la Seguretat Social)

	Estructura (des'13)					Dinàmica (des'13 vs març'08)		
	Baix Camp		Catalunya					
Sectors	Afiliació	%	Afiliació	%	Ràtio[1]	Baix Camp	Catalunya	Ràtio[1]
Total	64.075	100,0%	2.798.378	100,0%	1,00	-18,5%	-15,2%	0,79
AGR Agricultura	1.783	2,8%	46.798	1,7%	1,66	-22,2%	-14,3%	0,45
IND Indústria	9.614	15,0%	422.064	15,1%	0,99	-14,1%	-27,6%	1,49
ENE Extr., energia, aigua i residus (CCAE 05-09, 35-39)	1.387	2,2%	30.855	1,1%	1,96	15,0%	-6,4%	4,34
CON Construcció	4.879	7,6%	155.448	5,6%	1,37	-63,6%	-59,7%	0,93
SER Serveis	47.344	73,9%	2.164.827	77,4%	0,96	-8,5%	-4,9%	0,27
COM Comerç al detall (CCAE 47)	7.441	11,6%	302.085	10,8%	1,08	-9,8%	-5,7%	0,28
HOS Hostaleria (CCAE 55, 56)	5.043	7,9%	197.028	7,0%	1,12	-22,2%	-4,6%	-2,84
TIC Sector TIC (CCAE 61, 62)	541	0,8%	46.774	1,7%	0,51	4,4%	14,5%	0,30

Font: Departament d'Empresa i Ocupació, a partir de dades de la TGSS. Afiliacions de persones amb residència al territori considerat (totes les edats)

NOTES:

[1] La fórmula de càlcul de la ràtio és diferent segons el valor de l'indicador per a Catalunya
- Si l'indicador per a Catalunya és positiu, la ràtio = valor territori / valor total Catalunya
- Si l'indicador per a Catalunya és negatiu, la ràtio = 2 - (valor territori / valor total Catalunya)

Taula 35: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica ocupacional. Afiliacions de persones amb residència a la comarca (totes les edats)
Font: Departament d'Empresa i Ocupació, a partir de dades de la TGSS

Així, en el conjunt de la comarca, el sector que més afiliats va perdre en el període 2008-2013 va ser la construcció, amb un -63,6% d'afiliats, superior fins i tot a la mitjana catalana, que va ser d'un -59,7%. La mateixa dinàmica va seguir el sector en l'àmbit concret de les MBC, on al llarg d'aquests anys la construcció va perdre un -60,75% d'afiliats.

Afiliacions al règim general de la Seguretat Social . Per sectors d'activitat									
Any	Agricultura		Indústria		Construcció		Serveis		Total
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
2013	16	1,15%	566	40,84%	115	8,30%	689	49,71%	1386
2010	21	1,41%	636	42,57%	197	13,19%	640	42,84%	1494
2008	13	0,81%	640	40,08%	293	18,35%	651	40,76%	1597

Taula 36: Afiliacions al règim general de la Seguretat Social. MBC. Per sectors d'activitat (%)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat (dades del Dep. d'Empresa i Ocupació)

També coincident de manera relativa és la dinàmica en el sector industrial, que va perdre un -14,1% d'afiliats a tota la comarca i en els municipis de les MBC també va sofrir una pèrdua notable, de l'-11,56%. Tot i amb això la incidència d'aquestes pèrdues és molt més important a les MBC ja que el percentatge d'afiliats en el sector industrial en relació als restants és molt superior al de la comarca i al del total de Catalunya.

Així, al tenir percentatges d'afiliats superiors al 40% del total, **la pèrdua d'afiliats en nombres absoluts en el sector industrial va ser molt remarcable**.

El nombre d'afiliats en el sector primari (1,15%) a les MBC és inferior al del conjunt de la comarca (2,8%) i fins i tot al de tota Catalunya (1,7%). Contràriament a la dinàmica en aquests àmbits superiors però, el sector va guanyar afiliats en aquest període, tot i que de manera minsa en nombre absoluts (més cridanera en termes percentuals).

Variació d'afiliacions al règim general de la Seguretat Social . Per sectors d'activitat					
	Agricultura	Indústria	Construcció	Serveis	TOTAL
Variació 2013-2008	23,08%	-11,56%	-60,75%	5,84%	-13,21%

Taula 37: Variació d'afiliacions al règim general Seg. Social. Per sectors.2013-2008. MBC
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat (dades del Dep. d'Empresa i Ocupació)

El mateix va passar en el sector serveis, que tot i tenir menys afiliats percentualment que en els àmbits comarcal i català, va guanyar afiliats en aquests anys, passant de 651 a 689 i per tant amb una evolució de +5,84%, contrari a les xifres negatives del Baix Camp (-8,5%) i Catalunya (-4,9%).

Afiliacions al règim general de la Seguretat Social . Per sectors d'activitat															
Municipis	2013					2010					2008				
	Agr	Ind	Cons	Serv	T	Agr.	Ind.	Cons.	Serv.	T	Agr.	Ind.	Cons.	Serv.	T
Albiol, l'	0	0	0	10	**10**	0	0	1	8	**9**	0	0	3	11	**14**
Aleixar, l'	6	17	6	42	**71**	1	16	22	24	**63**	0	15	16	22	**53**
Alforja	0	51	8	86	**145**	1	81	27	84	**193**	0	103	43	92	**238**
Arbolí	0	0	0	8	**8**	0	8	0	11	**19**	0	8	0	8	**16**
Argentera, l'	0	0	0	4	**4**	0	0	0	1	**1**	0	0	0	1	**1**
Borges del Camp, les	0	44	40	98	**182**	3	29	64	125	**221**	0	31	98	120	**249**
Botarell	1	4	21	48	**74**	1	8	13	55	**77**	1	14	9	44	**68**
Capafonts	0	0	0	3	**3**	0	0	0	22	**22**	0	0	0	16	**16**
Colldejou	0	0	11	4	**15**	0	0	10	8	**18**	0	0	3	5	**8**
Duesaigües	0	0	0	8	**8**	1	0	5	12	**18**	0	0	13	10	**23**
Febró, la	0	0	0	3	**3**	0	0	0	4	**4**	0	0	0	5	**5**
Maspujols	2	14	6	12	**34**	3	19	6	12	**40**	2	19	13	9	**43**
Prades	1	6	2	70	**79**	0	1	4	71	**76**	0	1	7	67	**75**
Pratdip	0	0	9	120	**129**	1	0	10	52	**63**	2	0	13	39	**54**
Riudecanyes	0	6	0	79	**85**	0	7	5	60	**72**	0	5	14	105	**124**
Riudecols	0	405	4	28	**437**	0	431	17	20	**468**	0	410	37	32	**479**
Vilanova d'Escornalbou	6	16	3	33	**58**	10	33	6	38	**87**	8	32	14	34	**88**
Vilaplana	0	3	5	33	**41**	0	3	7	33	**43**	0	2	10	31	**43**
MBC	**16**	**566**	**115**	**689**	**1386**	**21**	**636**	**197**	**640**	**1494**	**13**	**640**	**293**	**651**	**1597**

Taula 38: Afiliacions al règim general de la Seguretat Social. MBC. Per sectors d'activitat i municipi (anys 2013, 2010 i 2008)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat (dades del Dep. d'Empresa i Ocupació)

A nivell de municipis, comentar la pèrdua generalitzada d'afiliats, en diferent intensitat en la gran majoria de municipis de l'àmbit. Els casos més significatius i accentuats de pèrdua d'afiliats (en nombres absoluts) es van produir en els municipis d'Alforja (sobretot en indústria) i les Borges del Camp (construcció i serveis), on es van perdre 93 i 67 afiliats respectivament.

També molt significativa és la pèrdua d'afiliats viscuda al municipi de Capafonts, on al llarg d'aquests anys s'ha passat de 16 afiliats a només 3, i més tenint en compte que a meitat de període (l'any 2010) els afiliats havien pujat fins a 22. En tres anys doncs, els afiliats van baixar de 22 a 3, tots en el sector serveis.

A nivell positiu, destacar els casos de Pratdip, que guanya 75 afiliats i l'Aleixar, que en guanya 18, ambdós municipis bàsicament en el sector serveis.

Pel que fa a les afiliacions al règim especial de treballadors autònoms, en els municipis de les Muntanyes del Baix Camp també s'ha produït un descens notable d'afiliats al llarg d'aquests anys, de -187 persones (-15,47%). Els sectors que han perdut més autònoms han estat la construcció en nombres absoluts (107) i l'agricultura a nivell percentual (un -34,72%).

Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms (a 31 de desembre). Per sectors d'activitat									
Any	Agricultura		Indústria		Construcció		Serveis		Total
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
2013	141	13,80%	62	6,07%	202	19,77%	617	60,37%	1022
2010	186	17,37%	65	6,07%	241	22,50%	579	54,06%	1071
2008	216	17,87%	81	6,70%	309	25,56%	603	49,88%	1209

Taula 39: Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms. MBC. Per sectors d'activitat (%)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat (dades del Dep. d'Empresa i Ocupació)

A nivell de municipis, Alforja ha estat el que més autònoms ha perdut, 39, que representa un descens de -25,83%. Tot i amb això, a nivell percentual ha estat Duesaigües el municipi en el que més s'han reduït aquestes afiliacions, ja que s'han reduït un -38,89%, passant de 18 a 11 afiliats.

Variació d'afiliacions al règim especial de treballadors autònoms. Per sectors d'activitat					
Període	Agricultura	Indústria	Construcció	Serveis	Total
2013-2008	-34,72%	-23,46%	-34,63%	2,32%	-15,47%

Taula 40: Variació d'afiliacions al règim especial de treballadors autònoms. Per sectors.2013-2008. MBC
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat (dades del Dep. d'Empresa i Ocupació)

Destacar que no hi ha cap municipi que disposi d'una dada positiva en aquest paràmetre ja que tots han perdut afiliats en el règim especial d'autònoms en major o menor intensitat, evidentment. Aquest fet, com s'ha dit, contrasta amb el que va passar en les afiliacions en el règim general, on tot i la tònica i dinàmica general negativa, hi va haver alguns municipis amb augment d'afiliats.

Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms (a 31 de desembre). Per sectors d'activitat															
Municipis	2013					2010					2008				
	Agr	Ind	Cons	Serv	T	Agr.	Ind.	Cons.	Serv.	T	Agr.	Ind.	Cons.	Serv.	T
Albiol, l'	4	0	5	16	**25**	3	0	4	13	**20**	2	1	9	18	30
Aleixar, l'	13	5	13	40	**71**	18	2	12	38	**70**	20	2	18	41	81
Alforja	12	6	23	71	**112**	18	8	29	75	**130**	22	8	42	79	151
Arbolí	2	0	0	6	**8**	2	0	0	6	**8**	2	0	2	8	12
Argentera, l'	0	1	1	8	**10**	2	1	0	5	**8**	3	1	1	6	11
Borges del Camp, les	5	16	41	110	**172**	7	17	44	115	**183**	8	23	51	112	194
Botarell	7	7	17	58	**89**	10	6	19	49	**84**	14	5	26	60	105
Capafonts	1	1	4	8	**14**	3	0	6	6	**15**	4	0	6	8	18
Colldejou	0	1	7	9	**17**	2	1	8	6	**17**	3	1	10	7	21
Duesaigües	3	1	2	5	**11**	3	0	7	6	**16**	3	0	8	7	18
Febró, la	2	1	1	0	**4**	2	0	1	1	**4**	2	0	1	2	5
Maspujols	18	5	9	23	**55**	23	8	10	23	**64**	23	9	12	27	71
Prades	15	3	16	40	**74**	19	2	18	42	**81**	24	2	20	42	88
Pratdip	10	1	9	35	**55**	15	3	12	35	**65**	17	4	17	30	68
Riudecanyes	13	3	21	71	**108**	13	4	29	59	**105**	16	8	33	60	117
Riudecols	6	6	21	54	**87**	8	9	25	46	**88**	11	10	34	42	97
Vilanova d'Escornalbou	16	3	3	34	**56**	18	3	7	32	**60**	22	5	9	29	65
Vilaplana	14	2	9	29	**54**	20	1	10	22	**53**	20	2	10	25	57
MBC	141	62	202	617	**1022**	186	65	241	579	**1071**	216	81	309	603	1209

Taula 41: Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms). MBC. Per sectors d'activitat i municipi (anys 2013, 2010 i 2008)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat (dades del Dep. d'Empresa i Ocupació)

3.1.5 Atur i demanda d'ocupació

L'evolució de les xifres d'atur registrat en les oficines de treball evidencien un impacte molt sever de la crisi econòmica en el mercat de treball, de la zona, de tota la comarca i català. Així, a nivell català, analitzant la variació interanual de l'atur des de gener de 2008 fins a desembre de 2013, es pot distingir una primera etapa de creixement de l'atur més intens (que assoleix un màxim el març de 2009, i una segona, entre l'inici de 2011 i la fi de 2013, amb un creixement més moderat i fins i tot un descens des de la segona meitat de 2013.

A partir del registre d'atur per comarques, es pot aproximar la taxa d'atur registral calculada com el quocient entre la xifra d'atur comarcal i la xifra d'afiliats a la Seguretat Social més la d'aturats registrats, sumatori que aproxima la població activa. Així, a 31 de desembre de 2013 la taxa d'atur registral al Baix Camp era del 21,5%, la quarta més alta de Catalunya, i lluny del de la taxa catalana que era del 18,4%.

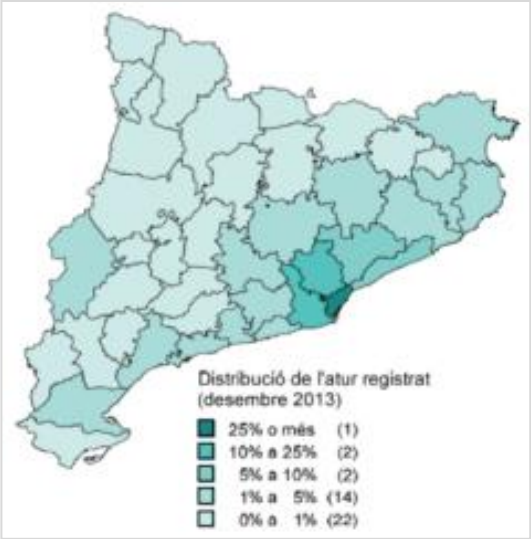


Figura 26: Mapa de distribució de l'atur registrat per comarques (desembre 2013)
Font: Departament d'Empresa i Ocupació

Per tal de mesurar l'evolució de les xifres d'atur territorials durant el període de crisi econòmica s'analitza la taxa de variació de l'atur comparant els registres de desembre de 2007 i de 2013. La taxa de variació de l'atur registrat a Catalunya en aquest període és del 135,1%. Durant aquest període la taxa de variació de l'atur al Baix Camp ha estat una mica més elevada (146,7%), certament allunyada de les comarques amb una taxa de variació acumulada més elevada: el Montsià (+242,3%), el Segrià (+230,3%) i l'Alta Ribagorça (+224,5%). Tot i amb això cal destacar que en gairebé totes les comarques l'atur registrat s'ha, com a mínim, duplicat, exceptuant només les comarques del Ripollès i la Cerdanya.

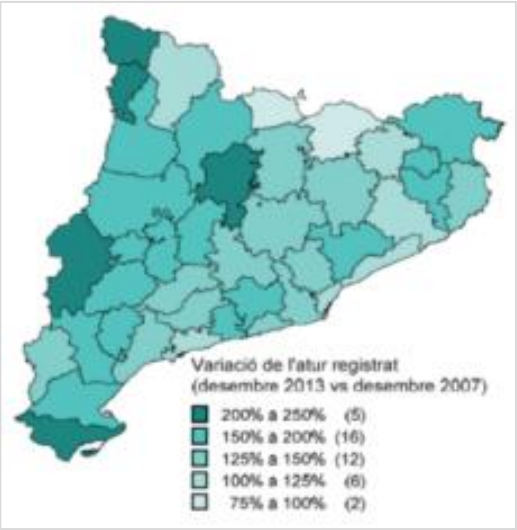


Figura 27: Mapa de variació de l'atur registrat per comarques (des'13-des'07)
Font: Departament d'Empresa i Ocupació

Un cop analitzades les dades del conjunt de la comarca, i en comparació amb les xifres d'atur registrat de les altres comarques catalanes, podem fer una aproximació similar, tot i que no idèntica per manca de dades, a l'evolució recent de l'atur registrat en els municipis de les Muntanyes del Baix Camp. Així, podem veure que la variació ha estat del 102,95% a la zona en aquests dos darrers anys, passant del 14,85% al 15,28%.

El municipi que més ha augmentat aquesta taxa ha estat la Febró, que en dos anys ha passat del 12,50% al 26,32% d'atur. Cal dir que la Febró és el municipi més petit de l'àmbit i una petita variació en nombres absoluts fa variar en gran mesura els valors percentuals. A continuació hi trobem l'Albiol, que passà del 9,18% al 15,46% (una variació del 168,42%) i Duesaigües, que passà del 14,16% al 21,90% (variació del 154,70%).

En contraposició a aquestes xifres hi trobem diversos municipis que han vist reduïda la seva taxa d'atur registral[7] en aquest període recent. Els casos més destacats són els de l'Argentera, que ha passat del 16,67% al 7,81%, Capafonts (del 14,29% a l' 11,11%) i l'Aleixar (del 15,40% al 13,42%).

Taxa d'atur registrat (a 31 de març) MBC. Distribució per municipis				
Municipi	**2012**	**2013**	**2014**	**Variació '14 vs '12**
Albiol, l'	9,18%	13,70%	15,46%	168,42%
Aleixar, l'	15,40%	13,64%	13,42%	87,11%
Alforja	20,37%	19,48%	18,52%	90,91%
Arbolí	4,76%	6,67%	6,25%	131,25%
Argentera, l'	16,67%	7,58%	7,81%	46,88%
Borges del Camp, les	15,94%	14,38%	15,33%	96,20%
Botarell	16,33%	18,78%	17,83%	109,22%
Capafonts	14,29%	5,36%	11,11%	77,78%
Colldejou	20,69%	16,25%	20,99%	101,44%
Duesaigües	14,16%	23,15%	21,90%	154,70%
Febró, la	12,50%	18,18%	26,32%	210,53%
Maspujols	9,04%	10,77%	9,60%	106,18%
Prades	9,67%	7,57%	10,49%	108,50%
Pratdip	20,21%	20,92%	23,38%	115,70%
Riudecanyes	15,31%	18,05%	17,40%	113,64%
Riudecols	11,82%	16,56%	12,97%	109,75%
Vilanova d'Escornalbou	14,72%	19,55%	15,87%	107,86%
Vilaplana	9,01%	9,00%	8,45%	93,78%
Muntanyes Baix Camp	14,85%	15,68%	15,28%	102,95%

Taula 42: Taxa d'atur registrat (a 31 de març) MBC. Distribució per municipis. Sèrie temporal
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

[7] Entenem taxa d'atur registral com el quocient entre la xifra d'atur comarcal i la xifra d'afiliats a la Seguretat Social més la d'aturats registrats, sumatori que aproxima la població activa

Si tenim en compte dades disponibles per municipi per col·lectius específics, podem observar les xifres d'atur juvenil (de 16 a 29 anys) a la zona MBC, que és de 130 persones, que representen un 15,54% del total d'aturats. Aquesta xifra és lleugerament superior a la de vàries comarques i a de la mitjana catalana, on representa el 14,5% del total d'aturats.

Atur registrat. Per sexe i edat				
Edat	**Homes**	**Dones**	**Total**	**%**
De 16 a 19 anys	10,1	1,5	11,6	1,39%
De 20 a 24 anys	27,7	22,2	49,9	5,96%
De 25 a 29 anys	35,1	33,4	68,6	8,19%
De 30 a 34 anys	58,1	54,5	113	13,45%
De 35 a 39 anys	74,2	72,7	147	17,51%
De 40 a 44 anys	76	59,3	135	16,15%
De 45 a 49 anys	67,5	45,6	113	13,50%
De 50 a 54 anys	47,6	60,3	108	12,90%
De 55 a 59 anys	43,8	38,5	82,3	9,83%
De 60 anys i més	30,4	30,4	61,1	7,30%
Total	**443,7**	**393,7**	**837**	100,00%

Taula 43: Atur registrat. Per sexe i edat. MBC
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

D'altra banda, el col·lectiu de 45 anys en endavant té un pes en l'atur català del 46,2%, més elevat que a la zona MBC (on és del 43,52%), lluny de les xifres que presenten les xifres més elevades en aquest aspecte.

Les dones representen el 47,02% del total dels aturats de la zona (394), amb una xifra inferior a la de la mitjana catalana, que és del 49,4%.

Indicadors d'atur registrat. Catalunya – Baix Camp	Baix Camp	Catalunya	Ràtio
Taxa d'atur registral (des'13)	**23,1%**	18,4%	1,17
Taxa de variació de l'atur registrat (des'13 vs des'07)	**146,7%**	135,1%	1,09
Atur registrat de llarga durada (des'13)	**40,6%**	44,3%	0,92
Atur registrat amb baixa formació (fins a primària) (des'13)	**23,1%**	14,7%	1,57
Joves aturats registrats (fins a 29 anys) (des'13)	**16,1%**	14,5%	1,11
Persones de 45 i més anys aturades registrades (des'13)	**43,1%**	46,2%	0,93
Dones aturades registrades (des'13)	**48,4%**	49,4%	0,98
Persones estrangeres aturades registrades (des'13)	**23,8%**	19,8%	1,20
Atur registrat no qualificat (cno 9)	**30,1%**	28,3%	1,06
Atur registrat que no percep cap prestació per desocupació	**46,3%**	47,2%	0,98

Taula 44: Indicadors d'atur registrat. Catalunya – Baix Camp
Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament d'Empresa i Ocupació

Per poder establir més paral·lelismes o divergències entre les dades d'atur registrat amb les del conjunt de comarques del territori català, hem de fer referència a dades del global de la comarca, ja que no es disposa de més dades d'aquest tipus a nivell municipal i per tant no podem fer l'extracció de dades de la zona MBC. Així, les dades mostren que a 31 de desembre de 2013 hi havia un 40,6% d'aturats de llarga durada del Baix Camp (respecte el total d'aturats), mentre que a Catalunya aquest percentatge era major, del 44,3%.

Els aturats que tenen un nivell de formació baix tenen un pes del 23,1% a la comarca, percentatge notablement superior al pes que tenen en el del conjunt de l'atur català (14,7%).

Pel que fa a la nacionalitat, el 23,8% dels aturats registrats al Baix Camp són estrangers, mentre que a Catalunya el percentatge és del 19,8%.

Considerant la classificació nacional d'ocupacions 2011, l'atur registrat no qualificat representa el 30,1% del total a la comarca, amb un percentatge 2 punts superior al del global català (28,3%).

Del total d'aturats registrats a 31 de desembre de 2013, un 46,3% no cobraven cap mena de prestació, una proporció lleugerament inferior a la del conjunt del territori català, on era del 47,2%.

Atur registrat. Per sectors. Any 2013. Unitats: Mitjanes anuals						
	Agricultura	Indústria	Constr.	Serveis	Sense ocup. anterior	Total
Albiol, l'	0	3,8	2,3	21,7	0,6	28,3
Aleixar, l'	3,1	11,3	15,9	19,3	3,6	53,2
Alforja	4,8	25,4	25,1	94,5	3,9	153,7
Arbolí	0	1	0	3,5	0	4,5
Argentera, l'	0	0,1	1	5,4	0,3	6,8
Borges del Camp, les	9,3	21,1	29,8	71,1	6,3	137,6
Botarell	6	6,5	20,3	60,4	1,6	94,8
Capafonts	1,4	0,8	0,7	2	0	4,9
Colldejou	0,3	0	4,8	8,2	0	13,3
Duesaigües	0,8	2,2	6,1	16	1,3	26,4
Febró, la	0	0,4	0	3,8	0	4,2
Maspujols	0	1,2	3,8	29,7	0,5	35,2
Prades	2,4	0,2	5,6	15,3	1,3	24,8
Pratdip	1,3	4,9	7	34,9	2,2	50,3
Riudecanyes	4,6	9,5	12,8	51,4	1,6	79,8
Riudecols	4,8	19	20,7	50,7	2,1	97,3
Vilanova d'Escornalbou	1,7	5,8	13,4	25,5	2,6	48,9
Vilaplana	1	1,5	4,1	16,8	0,5	23,8
MBC	41,5	114,7	173,4	530,2	28,4	887,8

Taula 45: Atur registrat. Per sectors. Any 2013. Unitats: Mitjanes anuals
Font: Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

En el conjunt del territori de les MBC veiem que el sector serveis és el que més pateix la desocupació. És així en tots els municipis de la zona i, a més a més, amb una gran diferència respecte a altres sectors. Trobem, entre els municipis, els casos extrems d'Alforja, Les Borges del Camp o Botarell.

Després del sector serveis, el més afectat per l'atur és el de la construcció (173,4) com podem veure als municipis de l'Aleixar, l'Argentera, Les Borges del Camp, Botarell, Colldejou, Duesaigües, Maspujols, Prades, Pratdip, Riudecanyes, Riudecols, Vilanova d'Escornalbou i Vilaplana. A la resta de municipis l'atur té un major pes en el sector de la indústria però la diferència respecte del sector de la construcció és lleu i, en qualsevol cas és inferior en quant a nombre d'aturats globals (114,7).

L'agricultura és el sector que mostra un menor nombre d'aturats (41,5) tot i que cal tenir en compte que també és el sector que té un menor nombre de treballadors ocupats. Pel que fa a aturats sense una ocupació anterior és el grup més minoritari (28,4) format principalment per joves i dones.

INDICADORS SECTORIALS D'ESTRUCTURA I DINÀMICA DE L'ATUR REGISTRAT

	Estructura (des'13)					Dinàmica (des'13 vs des'07)			Taxa d'atur registrat[2]
	Baix Camp		Catalunya						
Sectors	Atur	%	Atur	%	Ratio[1]	Baix Camp	Catalunya	Ratio[1]	(des'13)
Total	17.385	100,0%	624.872	100,0%	1,00	146,7%	135,1%	1,09	21,5%
AGR Agricultura	599	3,4%	13.893	2,2%	1,55	416,4%	560,0%	0,74	25,4%
IND Indústria	1.753	10,1%	90.648	14,5%	0,70	125,3%	64,5%	1,94	15,5%
ENE Extr., energia, aigües i residus (CCAE 05-09, 35-39)	173	1,0%	6.123	1,0%	1,02	94,4%	156,4%	0,60	11,1%
CON Construcció	2.919	16,8%	85.225	13,6%	1,23	90,3%	138,5%	0,65	37,6%
SER Serveis	11.279	64,9%	404.759	64,8%	1,00	156,6%	144,2%	1,09	19,4%
COM Comerç al detall (CCAE 47)	1.747	10,0%	59.395	9,5%	1,06	135,8%	139,2%	0,98	19,2%
HOS Hostaleria (CCAE 55, 56)	2.812	16,2%	59.421	9,5%	1,70	167,6%	158,3%	1,06	36,0%
TIC Sector TIC (CCAE 61, 62)	72	0,4%	5.461	0,9%	0,47	166,7%	154,0%	1,08	11,8%

Font: Departament d'Empresa i Ocupació. *C.V. = dada no calculable

NOTES:

[1] La fórmula de càlcul de la ratio és diferent segons el valor de l'indicador per a Catalunya:
- Si l'indicador per a Catalunya és positiu, la ratio = valor territori / valor total Catalunya
- Si l'indicador per a Catalunya és negatiu, la ratio = 2 - (valor territori / valor total Catalunya)

[2] Taxa d'atur registrat = atur registrat / (atur registrat + afiliacions a la SS 16-64 anys) * 100: atur registrat i afiliacions a la SS amb residència al territori considerat

Taula 46: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica de l'atur registrat
Font: Departament d'Empresa i Ocupació

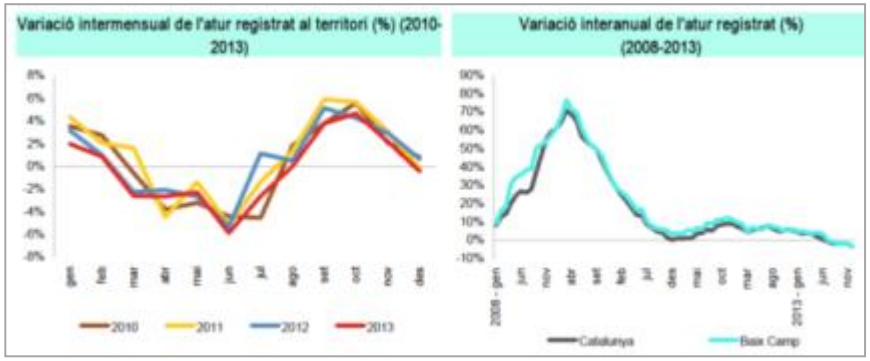


Figura 28: Variació intermensual de l'atur registrat al territori (%) (2010-2013) i variació interanual de l'atur registrat (%) (2008-2013)
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

INDICADORS SECTORIALS D'ESTRUCTURA I DINÀMICA DEL MERCAT DE TREBALL

Sectors	Taxa d'atur registral[1] (des'13)	Atur registral (des'13)		Variació atur registral (des'13 vs des'07)	Afiliació SS (des'13)		Variació afiliació SS (des'13 vs març'08)
		Valor	%		Valor	%	
Total Baix Camp	21,5%	17.385	100,0%	146,7%	64.075	100,0%	-18,5%
AGR Agricultura	25,4%	599	3,4%	416,4%	1.783	2,8%	-22,2%
IND Indústria	15,5%	1.753	10,1%	125,3%	9.614	15,0%	-14,1%
ENE Extr., energia, aigua i residus (CCAE 05-09, 35-39)	11,1%	173	1,0%	94,4%	1.387	2,2%	15,0%
CON Construcció	37,8%	2.919	16,8%	90,3%	4.879	7,6%	-63,6%
SER Serveis	19,4%	11.279	64,9%	156,6%	47.344	73,9%	-8,5%
COM Comerç al detall (CCAE 47)	19,2%	1.747	10,0%	135,8%	7.441	11,6%	-0,8%
HOS Hostaleria (CCAE 55, 56)	36,0%	2.812	16,2%	167,6%	5.643	7,9%	-22,2%
TIC Sector TIC (CCAE 61, 62)	11,8%	72	0,4%	166,7%	541	0,8%	4,4%

Font:
- Atur registral: Departament d'Empresa i Ocupació. Llistes activitat en que no treballat / desaturada
- Afiliació a la Seguretat Social: Departament d'Empresa i Ocupació, a partir de dades de la TGSS. Afiliacions de persones amb residència al territori considerat (totes les edats)

Taxa d'atur registral = atur registral / (atur registral + afiliacions a la SS 16-64 anys) * 100; atur registral i afiliacions a la SS amb residència al territori considerat

"-" = dada no calculable

Taula 47: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica del mercat de treball
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

3.1.6 Efectes de la crisi en l'ocupació i l'atur comarcal

En el present apartat s'analitza, tenint en compte l'informe de l'Observatori d'Empresa i Ocupació, quina és la situació de la comarca en funció de com ha afectat la crisi als seus respectius mercats de treball. Aquesta classificació ha estat feta en base a un conjunt d'indicadors que s'han relacionat entre ells com són: la variació de l'afiliació a la Seguretat Social (és a dir, la creació o destrucció d'ocupació), la variació de l'atur registrat i la taxa d'atur registral.

	Var afiliats SS des'13 vs març'08	Var atur registrat des'13 vs des'07	Taxa atur registrat des'13
Baix Empordà	-19,9%	126,8%	21,3%
Solsonès	-18,9%	215,3%	15,1%
Baix Ebre	-18,9%	176,8%	20,4%
Bages	-18,8%	144,9%	19,3%
Montsià	-18,8%	242,3%	21,4%
Baix Camp	-18,5%	146,7%	21,5%
Berguedà	-18,1%	127,5%	18,9%

Taula 48: Comarques amb més pèrdua d'afiliació a la SS – Efectes de la crisi en l'ocupació i l'atur
Desembre de 2007 a desembre de 2013
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació a partir de dades de la Tresoreria General de la Seguretat Social (MEYSS)

Així, en termes generals, amb la crisi, s'observa que totes les comarques catalanes han perdut ocupació i han vist augmentar l'atur. En aquest context però, cal remarcar que el Baix Camp ha estat una de les comarques catalanes més afectades per la crisi, ja que el descens de l'ocupació ha estat superior al del conjunt català (-18,5%), i l'increment de l'atur també ha estat força important.

3.1.7 Mobilitat laboral obligada

Tot i que anteriorment l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) oferia dades de població ocupada resident i llocs de treball localitzats per cada un dels pobles de Catalunya, des de l'any 2011 aquestes dades només estan disponibles per al conjunt de la comarca i per als municipis majors de 20.000 habitants. Per aquest motiu doncs fer un anàlisi 100% contrastat amb dades estadístiques d'aquests paràmetres de l'àmbit MBC no ha estat possible.

Tot i amb això podem aproximar-nos a la realitat d'aquests municipis a través de les dades disponibles i de les altres xifres d'ocupació que ja hem comentat en d'altres apartats d'aquesta diagnosi.

Així, a grans trets, el Baix Camp és una comarca que atrau força població a treballar-hi, i que té un notable nivell d'atracció laboral, però, tot i amb això, el nombre de persones que treballen fora és encara superior al nombre de persones que la comarca atrau a treballar. Per tant, el Baix Camp presenta una balança laboral eminentment negativa.

Les dades de 2011 ens mostren que un important nombre de població es desplaça a d'altres comarques a treballar (sobretot al Tarragonès, a la indústria química, turística i d'altres serveis, i a l'àrea metropolitana de Barcelona). Tot i que caldria poder disposar de dades més recents per veure com han evolucionat aquests indicadors fins a la data actual, tot sembla indicar que la tendència es manté.

Alhora, es pot visualitzar com la capital comarcal atrau un gran nombre de població procedent de municipis veïns de la mateixa comarca. Tot i amb això, tot i el bon nivell econòmic del conjunt de la comarca, si atenem a aquestes dades, la comarca segueix sent un territori dormitori per a un nombre força elevat de gent, ja sigui població que ha establert la residència a la comarca de manera recent i que no hi ha trobat ofertes laborals prou atractives o per gent que manté el seu lloc de treball fora la comarca i que prefereix desplaçar-se diàriament cap a nuclis propers d'atracció laboral abans de canviar el seu lloc de residència.

Població ocupada resident i llocs de treball localitzats. 2011

Àmbit	Treballen a dins		Residents ocupats a fora	Llocs de treball localitzats (1)	Població ocupada resident (2)	Diferència (1) - (2)
	Residents	No residents				
Baix Camp	46104	10047	27334	56151	73438	-17287
Reus	22543	11257	17175	33800	39718	-5918
Cambrils	5989	2293	7193	8282	13182	-4900

Taula 49: Població ocupada resident i llocs de treball localitzats. Baix Camp, Reus i Cambrils
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat, a partir del Cens de població i habitatges de l'INE

(1) Llocs de treball localitzats = Residents ocupats a dins + No residents ocupats a dins
(2) Població ocupada resident = Residents ocupats a dins + Residents ocupats a fora

Si tenim en compte l'àmbit MBC, tot i no tenir dades quantitatives específiques, però sí indicadors qualitatius i fruit de les reunions mantingudes amb els agents del territori, podríem concloure que només tres o quatre nuclis atrauen certa població a treballar-hi, procedent de nuclis propers. Es tractaria de Riudecols, Alforja, les Borges del Camp i, de manera més minoritària, Prades. Aquests municipis veuen com el seu sector industrial (principalment en els tres primers casos) i el sector serveis (en el cas de Prades) és capaç de generar desplaçaments diaris cap al municipi. Tot i amb això, la balança laboral de tots ells és negativa ja que gran part de la població resident està ocupada fora del municipi.

Aquesta mateixa situació es manifesta en la resta de poblacions de l'àrea, on la major part de població ocupada resident treballa a àrees properes d'atracció laboral (zona litoral, Reus-Tarragona, etc.), i molt poca població resideix i treballa en el mateix municipi.

En aquest punt doncs, altre cop constatem com la dualitat social i econòmica dins la pròpia comarca, tan sovint comentada en aquesta diagnosi, també apareix al parlar de la mobilitat laboral obligada. Així, ens trobem amb una sèrie de municipis perifèrics on una part important de la població ocupada es desplaça a Reus, Tarragona o altres municipis de la comarca o del Camp de Tarragona per qüestions de feina. En els municipis més dispersos i aïllats de l'interior (Prades, Capafonts, Colldejou...) aquest fet no és tan acusat ja que el desplaçament comportaria una durada més llarga i més incomoditats. En aquests casos ens trobem amb que la gent que viu en aquests pobles sovint també hi treballa o bé treballa en altres zones properes però també de caire rural.

Per altra banda, bona part dels municipis de les MBC, amb bones xarxes de comunicació amb els pols econòmics més importants, fan més fàcils i assequibles aquests trajectes que permeten als seus habitants desplaçar-se a localitats properes que els ofereixen moltes més possibilitats d'ocupació. El treballador retorna als seus pobles un cop acabada la feina amb el problema que, en alguns casos, aquests pobles es converteixen en territoris dormitori dificultant un desenvolupament econòmic i social harmònic dels mateixos.

El Baix Camp, doncs, tal i com s'apuntava anteriorment, viu una doble realitat. Als municipis d'interior i de muntanya els treballadors es veuen sovint obligats en un alt percentatge, a desplaçar-se a municipis més grans, urbanitzats i industrialitzats de la comarca, mentre que els residents a Reus i en municipis grans del Baix Camp, tot i haver de desplaçar-se, també, en alguns casos, aquest percentatge és menor.

Per tal de completar aquest anàlisi podem observar els índexs d'autocontenció (relació entre els residents que treballen en una zona i el total de població ocupada resident) podem veure com es confirmen les tendències abans comentades. Així, l'any 2011 el Baix Camp presentava un índex d'autocontenció del 62,78%, superior al de la seva capital Reus, amb un índex del 56,76% i al de Cambrils, amb un 45,43%. Però tots tres àmbits presenten un índex d'autoocupació força superior.

Autocontenció i autoocupació. 2011		
Àmbit	Índex d'autocontenció	índex d'autoocupació
Baix Camp	62,78%	82,11%
Reus	56,76%	66,70%
Cambrils	45,43%	72,31%

Taula 50: Autocontenció i autoocupació. Baix Camp, Reus i Cambrils
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat,

Així, el Baix Camp presenta un índex d'autoocupació molt elevat (del 82,11%), que significa que els que viuen i treballen a la comarca representen un percentatge elevat dels Llocs de Treball Localitzats (LTL, que fan referència a la població que treballa a la comarca independentment de si hi viu en ella o no). Aquest índex doncs permet demostrar la relativa poca atracció laboral de la comarca en relació a l'exterior. Reus, en canvi presenta un índex d'autoocupació del 66,70% i per tant menor al del conjunt de la comarca, fet que demostra la major atracció laboral de la capital comarcal.

3.2 NIVELL DE FORMACIÓ

En relació al nivell d'instrucció i formació, el Baix Camp presenta uns percentatges de població que no sap llegir o escriure i sense estudis superiors als del total del Camp de Tarragona i de Catalunya, per tant aquesta dada és negativa. A més, el percentatge de població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis primaris (5,02%) és també superior al del total català (4,29%).

Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis primaris. 2011			
Àmbit	Homes	Dones	Total
Baix Camp	3,87%	6,20%	5,02%
Catalunya	3,96%	4,63%	4,29%

Taula 51: Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis primaris. 2011. Per 100 habitants
Font: Idescat

Si tenim en compte les taxes d'escolarització segons edat, veiem com aquest nivell d'instrucció també queda reflectit en aquests percentatges en els nens de 2 a 4 anys. Posteriorment, aquestes xifres es reverteixen i als 16 i 17 anys les taxes d'escolarització són superiors a les de tot el territori català.

Taxes específiques d'escolarització Taxes específiques per 100 hab. 2012			
Àmbit	De 2 a 4 anys	Als 16 anys	Als 17 anys
Baix Camp	79,78	90,93	82,92
Catalunya	81,89	88,99	81,66

Taula 52: Taxes específiques d'escolarització Taxes específiques per 100 hab. 2012
Font: Institut d'Estadística de Catalunya

Aquesta tendència es manté en els percentatge de població que disposa de titulacions mitjanes i superiors, on el Baix Camp presenta un nivell de formació inferior en gairebé tots aquests nivells en relació amb el Camp i amb Catalunya, excepte en els estudis de FP de grau mitjà i de grau superior.

Alhora constatem com el percentatge de població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris (48,00%) és força superior al de la mitjana catalana (43,82%).

Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris			
Àmbit	**Homes**	**Dones**	**Total**
Baix Camp	49,65%	46,30%	48,00%
Catalunya	45,32%	42,28%	43,82%

Taula 53: Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris. Catalunya – Baix Camp. 2011
Font: Idescat

Tot i amb això, si tenim en compte l'evolució d'aquest percentatge al llarg dels anys podem constatar com aquest percentatge ha sofert una caiguda molt accentuada en els darrers 25 anys. Així, el percentatge de població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris ha caigut des del 79,05% de l'any 1986 fins al 48,00% de l'any 2011.

Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris			
Any	**Homes**	**Dones**	**Total**
2011	49,65%	46,30%	**48,00%**
2001	62,47%	60,75%	**61,62%**
1996	66,91%	67,32%	**67,11%**
1991	73,87%	76,77%	**75,31%**
1986	77,18%	80,94%	**79,05%**

Taula 54: Població 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris. Sèrie temporal
Font: Idescat

Nivell d'instrucció de la població de 16 anys i més. 2011 (% respecte el total de cada àmbit)										
Àmbit	No sap llegir o escriure	Sense estudis	Educació primària	ESO	Batxillerat superior	FP grau mitjà	FP grau superior	Diplomatura	Grau universitari	Llicenciatura i doctorat
Baix Camp	1,92	8,05	14,16	30,27	11,58	8,19	8,19	6,65	2,23	8,77
Camp de Tarragona	1,88	7,60	13,93	28,82	11,86	8,11	8,51	7,13	2,13	10,02
Catalunya	1,71	8,31	13,45	28,32	13,55	7,04	7,30	6,73	2,36	11,23

Taula 55: Nivell d'instrucció de la població de 16 anys i més. 2011 (% respecte total d'àmbit)
Font: Institut d'Estadística de Catalunya

4. RENDA I NIVELL DE DESENVOLUPAMENT

4.1 PRODUCTE INTERIOR BRUT (PIB)

Si analitzem les dades de PIB comarcal dels anys compresos entre 2001 i 2010, podem comprovar com aquest va experimentar una evolució del 171,33% en aquests deu anys. Així, i coincident amb el context general primer de bonança i després de recessió econòmica, aquest PIB va veure's incrementat fins l'any 2008 (on va arribar a ser de 4846,7 milions d'euros) i a partir d'aquest any el PIB va disminuir l'any 2009 (fins als 4589,60 milions), i va remuntar lleugerament novament l'any 2010, arribant a 4640,70 milions.

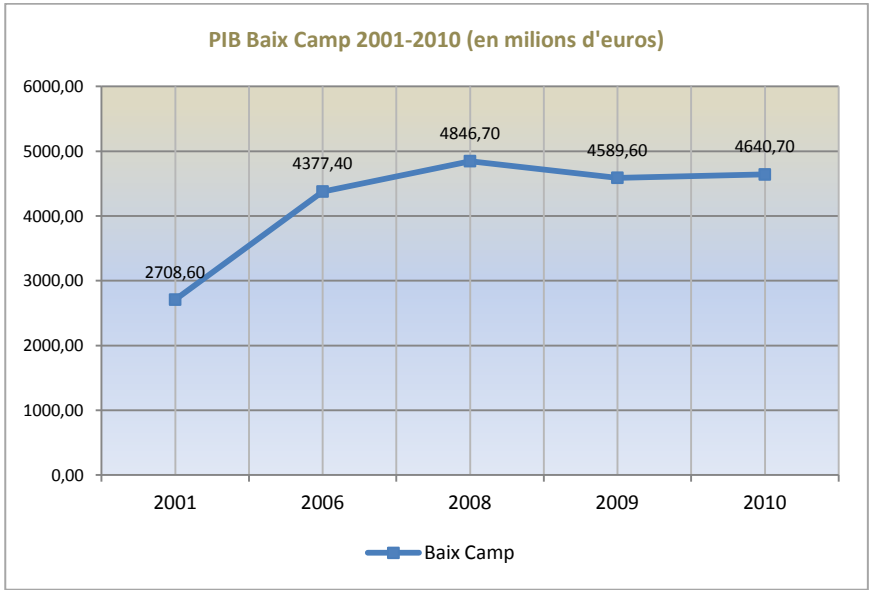


Figura 29: PIB Baix Camp 2001-2010 (en milions d'euros)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Per tal d'aproximar-nos a la realitat de la zona d'estudi, de les Muntanyes del Baix Camp, i per tant més enllà de les dades comarcals i en relació a aquest paràmetre (PIB), hem pogut fer una extracció de dades i aconseguir el PIB dels municipis menors de la comarca. Tot i amb això, en aquesta dada de PIB s'hi inclouen municipis no inclosos en la zona MBC, com són Almoster, Castellvell del Camp, Montbrió del Camp i Vinyols i els Arcs.

Així, aquests municipis registraren un PIB l'any 2008 de 318,7 milers d'euros, xifra que augmentà fins als 330,3 de l'any 2010. Aquests valors farien que aquesta zona "ampliada" tingués un PIB més elevat que el de vàries comarques catalanes l'any 2010, com l'Alta Ribagorça (140,1), el Priorat (148), el Pallars Sobirà (219) o la Terra Alta (268,5). Cal recordar que en aquesta dada s'hi inclouen municipis que poden fer pujar notablement aquestes dades, com Vinyols i els Arcs o Montbrió del Camp.

Producte interior brut. Municipis petits del Baix Camp. 2008-2010 [8]			
	2008	2009	2010
Municipis petits del Baix Camp	318,7	314	330,3

Taula 56: Producte interior brut. Municipis petits del Baix Camp. 2008-2010 (en milers d'euros)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Si tenim en compte un altre paràmetre, que és el de PIB per habitant, en el qual per tant es creuen les dades absolutes amb les xifres de població dels territoris es pot observar com el Baix Camp està per sota la mitjana catalana (assolint només un 89,17% d'aquesta mitjana), però situant-se en una zona intermèdia pel que fa a la resta de comarques catalanes, allunyada de les que tenen major PIB/hab. (Ribera d'Ebre i la Val d'Aran) però també allunyada en el seu conjunt de les que en tenen menys (el Priorat).

Cal dir que no es pot disposar de dades concretes de PIB/hab. dels municipis amb menys població de la comarca, i per tant no es poden extreure dades de la zona MBC, que segurament són força similars a les de la comarca veïna del Priorat.

L'evolució d'aquest PIB per habitant de la comarca al llarg d'aquests anys, i en comparació amb la mitjana catalana, ha passat per diferents etapes; així, el punt més baix de PIB per habitant en relació a Catalunya es va assolir justament l'any 2001, on mentre a Catalunya el PIB/hab. era de 21.100 €/any, al Baix Camp la xifra tan sols arribava als 18.200 €, representant un 86,26% d'aquesta mitjana. Des de llavors aquesta xifra va viure una

[8] Aquestes dades inclouen el PIB dels municipis de les MBC i dels municipis següents: Almoster, Castellvell del Camp, Montbrió del Camp i Vinyols i els Arcs

evolució positiva, sobretot durant els primers cinc anys de la dècada, on la comarca va arribar a assolir un 90,15% del PIB/habitant mitjà de tota Catalunya.

PIB per habitant 2001-2010 (en milers d'euros)					
Àmbit	2001	2006	2008	2009	2010
Baix Camp	18,20	24,70	26,30	24,60	24,70
Catalunya	21,10	27,40	29,20	27,70	27,70
Comparació Baix Camp vs Catalunya	86,26%	90,15%	90,07%	88,81%	89,17%

Taula 57: PIB per habitant Baix Camp i Catalunya 2001-2010 (en milers d'euros)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

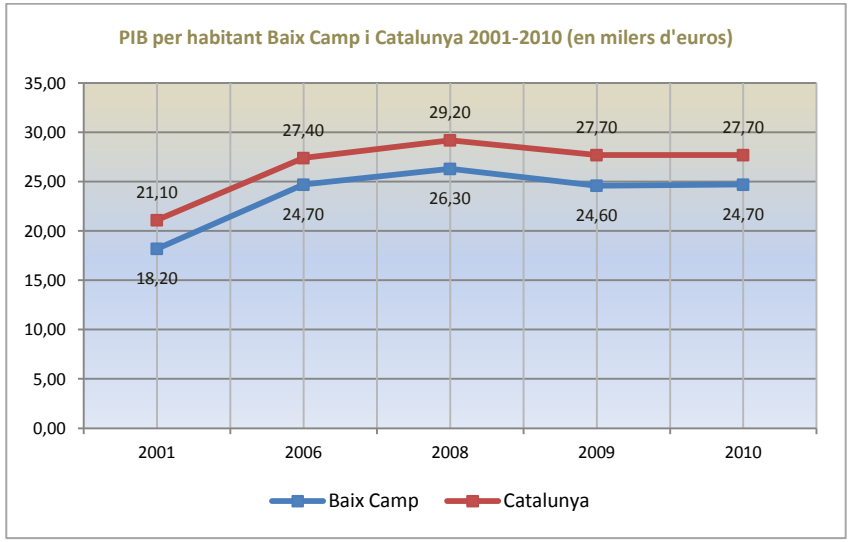


Figura 30: PIB per habitant Baix Camp i Catalunya 2001-2010 (en milers d'euros)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Si tenim en compte una altra variable, la del VAB pb (valor afegit brut a preus bàsics, de la qual tenim dades comarcals més recents), i tal com s'ha comentat anteriorment, podem veure com aquesta ha experimentat una certa davallada en el període 2007-2012. Aquesta davallada ha estat del -2,7% en el període 2007-2012, mentre que en el global de Catalunya la davallada ha estat més pronunciada, d'un 4%.

Taxa de variació del VAB pb (valor afegit brut a preus bàsics) (2012 vs 2007)	Baix Camp	Catalunya
	-2,7%	-4,00%

Taula 58: Taxa de variació del VAB pb. Catalunya – Baix Camp. (2012 vs 2007)
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Si observem la figura en la que es mostra l'evolució interanual del VAB (2003-2012), podem comprovar que el Baix Camp va viure un pic positiu de VAB l'any 2006, i a partir de llavors va viure un fort i continuat descens fins el 2009, punt que va representar una inflexió i un canvi de tendència que durà dos anys (fins el 2011), amb una lleugera recuperació, que desembocà finalment amb un recent descens fins a l'any 2012.

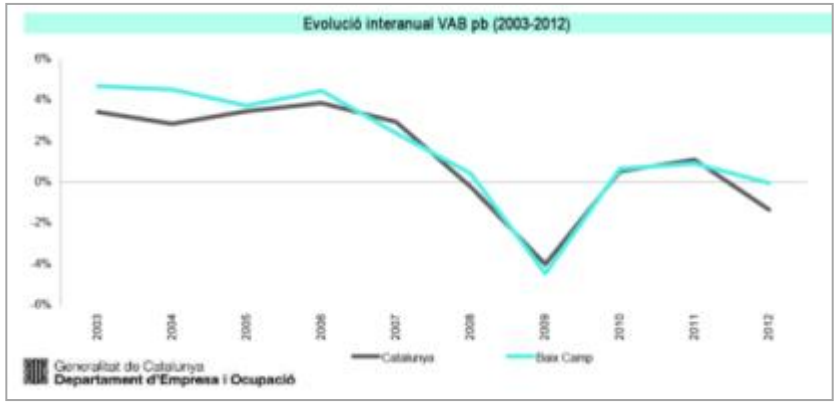


Figura 31: Evolució interanual VAB pb (2003-2012)
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Per sectors econòmics, els que més davallada relativa han sofert han estat la construcció (que pateix una davallada fins i tot superior a la de Catalunya, amb un -42,5% respecte el 2007), i l'agricultura, que davalla un -15,20%, diametralment oposada al petit creixement que viu en tot el territori català.

INDICADORS SECTORIALS D'ESTRUCTURA I DINÀMICA PRODUCTIVA (VAB pb)

	Estructura (2012)					Dinàmica (2012 vs 2007)		
	Baix Camp		Catalunya					
Sectors	VAB pb	%	VAB pb	%	Ràtio[1]	Baix Camp	Catalunya	Ràtio[1]
Total	3.257	100,0%	136.944	100,0%	1,00	-2,7%	-4,0%	1,34
AGR Agricultura	62	1,9%	2.171	1,6%	1,19	-15,2%	1,9%	-7,85
IND Indústria	738	22,7%	28.911	21,1%	1,07	9,2%	-9,7%	2,95
ENE Extr., energia, aigua i residus (CCAE 05,06,35,36)	402	12,3%	3.816	2,8%	4,43	28,9%	30,9%	0,94
CON Construcció	284	8,7%	10.797	7,9%	1,11	-42,5%	-30,4%	0,60
SER Serveis	2.166	66,5%	94.966	69,3%	0,96	3,4%	2,2%	1,54
COM Comerç i reparació (CCAE 45, 46, 47)	454	14,0%	16.866	12,3%	1,13	0,1%	1,8%	0,04
HOS Hostaleria (CCAE 55, 56)	324	10,0%	10.947	8,0%	1,24	17,6%	19,7%	0,88

Font: Catalunya Caixa (VAB pb en milions d'euros constants del 2000)

NOTES

[1] La fórmula de càlcul de la ràtio és diferent segons el valor de l'indicador per a Catalunya:
- Si l'indicador per a Catalunya és positiu, la ràtio = valor territori / valor total Catalunya
- Si l'indicador per a Catalunya és negatiu, la ràtio = 2 - (valor territori / valor total Catalunya)

Taula 59: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica productiva (VAB pb)
Font: Catalunya Caixa (VAB pb en milions d'euros constants del 2000)

4.2 NIVELL DE DESENVOLUPAMENT i RENDA DISPONIBLE

El nivell de desenvolupament d'un territori es pot avaluar, entre d'altres índexs i xifres, a través de les dades de renda familiar bruta disponible (RFBD). D'aquest indicador podem disposar de els dades dels municipis de més població de la comarca i, en base aquestes dades, podem extreure les xifres d'una zona menys poblada però que també inclou municipis com Almoster, Castellvell del Camp, Montbrió del Camp i Vinyols i els Arcs.

Així, tenint en compte la RFBD d'aquesta zona, al llarg del trienni 2008-2010 (darreres dades disponibles a data de redacció d'aquesta diagnosi), podem afirmar que aquests municipis d'interior van veure decréixer el nivell adquisitiu de les seves famílies entre 2008 i 2010. Especialment destacable és la reducció dels excedents bruts d'explotació i, en menor mesura, les remuneracions dels assalariats. En canvi, les prestacions socials (en les que s'hi inclouen també per exemple els ajuts de les diferents administracions i institucions) veuen incrementat el seu pes en l'economia de les famílies, arribant a ser el 12,86% del total de recursos.

Renda familiar disponible bruta (RFDB). 2008-2010. En milers d'euros i en percentatge				
Any	Àmbit	Recursos		
		Remuneració assalariats	Excedent brut explotació	Prestacions socials
2010	MBC	273.022	121.778	58.290
	Catalunya	96.622.775	35.236.185	31.263.622
2009	MBC	273.122	123.678	56.740
	Catalunya	98.913.589	36.441.360	29.906.620
2008	MBC	273.912	133.831	50.216
	Catalunya	101.940.237	39.266.931	26.343.099
2010	MBC	60,26%	26,88%	12,86%
	Catalunya	59,23%	21,60%	19,17%
2009	MBC	60,22%	27,27%	12,51%
	Catalunya	59,85%	22,05%	18,10%
2008	MBC	59,81%	29,22%	10,97%
	Catalunya	60,84%	23,44%	15,72%

Taula 60: Renda familiar disponible bruta (RFDB). 2008-2010. En milers d'euros i percentatge
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Tot i amb això, el pes relatiu d'aquestes prestacions és inferior al que presenta el conjunt de Catalunya i en canvi es produeix una situació inversa, i de manera més accentuada, en les xifres dels excedents bruts d'explotació, que presenten percentatges molt més elevats a la zona interior del Baix Camp que en relació als de tota Catalunya.

El nivell de renda familiar del conjunt de la comarca (16,4 milers d'euros per habitant) és lleugerament inferior al del conjunt de del territori català (amb una xifra de 16,9 milers d'euros).

Renda familiar disponible bruta (RFDB) per habitant	Baix Camp	Catalunya
	16,4	16,9

Taula 61: Renda familiar disponible bruta (RFDB) per habitant. 2010. En milers
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Renda familiar disponible bruta / hab. Base 2008. Baix Camp (milers d'euros)	
2010	16,4
2009	16,9
2008	17,2

Taula 62: Renda familiar disponible bruta per habitant. Base 2008. Baix Camp
Font: Idescat

Si tenim en compte un altre paràmetre, l'índex de motorització (parc de vehicles per 1000 hab.), el Baix Camp presenta uns índexs similars als de la resta de Catalunya tot i que els supera en quant a turismes i camions i furgonetes i es 9 punts inferior en quan al nombre de motocicletes. L'índex de motorització de la comarca ha estat bastant regular al llarg dels anys i sempre a uns nivells molt similars a la mitjana del país. Malgrat tot, es detecta un important increment del parc automobilístic a partir de principis dels anys 90 amb un major increment fins als anys 2006/7, moment a partir del qual, segurament a causa de la crisi econòmica, hi ha un descens apreciable en el nombre d'automòbils matriculats.

Índex de motorització. Parc de vehicles per 1000 hab. Any 2012				
Àmbit	**Turismes**	**Motocicletes**	**Camions i furgonetes**	**Total**
Baix Camp	464,57	83,86	119,96	693,41
Catalunya	443,77	92,03	103,87	663,77

Taula 63: Índex de motorització. Parc de vehicles per 1000 hab. Any 2012
Font: Idescat, a partir de les dades de la DGT

En un altre ordre de coses, cal dir que l'aportació de les administracions públiques mitjançant les inversions reals, són un element bàsic per propiciar el desenvolupament d'un territori. I en el cas de del Baix Camp, aquestes inversions han estat irregulars com en d'altres comarques i també hi destaca els efectes de la crisi econòmica i la seva repercussió en la disponibilitat de recursos de l'administració per a invertir en infraestructures.

Inversions en xarxa viària de la Generalitat al Baix Camp. Any 2009					
Àmbit	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
Baix Camp	8,51 (1,75%)	10,66 (2,77%)	6,87 (1,90%)	3,34 (1,05%)	3,87 (0.50%)
Catalunya	**487,44**	**385,40**	**326,32**	**319,42**	**768,75**

Malgrat tot, si comparem les inversions de la Generalitat de Catalunya en carreteres entre el Baix Camp i d'altres comarques tarragonines pròximes, s'aprecia que la comarca ha rebut en els darrers anys majors inversions que la Conca de Barberà, l'Alt Camp, el Priorat, La Ribera d'Ebre o el Tarragonès, per exemple. És, doncs, la comarca del Camp de Tarragona més beneficiada en aquest sentit.

Caldria, però, fer notar que la dicotomia social i econòmica del territori, un interior i muntanya molt més ruralitzat, aïllat i amb menys població i una capital i primera i segona línia de la cosa molt més densament poblades i industrialitzades, pot comportar, també, una important diferència d'inversions dins del propi territori del Baix Camp, ja que tot apunta a que la major part d'inversions en xarxa viària es va fer a la zona més poblada i industrialitzada de la comarca.

5. SECTOR PRIMARI I ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA

5.1 CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL SECTOR

L'agricultura al conjunt del Baix Camp, tot i que el pes del seu VAB pb és una mica superior al que representa a Catalunya, està en franc retrocés. Així, des de l'any 2007 al 2012, després evidentment de la construcció, va ser el sector amb una dinàmica més negativa, ja que va retrocedir un -15,2%, molt allunyat del +1,9% d'evolució que va experimentar al conjunt del territori català.

Si tenim en compte l'evolució de les afiliacions a la Seguretat Social en el sector, en els dos darrers anys, i tenint en compte concretament les dades dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp, podem veure com en aquest indicador aquesta dinàmica es confirma, ja que les afiliacions han caigut un 7,22% en dos anys (en 20 persones).

Així, la importància del sector agrari a la comarca i a les MBC, el sector presenta una clara dinàmica recessiva i un molt preocupant procés d'envelliment.

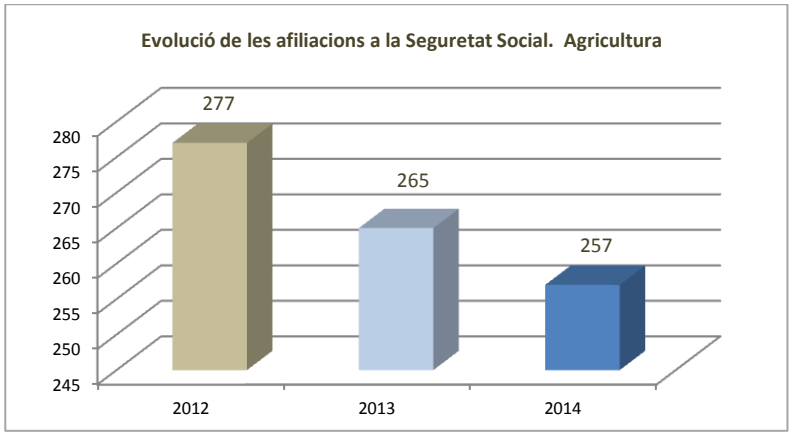


Figura 32: Evolució de les afiliacions a la Seguretat Social. Agricultura. MBC. 2012-2014
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Una dada molt destacable també per entendre l'evolució recent del sector a la zona és la d'afiliacions al règim d'autònoms de la Seguretat Social, que ha experimentat un descens molt important en els darrers anys, arribant a ser de 141 persones l'any 2013, quan l'any 2008 era de 216 persones 8i un 17,87% del total d'afiliats).

Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms. Agricultura . Sèrie temporal		
Any	**Nº**	**%**
2013	141	13,80%
2010	186	17,37%
2008	216	17,87%

Taula 64: Afiliacions al règim d'autònoms de la S.S. a l'agricultura. MBC. Sèrie temporal
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Tot i el caire general d'aquestes xifres, és molt necessari destacar tot el camí recorregut per un sector primari que en certs subsectors i àmbits s'ha vist desenvolupat i s'ha valoritzat en els darrers anys, i que evidentment encara es pot potenciar i incentivar en major mesura i que ha de seguir aprofitant el potencial dels seus productes de qualitat, i de les seves preuades denominacions d'origen de l'oli i les avellanes

En un altre vessant del sector, les xifres de les explotacions agràries en relació a la tinença de ramaderia demostren la cada cop més minsa presència de la ramaderia a la zona, normalment amb caràcter complementari a l'agricultura, ja que del total d'explotacions presents en els municipis de les Muntanyes del Baix Camp (1060), només 51 són amb ramaderia.

Explotacions agràries. Segons tinença de ramaderia. 2009	
Sense ramaderia	1.009
Amb ramaderia	51
Total	**1.060**

Taula 65: Explotacions agràries. Segons tinença de ramaderia. MBC. 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE.

D'aquestes explotacions el nombre més important el representen les de conilles mares (amb 29 explotacions i 2808 caps) i l'aviram (amb 11 explotacions i 4349 caps).Tot i amb això, com s'ha dit, el pes de la ramaderia dins el sector i en el global de l'economia comarcal és força discret.

Nombre de caps per espècies. I explotacions. Any 2009														
Municipi	Bovins		Ovins		Cabrum		Porcins		Aviram		Conilles mares		Equins	
	Ex.	caps	Ex.	caps	Ex.	caps	Ex.	caps	Ex.	caps	Ex.	caps	Ex.	caps
Albiol, l'	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
Aleixar, l'	4	855	0	0	1	29	1	6	1	821	2	0	0	0
Alforja	7	1392	2	2	0	0	2	1	2	600	6	786	2	0
Arbolí	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Argentera, l'	1	21	0	0	0	0	0	0	0	0	1	21	0	0
Borges del Camp, les	4	241	0	0	1	3	0	0	0	0	2	206	0	0
Botarell	7	1708	2	160	0	0	0	0	3	1167	4	365	1	16
Capafonts	1	21	0	0	0	0	1	21	0	0	0	0	0	0
Colldejou	1	19	0	0	0	0	1	19	0	0	0	0	0	0
Duesaigües	2	393	0	0	0	0	0	0	0	0	1	385	1	8
Febró, la	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maspujols	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Prades	3	70	0	0	2	63	1	6	0	0	0	0	0	0
Pratdip	3	19	0	0	0	0	0	0	0	0	2	7	0	0
Riudecanyes	5	790	3	107	0	0	0	0	1	142	3	541	0	0
Riudecols	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
Vilanova d'Escornalbou	10	2140	0	0	0	0	1	0	4	1619	5	497	2	9
Vilaplana	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MBC	**52**	**7674**	**7**	**269**	**4**	**95**	**7**	**53**	**11**	**4349**	**29**	**2808**	**7**	**38**

Taula 66: Nombre de caps per espècies i explotacions. MBC. Any 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE.

5.2 AGRICULTURA I ACTIVITATS DE TRANSFORMACIÓ AGROALIMENTÀRIA

5.2.1 Evolució i trets generals

Als municipis de les Muntanyes del Baix Camp l'any 2009 hi havia 1.060 explotacions agràries (només 10 sense terres) i una superfície agrícola utilitzada (SAU) de 5.229 hectàrees, que es reparteix en un 91,09% de terres llaurades i en un 8,91% de pastures permanents.

Explotacions agràries. Segons tinença de terres. 2009	
Sense terres	10
Amb terres	1.050
Total	**1.060**

Taula 67: Explotacions agràries. MBC. Segons tinença de terres. 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE.

Superfície agrícola utilitzada (SAU)	Hectàrees
Terres llaurades	4763
Pastures permanents	466
Total	**5229**

Taula 68: Superfície agrícola utilitzada (SAU). MBC. 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE.

En relació als municipis de la zona, L'Aleixar és el que té més superfície agrària utilitzada, amb 972 ha (de les quals 965 són terres llaurades), seguit de Botarell, que disposa de 723 ha de terres llaurades i 3 ha de pastures, i Alforja, amb 694 ha de terres llaurades i 7 ha de pastures). Prades (amb 533 ha) els segueix a certa distància.

El municipi amb menor SAU de la comarca (terres llaurades) és la Febró, amb 17 ha. Val a dir que tot i aquestes dades de SAU no es tracta pas d'un dels termes municipals més petits de la zona, ja que el seu terme té 16,08 km2, molt superior als municipis de la zona amb menor superfície de terme.

	SAU			
	terres llaurades	pastures permanents	Terreny forestal	Altres
Albiol, l'	118	0	21	20
Aleixar, l'	965	7	193	69
Alforja	694	7	194	182
Arbolí	71	48	110	15
Argentera, l'	27	33	73	8
Borges del Camp, les	180	1	14	11
Botarell	723	3	7	25
Capafonts	38	38	225	9
Colldejou	53	0	378	11
Duesaigües	82	6	31	22
Febró, la	17	0	4	3
Maspujols	107	4	2	22
Prades	273	260	307	44
Pratdip	219	22	301	137
Riudecanyes	361	6	54	88
Riudecols	323	23	225	57
Vilanova d'Escornalbou	276	8	102	35
Vilaplana	236	0	150	34
MBC	**4763**	**466**	**2391**	**792**

Taula 69: Distribució de la superfície agrària. MBC. 2009 (hectàrees)
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE.

La incidència del sector agrari a la zona ha sofert una davallada notable en els darrers anys, i aquesta davallada es fa evident també en la pèrdua de superfície agrària utilitzada (SAU), ja que va caure gairebé 2000 ha durant el període 1999-2009, passant de les 7005 de 1999 a les 5229 de l'any 2009.

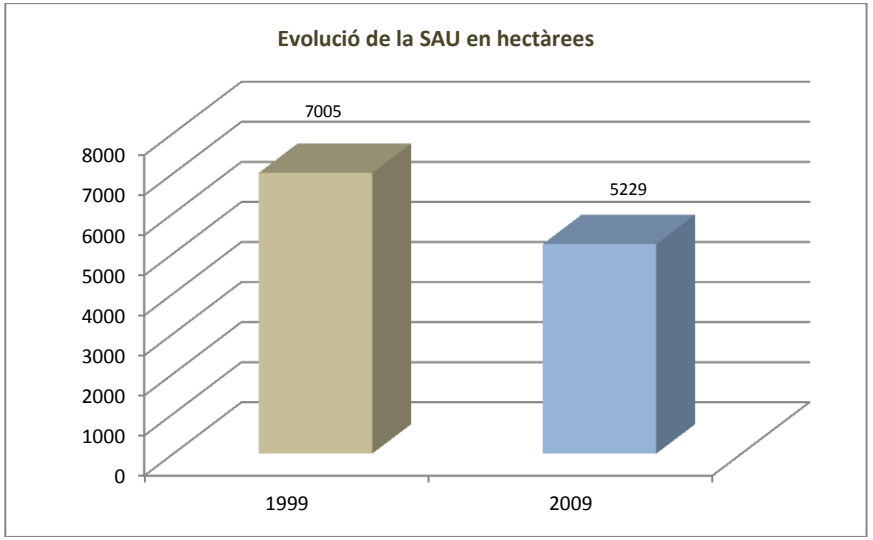


Figura 33: Evolució de la SAU en hectàrees (1999-2009)
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE

Pel que fa referència als titulars de les explotacions agràries de la comarca, es visualitza una presència predominant dels homes per sobre de les dones. Així, dels 1021 titulars d'explotacions, 708 són homes i només 313 dones. Aquesta desigualtat encara és més acusada en el cas dels titulars caps d'explotació, on el percentatge de dones és només del 22,24%.

	Titulars			Titulars caps d'explotació		
Any	**Total**	**Homes**	**Dones**	**Total**	**Homes**	**Dones**
2009	1021	708	313	823	640	183
%		69,34%	30,66%		77,76%	22,24%

Taula 70: Titulars d'explotacions agràries, per sexe. Any 2009
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE

Molt preocupant és l'elevat nivell d'envelliment dels titulars d'aquestes explotacions agràries, tot i que és un fet molt generalitzat en tot el camp català. Així, la majoria dels titulars de les explotacions agràries l'any 2009 (el 35,00%) tenien més de 65 anys, i per tant es tracta de població que en principi estava jubilada.

A més, el problema no és només que el grup més nombrós de titulars sigui el de majors de 65 anys, sinó que a més hi ha un nombre descendent de nombre de titulars com més joves són : els de 55 a 64 anys representen el 29,06% del total, els de 45 a 54 anys el 21,23%, els de 35 a 44 anys l'11,70% els de 25 a 34 anys només el 2,74%, i els menors de 25 anys només un testimonial i molt preocupant 0,28%. Aquest fet torna a demostrar l'enorme envelliment del sector.

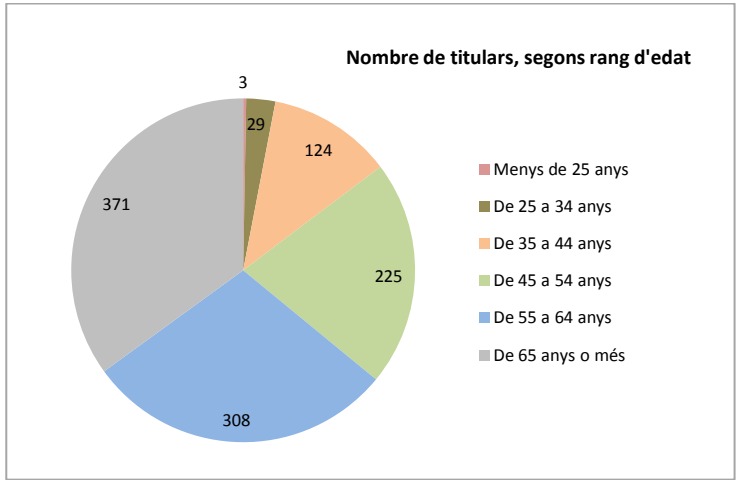


Figura 34: Nombre de titulars d'explotació agrària, segons rang d'edat
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat

Si analitzem la tipologia de terres llaurades, podem comprovar com els fruiters són el tipus de conreu predominant als municipis de les Muntanyes del Baix Camp, amb 2.772 ha (58,20% del total), seguit de l'olivera amb 1.632 ha (34,26%) i ja a molta distància els conreus herbacis, amb 266 ha (que representen un 5,58% del total). Destacar la minsa presència de la vinya a la zona, amb només 22 ha, el 0,46% del total.

Terres llaurades. Per tipus de conreu. 2009		
Tipus de conreu	ha	%
Herbacis	266	5,58%
Fruiters	2.772	58,20%
Olivera	1.632	34,26%
Vinya	22	0,46%
Altres	71	1,49%
Total	**4.763**	**100%**

Taula 71: Terres llaurades. Per tipus de conreu. 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE

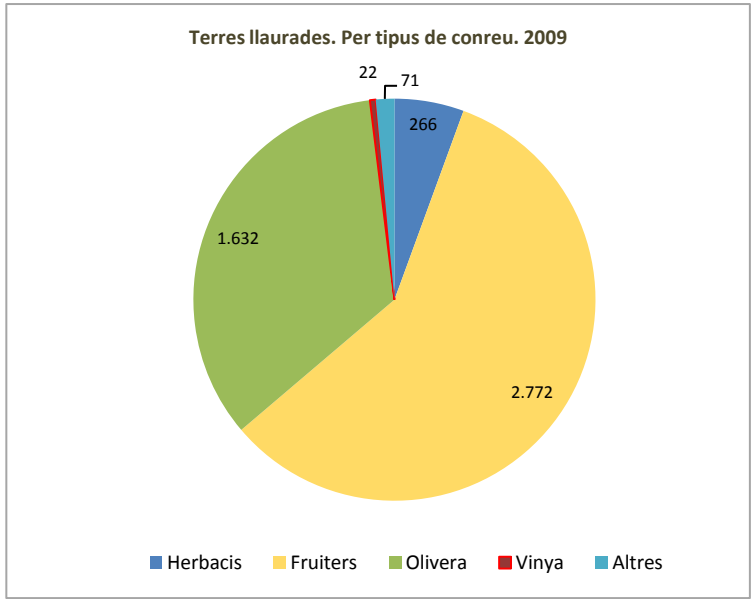


Figura 35: Terres llaurades. Per tipus de conreu. 2009
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE

5.2.2 Fruits secs

Els sector agroalimentari dels fruits secs té una llarga tradició a la comarca del Baix Camp i a dia d'avui hi segueix tenint un pes molt important, tant a nivell nacional com internacional. Mostra d'això és el fet que Reus acull, des de l'any 2013, la seu del Consell Internacional dels Fruits Secs (INC).

La ubicació de la permanent de l'INC a la capital de comarca reflexa la importància del Baix Camp dins d'aquest sector i a més a més comporta un al·licient afegit per a l'economia local i de la demarcació. En aquest sentit cal destacar, també, que al Baix Camp i zones properes s'hi troben centres d'investigació, tant universitaris com empresarials i moltes altres empreses de l'àmbit de la ciència i la tecnologia i la biotecnologia que treballen, investiguen i experimenten amb el sector agrari i específicament amb el dels fruits secs.

Aquests agents econòmics, acadèmics i socials interactuen i col·laboren conjuntament amb la finalitat d'avançar en els seus àmbits respectius i les sinèrgies que es desprenen d'aquests contactes i col·laboracions ajuden a impulsar i desenvolupar el sector en tots els seus àmbits i branques.

Actualment l'avellaner és el cultiu més característic i el dominant en bona part dels municipis de la meitat nord-oest del Baix Camp mantenint, també, una notable presència a la resta de zones i municipis de la comarca.

Pel que fa als municipis de les MBC veiem que aquest subsector agrari hi té un pes força important, sobretot el conreu de l'avellana. L'avellaner era inicialment cultivat en aquestes zones de l'interior, però a partir de mitjan segle XIX el seu conreu s'estengué per la plana, sovint substituint la vinya afectada durament per la fil·loxera.

Amb tot, l'any 2009, als municipis de les Muntanyes el Baix Camp hi trobàvem 770 explotacions de fruits secs i un total de 2649 ha conreades, de les quals 1390 ha eren de secà i 1258 ha de regadiu.

Conreus llenyosos: fruiters de fruits secs. Any 2009						
Municipi	**Total**		**Secà**		**Regadiu**	
	Exp.	**ha**	**Exp.**	**ha**	**Exp.**	**ha**
Albiol, l'	10	100	9	67	6	33
Aleixar, l'	145	720	85	301	110	419
Alforja	129	538	89	236	67	302
Arbolí	15	54	11	33	10	21
Argentera, l'	10	23	9	20	4	3
Borges del Camp, les	50	67	12	14	45	53
Botarell	64	191	20	91	53	100
Capafonts	10	35	8	26	7	9
Colldejou	16	45	15	36	3	9
Duesaigües	13	37	11	30	5	7
Febró, la	5	15	5	12	2	3
Maspujols	18	47	7	19	15	28
Prades	45	179	41	151	15	28
Pratdip	50	115	45	92	14	23
Riudecanyes	37	31	18	16	24	14
Riudecols	81	215	57	108	49	107
Vilanova d'Escornalbou	23	50	15	28	13	22
Vilaplana	49	187	39	110	32	77
MBC	**770**	**2649**	**496**	**1390**	**474**	**1258**

Taula 72: Conreus llenyosos: fruiters de fruits secs. Any 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE.

Trobem el màxim d'explotacions als municipis de l'Aleixar (145 ha) i Alforja (129 ha). Tot i que a la resta de municipis de les MBC també hi ha producció de fruits secs, aquesta és menor ja que el sector agrari ha apostat més per cultius com l'olivera, entra altres.

DO Avellana de Reus

Tot el territori de l'àmbit de les Muntanyes del Baix Camp forma part de l'àrea de la DO Avellana de Reus, ja que la zona de producció de les avellanes emparades per aquesta Denominació d'Origen està constituïda pels terrenys ubicats en els termes municipals compresos en les comarques del Baix Camp, Priorat, el Tarragonès, la Conca de Barberà i la Terra Alta.

Tot i que la zona d'elaboració i envasament coincideix amb la zona de producció, adia d'avui cap de les empreses inscrites a la DO tenen seu en algun dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp.

Les varietats protegides per la Denominació són *negreta, paueteta, gironella, morella* i *culplana*. D'aquestes, la varietat *negreta* és la més conreada.

Nota històrica:

L'explotació de l'avellana conreada té a la zona de Tarragona, una tradició de sis-cents anys com a mínim. En les ordenacions dels corredors de la Llotja de Barcelona del 1271 ja es va crear una comissió al comerç de les avellanes, i consta que en 1287 ja es conreava a Alforja, el 1296 a la Selva del Camp, i el 133l a Vilanova d'Escornalbou i Duesaigües. A la Selva del Camp van començar a pagar delme de les avellanes el 1472, encara que el 1381 ja existia una imposició extraordinària sobre aquest fruit. L'avellaner que es conreava a tota la zona de l'interior del "Camp", descendeix cap a la plana de forma intensiva durant la segona meitat del segle XIX. El 1862 se celebra a Reus una assemblea a l'"Institut Agrícola Català Sant Isidre", en la qual es recomana el canvi de les vinyes per avellaners, per combatre la crisi que provoca a l'agricultura l'oïdi de la vinya. Amb l'arribada de la fil·loxera a l'últim decenni del segle XIX va acabar per imposar-se aquest canvi. A dia d'avui, Reus és el principal centre comercialitzador pel qual passa el 95% de tota la producció peninsular.

5.2.3 Oleïcultura

El cultiu de l'olivera és una de les produccions agrícoles més destacades al Baix Camp i té amb un pes important en l'economia de tota la comarca. Una gran part de productors de la zona, produeix sota l'empara de la Denominació d'Origen Protegida Siurana, fet que permet afegir valor al producte, garantint-li un control de la qualitat en base als seus paràmetres i, posteriorment, una millor visualització, notorietat i possibilitats de comercialització. L'oli del Baix Camp es produeix tradicionalment a partir de tres varietats d'olives: la morruda, l'arbequina i la rojal. Aquestes són les varietats admeses pel Consell regulador de la Denominació d'Origen protegida "Siurana", per a l'elaboració de l'oli de la DO.

L'olivera s'estengué molt al llarg del segle XX arran de la desaparició de la vinya com a conseqüència dels estralls provocats per la fil·loxera. El conreu es va estendre per gran part del Baix Camp, principalment, però en els municipis litoral i meridionals de la comarca tot i que trobem oliveres en la majoria dels pobles.

Pel que fa als municipis de les MBC trobem una major producció als municipis de Botarell (126 ha), l'Aleixar (115 ha.), Alforja (114 ha) i Riudecanyes (101 ha.). La menor producció es fa als municipis de les Muntanyes de Prades, on la situació geogràfica i les característiques climàtiques en dificulten el conreu.

Explotacions i hectàrees d'olivera segons municipi. 2009

Municipi	Total		Secà		Regadiu	
	Exp.	ha	Exp.	ha	Exp.	ha
Albiol, l'	9	12	9	12	2	1
Aleixar, l'	115	227	78	101	71	126
Alforja	114	126	69	71	60	55
Arbolí	4	2	1	0	3	1
Argentera, l'	4	3	3	3	2	1
Borges del Camp, les	56	94	27	48	35	46
Botarell	126	467	51	115	101	351
Capafonts	0	0	0	0	0	0
Colldejou	5	6	4	4	1	2
Duesaigües	18	35	14	27	6	7
Febró, la	2	2	0	0	2	2
Maspujols	24	53	12	21	16	32
Prades	2	3	2	3	0	0
Pratdip	41	67	30	41	16	26
Riudecanyes	101	297	47	99	70	198

Explotacions i hectàrees d'olivera segons municipi. 2009						
Municipi	Total		Secà		Regadiu	
	Exp.	ha	Exp.	ha	Exp.	ha
Riudecols	68	98	30	37	46	61
Vilanova d'Escornalbou	43	99	32	49	20	50
Vilaplana	46	41	31	21	27	20
MBC	**778**	**1632**	**440**	**652**	**478**	**979**

Taula 73: Explotacions i hectàrees d'olivera segons municipi. 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE

A la zona de les MBC hi ha 779 explotacions d'olivera, 440 de secà i 478 de regadiu. A la zona de secà es conreen 652 ha. mentre que a la de regadiu hi ha una major producció en ha., concretament 979. El municipi de la zona amb major nombre tant d'explotacions com d'hectàrees és Botarell (126 explotacions i 467 ha, la major part de regadiu), seguit a certa distància de Riudecanyes i l'Aleixar.

DO Siurana

Tots els municipis de les Muntanyes del Baix Camp es troben inclosos dins de la DO Siurana.

El Consell regulador de la Denominació d'Origen protegida "Siurana" és una corporació de dret públic constituïda democràticament per representants dels sectors de la producció, la elaboració i la comercialització de la zona de producció. El consell Regulador garanteix que l'oli comercialitzat amb D.O.P. "Siurana" ha estat:

- Produït a la zona geogràfica que abasta la denominació.
- Elaborat segons la seva pròpia normativa.
- Controlat segons els seus paràmetres de qualitat.

Com s'ha dit anteriorment, les varietats admeses en la DOP són l'arbequina, la rojal i la morruda. D'aquestes tres, l'arbequina és considerada la principal ja que un 90% de les olives de què s'extrau l'oli han de ser d'aquesta varietat.

Segons l'època de recol·lecció de les olives es poden distingir dos tipus d'oli: afruitat, que prové d'una recol·lecció primerenca, de color verd, amb bastant cos i lleugerament amargant; i dolç, que prové d'una recol·lecció més tardana, és de color groc i més fluid. L'oli d'oliva emparat amb la denominació d'origen Siurana protegeix solament els olis d'oliva verges de qualitat extra que tinguin una acidesa inferior al 0,5% i un índex de peròxids màxim del 15%.

La superfície d'oliveres inscrita i controlada pel Consell Regulador és de 12.000 ha, i integra més de 6600 productors (de 7 comarques catalanes). La producció mitjana anual d'oli certificat per la D. O. P. "Siurana" és de 4.000 TM.

El Consell Regulador es va dotar recentment d'un Pla Estratègic, que estructura les seves línies d'actuació en base quatre eixos fonamentals:

1. Qualitat
2. Territori
3. Tradició
4. Salut

A dia d'avui, el consell es planteja una sèrie de reptes (en base aquest pla estratègic), com poden ser seguir difonent i impulsant la Cultura de l'Oli, augmentar el nombre de productors inscrits i augmentar la quantitat d'oli envasat amb distintiu DO Siurana i millorar els mecanismes de distribució del producte.

5.2.4 Patata

Un dels principals i més reconeguts productes agroalimentaris de la zona és la patata. La patata de Prades, més concretament. Un producte emparat per un distintiu de qualitat, la **Indicació Geogràfica Protegida (IGP Patates de Prades)**, i que es produeix en un entorn de muntanya, al voltant dels 950 metres d'altitud, en els termes municipals de Prades, Capafonts, La Febró i Arbolí, tots ells del Baix Camp.

Una de les principals característiques d'aquesta patata (varietat Kennebec), és el seu alt contingut en midó, que pràcticament dobla el de la majoria de patates conreades al país. Es tracta d'un producte de gran qualitat, molt apreciat en la gastronomia de la zona i de tot el país, amb una carn blanca, gust dolç i bona cocció, pell groga clara i llisa i un lleuger aroma de castanya.

Aquestes qualitat ve donada per factors mediambientals: temperatures fresques a l'estiu, humitat atmosfèrica, sòls fèrtils de caràcter silici i textura lleugerament sorrenca que facilita la bona oxigenació, i l'excel·lent qualitat de les aigües.

Inscrits als registres del Consell Regulador:

Tots els productors i magatzems expedidors de patates emparades per la IGP Patates de Prades han d'estar inscrits al Consell Regulador de la IGP (CR). Segons les últimes dades aportades pel Consell Regulador, els productors són 15 i hi ha 2 magatzems (la Cooperativa Agrícola i Caixa Agrària, i el del sr. Enric Domènech Tomàs).

Val a dir que anualment, a mitjans de setembre, es celebra a la vila de Prades, la **Festa d'Inici de la Campanya de la Patata de Prades**, amb notable èxit de participació i visites, i de la qual ja se n'han realitzat 23 edicions.

5.2.5 Viticultura

La vinya no és un conreu amb una presència important als municipis de les Muntanyes del Baix Camp. Com es pot veure en la taula que acompanya aquest text, l'any 2009 hi havia un total de 22 ha de vinya plantades. Mentre en comarques veïnes o properes (Priorat, Alt Camp, Conca de Barberà, Terra Alta, etc..) aquest tipus de conreu s'està recuperant i se n'està augmentant la producció, al Baix Camp hi segueix sense tenir un pes important, i és un conreu testimonial, amb poques explotacions i poca extensió cultivada.

D'aquesta manera, mentre la producció vitivinícola i l'enoturisme estan esdevenint pilars fonamentals del desenvolupament econòmic i social de molts territoris propers al Baix Camp, en aquesta zona segueix sense tenir un pes important i el nombre de productors que s'hi dediquen és molt reduït.

Explotacions i hectàrees de vinya segons municipi. 2009

Municipi	Total		Secà		Regadiu	
	Exp.	ha	Exp.	ha	Exp.	ha
Albiol, l'	3	6	3	6	0	0
Aleixar, l'	3	3	2	3	1	0
Alforja	7	5	5	5	3	0
Arbolí	1	2	1	2	0	0
Argentera, l'	0	0	0	0	0	0
Borges del Camp, les	0	0	0	0	0	0
Botarell	2	6	2	2	1	4
Capafonts	1	0	1	0	0	0
Colldejou	1	0	1	0	0	0
Duesaigües	0	0	0	0	0	0
Febró, la	0	0	0	0	0	0
Maspujols	0	0	0	0	0	0
Prades	0	0	0	0	0	0
Pratdip	1	0	1	0	0	0
Riudecanyes	0	0	0	0	0	0
Riudecols	0	0	0	0	0	0
Vilanova d'Escornalbou	0	0	0	0	0	0
Vilaplana	0	0	0	0	0	0
MBC	**19**	**22**	**16**	**18**	**5**	**4**

Taula 74: Explotacions i hectàrees de vinya segons municipi. 2009
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE

5.3 APROFITAMENTS FORESTALS

Actualment el sector forestal està en un procés de canvi. Per una banda trobem que l'abandó dels cultius provoca un important augment de la massa que envaeix espais abans ocupats per conreus i que ara veuen perdre la seva riquesa i biodiversitat en favor d'un bosc que creix descontrolat i amb una baixa qualitat mediambiental. Per altra banda, aquest creixement comporta un major risc d'incendi forestal, de degradació i erosió dels sòls, etc. Finalment el canvi climàtic també afecta i afectarà encara més de cara al futur, la situació dels boscos i comportarà la necessitat de dedicar un major esforç per a la gestió de la massa forestal. Per tant cal perfilar cap a on s'orienta la ciència i la tecnologia forestals, així com els nous usos socials d'aquests paisatges que no estan quiets i que són forestalment acumulatius.

I és que l'actual transformació accelerada del clima i del territori és un fet assumit majoritàriament per la societat. Els boscos juguen un paper fonamental en aquesta transformació perquè reben l'impacte directe d'aquests canvis. Els boscos, però, també tenen un rol actiu com a agents de mitigació i com a proveïdors de serveis i de recursos econòmics que han d'adaptar-se a la nova situació.

La comarca del Priorat disposa actualment d'una important massa forestal que a més a més està en expansió, una massa forestal que és necessari gestionar de manera sostenible però que també pot esdevenir una sortida per un producte que fins ara estava poc valoritzat i tenia un escàs valor comercial, com és la fusta de petit diàmetre o de poca qualitat. Un tipus de producte que sovint s'obté als treballs de millora i desbrossament que necessiten bona part dels boscos de la comarca.

Cal doncs recuperar els terrenys forestals i impulsar una planificació i gestió associada, que ajudi a superar la manca de gestió i l'abandonament dels boscos i a treure'n un rèdit econòmic que fins al moment no s'ha pogut o no s'ha sabut obtenir.

Cal aconseguir lligar la producció local de fusta i massa forestal del territori amb les necessitats de les instal·lacions municipals o bé amb les necessitats d'empreses o particulars de la pròpia comarca però també, en aquest cas, en d'altres mercats més o menys propers.

5.3.1 Biomassa

La potencial disponibilitat de biomassa a la comarca del Baix Camp és força notable, degut a les elevades i creixents superfícies forestals. La biomassa utilitzada com a font d'energia pot incloure material vegetal d'origen agrícola, o de subproductes o restes d'altres cultius, biomassa d'origen forestal, llenya sobretot. La biomassa sol utilitzar-se per al seu aprofitament com a energia tèrmica o, indirectament, per a la generació d'energia elèctrica.

L'aprofitament de la biomassa per a usos energètics pot ser una solució per als problemes derivats de la utilització de combustibles fòssils per a usos tèrmics, com poden ser l'impacte contaminant de l'ús de l'energia, l'esgotament i la deslocalització de recursos bàsics.

A més, l'aprofitament energètic de la biomassa afavoreix el manteniment i desenvolupament dels sectors agrícola, forestal i industrial, fet que contribueix a la creació de llocs de treball, element fonamental en l'àmbit rural per a la fixació de la població al territori. Aquesta tendència incrementa si el desenvolupament de la biomassa es realitza mitjançant la posada en cultiu de terres en desús i l'aprofitament de matèries primes forestals.

En quant a beneficis ambientals la biomassa forestal és una energia renovable que prové de la realització d'una gestió forestal sostenible. Als boscos del Baix Camp hi ha una acumulació important de combustible. Mobilitzar aquest combustible per la generació d'energia podria millorar l'estat de conservació dels boscos i té un benefici associat a la prevenció d'incendis. La biomassa presenta un baix contingut en sofre i presenta un balanç neutre d'emissions de CO_2 (atès que prèviament i en un breu període de temps, les mateixes plantes han absorbit aquests gasos en la realització de la fotosíntesi).

A nivell social l'ús de biomassa forestal pot generar ocupació i millorar la riquesa local. La biomassa és l'energia renovable que genera més llocs de treball per MW d'energia produït. Per altra banda el desenvolupament de la biomassa afavoreix la cohesió i el creixement del medi rural en un context de reducció de subvencions.

En quant als beneficis econòmics la biomassa presenta un balanç econòmic positiu, amb un cost de l'energia en €/kWh inferior al dels combustibles sòlids. Les energies renovables obtingudes a partir de recursos propis com la biomassa forestal han de permetre disminuir la dependència energètica que actualment es té amb altres zones o països. La gestió de la biomassa dóna sortida per un producte poc valoritzat, que serveix de complement en els

aprofitaments forestals realitzats, ofereix una major estabilitat de preus, amb variacions anuals de preus properes a l'IPC.

Un bon punt de partida en aquest entorn seria el de conèixer acuradament la demanda real d'aquest combustible a la comarca, la demanda potencial, i la disponibilitat de biomassa en els boscos comarcal s(incloent la biomassa forestal primària, la dels cultius llenyosos i els cultius energètics).

Des del Consorci de la Serra de Llaberia s'han promogut i portat a terme estudis en aquest sentit, relatius, en aquest cas, a les comarques veïnes del Priorat i la Ribera d'Ebre. Seria important promoure aquesta mena d'accions a la comarca del Baix Camp, seguint l'exemple del que s'ha fet des del Consorci.

A més, el Consorci de la Serra de Llaberia, des de fa uns anys, està impulsant i implementant actuacions per al foment de l'obtenció i ús de la biomassa local.

Tot seguit es detallen algunes de les actuacions de gestió forestal que s'hi han promogut.

- **Actuacions de gestió forestal sostenible per a la producció local d'estella forestal.** Es fan tallades de millora i també algunes rompudes per recuperar terrenys agrícoles. La conversió de terrenys forestals a terrenys agrícoles a l'interior de l'espai natural protegit de la Serra de Llaberia té efectes beneficiosos per a la biodiversitat. Una vegada fets els treballs forestals, la fusta s'emmagatzema i es tritura per proveir-la a diversos clients entre els quals destaca la cooperativa de les Atxes. L'ús de l'estella forestal per a calderes està especialment indicat per a usos no domèstics (forns de pa, granges, càmpings, edificis públics, etc).

- **Inserció laboral de treballadors en risc d'exclusió social**: Els treballs abans esmentats els duu a terme l'empresa d'inserció sociolaboral que depèn del Consorci que gestiona l'espai natural, de manera que també té un efecte beneficiós per a l'ocupació de persones en risc d'exclusió social.

- **Manteniment de franges de baixa càrrega de combustibles**. S'ha realitzat un projecte d'inserció sociolaboral per actuacions de prevenció d'incendis al sud del Priorat. Es realitza el manteniment de franges de baixa càrrega de combustibles creades entre 2006 i 2011 per les ADF de Capçanes, Marçà i la Torre de Fontaubella. Les obres es realitzen amb l'empresa d'inserció sociolaboral.

Val a dir, a tall d'exemple i perquè pugui servir de punt de partida per a d'altres zones que entren en el radi d'acció del Consorci, i a la comarca en general, que el Consorci de la Serra de Llaberia va establir, com s'ha dit en l'apartat 1.2.6. Espais naturals protegits, una col·laboració amb la *Cooperativa de serveis d'estalvi energètic Les Atxes*. Aquesta cooperativa ofereix una sèrie de serveis energètics, entre els que hi ha l'aprofitament i la comercialització de productes derivats de la biomassa.

- Emmagatzematge i secat del combustible en magatzems de la cooperativa.
- Venta directa del combustible des del magatzem de la cooperativa.
- Preu del combustible variable, depenent de mercat.
- Contractació del servei de compra de combustible a l'engròs en que el client pot comprar grans quantitats de combustible i que l'emmagatzematge corri a càrrec de la cooperativa.
- Repartiment de combustible a domicili, depenent de la demanda entre un i dos cops al mes.
- Garantia de la qualitat del combustible durant tot el període contractat
- Manteniment del preu estable del combustible durant tot el període contractat.
- Manteniment de la caldera, amb entre una i dos visites mensuals a domicili durant els mesos de funcionament de la caldera.
- Garantia de la qualitat del combustible durant tot el període contractat
- Assegurança de tot risc del servei de manteniment i reparació de la caldera.
- Manteniment del preu estable del combustible durant tot el període contractat.

És important destacar aquesta col·laboració público-privada per tal de realitzar o tendir a un aprofitament eficient i sostenible de les masses forestals locals. Tot i amb això, és necessari encara millorar les estratègies de sensibilització sobre el potencial de la biomassa com a combustible i també les accions de comercialització que permetin servir els derivats sorgits del tractament de la biomassa a altres zones o a altres països que hi puguin estar interessats.

5.3.2 Llenya

El bosc és l'únic productor de determinades matèries primeres d'interès comercial, com fusta i llenya. També aporta altres recursos, com pinyons, suro, bolets, plantes aromàtiques entre d'altres i per tant hi recau una activitat econòmica prou important que cal ser considerada. El bosc, a banda de la seva funció productora, fa de forma indirecta una sèrie de funcions i serveis interrelacionats entre si, com són la fixació de diòxid de carboni (CO2), la millora de la qualitat de l'aire, la regulació hídrica, la conservació dels sòls per evitar els processos d'erosió o la conservació de la biodiversitat.

L'aprofitament sostenible dels recursos forestals, de la fusta i llenya dels boscos, permet el manteniment d'un sector econòmic estratègic per al territori i garanteix la persistència dels boscos davant determinats riscos naturals, com els incendis forestals. Per tant és important, com ja s'ha dit més amunt, la gestió activa dels terrenys forestals com una necessitat per potenciar llurs funcions socioeconòmiques i ambientals, i com a eina de millora per a la seva defensa enfront dels riscos naturals. Les superfícies forestals i especialment els boscos conformen un paisatge d'alt valor, contenen una gran biodiversitat i connecten els espais naturals que disposen de figures de protecció.

Amb tot, el pes econòmic del sector forestal només representa, a nivell de Catalunya, l'1,3% del que mou el sector de l'agricultura i la ramaderia anualment. D'aquest, el 40 % correspon als bolets i el 30 % a la caça i a la pesca, per tant, més del 70 % del PIB forestal l'aporten activitats no fusteres. El preu de la fusta ha anat disminuint a un ritme de poc més del 5 % anual (50 % en la darrera dècada), mentre que la llenya ho ha fet a un ritme inferior, 2,7 % anual (40 % en els darrers 15 anys).

Els aprofitaments actuals suposen menys d'un 20 % del que creix el bosc, així doncs, una possible situació de sobreexplotació dels boscos queda molt lluny, i s'han de trobar nous usos per poder augmentar la superfície forestal gestionada d'una manera sostenible i seguint criteris de biodiversitat. Al mercat actual, per falta de demanda de fusta, no resulta favorable l'extracció per preu i qualitat, tot i paradoxalment ser un país deficitari, tant de fusta com d'energia. Les possibles solucions passen per una diversificació i nous mercats promovent els diferents usos industrials de la fusta i donant sortida en el mercat energètic de la biomassa a les fustes de pitjor qualitat i llenyes i els subproductes dels processos industrials de transformació.

Per ser competitius i crear mantenir llocs de treball, els sectors bioeconòmics necessiten innovar i diversificar-se encara més.

Pel que fa la província de Tarragona, i l'interior del Baix Camp no n'és una excepció, la situació actual d'abandonament de terres de cultiu, camps, pastures i boscos ha fet que la superfície forestal arbrada hagi augmentat notablement en els últims 30 anys. Això s'ha traduït en uns boscos desequilibrats, amb grans densitats d'arbres i un elevat risc d'incendi forestal. Si a tot això, li sumem la gran atomització de la propietat privada dels boscos i la manca de rendibilitat dels productes forestals, ens trobem en una situació que fa complicada la gestió i permanència del bosc.

És en aquest sentit i en aquest marc on els actuals propietaris forestals han de començar a actuar per tal de trobar alternatives viables per tal de gestionar i fer més rendibles les seves propietats.

A tall d'exemple, destacar la tasca que s'està duent a terme des de *l'Associació Forestal de les Comarques de Tarragona*, associació de propietaris que impulsa la gestió de forma eficient de les seves propietats i, alhora, representa i posa en comú els interessos de la societat forestal, per fomentar una gestió conjunta i sostenible dels boscos i per difondre els valors i els beneficis socioambientals de l'entorn natural.

L'Associació Forestal de les Comarques de Tarragona és, doncs, una entitat sense ànim de lucre, constituïda per a un grup de propietaris forestals interessats i motivats per la conservació dels boscos i la natura i en la qual hi ha propietaris forestals de la comarca del Priorat. Aquests propietaris forestals, a més a més de treballar per a l'explotació dels seus boscos tenen un clar compromís amb la sostenibilitat d'aquests espais tan importants per a la societat i per al propi medi natural. En aquest sentit vetllen per l'assoliment d'objectius tan importants com els següents:

- Creació llocs de treball al territori
- Revalorització dels boscos abandonats
- Tractar i comercialitzar la biomassa com a una energia renovable
- Reduir el risc d'incendis i conservar els boscos

Per altra banda l'associació ofereix diferents tipus de serveis tècnics i d'assessorament:

- Assessorament per a la Gestió Forestal Sostenible.
- Execució i seguiment tècnic de treballs forestal
- Tramitació de permisos per rompudes forestals, aprofitaments forestals, arranjament i construcció de pistes.
- Assessorament i/o tramitació dels diferents ajuts que convoquen les diferents administracions publiques i entitats privades.
- Elaboració d'instruments d'ordenació forestal (IOF).

- Delimitacions de propietats, generació de cartogràfica i tràmits cadastrals.
- Venda de llenya i altres productes del bosc

Actuacions per part dels propietaris, de caire conjunt i en el marc d'una associació, com el cas comentat de les associacions de propietaris forestals, poden ajudar a que aquesta gestió forestal sigui una realitat. Evidentment l'administració ha de facilitar i posar mitjans perquè aquesta gestió sigui possible.

Evidentment queda molt de camí per córrer en la millora de la gestió i de l'aprofitament dels boscos i de la fusta i de la llenya que aquests generen. Cal també una important sensibilització de la població en general per tal de valorar la importància d'aquesta gestió i per tal que es vagin adoptant noves fonts d'energia com a combustible tant per a administracions com per a empreses i particulars. Aquesta major sensibilització social i una millor gestió dels boscos anirà en favor de la gent del territori i de la millora i sostenibilitat del medi ambient a nivell local i també global.

6. INDÚSTRIA

La indústria ha estat un sector força significatiu tradicionalment a la comarca, i ho continua sent, si es tenen en compte les dades de Valor Afegit Brut (VAB) per sectors de la comarca (any 2012). Aquestes dades evidencien que el pes que la indústria té al Baix Camp és superior al pes que aquest sector té en el conjunt del territori català (un 22,70% del VAB a la comarca front un 21,10% a tot Catalunya).

A més, durant els darrers anys, la força i importància de les activitats industrials relacionades amb l'energia, amb activitats extractives i amb els residus, ha permès que el sector no només no hagi sofert una davallada de pes en relació al % del VAB generat (com passa a la resta de Catalunya, on el descens entre els anys 2007 i 2012 ha estat del -9,70%), sinó que ha augmentat un 9,20%.

Si analitzem la dinàmica de la població ocupada en el sector industrial en el període 2008-2013, podem comprovar també com la tendència generalitzada de descens del nombre de treballadors ocupats en el sector no és tan acusada a la comarca, on el descens ha estat del -14,1% front al -27,60% de tot el sector industrial català. Per nombre d'afiliacions, el Baix Camp gairebé calca les xifres del global del territori català.

Si creuem una i altra dada (la de VAB per sector i la de nombre de persones afiliades), podem observar doncs com a mateix % de persones afiliades respecte el total del sector català, la indústria del Baix Camp genera molt més VAB. Això de ben segur té a veure amb el valor afegit que aporten les grans indústries energètiques de la comarca.

En el conjunt dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp la indústria també ha tingut tradicionalment un pes força significatiu, degut principalment a la presència de grans indústries en municipis molt concrets, com ha estat Industries Teixidó SA a Riudecols. També els municipis d'Alforja i les Borges del Camp han tingut una activitat industrial destacable. Tot i amb això és evident que aquestes dades de conjunt amaguen realitats municipals de manca total d'activitat industrial. De fet aquesta situació és predominant a l'àmbit, però la potència de les indústries anteriorment citades fa que aquestes dades quedin amagades.

Les dades de població ocupada dels són prou clarificadores de la situació que ha experimentat l'activitat industrial a la comarca i en l'àmbit MBC durant els darrers anys. Així, com s'observa en la taula, la indústria és l'únic sector que ha guanyat població ocupada al llarg de la dècada 2001-2011. Aquesta pèrdua d'ocupació contrasta amb el descens que van patir l'agricultura i la construcció.

Cal dir que només es disposa de dades de població ocupada per sectors dels municipis més grans de la comarca i per tant aquest quadre, tot i que més acurat per analitzar la realitat de l'àmbit MBC que si s'utilitzen les dades del global de la comarca, inclouen les dades, a més dels municipis següents: Almoster, Castellvell del Camp, Montbrió del Camp, i Vinyols i els Arcs.

	2001		2011		Variació
Agricultura	750	11,22%	530	5,78%	-48,49%
Indústria	1257	18,80%	1862	20,30%	7,98%
Construcció	940	14,06%	893	9,74%	-30,75%
Serveis	3739	55,92%	6060	66,07%	18,15%
Total	6686	100,00%	9172	100,00%	

Taula 75: Població ocupada segons sectors d'activitat (2001 i 2011). Municipis menors del Baix Camp
Font: Elaboració pròpia amb dades d' Idescat

Nota: Aquestes dades inclouen la població ocupada dels municipis de les MBC i dels municipis següents: Almoster, Castellvell del Camp, Montbrió del Camp i Vinyols i els Arcs

El teixit industrial de la zona, exceptuant certs casos força concrets i que es detallen en la taula d'empreses de més de 5 treballadors inscrites al REIC, es troba integrat per un conjunt d'empreses de petites i mitjanes dimensions, normalment de caràcter familiar. En aquest sentit cal dir que la major part d'empreses tenen menys de 6 treballadors. En aquest punt també cal incidir en la importància que mantenen les cooperatives (constituïdes com a Societats Cooperatives Catalanes Limitada - SCCL) en la vertebració de l'activitat econòmica i social dels municipis de la zona, tot i que només una d'elles apareix en el llistat d'empreses industrials amb més de 5 treballadors (l'Agrícola Caixa Agrària i Secció Crèdit de Riudecanyes, SCCL, amb 9 treballadors).

Segons dades de gener de 2015, hi ha a la comarca 21 empreses industrials de més de 5 treballadors inscrites al Registre d'Establiments Industrials de Catalunya (REIC). Val a dir que d'aquestes 21 empreses, 5 estan dedicades al sector agroalimentari de diferent caire, 5 estan relacionades amb la fabricació de productes metàl·lics, i 5 més són activitats extractives o de tractament d'àrids. A la taula és mostra el conjunt detallat d'aquestes empreses, on hi destaca, en relació al nombre de treballadors, l'empresa Industrias Teixidó SA, de Riudecols, que en té 380 i que es dedica principalment a la fabricació de perns i cargols (especialitzada en peces de metall tornejades per als productes mecànics de precisió o òptics i l'empresa Indústria Auxiliar Manodomésticos SA (IAMSA) d'Alforja, que en té 47 i que es dedica a la fabricació de productes metàl·lics.

Empreses Inscrites en el Registre d'Establiments Industrials de Catalunya (REIC)			
Empresa	**Municipi**	**Nº Treb.**	**Activitat principal**
Agrícola Caixa Agrària i Secció Crèdit de Riudecanyes, SCCL	Riudecanyes	9	1043 Fabricació d'oli d'oliva
Àrids I Formigons Del Mediterrani SL	Borges del Camp, les	10	2363 Fabricació de formigó fresc
Auto Mecànic Corbella, SL	Borges del Camp, les	13	3311 Reparació de productes metàl·lics
Bon Dria SL	Alforja	12	1011 Sacrifici de bestiar i conservació de carn
Canteras La Ponderosa SA	Riudecols	35	812 Extracció de graves i sorres; extracció d'argila i caolí
Casa Ciurana 1980 Grup SL	Borges del Camp, les	9	1071 Fabricació de pa i de productes de fleca i pastisseria frescos
Consorci per à la Gestió de Residus del Baix Camp	Botarell	10	3519 Producció d'energia elèctrica d'altres tipus
Consorci per à la Gestió de Residus del Baix Camp	Botarell	80	3821 Tractament i eliminació de residus no perillosos
Construccions I Enderrocs Priar SCP.	Aleixar, l'	8	4121 Construcció d'edificis residencials
Cuarcitas Del Mediterraneo SA	Alforja	22	811 Extracció de pedra ornamental i per a la construcció, pedra calcària, guix, creta i pissarra
Ernesto Pique E Hijos SA	Aleixar, l'	9	812 Extracció de graves i sorres; extracció d'argila i caolí
Ferreries Catalanes SL	Borges del Camp, les	11	2593 Fabricació de productes de filferro, cadenes i molles
Graphi-RED, SL	Borges del Camp, les	9	1812 Altres activitats d'impressió i arts gràfiques
Industria Auxiliar Manodomesticos SA (IAMSA)	Alforja	47	2599 Fabricació d'altres productes metàl·lics ncaa
Industrias Teixidó SA	Riudecols	380	2594 Fabricació de perns i cargols
Mestre Figueras, Ramon	Borges del Camp, les	15	9601 Rentatge i neteja de peces tèxtils i de pell
Pahi Salvadó, Ramon	Maspujols	6	1813 Activitats de preimpressió i de preparació de suports
Plàstic Metall, SL	Borges del Camp, les	16	2562 Enginyeria mecànica general per compte d'altri
Savasun SA	Vilanova d'Escornalbou	6	163 Activitats de preparació posterior a la collita
Tecnologia & Vitaminas SL	Alforja	23	1091 Fabricació de productes per a l'alimentació d'animals de granja
Viña Tridado, SL	Borges del Camp, les	7	1102 Elaboració de vins

Taula 76: Empreses Inscrites en el Registre d'Establiments Industrials de Catalunya (REIC), amb més de 5 treballadors. Consulta realitzada el gener de 2015
Font: Registre d'Establiments Industrials de Catalunya (REIC)

Per tant, la dicotomia econòmica i social del Baix Camp, la seva realitat dual, també té en certa manera un reflex dins l'àrea de les Muntanyes del baix Camp. Així, les poblacions més properes a Reus són les tenen major presència d'activitat industrial, i les que, majoritàriament durant els primers anys 2000 van apostar per augmentar la seva superfície industrial, en forma de polígons.

Una gran part d'aquestes superfícies industrials va ser ocupada, degut a les bones condicions de comunicacions i de proximitat a nuclis importants, tot i que a dia d'avui, la implantació d'indústries està en clara fase d'estancament i fins i tot de decreixement.

És important deixar constància en aquest punt també que una gran part de la població dels municipis de la zona ocupada en el sector industrial ho fa (i ho ha fet tradicionalment des dels darrers anys 70) en les indústries químiques i petroquímiques de la comarca del Tarragonès, que durant molts anys han estat una font de treball de primer ordre per a tots els municipis situats en una corona al seu entorn de fins a més de 50 km.

7. CONSTRUCCIÓ

La construcció ha tingut en els darrers anys, i segueix tenint en l'actualitat, una importància molt considerable dins l'estructura econòmica comarcal. Així, tot i que la recessió econòmica dels darrers anys ha reduït la seva dimensió, després d'una època de creixement desmesurat, el seu pes dins la balança dels diferents sectors econòmics és superior al que representa en el conjunt del territori català, situant-se just per sota l'hoteleria.

Mentre que a Catalunya la construcció representa el 7,9% del VAB, al Baix Camp segueix representant un 8,7% del seu VAB. Evidentment la crisi econòmica general viscuda els darrers anys, i la crisi del sector de la construcció han afectat la comarca en gran mesura, superior fins i tot que com ho ha fet al conjunt de comarques catalanes. D'aquesta manera, durant els anys 2007 i 2012, el retrocés viscut per aquest sector en referència al seu VAB, ha estat del -42,5%, mentre que a tot el territori català la seva caiguda també ha estat molt brusca però lluny de les xifres de la comarca, amb un retrocés del -30,4%.

Estructura 2012					Dinàmica (2012 vs 2007)		
Baix Camp		Catalunya		Ràtio	Baix Camp	Catalunya	Ràtio
VAB pb	%	VAB pb	%				
284	8,7%	10.797	7,9%	1,11	-42,5%	-30,4%	0,60

Taula 77: Estructura i dinàmica productiva (VAB pb) de la construcció
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

A més, el sector té una gran importància en termes d'ocupació a la comarca, i el fet que es tracti d'un sector d'impossible deslocalització fa pensar que el seu pes, un cop culminat l'ajustament a les necessitats reals, es pot mantenir a més llarg termini. Així, si tenim en compte el nombre d'afiliats a la Seguretat Social, cal dir que el sector també presenta percentatges majors que els del conjunt del territori català (un 7,6% respecte el 5,6% català), però una pèrdua més accentuada d'afiliats respecte a les xifres de març de 2008 i en relació a les dades de tota Catalunya.

Així, l'actual crisi econòmica ha provocat, de manera global però com s'ha dit en un percentatge una mica menor a la comarca, la desaparició de llocs de treball i de moltes empreses (o la reducció de plantilles en moltes altres).

Alhora la crisi ha provocat un canvi en l'estructura de la producció interna en la construcció i sectors com el de la rehabilitació i manteniment d'edificis o el de l'obra civil han pogut guanyar pes mentre que s'ha reduït el d'habitatges de nova construcció. Cal constatar que els habitatges de nova construcció tenien abans un pes excessiu tant en termes absoluts com relatius si es compara amb els paràmetres europeus.

Estructura (des'2013)					Dinàmica (des'13 vs març'08)		
Baix Camp		Catalunya		Ràtio	Baix Camp	Catalunya	Ràtio
Afiliació	%	Afiliació	%				
4879	7,6%	155.448	5,6%	1,37	-63,60%	-59,7%	0,93

Taula 78: Estructura i dinàmica ocupacional (afiliació a la Seg. Soc.) de la construcció. Baix Camp
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

En el cas concret del Baix Camp, la comarca disposa d'una dada que podem considerar força negativa en aquest sentit, en relació a l'estoc d'habitatges registrats sense vendre, comparant-la amb la resta de comarques catalanes Així, segons l'"Estudi sobre els estocs d'habitatges a Catalunya. Habitatges registrats sense vendre, inscrits als Registres de la Propietat i Mercantils de Catalunya", realitzat per la Secretaria d'Habitatge i Millora Urbana, del Departament de Territori i Sostenibilitat, l'Agència de l'Habitatge de Catalunya i Registradors de Catalunya (febrer de 2013), el Baix Camp es troba en la zona alta de les comarques amb més habitatges registrats sense vendre, tant amb nombres absoluts (3515) com amb la relació amb la població (18,2) habitatges sense vendre per cada mil habitants), de tota Catalunya.

Aquest estudi recompta els habitatges que, des de l'any 2007, s'han inscrit en els Registres de la Propietat i Mercantils de Catalunya i que no han estat objecte de compravenda, i hi inclou els habitatges nous inscrits en els Registres que consten com a propietat de les entitats financeres i/o les seves filials immobiliàries.

Convé recordar que en aquest recompte hi ha els habitatges de la capital comarcal (Reus) i de zones amb molt àmplia activitat constructora i immobiliària, com són Cambrils, Montroig del Camp, Vandellòs i Hospitalet de l'Infant i fins i tot Vinyols i els Arcs.

Segons aquest estudi doncs, l'estoc a Catalunya és de 79.331 habitatges, equivalent a 10,5 habitatges cada 1.000 habitants, i de les xifres per comarques en destaquen negativament els valors del Pallars Sobirà (63,4), l'Urgell (31,7) o la Noguera (amb 28,9).

Habitatges registrats sense vendre per comarques

Comarques	Estocs	Estocs / 1.000 hab	Comarques	Estocs	Estocs / 1.000 hab
Alt Camp	213	4,7	Montsià	1.217	16,9
Alt Empordà	2.182	15,4	Noguera	1.162	28,9
Alt Penedès	1.776	16,7	Osona	2.240	14,5
Alt Urgell	337	15,8	Pallars Jussà	200	14,2
Alta Ribagorça	30	7,1	Pallars Sobirà	473	63,4
Anoia	2.124	17,9	Pla de l'Estany	546	17,4
Bages	3.210	17,3	Pla d'Urgell	880	23,6
Baix Camp	3.515	18,2	Priorat	22	2,2
Baix Ebre	1.329	16	Ribera d'Ebre	500	20,9
Baix Empordà	2.046	15,3	Ripollès	314	12
Baix Llobregat	4.543	5,6	Segarra	437	18,7
Baix Penedès	2.244	22,2	Segrià	3.838	18,3
Barcelonès	12.449	5,5	Selva	2.045	11,8
Berguedà	440	10,7	Solsonès	171	12,5
Cerdanya	129	6,8	Tarragonès	4.069	16,2
Conca de Barberà	231	10,9	Terra Alta	82	6,5
Garraf	2.387	16,2	Urgell	1.171	31,7
Garrigues	322	15,9	Val d'Aran	362	36
Garrotxa	1.078	19,3	Vallès Occidental	7.990	8,9
Gironès	1.988	10,8	Vallès Oriental	3.682	9,1
Maresme	5.357	12,3			
Catalunya	79.331	10,5			

Taula 79: Habitatges registrats sense vendre per comarques. 2013
Font: Secretaria d'Habitatge i Millora Urbana, Departament de Territori i Sostenibilitat

Tot i amb això, pel que fa als municipis de les Muntanyes del Baix Camp, tot i que durant bona part de la dècada dels 2000 es va viure una expansió immobiliària sobretot en els municipis més propers a Reus i més ben comunicats (les Borges del Camp, Maspujols, Alforja, Riudecols, etc), hi va haver d'altres municipis que no van ser partícips d'aquesta fase expansiva i que fins i tot van perdre població durant aquells anys (Colldejou i la Febró en són un clar exemple).

Així, mentre uns municipis atreien població i certes promocions immobiliàries (més o menys importants segons cada municipi), uns altres van veure com no s'hi iniciaven obres o com les que s'iniciaven no es completaven i es quedaven a mig fer.

A dia d'avui per tant podem trobar municipis amb un cert estoc d'habitatges en venda o en lloguer, però d'altres en canvi que no disposen d'aquest recurs per atraure nova població.

NOTA:

D'aquest tema se'n parla en un apartat específic (veure punt 10. EDIFICIS, IMMOBLES I HABITATGES, ja que s'ha considerat que disposa de suficient importància per conformar un punt concret d'aquesta diagnosi.

8. SERVEIS

8.1 SIGNIFICACIÓ DE L'ACTIVITAT TERCIÀRIA

El sector terciari al Baix Camp, tot i tenir un pes específic menor al que representa en el conjunt del territori català, ha experimentat un creixement en els darrers anys. Tot i amb això, dins el propi sector hi diferències notables entre els diferents subsectors que l'integren (serveis, comerç i reparació hostaleria i sector TIC).

Si es té en compte el VAB (valor afegit brut) d'aquests subsectors podem veure una evolució molt diferenciada de cadascun d'ells en els darrers anys. Així, l'hostaleria ha experimentat un creixement molt notable (+17,6%) mentre que el comerç ha vist augmentada la seva importància de manera molt minsa (només un inapreciable +0,1%). Així, tant a la comarca com a tota Catalunya, el comerç és el subsector dels serveis que menys creix, però encara manté certa dinàmica positiva. Per tant el comerç a la comarca requereix d'actuacions concretes que el potenciïn i el fomentin (segurament basades en la producció artesanal, local, de qualitat, etc). Només d'aquesta manera es podrà revertir aquesta situació de cert estancament.

El desenvolupament turístic que ha experimentat l'interior de la comarca, fruit d'actuacions promocionades tant des de la pròpia administració com des del propi sector, i recolzat pels programes Proder i Leader que han ajudat a que molts promotors hagin pogut fer inversions en aquest sentit, expliquen el notable salt que l'hostaleria ha fet en 5 anys.

	Estructura 2012					Dinàmica (2012 vs 2007)		
	Baix Camp		Catalunya		Ràtio	Baix Camp	Catalunya	Ràtio
	VAB pb	%	VAB pb	%				
Serveis	2166	66,5%	94.966	69,3%	0,96	3,4%	2,2%	1,54
Comerç i reparació	454	14,0%	16.866	12,3%	1,13	0,1%	1,8%	0,04
Hostaleria	324	10,0%	10.947	8,0%	1,24	17,6%	19,7%	0,89

Taula 80: Estructura i dinàmica productiva (VAB pb) del sector serveis
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Si tenim en compte el nombre d'afiliats a la Seguretat Social, el sector també presenta percentatges menors que els del conjunt del territori català. D'aquesta manera, tot i que el sector terciari és el que més persones té afiliades a la comarca, el seu pes continua sent inferior al de tot el conjunt (tot i que també l'hostaleria presenta percentatges d'afiliació una mica més elevades que a les de Catalunya en conjunt). Si mirem l'evolució per subsectors, podem constatar que, a excepció del sector TIC, tots tenen una evolució negativa, sobretot l'hoteleria (que presenta un -22,2% d'afiliats respecte el 2008). Tot i amb això, el creixement del sector TIC és inferior que el de la totalitat del territori català.

	Estructura (des'2013)					Dinàmica (des'13 vs març'08)		
	Baix Camp		Catalunya		Ràtio	Baix Camp	Catalunya	Ràtio
	Afiliació	%	Afiliació	%				
Serveis	47.344	73,9%	2.164.827	77,4%	0,96	-8,5%	-4,9%	0,27
Comerç i reparació	7.441	11,6%	302.085	10,8%	1,08	-9,8%	-5,7%	0,28
Hostaleria	5.043	7,9%	197.028	7,0%	1,12	-22,2%	-4,6%	-2,84
TIC Sector TIC	541	0,8%	46.774	1,7%	0,51	4,4%	14,9%	0,30

Taula 81: Estructura i dinàmica ocupacional (afiliació a la Seguretat Social) del sector serveis
Font: Observatori d'Empresa i Ocupació

Per tal de tenir una aproximació del tipus d'empreses i establiments que s'han instal·lat als municipis de les Muntanyes del Baix Camp durant els darrers anys és un bon indicador les xifres de creació o millora d'empreses acollides als ajuts de desenvolupament rural.

Com s'ha comentat ja anteriorment, durant els dos darrers períodes de programació europea (el 2000-2006 i el 2007-2013) la zona ha disposat d'ajuts Proder primer, i d'ajuts Leader més recentment.

Al llarg d'ambdós períodes, i amb molta diferència respecte la resta de mesures, la mesura que més aprovacions i certificacions ha rebut ha estat la del foment de les activitats turístiques. D'aquesta manera, s'ha constatat que realment els agents privats que volen invertir en aquests municipis ho han fet principalment en la creació o millora d'empreses d'allotjament, restauració o activitats.

A més, cal dir que a la mesura de creació de microempreses també s'hi englobaven les activitats relacionades amb el comerç i els serveis personals. Això provoca que els ajuts al desenvolupament rural a la zona MBC han rubricat el predomini de les activitats terciàries a la zona.

8.2 COMERÇ

L'activitat comercial és un dels elements clau en el desenvolupament econòmic i social de la comarca del Baix Camp. El territori gaudeix d'una oferta comercial rica i variada que, en els últims anys, s'ha vist incrementada amb la presència de grans centres comercials.

La ciutat de les compres per excel·lència és Reus. La capital del Baix Camp és la ciutat amb més tradició comercial del territori i la que rep un major nombre de visitants atrets per l'oferta d'aquest sector. La gran majoria de botigues, moltes de les quals es caracteritzen pel seu caràcter local i el tracte personalitzat, s'ubiquen al centre de Reus, en zones de vianants. La tradició del comerç es complementa amb quatre mercats municipals i altres instal·lacions que contribueixen en el sector com ara la Fira de Reus.

Reus no és solament el centre comercial del Baix Camp, sinó que la seva influència arriba a tot el Camp de Tarragona, la Conca de Barberà, el Priorat, la Ribera d'Ebre, el Baix Ebre i el Montsià. A més d'aquesta funció de capital regional en els serveis en general, Reus és un gran centre comercial a escala mundial de productes agrícoles, en especial fruits secs (ametlles i avellanes) i oli, i de productes avícoles. Des de Reus s'exporta el 80% de l'avellana estatal.

Per la seva banda els municipis més dinàmics de la comarca han aprofitat l'influx de la capital per dinamitzar, també, el seu sector comercial. Segons el *Dossiers comarcals. El Baix Camp* del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa (2008), a la comarca hi havia, l'any 2008, 836 establiments de quotidià alimentari, que ocupaven 70.602 m2, seguit molt a prop de l'equipament de la llar amb 555 establiments i que ocupaven 68.790 m2 . El percentatge del nombre d'establiments per grups d'activitat és molt similar al de la mitjana catalana. Destaca el fet que la comarca té més percentatge d'establiments d'equipament de la llar que el conjunt de Catalunya. Pel que fa a la superfície en metres quadrats, el Baix Camp té més proporció en els establiments de comerç mixt en comparació amb Catalunya.

Seguint amb les dades del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de l'any 2008, l'estructura de la dotació comercial del Baix Camp és força similar a la catalana. El nombre d'establiments per cada 10.000 habitants és lleugerament superior (166, enfront dels 161 que hi ha a Catalunya), i el nombre de metres quadrats per cada 1.000 habitants també és superior (1.803 m2 a la comarca enfront dels 1.484 m2 a Catalunya). Al Baix Camp pertoquen 60 habitants per cada establiment (a Catalunya en són 62).

Però una vegada més, la realitat dual de la comarca s'imposa. Mentre la capital i els municipis més propers i els de la costa tenen un important dinamisme a nivell social, industrial, comercial, etc, trobem un territori que a mesura que s'endinsa cap a l'interior és cada vegada menys dinàmic i que viu una situació més precària, també en el cas del comerç. La proliferació de les grans superfícies comercials als municipis més importants del Baix Camp i l'ús de noves i millors tecnologies han contribuït a generar una pèrdua de competitivitat comercial del teixit comercial d'interior, especialment en els sectors on no s'han plantejat la millora o l'adaptació als nous requeriments competitius del mercat, ja sigui pel que fa a les infraestructures físiques d'aquests establiments, la formació del capital humà, l'aplicació de noves tecnologies i els nous mètodes de gestió comercial.

Per tant el territori té dificultats per desenvolupar o mantenir una oferta competitiva, que doni servei a la població i que pugui esdevenir un sector importat per al dinamisme econòmic i social dels municipis d'interior del Baix Camp.

Tot i aquesta situació, un anàlisi de l'àmbit comercial ens permet veure que pel que fa als diferents sectors el de l'alimentació és el que té una major presència. Tot i això, però, alguns dels pobles més petits de les MDC, com la Febró o Arbolí, no tenen establiments d'alimentació.

Per tipologia d'establiments, els forns/pastisseries són els més presents. Els segueixen les botigues de queviures, les xarcuteries i els autoserveis o supermercats.

El sector de l'equipament de la llar té una petita presència en el territori però a una distància considerable del de l'alimentació.

Pel que fa al tèxtil i la moda també hi té una certa presència però és més minsa i només en alguns pobles de la zona. Altres sectors com la salut i la cosmètica, l'automoció i carburants o les llibreries i quioscs tenen una presència testimonial.

Per altra banda, si bé molts pobles organitzen alguna mena de fira o mercat temàtic aquests acostumen a ser, normalment, de caràcter molt local cosa i sense una promoció exterior significant que permeti aconseguir un factor crida per a visitants foranis i el conseqüent benefici per als comerços dels municipis. A més a més, aquest caràcter local dels mercats i fires i la poca capacitat d'organització i gestió pot dificultar la disposició de recursos de promoció comercial i turística.

Cal destacar que la disposició de cooperatives i les més recents agrobotigues resulten sens dubte un dels principals formats per a la promoció i projecció comercial, turística i econòmica del territori.

La comarca disposa de productes d'alt valor afegit que poden actuar com a base de promoció del territori, tant en l'àmbit comercial com turístic (és el cas de l'oli, fruits secs, patata de Prades,...).

Així doncs, les cooperatives i agrobotigues tenen un important paper a jugar posant a la venda els seus productes i mirant de donar-los un valor afegit des del punt de vista de la qualitat, de l'atracció del producte local i de proximitat. Aquest valor afegit, aquest fet diferenciador li pot facilitar la visualització de cara al consumidor més sensibilitzat en aquests aspectes i, per tant, pot potenciar la comercialització i venda del producte. Algunes de les cooperatives de la zona han començat, els darrers anys, processos de millora i modernització tant a nivell d'instal·lacions, maquinària, etc, com a nivell d'estratègies de màrqueting i comercialització. Aquests casos haurien de ser un exemple per a d'altres cooperatives que encara utilitzen mètodes poc adaptats a les noves tendències dels mercats, dels hàbits dels consumidors i, en definitiva, del tractament i comercialització del producte.

Dit tot això, val la pena destacar que els darrers mesos es detecta, a nivell de Catalunya, una progressiva millora de la confiança dels consumidors i la una notable recuperació respecte des dels anys 2013 i 2014. Sembla que es consolida la tendència d'una visió menys negativa de la situació econòmica per part dels consumidors i això és una bona notícia de cara al consum.

Finalment es vol fer notar que el consumidor continua barrejant diferents canals a l'hora de fer la compra, també per Internet, on augmenten les formes i iniciatives de compra col·lectiva i consum col·laboratiu.

L'any 2013, un 16% de les empreses catalanes del comerç al detall que tenen 10 o més persones ocupades realitzava vendes a través del comerç electrònic. Per a aquestes empreses, les vendes en línia representaven l'1,9% del total de les seves vendes i un import aproximat d'uns 379,5 milions d'euros (Font: Observatori d'Empresa i Ocupació, 2013).

L'entrada i consolidació de les noves tecnologies com a eines imprescindibles tant per a la promoció com per a la comercialització i venda de productes pot ser un punt a favor del consum dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp. Si bé actualment l'ús i l'aprofitament que es fa d'aquests mitjans és molt limitat, el desenvolupament d'aquestes tècniques pot ajudar a trencar les barreres que actualment dificulten i tenallen el comerç en els petits pobles de l'interior de la comarca.

És feina de l'administració donant suport a la modernització dels comerços, però és sobretot feina del propi sector implicat entrar en aquest món que tantes oportunitats pot oferir per al territori.

9. TURISME

9.1 OFERTA TURÍSTICA

9.1.1 Allotjament

Al llarg del període 2007-2013, tot i no ser el sector que més ha crescut en el global de la comarca (fins i tot per sota de la mitjana catalana) i amb pèrdua d'afiliacions en aquest període, els municipis de les Muntanyes del Baix Camp han vist incrementades notablement les seves les xifres de nombre d'establiments d'allotjament, fet que és significatiu de la forta aposta del territori i dels seus habitants en aquest sector com a motor de desenvolupament.

En aquest sentit, durant aquests anys el nombre d'establiments ha augmentat en 8 establiments hotelers (hotels, hostals i pensions) i en sis establiments de turisme rural. El nombre de càmpings no ha sofert cap variació, i es manté en només un, localitzat a Prades.

		2007	2013	Variació
Hotels	Nombre	3	11	8
	Places	49	231	182
Càmpings	Nombre	1	1	0
	Places	663	663	0
Establiments de turisme rural	Nombre	22	28	6
	Places	176	217	41

Taula 82: Allotjaments turístics MBC. Nombre i places. 2013
Font: Elaboració pròpia amb dades d' Idescat i del Departament d'Empresa i Ocupació

Les places d'allotjament també han crescut en aquests anys, que és fet habitual si hi ha més establiments tot i que també poden produir-se situacions de canvis en el nombre de places d'establiments per tal de fer salts qualitatius en els establiments.

El nombre de places en establiments hotelers és el que ha sofert un augment més notable, amb 182 noves places, fet que implica que les places gairebé s'han multiplicat per cinc en aquests pocs anys.

Si analitzem les dades d'establiments segons municipis, podem constatar que Prades s'erigeix com el municipi amb major oferta hotelera, ja que disposa de 3 establiments (1 hotel i 2 hostals o pensions) i 125 places en total.

Destacar també l'oferta d'un municipi com Botarell, que disposa de 2 hotels (un dels quals de quatre estrelles).

Establiments hotelers. Any 2013								
Municipi	Hotels						Hostals i pensions	Total
	1*	2*	3*	4*	5*	Total		
Albiol, l'	0	0	0	0	0	0	0	0
Aleixar, l'	0	0	0	0	0	0	0	0
Alforja	0	0	0	0	0	0	0	0
Arbolí	0	0	0	0	0	0	0	1
Argentera, l'	0	0	0	0	0	0	0	0
Borges del Camp, les	0	0	0	0	0	0	0	0
Botarell	1	0	0	1	0	2	2	2
Capafonts	0	0	0	1	0	1	1	1
Colldejou	0	1	0	0	0	1	1	1
Duesaigües	0	0	0	0	0	0	0	0
Febró, la	0	0	0	0	0	0	0	0
Maspujols	0	0	0	0	0	0	0	0
Prades	1	0	1	0	0	2	2	3
Pratdip	0	0	0	1	0	1	1	1
Riudecanyes	0	0	0	0	0	0	0	1
Riudecols	0	0	0	0	0	0	0	0
Vilanova d'Escornalbou	0	0	0	0	0	0	0	1
Vilaplana	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL MBC	2	1	1	3	0	7	7	11

Taula 83: Establiments hotelers. Any 2013
Font: Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

És important destacar que del total d'establiments de la categoria hotels, els més nombrosos són els de 4 estrelles, fet força positiu en sentit genèric i que indica la voluntat i l'aposta del sector per potenciar la qualitat en els establiments i serveis. Destacar també la presència de 7 hostals i pensions a la zona, que iguala en nombre als hotels.

Places hoteleres. Any 2013								
Municipi	Hotels						Hostals i pensions	Total
	1*	2*	3*	4*	5*	Total		
Albiol, l'	0	0	0	0	0	0	0	0
Aleixar, l'	0	0	0	0	0	0	0	0
Alforja	0	0	0	0	0	0	0	0
Arbolí	0	0	0	0	0	0	8	8
Argentera, l'	0	0	0	0	0	0	0	0
Borges del Camp, les	0	0	0	0	0	0	0	0
Botarell	14	0	0	20	0	34	0	34
Capafonts	0	0	0	16	0	16	0	16
Colldejou	0	10	0	0	0	10	0	10
Duesaigües	0	0	0	0	0	0	0	0
Febró, la	0	0	0	0	0	0	0	0
Maspujols	0	0	0	0	0	0	0	0
Prades	35	0	73	0	0	108	17	125
Pratdip	0	0	0	14	0	14	0	14
Riudecanyes	0	0	0	0	0	0	8	8
Riudecols	0	0	0	0	0	0	0	0
Vilanova d'Escornalbou	0	0	0	0	0	0	16	16
Vilaplana	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL MBC	49	10	73	50	0	182	49	231

Taula 84: Places hoteleres. Any 2013
Font: Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

Pel que fa el nombre de places cal destacar que tot i haver-hi menys establiments (només 1 a la zona), la categoria que ofereix més places és la de 3 estrelles, amb 73 places localitzades a Prades, i que per tant és el de major capacitat de tot l'àmbit.

Com s'ha comentat, en tota la zona MBC només hi ha un càmpings, que és de primera categoria, i està ubicat a Prades. Aquest càmping té 663 places.

Establiments i places de càmpings, segons categoria. Any 2013										
Municipi	Luxe		Primera		Segona		Tercera		Total	
	Nº	Places	Nº	Places	Nº	Places	Nº	Places	Nº	Places
Prades	0	0	663	1	0	0	0	0	1	**663**

Taula 85: Establiments i places de càmpings, segons categoria. Any 2013
Font: Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

Pel que fa als establiments de turisme rural existents, i segons tipus i municipi, destacar la major presència de cases de poble independents (habitatges unifamiliars ubicats en els nuclis de població i on només es presta el servei d'allotjament), que representen el 50% del total d'establiments de turisme rural presents a la zona. Els municipis de l'Argentera (3) i Vilaplana, Duesaigües i Riudecanyes (2) són els que disposen de més establiments d'aquest tipus. Els que ofereix major nombre de places són l'Argentera i Duesaigües.

Tot i amb això Prades apareix com el municipi amb major nombre de places, si fem el còmput del total de tipus d'establiments, ja que disposa de 2 cases de poble compartides (habitatge unifamiliar dins de nucli de població, que comparteix el titular amb els usuaris turístics i on es presta el servei d'allotjament en règim d'habitacions i, com a mínim, d'esmorzar), amb 28 places totals.

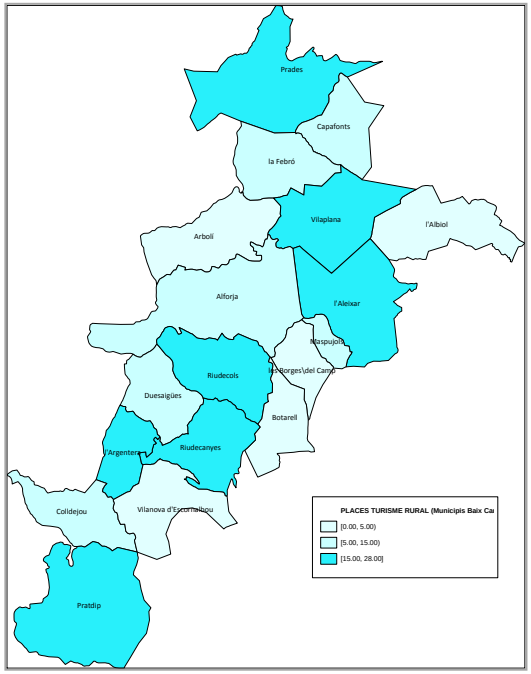


Figura 36: Places de turisme rural per municipi
Font: Elaboració pròpia, amb dades d'Idescat

Molt lluny de les xifres que presenten aquests tipus, hi apareixen les dels altres dos tipus d'establiments de turisme rural, la masia (habitatge unifamiliar fora de nucli, que comparteix el titular amb els usuaris turístics i on es presta el servei d'allotjament en règim d'habitacions i, com a mínim, d'esmorzar) i la masoveria (habitatge unifamiliar, fora de nucli de població que es lloga en règim d'habitatge rural). Així, a la zona només hi ha 3 masies i 4 masoveries, amb 20 i 32 places respectivament.

Establiments de turisme rural. Any 2013

Municipi	Casa de poble compartida		Casa de poble independent		Masia		Masoveria		Total	
	Nº	Places	Nº	Places	Nº	Places	Nºº	Places	Nº	Places
Albiol, l'	0	0	0	0	0	0	1	4	1	4
Aleixar, l'	0	0	1	7	0	0	2	13	3	20
Alforja	0	0	0	0	2	11	0	0	2	11
Arbolí	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Argentera, l'	1	7	3	13	0	0	0	0	4	20
Borges del Camp, les	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Botarell	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capafonts	1	4	1	6	0	0	0	0	2	10
Colldejou	0	0	1	5	0	0	0	0	1	5
Duesaigües	0	0	2	13	0	0	0	0	2	13
Febró, la	0	0	1	10	0	0	0	0	1	10
Maspujols	0	0	1	7	0	0	0	0	1	7
Prades	2	28	0	0	0	0	0	0	2	28
Pratdip	1	12	0	0	1	9	0	0	2	21
Riudecanyes	0	0	2	12	0	0	1	15	3	27
Riudecols	1	15	0	0	0	0	0	0	1	15
Vilanova d'Escornalbou	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vilaplana	1	13	2	13	0	0	0	0	3	26
MBC	**7**	**79**	**14**	**86**	**3**	**20**	**4**	**32**	**28**	**217**

Taula 86: Establiments de turisme rural. Any 2013
Font: Idescat, a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació.

9.1.2 Restauració

El de la restauració és un sector amb molt de moviment i molt de canvi en la seva activitat. Mentre una sèrie d'establiments tenen una sòlida experiència i antiguitat, d'altres obren, canvien de gestió o tanquen sense acabar de consolidar una activitat regular.

El Baix Camp interior és un territori on l'àmbit de la restauració i la gastronomia hi té una presència i una qualitat desigual. Podem trobar alguns establiments amb més d'una generació de servei al públic, amb una oferta gastronòmica de qualitat i amb una part de la clientela fidelitzada com a resposta al bon servei realitzat durant anys. Altres establiments ofereixen noves propostes, tradicionals o més innovadores, més o menys consolidades i que lluiten i treballen per oferir un bon servei i fer-se un nom en el territori.

D'altres, finalment, són restaurants on l'oferta i el servei responen a una situació d'estancament dels propis empresaris i on la seva predisposició de cara al turista o al propi client d ela zona deixa molt que desitjar.

Restaurants. Any 2015

Municipi	Restaurants
Albiol, l'	2
Aleixar, l'	1
Alforja	5
Arbolí	2
Argentera, l'	1
Borges del Camp, les	5
Botarell	3
Capafonts	3
Colldejou	2
Duesaigües	1
Febró, la	0
Maspujols	0
Prades	8
Pratdip	6
Riudecanyes	4
Riudecols	1
Vilanova d'Escornalbou	4
Vilaplana	2
MBC	**50**

Taula 87: Restaurants per municipi. Any 2015
Font: Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp

Amb tot això, l'oferta quantitativa se situa actualment en 50 restaurants, un nombre no molt important però suficient per donar servei a la get del territori i als visitants de les Muntanyes del Baix Camp

Analitzant la taula veiem que hi ha una distribució desigual de restaurants en el territori. En veiem en major nombre als principals pols d'atracció turística de l'interior del Baix Camp (Prades i Pratdip, per exemple) i, per altra banda, als pobles més propers a les zones més poblades i industrialitzades de la comarca (Alforja o Les Borges del Camp).

Alguns dels pobles amb recursos turístics destacats (Capafonts, Riudecanyes o Vilanova d'Escornalbou) també disposen d'una oferta notable d'establiments de restauració mentre altres municipis i punts geogràfics de la zona queden força desprotegits en aquest sentit, deixant al descobert un element primordial de l'activitat i l'oferta turística. Aquesta desprotecció ve donada, en bona part, per la manca de viabilitat actual d'aquest tipus de negoci en certes parts del territori. Per tant l'oferta de serveis turístics i la seva viabilitat dependrà de la conjunció d'interessos, d'oferta i demanda i de la capacitat de comunicació dels atributs i atractiu del territori envers dels potencials turistes.

9.1.3 Oferta complementària

L'oferta turística complementària a les Muntanyes del Baix Camp es pot distribuir en diferents tipologies. En la tria que es fa en aquest document, primerament considerarem oferta complementària a la dels serveis turístics clàssics (allotjament i restauració), les empreses d'activitats turístiques. Són aquelles empreses que ofereixen una notable diversitat d'activitats i visites guiades que complementen, enriqueixen i donen valor afegit a l'estada del turista en una zona determinada.

Per altra banda també considerarem oferta complementària els Centres d'Interpretació del Territori, espais importants que expliquen les característiques de diferents aspectes relacionats amb la zona (història, geologia, cultura, societat, natura, etc) i que són , alhora, importants dinamitzadors dels territoris turístics al fomentar la seva descoberta i coneixement.

Per la seva banda, l'existència d'oficines de turisme es pot considerar, també, una oferta que complementa l'estada del turista i que li permet conèixer els llocs d'interès i els serveis turístics, i obtenir una informació adequada als seus gustos i interessos. Les Oficines de Turisme són una infraestructura turística molt important, no sempre suficient i ben representada a les Muntanyes del Baix Camp, que com els Centres d'Interpretació fomenten la circulació i distribució de turistes pel territori.

Finalment també englobem en aquesta denominació aquells espais que no són oficines de turisme ni centres d'interpretació en sí mateixos però que es poden visitar amb horaris i dates fixades pels propis espais o bé prèviament convingudes amb els turistes i que expliquen elements concrets del territori des de diferents vessants (històric, patrimonial, etnològic, gastronòmic, etc). Són visites i espais que no tenen una voluntat generalista sinó molt concreta i local però que ajuden, també, a obtenir una informació complementària del territori que, finalment, acaba configurat les sensacions, l'experiència i l'impacte dels turistes després de la seva estada al territori.

Oferta complementària. Any 2015				
Municipi	**Empreses de turisme actiu**	**Centres d'interpretació**	**Oficines turisme**	**Visites guiades**
Albiol, l'	0	0	0	0
Aleixar, l'	1	0	0	0
Alforja	0	0	0	0
Arbolí	1	1	0	0
Argentera, l'	0	0	0	0
Borges del Camp, les	1	0	0	0
Botarell	0	0	0	0
Capafonts	1	0	1	1
Colldejou	0	0	0	0
Duesaigües	0	0	0	1
Febró, la	0	0	0	0
Maspujols	0	0	0	0
Prades	3	1	1	1
Pratdip	2	1	1	1
Riudecanyes	0	1	0	2
Riudecols	0	0	0	0
Vilanova d'Escornalbou	1	0	1	0
Vilaplana	0	0	0	0
MBC	**10**	**4**	**4**	**6**

Taula 88: Empreses d'activitats turístiques. Any 2015
Font: Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp

EMPRESES DE TURISME ACTIU

Pel que fa a empreses de turisme actiu en trobem a set municipis de les Muntanyes del Baix Camp. A l'Aleixar hi ha una hípica que, a part d'oferir cursos de muntar, de doma, etc, ofereix, també, rutes a cavall fora del recinte de la pròpia hípica. Aquestes rutes poden anar de diverses hores a més d'un dia.

Per la seva banda al poble d'Arbolí hi trobem actualment una empresa de turisme actiu que ofereix cursos de diferents nivells i modalitats d'escalada (esportiva, clàssica, en bloc) a més a més d'activitats de vies ferrates i de descens de barrancs.

A les Borges del Camp hi trobem una hípica que ofereix classes d'iniciació, salt i doma i també excursions per les Muntanyes del Baix Cap d'entre 1 i 2 hores.

A Prades, municipi amb llarga tradició turística i de serveis hi trobem tres empreses relacionades amb l'oferta complementària i el turisme actiu. Hi ha una empresa que ofereix diversos serveis de turisme de natura i aventura com són iniciació a l'escalada, excursions de senderisme interpretatiu, cursos de supervivència en la natura, tir amb arc . Aquesta empresa disposa, també, d'unes instal·lacions pròpies on es fan activitats de paint ball i activitats d'educació mediambiental.

A Prades també hi trobem una empresa de lloguer de bicicletes i de guiatge de rutes en bicicleta i, finalment, una hípica que ofereix rutes a cavall pels llocs més interessants i atractius des del punt de vista natural i paisatgístic dels voltants del poble. A Pratdip hi trobem oferta turística complementària centrada també en una hípica que ofereix excursions a cavall per la zona de la serra de Llaberia i una empresa que ofereix excursions i visites guiades a la natura a més a més de disposar un espai propi on es fan activitats de falconeria i interpretació d ela vida animal.

Finalment les Muntanyes del Baix Camp disposen també, al municipi de Vilanova d'Escornalbou, d'una hípica que, una vegada més, ofereix a més a més dels serveis típics d'aquests centres (cursos d'iniciació, de doma i de salt, etc.) excursions a cavall pels entorns naturals de la hípica.

Val a dir que tot i que els serveis d'activitats que ofereixen les empreses esmentades són força variats, el territori segueix tenint una manca notable d'empreses d'oferta complementària i sobretot es troba a faltar que l'oferta d'activitats aïllades evolucioni cap a paquets turístics combinats que guanyin interès turístic i que permetin una major i més fàcil visibilitat i comercialització. Actualment la majoria d'empreses ofereix els seus serveis sense combinar-los amb altres activitats, allotjaments o serveis de restauració cosa que treu força al seu potencial turístic.

CENTRES D'INTERPRETACIÓ

Pel que fa als espais d'interpretació del territori en trobem a Prades, Pratdip, Riudecanyes i Arbolí. Aquests espais es van crear arran del Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada (2008-2011) fruit de la voluntat del Consell Comarcal i dels ajuntaments del territori de crear una petita xarxa d'espais d'informació i interpretació que esdevinguessin un punt d'interès i atracció turística però que també servissin per dinamitzar turísticament el territori, distribuint fluxos de visitants per tots els municipis i llocs d'interès i fomentant la realització d'activitats turístiques i culturals des d'aquests espais creant, així, una oferta complementària sobre la seva pròpia visita.

CENTRE D'INTERPRETACIÓ DE LA SERRA LLABERIA

El Centre d'Interpretació de la Serra de Llaberia i Oficina de Turisme de Pratdip dóna a conèixer i descobreix al visitant els principals llocs d'interès, història i llegendes així com els diferents serveis d'allotjament, restauració i activitats que ofereix el territori. El centre compta amb tres espais temàtics. El primer d'ells, l'espai informatiu de la Serra de Llaberia, està situat a l'entrada del recinte i està pensat per explicar als visitants els valors naturals i culturals de la Serra així com els serveis, les infraestructures i les activitats turístiques que s'hi desenvolupen.

El segon és l'espai informatiu del municipi de Pratdip, on s'hi exposen i expliquen els recursos turístics i culturals més rellevants del municipi. El primer i el segon àmbit comparteixen un espai on els interessats poden rebre informació personalitzada sobre qualsevol qüestió relacionada amb la Serra de Llaberia, amb el municipi de Pratdip i amb la marca turística Muntanyes de la Costa Daurada.

En el tercer espai, anomenat l'espai d'interpretació del món mitològic, el visitant s'endinsa en aquesta nova atmosfera, on es recrea un espai molt més misteriós, amb jocs de llums clarobscurs per tal de donar una misteriosa decoració i explicar quatre històries màgiques i mitològiques. Les principals temàtiques d'aquestes històries giren entorn a la llegenda dels tresors amagats, la llegenda del Geperut i de la falsificació de monedes, la llegenda de la Fossa del Dimoni i a més, la llegenda dels Dips, els gossos vampirs que són element cabdal de la mitologia i idiosincràsia de la zona.

CENTRE D'INTERPRETACIÓ DE LES MUNTANYES DE PRADES

El Centre d'Interpretació de les Muntanyes de Prades permet, mitjançant audiovisuals i diferents mòduls, descobrir aquest àmbit, posant a prova els sentits dels visitants (vista, olfacte, tacte, oïda...), per descobrir i conèixer els secrets dels pobles i els paisatges de les muntanyes de Prades.

En el Centre d'Interpretació també hi ha l'Oficina de Turisme de Prades i una agrobotiga on hi s'hi poden comprar els productes típics de la zona (patates de Prades, mel, etc.).

CENTRE D'INTERPRETACIÓ DELS FRUITS DEL PAISATGE

El Centre d'Interpretació dels Fruits del Paisatge de Riudecanyes és un espai situat a les antigues instal·lacions de la Cooperativa Agrícola d'aquest municipi. En aquest espai s'hi disposen una sèrie d'audiovisuals, plafons i jocs interactius que permeten conèixer els diferents paisatges de les Muntanyes de la Costa Daurada i els productes de qualitat que aquests paisatges produeixen (avellana DO Reus, Oli DO Siurana, Patates de Prades IGP, garrofes, hortalisses, etc...) En definitiva és una explicació de com la gent del Baix Camp interior s'ha adaptat al territori al llarg dels segles i com l'ha treballat i utilitzat per sobreviure, per progressar i per conrear un productes de qualitat que avui en dia són reconeguts arreu.

CENTRE D'INTERPRETACIÓ DE L'ESCALADA

El Centre d'Interpretació de l'Escalada d'Arbolí és un espai obert a tothom, escaladors i no escaladors, on s'hi pot trobar tot tipus d'informació sobre el món de la escalada i tot allò que es necessita per poder-la practicar amb el màxim de seguretat i respecte per l'entorn.

El Centre està dividit en 3 àrees. La planta baixa, en la qual hi ha el bar i un espai expositiu permanent, amb vídeos i informació general de sectors, vies i dificultat. La segona planta, amb la zona de menjador, cuina d'autoservei, rentadora eixugadora i sala polivalent amb zona de biblioteca i llibres de ressenyes. I la tercera planta, on hi ha el refugi amb els serveis i les dutxes.

OFICINES DE TURISME

Les Muntanyes del Baix Camp disposen, actualment, de 4 oficines d'informació turística situades en diferents municipis de la zona. Les oficines obertes al públic són les de Prades, Capafonts, Pratdip i Vilanova d'Escornalbou.
Totes les oficines de turisme són municipals i obren, bàsicament, els caps de setmana (dissabte matí i tarda i diumenge al matí) i durant la temporada alta. La seva cobertura de dates i horaris és limitada per manca de personal i de pressupostos suficients per gestionar aquest infraestructura amb amplis serveis d'assistència turística. Per tant la informació turística entre setmana i fora de temporada alta queda molt desprotegida i el visitant pot tenir dificultats per orientar-se i informar-se en qüestions de rutes, excursions, patrimoni, serveis turístics, etc.

Les oficines de Prades i Pratdip estan situades al mateix espai on es troba el Centre d'Interpretació de les Muntanyes de Prades i de la Serra de Llaberia respectivament. Són, també espais des d'on s'ofereixen visites guiades de caràcter cultural pel municipi i des d'on s'organitzen activitats socials com la Festa Major o altres esdeveniments festius, culturals, gastronòmics, etc.

L'Oficina de Turisme de Capafonts també ofereix visites guiades pel casc urbà i organitza les principals activitats turístiques, culturals i festives del municipi, tal i com es fa, també des de l'Oficina d'informació turística de Vilanova d'Escornalbou.

Veiem doncs, que les oficines de turisme esdevenen un motor de la dinamització econòmica, social i cultural dels pobles on estan ubicades i del seu entorn. Malgrat tot, com hem comentat, l'oferta d'oficines de turisme a les Muntanyes del Baix Camp és bastant limitada si tenim en compte l'extensió del seu territori i els 18 municipis que en formen part. Es troben a faltar oficines a la zona central del territori ja que actualment trobem un tall important en la continuïtat entre les zones muntanyoses de Prades i Llaberia. Val a dir,a més a més, que la poca cobertura en dates i horaris d'obertura de les oficines de turisme és un handicap que provoca la desprotecció informativa del turista cosa que va en detriment de la imatge del territori i que impedeix un major aprofitament de recursos i serveis turístics per part dels visitants.

ALTRES EMPRESES DE TURISME ACTIU QUE OPEREN A LA ZONA

A part de les empreses de turisme actiu que tenen la seva seu social als municipis de les Muntanyes del Baix Camp, hi ha empreses que estan ubicades fora d'aquest territori però que desenvolupen una bona part o la totalitat de la seva activitat en els municipis de la zona MBC.

En aquest sentit, en el quadre següent, es mostra la distribució d'aquestes empreses en els municipis en els quals estan registrades.

Altres empreses d'activitats turístiques que actuen a les MBC	
Municipi	**Empreses**
Montbrió del Camp	1
Riudoms	1
Reus	4
Total	**6**

Taula 89: Empreses d'activitats turístiques. Any 2015
Font: Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp

A Montbrió del Camp hi trobem una empresa de vol en parapent. Aquesta empresa desenvolupa part de la seva activitat des de la zona de La Mussara i Castillejos. La seva activitat té una notable incidència en altres serveis i recursos turístics dels municipis d'Arbolí, Alforja i Vilaplana principalment, tot i que també pot tenir incidència en d'altres pobles com Prades o Capafonts.

A Riudoms hi trobem una empresa de senderisme interpretatiu, òleoturisme i d'altres activitat en la natura. És una empresa amb un llarg recorregut i experiència en l'àmbit del guiatge pel medi natural i ofereix excursions a les Muntanyes de Prades, a la Serra de Llaberia i a la zona de la Baronia d'Escornalbou entre altres destinacions del Camp de Tarragona i les terres de l'Ebre. La seva incidència sobre el territori és força destacable pel dinamisme que provoca i per la qualitat dels serveis.

Finalment, la ciutat de Reus, acull quatre empreses que desenvolupen les seves activitats total o parcialment en municipis de les Muntanyes del baix Camp.

A Reus hi trobem una empresa de senderisme interpretatiu que ofereix tot tipus de visites guiades pel medi natural i espais culturals del territori. També ofereix tastos gastronòmics, excursions teatralitzades , paquets turístics d'estades actives a les Muntanyes del baix

Camp, etc. És una empresa amb una llarga experiència, de contrastada qualitat i amb una àmplia oferta que dóna gran importància a aspectes culturals, natural i socials del territori. Trobem , també, una empresa que desenvolupa la major part d ela seva activitat a la zona de La Mussara, Vilaplana i La Febró. Els seus serveis es basen principalment en una oferta de turisme d'aventura, descens de barrancs, vies ferrates, senderisme, escalada, cursos de supervivència, etc.

També té seu a Reus una empresa de visites culturals guiades que ofereix l'acompanyament i guiatge de grups per diferents espais patrimonials del territori com la vila de Prades, Capafonts, La Mussara, el Castell d'Escornalbou o Riudecanyes. També ofereix experiències gastronòmiques i activitats i vistes turístiques guiades adaptades per a nens.

Finalment, una altra empresa de Reus ofereix una proposta de recerca activa de la salut holística, per mitjà de combinar la fisioteràpia i osteopatia, amb la teràpia floral, la geobiologia, etc. Una proposta original que desenvolupa, en part, per la zona de Muntanyes de prades i Serra de Llaberia.

Queda palès, doncs, que empreses situades fora de la zona LEADER ajuden a dinamitzar-hi activitats turístiques i, de retruc, afavoreixen altres serveis com l'allotjament i la restauració.

9.2 CARACTERÍSTIQUES I EVOLUCIÓ DE LA DEMANDA TURÍSTICA

L'estudi encarregat pel Consell Comarcal del Baix Camp a l'Observatori Turístic de la Costa Daurada per tal d'analitzar la demanda turística als municipis de les Muntanyes del Baix Camp va permetre fotografiar les característiques principals dels visitants de la zona. Tot i que es tracta d'una zona on el turisme ha tingut un desenvolupament limitat i tardà i on, en conseqüència, el nombre de visitants és relativament baix les característiques i evolució de la demanda dels visitants actuals, les seves motivacions i necessitats permeten definir estratègies de futur, tot aprofitant els segments actuals que més interessen i treballant per promoure altres segments que, tot i tenir una presència actual limitada, en el futur poden ser molt més nombrosos.

Aquestes estratègies han d'estar encaminades a incrementar el nombre de visitants i que l'increment de l'afluència permeti acomplir els objectius socials i econòmics per als quals el territori vol fomentar l'activitat turística. El turisme ha de servir per al manteniment dels recursos naturals i patrimonials, ha de permetre la millora de les condicions de vida i treball i ha de fomentar el desenvolupament i diversificació de l'activitat econòmica d'aquestes poblacions.

Les característiques de la demanda demostren que la major demanda d'experiències turístiques relacionades amb la cultura i la natura s'adiu amb l'exigència social del manteniment de les zones naturals en bon estat de conservació. Així doncs el manteniment i la cura dels valors paisatgístics són fonamentals per potenciar aquests segments.

Aquests segments estan representats actualment als dos extrems del territori, un turisme cultural a la zona de Ponent i un turisme de natura a la zona nord-est, Muntanyes de Prades i voltants. En el futur convindria que aquests segments fossin majoritaris en les dues zones i també que s'anessin estenent per la resta del territori de les Muntanyes del Baix Camp. Per això cal que els recursos amb major capacitat d'atracció funcionin com a punts de concentració i redistribució de turistes pel territori. Per aquesta raó caldria enriquir el producte turístic de la zona sud i Ponent amb els arguments del turisme de natura i alhora enriquir l'oferta de Prades i voltants amb arguments patrimonials i de turisme cultural en general.

Tot i que un anàlisi de la demanda turística posa de manifest que el territori és molt diferent pel que fa als hàbits d'ús turístic amb una mala connectivitat horitzontal entre un extrem i l'altre de les Muntanyes del Baix Camp i amb una part central que fa de frontera entre zones, hi ha prou factors que poden contribuir a relligar aquest territori. Per un

costat el fet simbòlic de ser les "Muntanyes de la Costa Daurada"; per altre costat, disposar de recursos històrics, etnològics i naturals de tipologia comuna i, finalment, tenir una part central molt ben connectada que ha de fer la funció de captació i distribució cap als altres àmbits. El senderisme, el turisme actiu, les visites culturals i la gastronomia han d'assumir bona part de la responsabilitat de difondre els valors del territori.

L'evolució de la demanda turística apunta a que el Baix Camp interior pot esdevenir, a mitjà termini, una destinació turística atractiva i de qualitat per la qual cosa cal començar a pensar en la captació de visitants d'altres productes turístics propers i més coneguts i consolidats com Poblet, Priorat, Platja o Port Aventura. Aquesta estratègia, però requereix primer de la creació i millora d'infraestructura turística, allotjament especialment, però sobretot de productes turístics que permetin fruir d'experiències d'oci i/o de cultura.

9.2.1 Mercat i imatge de destí

SOBRE EL PRODUCTE

Una de les principals motivacions de visita a la zona té a veure amb atractius de caràcter cultural. Així per ara només la visita al Castell d'Escornalbou permet identificar un volum significatiu de moviment turístic. Tot i amb això, cal dir que fins a dia d'avui no s'ha relacionat el concepte "cultural" a les activitats de la vida quotidiana, als productes autòctons o a l'intercanvi de coneixements i experiències amb les formes de vida particulars de la zona. Per aquesta raó convindria fomentar la possibilitat de desenvolupar productes turístics relacionats amb la història i les formes de poblament i, per tant, per exemple, amb els recursos següents: les ermites, la Vila Vermella de Prades, les construccions de pedra seca (marges i clapers), l'arquitectura popular, les viles com l'Argentera, etc.

Així, si tornem a prendre per exemple la visita al castell d'Escornalbou, entès com a atractiu cultural, aquesta es basa fonamentalment en el seu valor arquitectònic i històric i, per tant, remet l'experiència de la seva visita a un fenomen d'observació del passat, sense majors possibilitats d'interacció cultural, per no haver articulat un producte que amplií les activitats in situ i on es promogui vivències amb la cultura de la zona.

El gaudi de la natura també esdevé un dels principals atractius de la zona. Actualment aquesta activitat es concentra en major mesura a la zona de Prades i zones properes però també, darrerament a la Serra de Llaberia hi ha un important moviment d'excursionistes i senderistes. Per la seva banda, a la zona de la Baronia d'Escornalbou hi té un menor impacte tot i el seu evident potencial en aquest sentit.

L'oferta gastronòmica de la zona s'ha vist enfortida en els últims anys. Aquesta es sustenta sobre la base dels productes agrícoles de la zona (oli, fruits secs, patates, mel) incorporant també la caça i els bolets, i utilitzant, fins i tot, elements de la gastronomia de costa (peix, romesco). Tot i aquest enfortiment, seria desitjable que aquest sector es desenvolupés més i contemplés una major varietat d'establiments per a ampliar i diversificar segments de mercat. Cal dir que aquesta gastronomia és susceptible d'esdevenir un dels principals eixos de cohesió conjunta entre els diferents sub-sectors en queda dividit el Baix Camp Interior.

L'oferta d'allotjament també ha crescut notablement durant els darrers anys, fet que es valora molt positivament des de l'òptica de desenvolupament turístic. El sector privat ha apostat fort en molts casos en aquest sector econòmic i això ha de possibilitar aquests municipis a entendre que aquest sector pot ser el motor del desenvolupament de la zona. A més, durant aquest període s'ha fomentat que aquests establiments s'articulessin en forma d'associació i la relació que s'ha establert entre ells pot ser beneficiosa ja sigui per la generació de producte com per la implantació de polítiques de desenvolupament turístic en aquests municipis (poden convertir-se en un grup de pressió).

SOBRE EL PREU

En termes generals, considerem que les Muntanyes del Baix Camp presenten un esquema de preus perfectament compatible amb la variable "producte" i suficientment versàtil per a la varietat de públics.

El principal problema que es detecta en la variable "preu" el trobem en l'àmbit dels allotjaments rurals. A hores d'ara, cada propietari marca, evidentment, les seves tarifes en base les seves característiques concretes i en base la competència. Per tant, és la pròpia regla de l'oferta i la demanda qui regula per si sola els preus dels establiments. Tot i amb això, des del punt de vista del client, aquesta manca de categorització qualitativa dels establiments (que, recordem, és a nivell genèric de la regió) pot acabar generant expectatives insatisfetes en l'usuari i, per tant, acabar afegint imputs negatius a la imatge de la zona.

SOBRE LA PROMOCIÓ

Fins fa pocs anys (2009-10 aproximadament) la promoció es va realitzar amb criteris molt sectoritzats o particulars, promocionant atractius o serveis turístics de forma directa i aïllada, i considerant en poques ocasions la conveniència d'una imatge comuna o la necessitat del posicionament de la zona com a destí i com un negoci de tots.

Tot i que es van editar fulletons temàtics de rutes (BTT, senderisme, cotxe) sobre la comarca en general i, alguns, sobre els municipis d'interior en particular, la major part de municipis de la zona han editat fulletons d'informació municipal que, en la majoria dels casos, no s'han plantejat des d'un punt de vista de comercialització turística i, menys encara, evidenciant una pertinença a un àmbit turístic més ampli o genèric. Aquest fet ha derivat en el que podríem denominar "soroll promocional", desarticulat i inconnex, tot i les bones intencions de tots els agents. És evident que al turista el que li atreu és la destinació com a concepte, no un determinat lloc o municipi.

Val a dir, però, que arran de l'execució del Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada (2008-2011) i des de llavors, s'ha treballat a fons i conjuntament amb el territori per generar imatge de marca, per homogeneïtzar el material promocional i per fer una comunicació turística amb voluntat d'oferir una imatge de territori cohesionat. Aquest objectiu no sempre s'ha complert ja que molts municipis han seguit practicant el "soroll promocional". Tot i les dificultats d'assentament de la marca Muntanyes de la Costa Daurada (tota marca turística requereix d'un temps per poder esdevenir un referent per a productes o territoris) poc a poc es va consolidant i cada cop més el propi territori la sent com a pròpia.

A nivell d'establiments, fins fa ben poc, els agents dedicaven la major part dels seus esforços a vendre's a nivell particular. La constitució de l'Associació de Turisme Rural del Baix Camp, tot i tenir evidents dificultats de dinamització i capacitat de mobilització ha suposat un cert canvi de rumb en aquesta dinàmica i actualment els agents ja són conscients de que no s'ha de considerar l'establiment veí com a "competència" sinó com un "aliat".

Així doncs, s'entreveu una oportunitat important de millorar les condicions del mercat sempre i quan s'executi una estratègia promocional orquestrada, que promogui en primer lloc la zona en conjunt i, dins aquest marc genèric, els municipis, serveis o atractius específics.

SOBRE EL "PLACING"

A nivell general, tot l'esforç realitzat per l'Administració per col·locar/vendre/ofertar la zona es realitza des de la pròpia zona. Això vol dir que, a dia d'avui, no es realitza cap acció estructurada de venda de producte a l'exterior (tret d'emissions puntuals de fulletons a fires) i que, per tant, aquesta comercialització està subjecta en bona part a la demanda generada pels turistes ja presents al territori.

En bona part dels casos, els turistes actuals arriben a la zona per recomanacions o referències de tercers (boca-orella). Aquest fet no és en sí negatiu, ja que esdevé un referent evident dels atractius que la zona ofereix, tot i que és una mostra de que resta molta feia a fer en quant a l'estratègia de venda turística del territori. Així, segons dades que es conclou d'un anàlisi de la demanda actualment l'organització del viatge a les Muntanyes del Baix Camp és molt improvisada.

A nivell general internet i les xarxes socials comencen a tenir un impacte important per a l'elecció del Baix Camp interior com a destí turístic i per a fer reserves i pagaments del viatge. Amb tot i malgrat els esforços que s'estan duent a terme en aquest sentit, en aquest àmbit hi ha molt de camp per córrer ja que la promoció i l'impacte d'aquests mitjans és baix comparat amb altres destins turístics.

9.2.2 Característiques de la demanda turística global en el moment actual

L'entorn econòmic, demogràfic, cultural, polític i tecnològic fan preveure, malgrat la crisi econòmica soferta durant els darrers anys, una tendència de fons, a mig i llarg termini, de sosteniment de la demanda turística en els països desenvolupats i, en particular, de relatiu creixement de la demanda catalana i espanyola.

Les formes de consum turístic estan experimentant canvis importants que són conseqüència de múltiples factors de caràcter econòmic, tecnològic, laboral, cultural i polític. Entre ells es poden destacar: l'augment del temps de vacances, la concentració urbana de la població, l'avançament de l'edat de jubilació i les possibilitats de turisme social per a aquesta franja de població, la modificació de les escales de valor individuals, l'aparició de noves necessitats de lleure i l'aparició de noves tecnologies de comercialització.

Els principals canvis qualitatius de la demanda que afecten els mercats turístics són:

a) Exigència de majors nivells de confort i estètica ambiental
b) Exigència de major qualitat i personalització dels serveis
c) Canvis en l'estructura motivacional dels turistes
d) Fraccionament i augment progressiu dels dies de vacances
e) Segmentació de la demanda
f) Demanda de productes territorialment integrats, amb un important respecte i valor a les tradicions
g) Creixent utilització d'Internet en l'obtenció d'informació per l'elecció de destins turístics, reserves i pagaments de viatges turístics
h) El turista en general té més experiència en viatjar que fa uns anys
i) El turista busca la seva individualitat
j) Augment de l'organització individual
k) Contractació de viatges a última hora i low-cost
l) Viatges a la carta (Dynamic Packaging)
m) Importància i comprensió de la relació qualitat-preu
n) Consum turístic responsable i sostenible
o) Aprofitament màxim del temps. El temps és diners.

L'aparició de noves tendències en la demanda de productes turístics, especialment a partir de la segona meitat de la dècada dels anys vuitanta, està vinculat al desenvolupament de nous productes.

El factor que pot incidir d'una manera més notable i de manera més favorable sobre l'activitat turística de la zona és l'aparició de productes especialitzats que donin resposta a les necessitats de segments de demanda concrets.

9.3 ELS RECURSOS TURÍSTICS

9.3.1 Patrimoni natural i territorial

El patrimoni natural és un del recursos més importants de què disposa el territori de les Muntanyes del Baix Camp. Les serres de Llaberia, de Pradell-l'Argentera i de Prades combinen paisatges ben diferents, amb una rica vegetació mediterrània de la que sobresurten el pi, l'alzina i la garriga, així com conreus d'avellaner, d'olivera i també alguns de vinya. Els pobles de la zona, amb els seus masos i ermites, hi apareixen perfectament integrats, i són punts idonis d'arribada i sortida d'excursions a peu, en cotxe o en BTT.

Les Muntanyes del Baix Camp compten amb tres zones incloses en el Pla d'Espais d'Interès Natural (PEIN): la de les Muntanyes de Prades, la de les serres de Pradell- l'Argentera, la de la serra de Llaberia. Aquests espais són un element de gran atractiu en quant al turisme de natura i al turisme actiu i és enmig d'aquest patrimoni natural i territorial on es desenvolupen la major part de les principals activitats turístiques que es practiquen a la comarca com el senderisme, BTT, escalada, etc.

El Baix Camp interior mira de posicionar-se turísticament com a destinació potencial per a tot aquell públic interessat en tenir contacte amb la natura, practicar activitats a l'aire lliure, etc. És per això que es considera el medi natural de els Muntanyes del Baix Camp com a element primordial, a preservar, a potenciar i a comunicar per tal de fer del territori una destinació atractiva i de qualitat.

Podríem destacar com a elements naturals més destacables i atractius els que s'anomenen a continuació.

- **Tossal de la Baltasana** (1.201 m). Ofereix espectaculars vistes. S'hi accedeix pel sender de gran recorregut GR-171, a prop de Prades.
- **La Roca Foradada**. S'hi accedeix des de Prades, en una deliciosa excursió apta per a tota la família. També hi ha una Roca Foradada prop de Capafonts i una altra prop de Pratdip.
- **Els Motllats** (1.036 m). Altiplà situat als municipis de Capafonts, Vilaplana i Mont-ral.
- **Cova de les Gralles i font de la Llúdriga**. La grandiosa cova té accés des de Capafonts. A prop hi ha la font de la Llúdriga, que mai no s'asseca.
- **Avencs i Gorgs de la Febró**. Travessar els avencs de la Febró -6 metres d'amplada, 30 de fondària i 250 metres de llargada- és tot un atractiu per als excursionistes. Els gorgs són una piscina natural d'aigua fresca.

- **Mirador de la Mussara** (990 m). El poble deshabitat de la Mussara, al terme de Vilaplana, ofereix impressionants vistes panoràmiques.
- **Camí de les Tosques**. Surt de Vilaplana hi puja fins a la Mussara. Un magnífic exemple d'antic camí de ferradura.
- **Boscos d'Escornalbou**. Gran superfície boscosa amb nombroses representacions mediterrànies d'arbres, dels que destaca una petita sureda.
- **Mola de Colldejou** (914 m). Situat entre les serres de l'Argentera i de Llaberia, ofereix vistes excel·lents.
- **Cova de Pratdip o del Blai i avenc de la Muntanya Blanca**. Destaquen per la profunditat i el seu aire llegendari i misteriós.
- **Boscos de Castillejos**. Situats en bona part al municipi d'Arbolí, duen el nom de l'antic campament militar que hi va funcionar des de 1950 al 2000.
- **Alzina del Mas de Borbó**. Catalogada com a arbre monumental per la seva antiguitat (més de 1.000 anys) i dimensions (24,5 metres de capçada). Es considera la més antiga i gran de Catalunya. Està situada prop de l'Aleixar.
- **Pantà de Riudecanyes**. Molt integrat en el paisatge, esdevé un indret bucòlic a tocar de Riudecanyes i a prop del castell-monestir d'Escornalbou.

9.3.2 Patrimoni arquitectònic

Els municipis d'interior i de muntanya de la comarca del Baix Camp acullen importants mostres de patrimoni arquitectònic i monumental de diverses èpoques històriques, en diversos estats de conservació i de diferents usos (polítics, religiosos o civils). És per tan una territori ric en patrimoni arquitectònic que en alguns casos té ja un reconeixement afermat mentre que en d'altres calen accions de recuperació o bé de millora i de promoció adequada d'aquests recursos.

Des de pintoresques ermites envoltades de natura fins a un imponent monestir carregat d'història, el territori és dipositari d'un important llegat històric i monumental que dóna forma i contingut al paisatge d'aquestes contrades. La història hi ha deixat l'empremta de diferents cultures i estils arquitectònics: torres romanes i sarraïnes, temples romànics, gòtics, barrocs i renaixentistes, arquitectura industrial del segle XIX...

Entremig de tots els elements patrimonials de més renom, en sobresurt l'arquitectura tradicional i popular característica dels petits pobles, adaptats a les imposicions d'un terreny irregular. Les façanes de les cases solen estar fetes amb pedra, o bé estan pintades amb tons ocres. Tots aquests pobles destaquen per la seva sobrietat, pels seus carrers estrets i costeruts i per l'abundància de racons plens d'encant i, sobretot, pel seu aire rural.

Podríem destacar com a elements patrimonials més destacables i amb més potencial d'atracció els que s'anomenen a continuació.

- **Vila de Prades i ermita de l'Abellera**. En destaca l'església, la plaça Major porticada, la font renaixentista, i el portal d'accés. A l'ermita de l'Abellera s'hi venera la patrona dels apicultors catalans. La verge du a la corona 50 abelles amb la seva reina.
- **Castell-monestir de Sant Miquel d'Escornalbou**. Originari del segle XII, va ser força restaurat a principi del segle XX. L'interior, obert a les visites, permet contemplar l'església romànica, la sala capitular, les restes del claustre i diverses estances senyorials amb objectes antics.
- **Poble deshabitat de la Mussara**. Aquest poble d'aire misteriós està deshabitat des de 1959. Només en resten dempeus les parets i el campanar de l'església de Sant Salvador, en procés de rehabilitació.
- **Nucli antic i Castell de Pratdip**. De les seves cases en sobresurt el castell, que corona la vila, a l'interior de la qual destaquen les dues torres de defensa quadrades i l'església parroquial.

- **Torres de defensa de l'Arbocet**. Aquest nucli pertanyent a Vilanova d'Escornalbou té dues torres de guaita: la rodona, que segons la tradició hostatjava els cristians, i la quadrada, que va ser habitada pels moros.
- **Viaducte dels Masos**. Construït el 1893 a Duesaigües, i catalogat com a Element del Patrimoni Industrial de Catalunya, compta amb catorze arcades de totxo vermell i pedra, distribuïdes en dos nivells.
- **Església de Sant Martí de l'Aleixar**. És un exemple de com eren les esglésies catalanes abans que fossin cremades durant la Guerra Civil. El temple es va salvar de la destrucció i per això el seu interior es conserva gairebé tal i com va ser concebut, amb magnífics retaules barrocs i un orgue monumental de la mateixa època. Segons la tradició, s'hi conserva un bocí de la túnica de Jesús.

9.3.3 Patrimoni cultural i festiu

El patrimoni cultural i festiu de les Muntanyes del Baix Camp està íntimament lligat a la cultura mediterrània i al seu estil de vida. Tots els pobles celebren festes majors i altres fires i festes arrelades al territori des de fa molt de temps. Se'n troben arreu, i de caire ben divers: festes majors a tots els pobles, diades gastronòmiques a Capafonts, Prades, Pratdip o l'Argentera; romiatges religiosos a Pratdip, Alforja o Prades; celebracions lligades a la pagesia, al foc o a les estacions de l'any, etc.

La cultura també és present a les Muntanyes del Baix Camp a través de concerts de música clàssica, a l'Aleixar o a Prades, i de rutes literàries com la de l'Aleixar i Maspujols.

El patrimoni cultural i festiu esdevé un recurs i un atractiu turístic que alguns municipis saben aprofitar turísticament per atraure visitants i dinamitzar econòmica i socialment el seu poble. Per altra banda, molts municipis celebren les seves festes d'una manera molt íntima i local quan gràcies al seu profund contingut històric , cultural i folklòric podrien esdevenir potents elements d'atracció per a un públic interessat en aquest àmbit. Cal, doncs, aprofitar aquest potencial de fons, fer-lo aflorar i donar-li l'impuls necessari per tal que les múltiples fires i festes que se celebren a les Muntanyes del baix Camp esdevinguin un recurs turístic potent i amb capacitat d'atraure tan als visitants més interessats en temes culturals com a un públic més genèric i variat.

Les principals festes i celebracions que es fan a les Muntanyes del Baix Camp son les que s'anomenen a continuació.

- **Festa popular del Mandongo** (Capafonts). Es tracta d'un esmorzar popular a base de mandongo, menja tradicional que es feia al poble el dia de la matança del porc. Se celebra al febrer, i va acompanyada de parades amb productes típics locals, com mel, orelletes o fruits secs.
- **Festes de l'Oli Nou**. Se celebren el darrer trimestre de l'any, a Alforja, Riudecanyes, Maspujols, Duesaigües, Vilanova d'Escornalbou, Vilaplana i les Borges del Camp. Esdevenen la presentació oficial de l'oli de la DOP Siurana de la recent collita.
- **Concurs Internacional de Gossos d'Atura** (Prades). Pastors procedents de Catalunya, el País Basc i França competeixen amb els seus gossos en l'habilitat del tancament dels ramats d'ovelles. Se celebra a l'agost.
- **Festes de la Mare de Déu de la Riera** (les Borges del Camp). Declarades Festa Tradicional d'Interès Nacional per la Generalitat. Inclouen processons,

espectacles pirotècnics i un Ball de Diables distingit com a Element Festiu Patrimonial d'Interès Nacional. Se celebra al setembre.

- **Cicle de concerts "Els Orgues de Catalunya"** (l'Aleixar). L'impressionant orgue barroc (1735) de l'església de Sant Martí protagonitza a l'estiu un dels concerts d'aquest consolidat cicle.
- **Ruta artística i literària Mir-Manent** (L'Aleixar/Maspujols). Una passejada a peu pels bells indrets que van inspirar el pintor Joaquim Mir i l'escriptor Marià Manent. L'itinerari es pot seguir amb un llibre de ruta i un mapa.
- **Festa del Cava** (Prades). Durant tota una nit, al mes de juliol, raja cava de la font renaixentista de la vila. El jovent hi acudeix per beure i ruixar- se amb el líquid escumós i ballar la música de les orquestres que toquen a la plaça Major.
- **Festa de les Rastres** (Vilaplana). El dia 5 de gener, destaca un acte en què els nens i les nenes arrosseguen llaunes pels carrers tot fent un soroll ensordidor. D'aquesta manera, eviten que els Reis d'Orient passin de llarg del poble.
- **Altres esdeveniments**. A la majoria de pobles se celebren lluïdes festes majors, actes de Carnaval, fogueres de Sant Joan, processons de Setmana Santa i festes patronals

9.3.4 Altres recursos i modalitats turístiques

GASTRONOMIA

Els municipis de les Muntanyes del Baix Camp integren importants mostres de manifestacions gastronòmiques i culinàries que se celebren en molts municipis de la zona (Alforja, Maspujols, Vilaplana, les Borges del Camp, Prades, Capafonts...). Són expressions culturals i festives vinculades a productes com l'avellana, l'oli, les patates, els bolets o les herbes aromàtiques.

Els aromes i sabors del territori són els d'una cuina tradicional transmesa de generació en generació, amb ingredients reconeguts oficialment per la seva qualitat, com l'oli de la Denominació d'Origen Protegida (DOP) Siurana, la DOP Avellanes de Reus, o la Indicació Geogràfica Protegida (IGP) Patates de Prades. No obstant el seu fort arrelament a la terra, la cuina de les Muntanyes del Baix Camp també se serveix dels nous productes i tendències gastronòmiques actuals.

Tot plegat dóna com a resultat plats i combinacions de gran qualitat que se serveixen en diferents establiments d ela zona. Per altra banda, els productes gastronòmics de qualitat també són presents en agrobotigues i altres punts de venda als municipis d ela zona MBC.

Els productes més destacats en l'àmbit d ela gastronomia local són els que es relacionen a continuació.

- **Oli DOP Siurana**. El prestigi d'aquest oli d'oliva verge extra és conseqüència directa de la seva qualitat i d'una producció acurada. Els principals municipis productors de la zona són Riudecanyes, Maspujols, Vilaplana, l'Aleixar, Alforja, les Borges del Camp, Riudecols, Duesaigües, Pratdip, Botarell i Vilanova d'Escornalbou.
- **DOP Avellanes de Reus**. La seva dolçor i sabor característiques converteixen l'avellana que es conrea en aquesta zona en la reina de moltes especialitats culinàries tradicionals, des dels primers plats fins a les postres.
- **IGP Patates de Prades**. La qualitat d'aquest tubercle rau en la idoneïtat del clima i el sòl, l'alçada dels conreus (a més de 1.000 metres) i l'experiència dels pagesos i productors de la zona, que es localitza als municipis de Prades, Capafonts, la Febró i Arbolí. Altres productes de qualitat.

- També tenen anomenada productes tan diversos com els bolets, les carns, els embotits, la caça, les castanyes, la mel, el formatge, el menjar blanc, les orelletes o el vi moscatell, així com especialitats de pastisseria i rebosteria.

TURISME ACTIU

Les Muntanyes del Baix Camp són un territori idoni per a la pràctica de diferents modalitats de turisme actiu, amb propostes que presenten diferents nivells de dificultat. Això converteix la zona en un recurs esportiu i de lleure ideal per a tot tipus d'usuaris, des dels que opten per l'escalada o les ascensions en bicicleta tot terreny, fins a famílies que prefereixen passejades tranquil·les enmig de la natura.

El senderisme és un dels recursos principals de la zona, amb nombrosos camins i itineraris, part dels quals estan tematitzats en funció del lloc per on transcorren, ja siguin espais naturals, conreus o terres de llegendes. Alguns dels itineraris també són aptes per fer en BTT.

Actualment, des del Patronat Comarcal de Turisme s'està treballant en un ambiciós projecte de dinamització i promoció del turisme a peu pel Baix Camp interior. En aquest sentit s'ha creat una xarxa de camins que uneix tots els pobles d'interior de la comarca. La xarxa, que integra camins tradicionals, GRs, PRs i senders locals té una extensió de 420 km i permet a l'excursionista anar d'un lloc a l'altre del territori seguin la senyalització col·locada i caminant per camins i senders desbrossats i adequats per a la pràctica del senderisme. Com ja s'ha dit en altres punts, el senderisme ha d'esdevenir un recurs clau i transversal a partir del qual donar dinamisme a altres recursos turístics i a les empreses de serveis.

L'escalada és un altre dels grans atractius de l'interior del Baix Camp. La Mussara i Arbolí són dos dels principals indrets de Catalunya per a la pràctica d'aquest esport d'aventura. La quantitat i qualitat de roca calcària, així com el clima, fan d'aquestes muntanyes un dels punts preferits pels escaladors, que hi practiquen les modalitats esportiva, clàssica i bloc.

Així doncs, les principals activitats de turisme actiu i d'aventura que es poden practicar a la zona són els següents:

- **Senderisme.** Amb rutes per paratges boscosos (Muntanyes de Prades), pobles plens d'història (Camins de la Baronia d'Escornalbou), escenaris de mites i llegendes (Terra de Dips), o espais agraris (Paisatges de l'Avellana). Per la zona hi travessen rutes de gran recorregut (GR 7, GR 65-5) i altres de petit recorregut (PR C6, PR C18, PR C88). El projecte de creació de la xarxa de camins amplia i multiplica el potencial d'aquest recurs.
- **BTT.** Alguns trajectes estan pensats per als més aventurers, mentre que altres circuits són ideals per a tota la família. A Mont-roig del Camp hi ha un Centre BTT, amb serveis i informació sobre rutes que transcorren per l'interior dels municipis inclosos en la zona LEADER.
- **Escalada.** Els cingles d'Arbolí són coneguts per escaladors d'arreu del món. Destaquen també els cingles de la Mussara i de la Serra de Llaberia.
- **Touring.** La zona posa a disposició del visitant itineraris per fer en vehicle motoritzat, amb rutes com la de les Muntanyes de Prades, la de la Serra de la Mussara, la de la Baronia d'Escornalbou, o la dels Paisatges de l'Avellana.
- **Hípica.** Diversos centres repartits per les Muntanyes de la Costa Daurada –a Prades, Vilanova d'Escornalbou, l'Aleixar i les Borges del Camp, Pratdip, etc– ofereixen la possibilitat de practicar l'equitació enmig de la natura.

9.4 EIXOS DE RELACIÓ TERRITORIAL DELS RECURSOS SINGULARS

Tot i el fort increment de creació d'establiments d'allotjament a la zona durant els darrers anys, a dia d'avui encara és destacable la manca de propostes recreatives i d'oci a tot el conjunt de la zona.

Les actuals dinàmiques de visitants de dia, sembla que siguin les que millor es poden acollir. Però actualment hi ha prou arguments per intentar superar aquesta situació millorant la qualitat de l'oferta existent i prenent com a base algunes de les activitats més singulars que ja s'hi realitzen.

La creació d'hípiques a diferents municipis de la zona com Vilanova d'Escornalbou, Les Borges del Camp o l'Aleixar i la presència de l'escalada a la Mussara, a Arbolí o a diferents zones d ela Serra de Llaberia (Colldejou, Pratdip...) són els exemples més reeixits d'activitats consolidades però que no tenen el grau de consideració, ni per les autoritats locals ni per els habitants del territori, del potencial existent. Això també passa amb altres activitats de turisme actiu per a les quals el territori té unes qualitats òptimes. Així mateix el turisme cultural disposa de recursos suficients per desenvolupar una oferta millor d'activitats, el castell d'Escornalbou és un element clar, però també la Vila de Prades o l'important patrimoni etnològic dels anomenats "clapers" del municipi de Pratdip, entre molts altres possibles exemples.

La potencialitat turística de la zona es veu reforçada per l'existència d'un mercat molt proper. El turisme de sol i platja de la Costa Daurada, reclama cada cop més i millor oferta complementària per millorar la seva pròpia competitivitat turística. Això és una oportunitat que no solament es pot aprofitar des de la vessant de l'increment de l'oferta de productes i activitats de lleure, sinó que en poden sortir clarament beneficiats sectors molt concrets com el de l'allotjament i la restauració. Ara bé, el món del turisme és molt competitiu i cada cop s'incorporen més territoris a l'oferta d'activitats de lleure. És per això que cal crear una oferta diferenciada, pròpia i singular, en la qual tots els municipis hi tinguin un paper a jugar i es fonamenti la seva oferta amb els arguments territorials que li siguin més propis.

D'aquesta manera, tal com es desprèn de les dades que l'Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada ha recollit a través d'enquestes als turistes que s'allotgen als municipis Salou-Cambrils-La Pineda, hi ha un segment important d'aquestes persones que arriben a la zona motivats per la natura i/o per la cultura. Així, extrapolant dades, s'obté que en aquests municipis (tram central de la Costa Daurada) uns 145.000 turistes tenen interès en la visita a llocs culturals i de natura, representant un 5% del total de turisme de Salou, Cambrils, La Pineda. Tot seguit es presenten les dades més rellevants d'aquests turistes:

PREGUNTES FORMULADES	RESULTATS DESTACATS
En quin tipus d'establiment s'allotja?	Hotel: 77%
Edat:	65 anys o més: 27%
	55 a 64 anys: 25%
	35 a 44 anys: 18%
Lloc de residència habitual:	Regne Unit: 16%
	França: 12%
	Barcelona: 10%
Raó principal per visitar la zona (en 1r lloc)	Cultura: 77%
	Natura: 23%
Raó principal per visitar la zona (en 2n lloc)	Natura: 24%
	Tranquil·litat: 9%
Amb qui ha vingut al municipi?	Familiars adults de 36 i més: 49%
Quantes vegades ha estat al municipi comptant la present?	1 vegada: 61%
Ve cada any?	No: 85%
De quina forma ha organitzat el viatge?	Agència de viatges: 71%
Llocs de visita durant el viatge actual:	Tarragona: 63%
	Barcelona: 35%
Mitjà de transport utilitzat per arribar a la zona:	Cotxe: 50%
	Avió: 31%
Digui la 1a paraula associada al lloc que se li acudeixi:	Bonic/Paradís: 22%
	Vacances: 8%
	Relax: 8%
Cost del paquet turístic:	De 200€ a 300€: 20%
	De 501€ a 900€: 16%
Despesa total durant l'estada:	De 200€ a 300€: 29%
	Menys de 200€: 22%
Temps d'antelació per escollir el viatge:	De 16 a 30 dies: 38%
	De 31 a 60 dies: 20%
Quantes nits passarà en el municipi en el qual s'allotja?	7 nits: 21%
	14 nits: 13%
	4 nits: 12%

Taula 90: Característiques dels turistes amb motivacions de natura o cultura allotjats a Salou-Cambrils-La Pineda
Font: Observatori de la Fundació d'Estudis Turístics de la Costa Daurada

A aquests turistes, doncs, se'ls poden oferir activitats complementàries a les que troben en els municipis de costa. Com veiem molts d'ells gaudeixen d'una estada llarga (7 o 14 nits) i evidentment això possibilita que disposin del temps necessari per fer visites culturals o de natura (els seus interessos) a territoris propers (com el que ens ocupa).

A més cal posar de manifest que molts d'aquests turistes són estrangers, i de mitjana o elevada edat. Això implica un disseny d'activitats i d'accions de marketing (fulletons, productes, etc.) adaptades a les seves necessitats.

Els territoris esdevindran turístics en funció de la quantitat i qualitat de l'oferta d'activitats i atractius. La zona ha de saber aprofitar els atractius de l'entorn, el ja citat turisme de sol i platja, els balnearis, l'oferta de golf que en aquest territori es presenta a Pratdip o el vi del Priorat, etc. Però també ha de ser conscient de la potencialitat dels recursos propis com les activitats de natura i muntanya a la Mola de Colldejou i a la serra de Llaberia, la història del Castell d'Escornalbou i els municipis de la Baronia, l'atractiu del futur Parc Natural de les Muntanyes de Prades, l'escalada, el senderisme, etc. La xarxa de camins i els entorns metropolitans propers esdevenen una oportunitat pel desenvolupament d'activitats noves i amb noves projeccions. L'hípica i la BTT, són exemples d'activitats que requereixen, a part de la necessària iniciativa privada, d'una actitud activa de les administracions locals per tal de facilitar aquestes activitats mantenint els camins de forma adequada per practicar-les.

El turisme, que ens sembla tan antic, és sempre nou en les formes, i no sempre la població el rep en les millors condicions. Moltes vegades el turisme es veu com una pèrdua de personalitat i no com l'oportunitat de garantir el manteniment de les particularitats de cada lloc.

Per això, posar en valor el patrimoni local, millorar les condicions per la implementació de l'allotjament rural i sobre tot posar en valor les produccions agràries i artesanals han de ser la forma de difondre, entre la població, les oportunitats econòmiques que del desenvolupament del turisme es desprenen.

Per poder fer participar tot el territori en aquest procés, i evitant per tant una competència estèril entre municipis, és necessari establir arguments a potenciar a cada un d'aquests municipis. Així, a través de la representació cartogràfica, s'aporten nous elements de constatació d'aquesta realitat que contribuirà a trobar el paper de cada municipi en el conjunt.

Els mapes que acompanyen aquest punt representen uns eixos de relació argumental per a cada grup de singularitats:

- Els eixos de color **verd** relacionen els municipis amb arguments singulars relacionats amb el **medi natural**.
- Els de color **blau** relacionen els municipis amb arguments singulars relacionats amb el **medi humà**.
- Els de color **marró** relacionen els municipis amb arguments singulars relacionats amb els **productes agraris**.

El primer mapa amb l'eix de color verd relaciona els municipis on el turisme de natura pot tenir un caràcter més recreatiu i didàctic, el senderisme, la bicicleta, el contacte amb la natura en família, etc. En el segon, les activitats proposades són de caràcter més esportiu, l'escalada, l'espeleologia, però també les activitats que requereixen un esforç físic important com la bicicleta de muntanya en la variable més esportiva, són les activitats més importants. En aquests mapes es posa clarament de manifest l'existència de dos pols territorials clars amb unes franges lliures al mig que evidencien que els valors naturals són notables als extrems de la comarca (Muntanyes de Prades i les serres de Llaberia i la mola de Colldejou).

Pel que fa al medi humà s'han utilitzat dos arguments bàsics: la història i el poblament, tots dos representats per eixos de color blau. També en aquest cas apareixen elements de discontinuïtat entre els municipis del nord i els del sud tot i que també és cert que hi ha clars elements de connexió (itineraris entre ermites o entre pobles) que fan possible aquests lligams. L'argument Història recull els elements del patrimoni arquitectònic que tenen valor històric, monumental o simbòlic. El segon mapa, el de poblament, es refereix a la utilització del patrimoni més popular, des de les construccions de pedra seca als molins, i on també hi tenen cabuda els municipis amb un cert encant tradicional. En aquest cas, també apareix una certa discontinuïtat d'aquests arguments en el centre de la comarca, tot i que menor que en el cas del medi natural.

Evidentment d'aquesta interpretació no n'ha de derivar l'errònia conclusió de que els municipis centrals han de quedar fora de la dinàmica turística. Aquests municipis són precisament els millors comunicats i, en molts casos, s'han incorporat a l'oferta d'allotjament rural amb cert èxit i, per tant, poden jugar un paper important de retenció de turistes de pas, de captació de fluxos i de redistribució d'aquests cap als centres d'interès.

Finalment els productes agraris, representats en els dos últims mapes, són els arguments que relliguen tot el territori i, per tant, han de jugar un paper fonamental d'integració i de diferenciació de l'oferta turística. Si bé és cert que els productes agraris es relacionen directament amb la gastronomia com a forma de posada en valor més evident d'aquests productes, no és menys cert que aquesta producció agrària és la manifestació més clara de

la utilització concreta del territori, i per tant, són un argument bàsic per explicar el paisatge i la història de la zona.

Per aquesta raó serà molt important comptar amb els agents que posen en valor aquests arguments (cooperatives, restauradors, artesans, etc.) per intentar consolidar una oferta gastronòmica diferenciada i de qualitat que ajudi desenvolupar turísticament tot el conjunt territorial.

Així, els mapes que es presenten són la plasmació sobre paper de les potencialitats argumentals dels diferents recursos turístics. Esdevenen una eina d'anàlisi per establir una oferta d'activitats interrelacionada, en xarxa, que aglutini tot el territori, que no exclogui cap municipi i que faciliti els criteris de personalització de les actuacions. És una eina útil per conformar una oferta d'activitats culturals, recreatives i de lleure multimodal, que ha de facilitar l'accés als mercats turístics de diferents segments (recreatius o didàctics, de l'entorn proper o llunyà, indirectes per part dels visitants de zones turístiques de l'entorn, o directes avalats pels propis atractius).

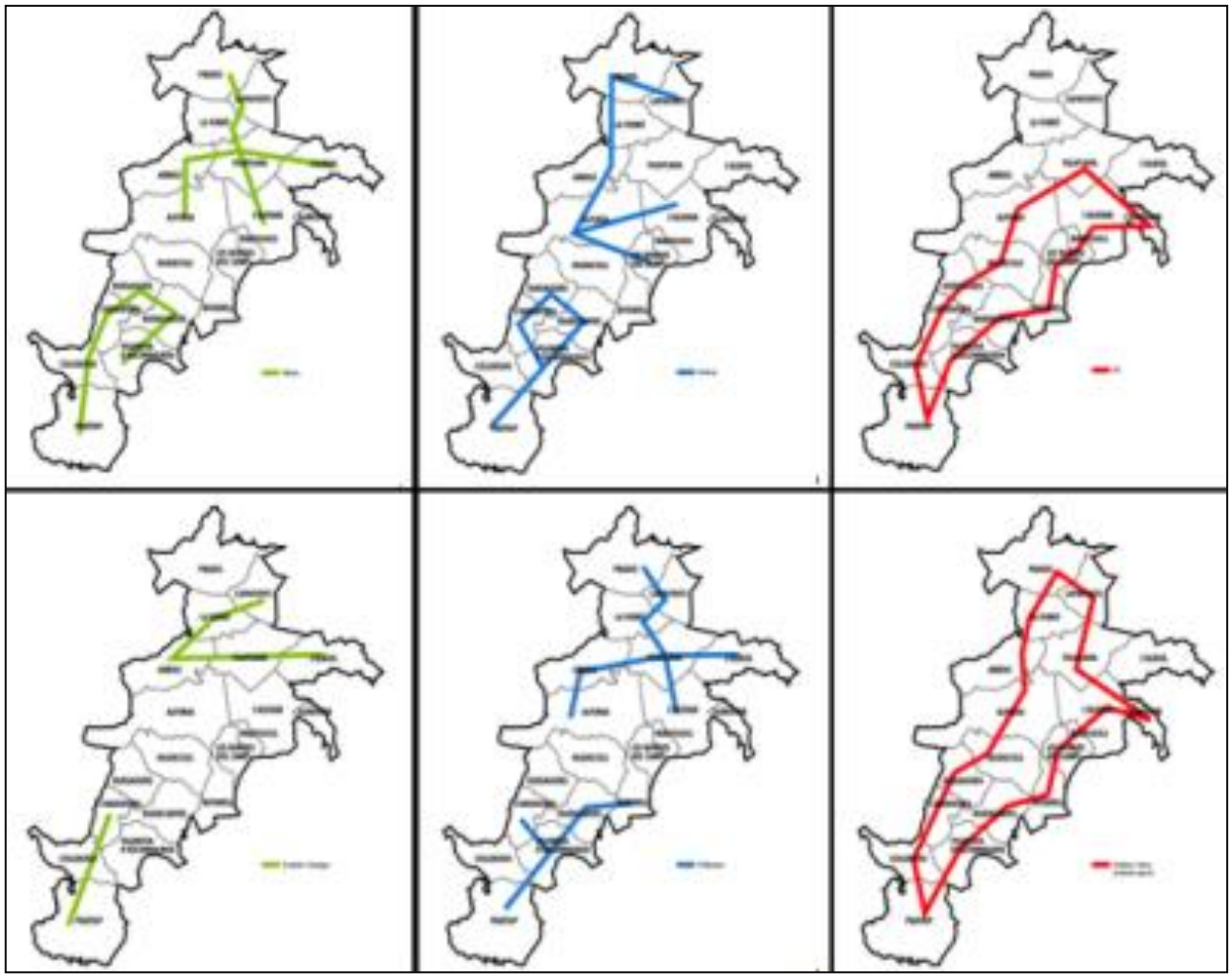


Figura 37: Eixos de relació territorial dels recursos singulars
Font: Directrius de Dinamització Turística del Baix Camp

9.5 ASPECTES DE PROMOCIÓ I PERSPECTIVES DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA

9.5.1 Aspectes de promoció

Els territoris no són turístics per naturalesa. Ho són quan es converteixen en objectes d'interès turístic. És la percepció dels turistes potencials el factor que valida els recursos, les persones i el territori per a la pràctica de les activitats recreatives. Aquesta validació prové de la valoració simbòlica que el visitant fa d'un lloc i com l'incorpora a l'imaginari recreatiu a través de la conversió dels seus recursos en productes, de la creació d'equipaments i serveis específicament turístics i de la comunicació d'una imatge concreta.

La imatge comunicada és l'element que anuncia el contingut d'una experiència recreativa, i per tant és el principi que decanta el procés de decisió, no només de viatjar o no a un lloc concret, sinó també de les condicions del viatge en termes de durada, activitat i modalitat.

Als municipis d'interior del Baix Camp no hi va haver una actitud activa i conjunta a l'hora de comunicar una imatge turística de la zona. Aquest fet en realitat responia al desconeixement de les potencialitats reals del territori i dels elements que més podien interessar.

Des l'any 2008, dins del marc de desenvolupament de les accions del **Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada (2008-2011**) es va mirar de trencar amb aquesta tendència començant a desenvolupar diferents actuacions i estratègies per a una promoció turística del territori conjunta i efectiva..

Entre aquestes accions es va crear la marca "Muntanyes de la Costa Daurada" que englobava els 18 municipis que conformen la zona MBC, es va crear la pàgina web www.muntanyescostadaurada.cat , es va crear el catàleg genèric del territori i el mapa de turisme actiu i es van fer diferents accions de promoció i comunicació turístic a través FamTrips, PressTrips, reportatges i insercions publicitàries a mitjans generalistes i especialitzats, etc.

Una vegada acabat el Pla de Foment Turístic (2011) es va seguir amb accions de promoció si bé no van ser tan nombroses ni impactants per manca de pressupost econòmic. Amb tot, la disposició de material, pàgina web, etc va permetre seguir insistint en la imatge de marca i a diferents nivells de comunicació.

L'any 2012 es va començar a treballar en el desenvolupament de perfils a les xarxes socials (Twitter, Facebook, Pinterest i Instagram) a través de la contractació d'una empresa per a la gestió de les xarxes i mitjançant accions diàries en aquest àmbit i en diferents idiomes. Amb tot, durant tot aquest temps s'han fet accions de promoció a mitjans especialitzats escrits i digitals, locals i nacionals, mitjançant l'enviament de notes de premsa, a través de presentacions diverses, suport a accions turístiques i esportives de diferents municipis de les MBC, etc.

L'any 2014, amb la posada en marca del **Projecte de dinamització i promoció del turisme a peu pel Baix Camp interior** es va començar una important campanya de comunicació que inclou les **accions que es detallen a continuació:**

DINAMITZACIÓ DE PERFILS A LES XARXES SOCIALS

Facebook:

- Elaboració de calendaris mensuals de continguts.
- Actualització de la pàgina de Muntanyes de la Costa Daurada mínim una vegada al dia en català, castellà, anglès i francès.
- Tractament de temes relacionats amb: senderisme (camins, consells per a senderistes…), equipaments turístics, altres activitats esportives o culturals...
- Creació de 4 campanyes de publicitat a Facebook dirigides a amants del senderisme i al turisme actiu. S'elaborarà una landing adaptada a cada època de l'any. Les campanyes es duran a terme en els següents períodes:
    - Setembre/octubre 2014: Per reforçar la campanya de tardor al públic senderista de l'estat espanyol
    - Març/abril 2015: Per preparar la campanya de Setmana Santa a l'estat espanyol.
    - Juny/Juliol 2015: Campanya d'estiu destinada al públic senderista francès, alemany, holandès, belga i anglès. S'utilitzarà aquest canal per accedir al consumidor final dels mercats internacionals.
    - Setembre/octubre 2015: Campanya per reforçar la campanya de tardor al públic senderista francès, alemany, holandès, belga i anglès.

Twitter

- Elaboració de calendaris mensuals de continguts –per aquelles informacions programables- i dinamització diària del Twitter participant en les converses i gestionant proactivament discussions relacionades amb el territori o amb el senderisme.

- Es publicarà mínim dues vegades al dia en català, castellà, anglès i francès.
- Es tractaran temes relacionats amb: senderisme (camins, consells per a senderistes…), equipaments turístics, altres activitats esportives o culturals...

Pinterest

- Creació de dos àlbums mensuals sobre: rutes, equipaments turístics, consells per senderisme per estacions (estiu, tardor, hivern, primavera), flora, fauna...
- Elaboració d'àlbums d'imatges col·laboratius que s'elaboraran amb les imatges que els seguidors publiquin utilitzant un hashtag concret a Instagram.

Instagram

- Serà la xarxa social que es potenciaria més.
- Es destinarà una jornada a fer fotografies sobre el terreny i publicar-les al llarg del mes.
- Des del compte oficial de Muntanyes de la Costa Daurada, s'utilitzarà en totes les publicacions el hashtag #muntanyescd.
- Es re-publicaran diàriament les fotografies que la gent faci sobre el territori.
- S'organitzarà un viatge d'instagramers catalans. Es seleccionarà un grup d'instagramers representatius de Catalunya i se'ls convidarà un cap de setmana a les Muntanyes de la Costa Daurada per fer fotografies. Es buscaran recorreguts, allotjaments i restaurants especialment interessants per als instagramers.
- Instawalk. Organització de tres Instawalks d'un dia que inclouran una caminada guiada per les Muntanyes de la Costa Daurada. Aquestes Instawalks estaran destinades bàsicament a la gent del territori.
- Creació d'àlbums d'imatges col·laboratius a Pinterest.

PÀGINA WEB

Es crearà d'un mini-site dedicat al senderisme vinculat a la pàgina de les Muntanyes de la Costa Daurada. Es tractarà d'una petita web de 2 o 3 pàgines que inclourà totes les rutes de senderisme ordenades per dificultat, llargada, desnivell i característiques de les mateixes, així com al tipus de públics recomanats: famílies amb nens, amants del patrimoni arquitectònic o cultural, especial per fotògrafs...

A més d'aquest tipus d'informació també s'hi inclourà informació d'allotjaments, establiments de restauració, així com recomanacions i consells per senderistes.

APLICACIÓ MÒBIL PER AL SEGUIMENT DE RUTES I INFORMACIÓ SOBRE SERVEIS TURÍSTICS

Es crearà una app per Android i iPhone on els usuaris podran accedir a tots els continguts del mini-site. Aquests continguts seran per un costat les rutes, i per l'altra la informació relacionada amb el senderisme com allotjaments, restaurants, consells per a senderistes, etc.

A més de la informació detallada anteriorment, l'app també disposarà d'una funcionalitat de realitat augmentada. amb 10 punts senyalitzats (miradors, patrimoni arquitectònic, masos, ermites...).

La informació de l'aplicació s'obtindrà de la web, de manera que qualsevol actualització de la mateixa es carregarà automàticament a l'aplicació. L'aplicació es podrà consultar en català, castellà, anglès, francès i alemany.

Els principals continguts de l'app es podran consultar sense necessitat de cobertura.

ACCIONS A MITJANS GENERALISTES

Es treballaran accions de promoció a mitjans generalistes (Rac1, Catalunya Ràdio, Diari Ara), a través de falques publicitàries i promoció de les Muntanyes de la Costa Daurada en programes, aparicions en color al diari i web del diari, etc).

També es duran a terme accions de relacions públiques:

- Elaboració d'una base de dades de periodistes de mitjans generalistes de mitjans locals, comarcals, nacionals i estatals especialitzats en turisme, viatges, tendències, nens...
- Enviament de notes de premsa: notícies de les Muntanyes de la Costa, preparació de les temporades altes. Creació, enviament i seguiment de 10 notes de premsa.
- S'organitzaran i es gestionaran 3 rodes de premsa durant els 18 mesos.
- Organització de visites i viatges de premsa personalitzats per als mitjans. Es convidaria als periodistes especialitzats de mitjans catalans i estatals a fer una estada a les Muntanyes de la Costa Daurada per tal que elaborin un reportatge per als seus mitjans.
- Pels mitjans del territori s'elaborarà una newsletter mensual amb les activitats que s'organitzen cada mes per tal de que es publiquin als seus mitjans.

ACCIONS A MITJANS ESPECIALITZATS

Es treballaran accions a mitjans especialitzats de la següent manera:

- Publicitat en les revistes Descobrir Catalunya i Grandes espacios i a la pàgina www.desnivel.com
- Relacions públiques:

  - Elaboració d'una base de dades de periodistes i bloguers de mitjans especialitzats nacionals o estatals especialitzats en turisme, viatges, tendències, nens.
  - Enviament de notes de premsa: notícies de les Muntanyes de la Costa Daurada. Creació, enviament i seguiment de 10 notes de premsa.
  - S'organitzaran i es gestionaran 3 rodes de premsa.
  - S'organitzaran visites i viatges de premsa personalitzats per als mitjans. Es convidarà als periodistes especialitzats de mitjans catalans i estatals a fer una estada a les Muntanyes de la Costa Daurada per tal que elaborin un reportatge per als seus mitjans. S'adaptaran els viatges a diferents enfocaments (turisme familiar, turisme d'aventura, turisme romàntic...) segons els periodistes convidats.
  - S'organitzaran dos blog trips per dos públics diferenciats: d'una banda, bloguers especialitzats en senderisme, per tal de que coneguin la potencialitat de la zona. Per l'altre, s'organitzarà un viatge amb mares blogueres (que parlen d'activitats i consells sobre nens) per potenciar la idea de destí familiar.

PARTICIPACIÓ A FIRES

S'organitzarà la presència de Muntanyes de la Costa Daurada amb un estand a les fires especialitzades de Catalunya

S'assistirà a fires generals turístiques (Fitur i Saló del Turisme) i a algunes de les principals fires de turisme actiu de nivell internacional (TourNatur a Düsseldorf, Salon du Randonneur a Lyon i Fiets en Wandelbeurs a Amsterdam) .

Tasca comercial de proximitat

Es realitzaran tasques de contacte i relació amb establiments, operadors turístics i agències de viatges locals per tal de fomentar les visites a l'interior del Baix Camp.

Entre les accions a desenvolupar hi ha les següents:

- Visites comercials a hotels de referència de les destinacions més properes.
- Visites comercials als responsables de programes d'excursions de les principals agències receptives a les destinacions més properes.

Accions de sensibilització del territori

Es realitzarà diferents accions de difusió de les tasques de recuperació de camins tradicionals i de creació de rutes senderistes a través de diferents activitats.

- Excursions populars i Instawalks
  S'organitzarà tres Instawalks d'un dia que consistiran en caminades guiades per les Muntanyes de la Costa Daurada. Aquestes Instawalks es dirigiran a la gent del territori i es donaran a conèixer a través d'una nota de premsa als mitjans locals i comarcals, així com a través de la web i les xarxes socials.

- Col·laboració amb les activitats que es duen a terme al territori.
  El Baix Camp i les comarques limítrofes tenen una llarga tradició excursionista, per aquesta es treballarà per arribar a la gent del territori i donar-li a conèixer el projecte de recuperació de camins tradicionals i creació de rutes

Elaboració de materials per al correcte seguiment de les rutes

S'elaboraran diferents materials que permetran que els senderistes puguin conèixer les rutes i dur-les a terme. Seran materials lleugers i còmodes per poder-los dur d'excursió.

- Mapa general de totes les rutes
  S'elaborarà un mapa on es presentaran totes les rutes de manera simple i fàcil. Aquest mapa inclourà informacions en català, castellà, anglès, francès i alemany. Se'n produiran un total de 20.000 unitats.

- Mapes d'excursions per zones
  S'editaran dos mapes tècnics on hi apareixerà la xarxa de camins i les propostes de rutes. Aquets mapes, de gran qualitat i definició, permetran el perfecte seguiment de les rutes. Hi haurà un mapa per a la Zona Nord i una altre per a la Zona Sud.

Material de promoció del turisme a peu

S'està elaborant material per a la promoció de les Muntanyes de la Costa Daurada com a destinació d'especial interès per als amants del senderisme i el turisme actiu.

En aquest sentit es crearan els següents materials:

- Catàleg general
- Bossa tela de Muntanyes de la Costa Daurada

Creació d'un spot promocional de presentació del destí turístic

S'ha realitzat recentment un vídeo promocional que presenta les Muntanyes de la Costa Daurada com a destí turístic senderista. El vídeo evoca les imatges i sensacions de les passejades per les Muntanyes de la Costa Daurada descobrint els llocs més espectaculars del paisatge.

*Per tal que totes aquestes accions tinguin una major capacitat d'èxit i impacte en la societat es treballarà la **creació de paquets turístics** amb la voluntat de donar més visibilitat i capacitat de dinamització turística al territori.*

9.5.2 Perspectives de l'activitat turística

Els turistes estan canviant. Per bé i per mal, són diferents als de fa anys i demanen coses diferents, cadascú les seves. Triar i adaptar-se, aquesta és la qüestió per a les destinacions turístiques. I és important fer-ho de forma urgent ja que els canvis són ràpids i constants.

En el futur serà molt important l'oferta que es presenti, de com es faci i de a qui es dirigeixi la promoció. Els temps canvien, els viatgers també. Els perfils són cada vegada més variats.

Els nous turistes són exigents, demanen qualitat i tenen molt desenvolupada la intel·ligència turística (busquen destí, allotjament i oferta complementària per internet, sense ajuda, i creen el seu propi viatge), han recorregut molts llocs, poden comparar, comparen i trien segons la seva estricta conveniència.

Aquest perfil, que s'emmarca directament en el del nou consumidor, busca gaudir dels seus hobbies -esport, cultura, natura, gastronomia- i les seves estades solen ser més curtes, però més freqüents si l'opció realment l'ha convençut.

Amb aquests turistes més innovadors i tecnològics neixen conceptes nous com l'enoturisme, l'òleoturisme, el turisme d'aventura, el de benestar ... Tot un seguit de versions especialitzades que coincideixen amb la proposta de crear noves experiències.

Els turistes actuals demanen alguna cosa més que sol i platja. Venen buscant paisatges, moments, gastronomia, patrimoni i tot el que pot ser autèntic, diferent. Segueixen un mateix patró: l'exigència, la novetat, l'experiència real.

Els turistes, però, tot i seguir unes tendències i unes formes cada vegada més homogènies de buscar i gaudir els viatges, són com són, diferents i amb interessos diferents i el turisme ha de veure aquestes tendències i crear ofertes versàtils en les que aquests grups tan diferents i aparentment allunyats trobin el seu lloc.

Els nous turistes estan molt informats a través d'internet i altres mitjans d'informació. Són, com hem dit, turistes i viatgers experimentats. Actualment un turista dedica uns 38,8 dies a viatges d'oci, distribuïts entre vacances llargues (8 dies); vacances curtes (3,5 dies); city o land break (1,5 dies) i excursions (1 dia).

El nou turista és una persona digitalitzada (reserva on line, freqüenta alguna xarxa social, utilitza el correu electrònic de manera habitual, sol tenir un mòbil avançat, etc.). Internet és el seu canal d'informació primordial.

Al turista li agrada tenir una actitud activa en la configuració del producte i després experimentar, li encanta compartir les seves vivències en xarxes, prescriure o tot el contrari, contribuint d'aquesta manera a crear la reputació on line dels productes, serveis turístics i destinacions, actuant de connector entre l'oferta i la demanda.

Els turistes són cercadors d'experiències i no només un usuari d'allotjaments i un visitador de monuments. Troba en el consum emocional una via d'escapament a la seva vida estressant. El nou turistes tendeix a ser un turista responsable, compromès amb l'entorn i el medi ambient, amb els productes ecològics i el "canvi climàtic". Vol aportar el seu granet de sorra a "construir un món millor".

Tot apunta que en el futur els productes amb més acceptació seran els lligats a la cultura, així com a la cura del cos i de la ment, tots ells amb alts valors emocionals. Demanden productes lligats a la cultura, la cura del cos i la ment

En publicitat cal també avançar cap a tècniques i formats més desenfadats, amb més presència de l'humor, del joc, de les històries...

Davant aquest panorama i aquest nou paradigma els municipis d'interior i de muntanya del Baix Camp tenen molta feina a fer. Per una banda el fet de trobar-se en un estat força inicial en quan al desenvolupament del sector turístic pot ser un punt a favor ja que pot alliberar el territori de certs vicis en la gestió de les empreses i de les polítiques turístiques. Per altra banda, però la falta d'experiència i de recorregut dins d'aquest àmbit és també un problema que cal afrontar amb amplitud de mires i col·laboració entre tots els agents implicats.

L'activitat turística al territori, doncs, té unes perspectives que si bé per una banda són incertes i requereixen d'un important esforç en quant a creació de producte turístic i accions de promoció adequades per l'altra obre tot un ventall de possibilitats molt ampli. Hem dit que el nou turista busca experiències, qualitat, natura, cultura, gastronomia, contacte amb la natura.

Les Muntanyes del Baix Camp tenen tos aquests atributs i encara molts més, Cal treballar-los de forma eficient, conjunta i amb estratègies consensuades. Si es fa així, el futur ofereix moltes oportunitats a aquests municipis per al desenvolupament del turisme i per convertir aquest sector en un pilar fonamental de desenvolupament econòmic i social de la zona.

10. EDIFICIS, IMMOBLES I HABITATGES

Per tal d'analitzar el parc d'edificis i habitatges de l'interior del Baix Camp, s'han pres com a referència les dades del **Cens d'edificis del 2011**[9]**.**

Aquest cens defineix **edifici** com la "*construcció permanent, separada i independent, concebuda perquè s'utilitzi com a habitatge o perquè serveixi per a finalitats agràries, industrials per a la prestació de serveis o, en general, per desenvolupar qualsevol activitat (administrativa, comercial, industrial, cultural...)*", i **immoble** com la "*unitat operativa que correspon, segons el seu ús, a un habitatge o un local. Cada immoble es correspon amb una combinació diferent dels valors de planta i porta*".

Tenint en compte aquestes definicions, podem observar com el nombre d'edificis a les Muntanyes del Baix Camp és de 6479, i que el nombre d'immobles és de 8364.

Observant la distribució d'aquestes dades per municipis, podem dir que, a part de que el municipi amb major nombre d'edificis amb habitatges i immobles és Alforja (984), el més significant és que hi ha municipis on el nombre d'immobles supera de llarg el nombre d'edificis, i que per tant la tipologia constructiva d'aquests municipis és diferent a la de municipis on gairebé coincideixen el nombre d'edificis i el d'immobles.

Exemples d'una i altra tipologia serien, per un costat, Prades, Riudecols i les Borges del Camp, on en molts edificis hi trobem més d'un immoble, i d'altres com l'Albiol, la Febró, Arbolí o Pratdip, en els quals el nombre d'edificis i d'immobles gairebé coincideixen en nombre.

Edificis amb habitatges i nombre d'immobles. 2011			
Municipi	**Nombre d'edificis**	**Nombre d'immobles**	**Relació immobles / edificis**
Albiol, l'	249	253	101,61%
Aleixar, l'	551	642	116,52%
Alforja	984	1182	120,12%
Arbolí	115	122	106,09%
Argentera, l'	113	132	116,81%
Borges del Camp, les	682	1078	158,06%
Botarell	366	502	137,16%
Capafonts	138	169	122,46%
Colldejou	101	116	114,85%
Duesaigües	156	188	120,51%
Febró, la	52	54	103,85%
Maspujols	403	446	110,67%
Prades	449	849	189,09%
Pratdip	633	696	109,95%
Riudecanyes	611	691	113,09%
Riudecols	411	674	163,99%
Vilanova d'Escornalbou	205	233	113,66%
Vilaplana	260	337	129,62%
MBC	**6479**	**8364**	

Taula 91: Edificis amb habitatges i nombre d'immobles. 2011
Font: Idescat, a partir del Cens d'edificis de l'INE

En relació al nombre de plantes sobre rasant d'aquests edificis amb habitatges, podem observar com la major part d'edificis de la zona tenen dues (3210 edificis) o una sola planta (1973 edificis). Una dada a comentar és que els únics dos edificis de 6 plantes sobre rasant de la zona es troben a Alforja.

9 *Els censos d'edificis es duen a terme cada deu anys, i tenen com a objectiu bàsic determinar el nombre i la distribució geogràfica dels edificis existents, i establir-ne la tipologia bàsica de manera que permeti diferenciar els destinats exclusivament o principalment a habitatge familiar de la resta d'edificis.*

L'àmbit poblacional està constituït per tots els edificis del territori (amb independència del seu ús principal) que estiguin acabats i continguin algun habitatge, amb enumeració dels immobles que hi estan situats. És a dir, no s'inclouen els edificis que no continguin habitatges. Aquesta és la principal diferència respecte als censos anteriors. El Cens d'edificis del 2011 es limita als edificis que contenen algun habitatge, i no es proporciona informació de la resta d'edificis. En censos anteriors quedaven exclosos els edificis d'ús exclusivament agrari o ramader. En aquest Cens s'exclouen, a més, els edificis que, independentment del seu ús, no continguin cap habitatge.

No s'han censat els edificis que, havent estat demolits totalment o en part, s'estiguin reconstruint i en la data censal no hagin cobert aigües.

Així mateix, tampoc s'inclouen:

- *Els edificis que s'estiguin demolint, ni els que es trobin en estat ruïnós quan estiguin deshabitats.*
- *Les construccions situades en places, voreres o llocs d'esbarjo destinades a la venda de begudes, tabac, periòdics...*
- *Els edificis destinats exclusivament a la producció agrària, que, per tant, no s'utilitzen al mateix temps per a habitatge familiar, col·lectiu o per a altres activitats diferents de la producció agrària.*

Edificis amb habitatges. Per nombre de plantes sobre rasant. 2011							
Municipis	Nombre de plantes sobre rasant						Total
	1	2	3	4	5	6	
Albiol, l'	126	117	6	0	0	0	**249**
Aleixar, l'	238	297	12	4	0	0	**551**
Alforja	373	443	154	12	0	2	**984**
Arbolí	31	69	15	0	0	0	**115**
Argentera, l'	26	56	31	0	0	0	**113**
Borges del Camp, les	397	213	57	11	4	0	**682**
Botarell	97	173	91	5	0	0	**366**
Capafonts	46	67	25	0	0	0	**138**
Colldejou	25	18	57	1	0	0	**101**
Duesaigües	14	108	33	1	0	0	**156**
Febró, la	4	18	29	1	0	0	**52**
Maspujols	182	149	70	2	0	0	**403**
Prades	87	286	65	11	0	0	**449**
Pratdip	156	303	129	45	0	0	**633**
Riudecanyes	85	403	120	3	0	0	**611**
Riudecols	40	240	122	6	3	0	**411**
Vilanova d'Escornalbou	29	151	25	0	0	0	**205**
Vilaplana	17	99	138	6	0	0	**260**
MBC	**1973**	**3210**	**1179**	**108**	**7**	**2**	**6479**

Taula 92: Edificis amb habitatges. Per nombre de plantes sobre rasant. 2011
Font: Idescat, a partir del Cens d'edificis de l'INE

Com s'ha comentat anteriorment, per tal de determinar la tipologia constructiva dels municipis i, de retruc comarcal, és interessant observar les dades d'edificis segons el nombre d'immobles que conté. La zona MBC és una zona rural, en la qual la gran majoria dels seus edificis només conté un únic immoble.

En relació al seu estat de conservació[10], podem constatar com, tot i que la major part dels edificis (5867) presenten un bon estat, també trobem un nombre important d'edificis destinats a habitatge que presenten un estat ruïnós, dolent o deficient (606, un 9,36% del total).

Els municipis que presenten un major desajust en les condicions d'aquests edificis són la Vilaplana, Capafonts i Prades, amb més d'un 20% d'edificis amb mals estats de conservació (Vilaplana supera el 38%). Per contra, Botarell, Colldejou i Duesaigües són els municipis on hi trobem el major percentatge d'edificis en bon estat de conservació.

Millorar l'estat de conservació d'aquest important nombre d'edificis és un tema prioritari i estratègic per molts dels municipis de la zona, i que per tant derivarà en propostes i actuacions específiques.

Edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011					
Municipi	Ruïnós	Dolent	Deficient	Bo	Total
Albiol, l'	0	2	7	240	**249**
Aleixar, l'	1	12	29	509	**551**
Alforja	3	6	84	891	**984**
Arbolí	1	1	20	93	**115**
Argentera, l'	0	6	0	107	**113**
Borges del Camp, les	0	6	37	638	**681**
Botarell	0	5	1	360	**366**
Capafonts	0	3	26	108	**137**
Colldejou	1	0	2	97	**100**
Duesaigües	0	5	0	151	**156**
Febró, la	0	0	4	48	**52**
Maspujols	3	7	29	364	**403**
Prades	2	16	72	359	**449**
Pratdip	0	0	25	607	**632**
Riudecanyes	1	24	9	576	**610**

[10] *Estat de conservació dels edificis:*

- *Ruïnós, si l'edifici es troba en alguna de les següents situacions: es troba apuntalat, s'està tramitant la declaració oficial de ruïna o existeix declaració oficial de ruïna.*
- *Dolent, si l'edifici es troba en una o diverses de les següents situacions: hi ha esquerdes acusades o bombaments en alguna de les seves façanes, hi ha enfonsaments o falta d'horitzontalitat en sostres o sòls o s'aprecia que ha cedit la sustentació de l'edifici (per exemple perquè els esglaons de l'escala presenten una inclinació sospitosa).*
- *Deficient, si l'edifici presenta alguna de les circumstàncies següents: les baixades de pluja o el sistema d'evacuació d'aigües residuals estan en mal estat, hi ha humitats a la part baixa de l'edifici o té filtracions a les teulades o cobertes.*
- *Bo, si no està inclòs en cap de les categories anteriors.*

Edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011					
Municipi	Ruïnós	Dolent	Deficient	Bo	Total
Riudecols	6	25	14	366	**411**
Vilanova d'Escornalbou	1	10	1	193	**205**
Vilaplana	1	9	89	160	**259**
MBC	**20**	**137**	**449**	**5867**	**6473**

Taula 93: Edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011
Font: Idescat, a partir del Cens d'edificis de l'INE

Una altra dada important per definir la comarca en base a aquests paràmetres de tipologia d'edificis i habitatges, és l'any de construcció d'aquests edificis. Les Muntanyes del Baix Camp, atenent a les dades, és una zona on la major part dels edificis té més de 100 anys. El nombre d'edificis anteriors a l'any 1900 (1168) supera de llarg als edificis construïts durant bona part del segle XX, ja que els edificis construïts del 1900 al 1960 són un total de 990.

Val a dir que la fase de major creixement en el nombre d'edificis coincideix amb el període 1971-1980, en el qual es van construir 1052 dels actuals edificis. A partir d'aquell data el nombre d'edificis va seguir una línia descendent fins a l'actualitat (convé reiterar que es tracta de dades d'edificis, no d'immobles).

Edificis destinats principalment a habitatge. Per any de construcció											
Municipi	Abans de 1900	1900 a 1920	1921 a 1940	1941 a 1950	1951 a 1960	1961 a 1970	1971 a 1980	1981 a1990	1991 a 2001	2002 a 2011	Total
Albiol, l'	14	1	5	1	2	8	46	30	36	106	**249**
Aleixar, l'	76	22	9	27	20	16	60	29	57	235	**551**
Alforja	246	74	26	13	14	23	316	157	83	32	**984**
Arbolí	2	2	6	2	1	8	19	37	7	31	**115**
Argentera, l'	25	1	3	7	27	9	21	16	4	0	**113**
Borges del Camp, les	87	19	16	18	15	36	118	155	109	108	**681**
Botarell	6	8	10	14	19	40	33	125	78	33	**366**
Capafonts	3	3	7	17	6	17	35	24	13	12	**137**
Colldejou	65	0	0	4	3	2	11	5	9	1	**100**
Duesaigües	41	2	17	11	21	23	10	9	18	4	**156**
Febró, la	1	1	2	2	5	11	14	11	2	3	**52**
Maspujols	101	19	3	13	25	42	95	72	33	0	**403**
Prades	16	24	17	22	42	41	65	100	99	23	**449**
Pratdip	41	26	38	17	25	260	82	34	44	65	**632**
Riudecanyes	120	27	12	7	13	28	52	97	156	98	**610**

Edificis destinats principalment a habitatge. Per any de construcció											
Municipi	Abans de 1900	1900 a 1920	1921 a 1940	1941 a 1950	1951 a 1960	1961 a 1970	1971 a 1980	1981 a1990	1991 a 2001	2002 a 2011	Total
Riudecols	110	27	16	12	19	58	35	65	37	32	**411**
Vilanova d'Escornalbou	63	5	20	7	10	16	27	16	35	6	**205**
Vilaplana	151	40	6	4	11	11	13	6	6	11	**259**
MBC	**1168**	**301**	**213**	**198**	**278**	**649**	**1052**	**988**	**826**	**800**	**6473**

Taula 94: Edificis destinats principalment a habitatge. Per any de construcció
Font: Idescat, a partir del Cens d'edificis de l'INE

Naturalment, de manera força coincident amb les xifres que presenten els municipis en relació a l'estat de conservació dels edificis, podem constatar que, en relació a l'estat de conservació dels immobles, són també la Vilaplana i Arbolí, els municipis amb el major percentatge d'immobles en mal estat de conservació (un 33,43% i un 18,03% del total, respectivament). Per contra, Botarell, Colldejou i Duesaigües són els municipis on hi trobem el major percentatge d'immobles en bon estat de conservació.

Immobles en edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011					
Municipi	Ruïnós	Dolent	Deficient	Bo	Total
Albiol, l'	0	2	7	244	**253**
Aleixar, l'	1	12	35	594	**642**
Alforja	5	6	94	1077	**1182**
Arbolí	1	1	20	100	**122**
Argentera, l'	0	6	0	126	**132**
Borges del Camp, les	0	7	55	1014	**1076**
Botarell	0	5	1	496	**502**
Capafonts	0	3	26	138	**167**
Colldejou	1	0	2	111	**114**
Duesaigües	0	5	0	183	**188**
Febró, la	0	0	4	50	**54**
Maspujols	3	7	29	407	**446**
Prades	2	28	118	701	**849**
Pratdip	0	0	27	667	**694**
Riudecanyes	1	24	9	655	**689**
Riudecols	6	32	22	614	**674**
Vilanova d'Escornalbou	1	10	1	221	**233**
Vilaplana	1	9	102	223	**335**
MBC	**22**	**157**	**552**	**7621**	**8352**

Taula 95: Immobles en edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011
Font: Idescat, a partir del Cens d'edificis de l'INE

Els habitatges principals són "*habitatges familiars els ocupants dels quals els utilitzen com a residència habitual*". En aquest sentit, i tot i que la dades de les quals podem disposar no són del tot actuals (procedeixen del Cens d'Edificis de 1991), ens poden servir per identificar les característiques dels habitatges més antics de la zona que, com s'ha dit, són la majoria del parc d'habitatges dels municipis de les MBC.

Així, en base aquestes dades podem dir que la major part dels habitatges de la zona tenen entre 70 i 90m2. També és important comentar que l'important nombre d'habitatges d'entre 140 i 180m2, la majoria construïts entre 1900 i 1930, que trobem a la zona (sobretot a l'hora de preveure actuacions de rehabilitació d'aquests habitatges, molt més costoses).

Habitatges principals segons la superfície útil i any de construcció. 1991

Any de construcció	m2																
	< 30	30-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	91-100	101-110	111-120	121-130	131-140	141-150	151-180	181-210	>210	Total
Abans de 1900	1	3	6	25	17	42	35	41	25	31	16	18	13	21	16	25	**335**
De 1901 a 1930	4	30	53	113	114	245	179	128	41	62	36	6	41	28	19	15	**1114**
De 1931 a 1940	0	1	1	1	2	13	10	8	6	3	0	1	0	3	1	0	**50**
De 1941 a 1950	0	2	0	2	3	12	4	5	5	6	2	0	2	2	1	1	**47**
De 1951 a 1960	0	4	1	12	8	53	18	27	4	12	7	1	3	1	2	1	**154**
De 1961 a 1970	3	5	10	15	24	30	85	53	14	21	14	10	11	11	10	11	**327**
De 1971 a 1980	0	6	7	18	58	62	51	83	33	27	18	16	17	21	13	16	**446**
De 1981 a 1991	3	5	4	13	20	32	61	53	21	29	18	15	25	18	11	7	**335**
Total	**11**	**56**	**82**	**199**	**246**	**489**	**443**	**398**	**149**	**191**	**111**	**67**	**112**	**105**	**73**	**76**	**2808**

Taula 96: Habitatges principals segons la superfície útil i any de construcció. 1991
Font: Elaboració pròpia amb dades d'Idescat. Cens d'habitatges.

11. INFRAESTRUCTURES

11.1 INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT I COMUNICACIÓ

La comarca del Baix Camp té un sistema d'infraestructures de comunicacions que la permet estar raonablement ben connectada i la ciutat de Reus és el seu centre territorial.

Aquest sistema de comunicacions comarcal s'estructura en base a:

- La xarxa de carreteres de primer ordre (autopista i carretera nacional), segon ordre (carreteres comarcals) i tercer ordre (carreteres locals).
- La xarxa de ferrocarril.
- Aeroport de Reus.

11.1.1 Xarxa viària

La xarxa viària de primer ordre connecta els corredors mediterranis (nord i sud), els de l'Ebre i l'Interior, amb la xarxa viària de segon i tercer ordre existents.

La xarxa viària de primer ordre amb recorregut dins la comarca és la següent:

- Autopista AP-7 (Barcelona, Tarragona, Reus, Castelló de la Plana, València). Comunica la costa mediterrània des de la frontera de França fins a Algesires i permet així la connexió del territori amb la resta de l'Estat i d'Europa. L'AP-7 té connexió amb la AP-2, que connecta amb Barcelona, Lleida, Saragossa i Madrid.
- A-7, o Autovia del Mediterrani, la qual comença a Algesires i finalitza a Barcelona. Es tracta de la carretera N-340 convertida en autovia i que també comunica molts dels municipis de l territori.
- La N-420 Còrdova-Tarragona amb els seus 803 quilòmetres és una de les més llargues de l'Estat Espanyol i segueix el traçat d'una antiga calçada romana que unia Còrdova amb Tarraco. En el seu recorregut passa per Andalusia, Castella-La Manxa, el País Valencià, Aragó i Catalunya. Vincula la comarca amb l'àrea central del Camp i Barcelona per una banda i amb la Ribera d'Ebre, la Terra Alta i Aragó per l'altra banda.

Les principals carreteres de la xarxa viària de segon i tercer ordre dins l'àmbit d'estudi, són les següents:

- C-14 o Eix Tarragona-Andorra que uneix el Camp de Tarragona amb la Seu d'Urgell (Alt Urgell) connectant al seu pas multitud de municipis del territori. Aquesta carretera està desdoblada entre Salou (Tarragonès) i Reus i entre Reus i Alcover (Baix Camp), en forma d'autovia. S'ha convertit en un dels principals accessos al Camp de Tarragona des dels municipis de l'interior.

- C-242. De titularitat catalana, entre les Borges del Camp i la Granadella per Cornudella i Ulldemolins, com a via de vertebració entre el Camp i el sistema territorial Montsant-Prades.

- T-704 de Reus a Prades passant pels municipis de Maspujols, l'Aleixar, Vilaplana, La Febró, Capafonts i Prades.

- T-310, T-311, T-313, T-320, T-321, T-322 T-343 (Pratdip, Colldejou, Vilanova d'Escornalbou, l'Argentera, Duesaigües, Riudecanyes, Botarell).

- TV-7046 (de l'Albiol a la C-14), TP-7013 (Alforja, Vilaplana).

D'aquesta manera, les Autopistes AP-2 i AP-7, carreteres nacionals N-240, N-340 i N-420 i comarcals C-14 i C-242 actuen com a vies ràpides d'accés a la comarca i, alhora, a la zona d'estudi, tant a nivell general de Catalunya com per la resta de l'Estat. En general presenten totes elles un bon estat de conservació en quant a ferm, amplada de la calçada, traçat i senyalització.

La morfologia del terreny de la zona MBC, però, configura una xarxa viària amb una important sinuositat i gran nombre de revolts que dificulta els desplaçaments ràpids entre les localitats de diferent jerarquia urbana. Moltes d'elles presenten problemes al trànsit de vehicles rodats a causa de l'amplada de la seva calçada que és força reduïda i, de vegades, per l'estat del ferm.

Carretera	Denominació	Km	Recorregut pels Municipis
T-310	De la T-318 a Pratdip	5.11	Pratdip
T-311	De Pratdip a la C-44	12.55	Pratdip
T-313	De Montbrió del Camp a la N-420	15.82	Montbrió del Camp, Riudecanyes, Duesaigües
T-3136	De Botarell a la N-420	4.11	Botarell
T-320	De Montbrió del Camp a l'estació de Botarell	2.89	Montbrió del Camp, Botarell
T-321	De la T-310z a Vilanova d'Escornalbou	2.81	Vilanova d'Escornalbou
T-343	De Duesaigües a l'Argentera.	2.55	Duesaigües, L'Argentera
T-704	De la N-420 a la TV-7041	33.57	Maspujols, L'Aleixar, Vilaplana, La Febró
TP-3211	De Riudecanyes al Castell d'Escornalbou.	4.35	Riudecanyes
TV-3131	De l'estació de Riudecanyes-Botarell a Riudecanyes.	1.46	Riudecanyes
TV-7012	D'Arbolí a la C-242.	4.67	Arbolí
TV-7046	De l'Albiol a la C-14.	12.21	L'Albiol, La Selva del Camp
TV-7091	Accés a la Febró des de la T-704.	0.62	La Febró
TV-7092	De la T-704 a la TV-7012 pel campament dels Castillejos.	8.47	
TV-7093	De la T-704 a la Mussara.	0.68	

Taula 97: Llistat de carreteres de la Diputació de Tarragona a l'àmbit MBC
Font: Diputació de Tarragona

La xarxa de camins, malgrat que puguin haver millorat en els últims anys, no representa en quasi cap cas una millora sensible en l'accés als principals centres de població i només té importància com a via d'accés a les finques agrícoles, al medi natural o a algunes residències.

11.1.2 Servei d'autobusos de línia

El servei d'autobusos de línia és ofert per les següents empreses:

- CRA la Hispania SA
- La Hispano Igualadina SA
- Bus Tres SA
- Reus-Tarragona Bus SL
- Empresa Plana,SL

Les línies intercomarcals de la Hispania S.A. permeten, en el transcurs del seus trajectes, arribar a les següents poblacions: Alforja, l'Aleixar, Vilaplana, Arbolí, Prades.

- Línia "La Granadella-Barcelona"
- Línia "La Granadella-Reus"
- Línia "Les Borges del Camp-Barcelona"
- Línia "Reus-Alforja-Vilaplana"
- Línia "Reus-Vilaplana"
- Línia "Arbolí-Alforja-Reus"
- Línia "Alforja-Salou"
- Línia "Prades-Reus"
- Línia "la Palma d'Ebre-Reus"

Les línies intercomarcals de l'empresa Hispano-Igualadina SA permeten, en el transcurs del seus trajectes, arribar a les següents poblacions: Riudecols, l'Argentera, Duesaigües.

- Línia "Móra la Nova-Reus"
- Línia "Pratdip-Reus-Tarragona"
- Línia "La Figuera-Reus"
- Línia "Alcañiz-Gandesa-Tarragona"

Les línies intercomarcals de l'Empresa Plana SL permeten, en el transcurs dels seus trajectes, arribar a les següents poblacions: Colldejou i Almoster.

- Línia " Reus – Capafons - La Febró"
- Línia " Colldejou-Tarragona"
- Línia "Reus-Castellvell-Almoster"
- Línia "Les Borges del Camp - Alforja"

- Línia “Maspujols – Aleixar – Vilaplana - U. Portugal”

Les línies intercomarcals de l'empresa Bus Tres SL permeten, en el transcurs dels seus trajectes, arribar a la següent població: Riudecols.

- Línia "Riudecols-Reus"

Per la connexió entre les diferents línies intercomarcals que ofereixen les empreses anteriorment citades, les estacions d'autobusos de Reus i Tarragona actuen com a nodes de correspondència entre les línies.

Aquestes línies intercomarcals d'autobusos ofereixen un servei mínim diari de dilluns a divendres. El servei de dissabte i diumenge és més irregular en quant a la seva oferta i freqüència.

11.1.3 Xarxa de ferrocarril

La xarxa de ferrocarril s'estructura en base a la xarxa regional i nacional de RENFE i permet arribar directament a les següents poblacions: Duesaigües - Argentera, les Borges del Camp i Botarell – Riudecanyes. En aquestes estacions hi tenen parada les següents modalitats de línies de ferrocarril: Catalunya Express i Regional Express.

La resta de poblacions d’aquest àmbit no disposen de servei de ferrocarril.

- Línies Regionals (Catalunya Express i Regional Express)
- Grans Línies (Talgo, Euromed, Arco, Tren Estrella i altres)

Les tres línies que ofereixen servei de ferrocarril a nivell comarcal i alhora a la zona d’estudi, de manera directa o indirecta mitjançant estacions situades en poblacions properes a la zona, són les següents:

- Línia interior: Barcelona - St. Vicenç de Calders - Tarragona - Reus – les Borges del Camp – Riudecanyes-Botarell – Duesaigües-l’Argentera – Mora la Nova – Ascó – Flix – Casp – Saragossa

- Línia interior: Barcelona - St. Vicenç de Calders - Tarragona - Reus - la Plana Picamoixons - Montblanc – Lleida – Osca

- Línia Costa: Barcelona - St. Vicenç de Calders - Tarragona – Port Aventura – Salou – Cambrils – Mont-roig del camp – l’Hospitalet de l’Infant – Vandellòs – l’Ampolla- el Perelló – Camarles-Deltebre – Tortosa – l’Aldea- Amposta – Castelló de la Plana - València

El servei d'aquestes modalitats de trens és realitza de forma diària, de dilluns a diumenge, amb més d'un servei al dia. Existeixen modificacions d'horari i freqüència de trens segons el període anual, principalment a l'estiu i en dies concrets de l'any.

Finalment, en quant al transport ferroviari cal fer una menció especial a l’AVE. Tot i la situació relativament allunyada de l’estació del Camp de Tarragona respecte del Baix Camp i més encara dels municipis de les MBC, cal destacar la importància del tren d’alta velocitat com a connexió ràpida ferroviària important del territori tant amb l’interior de la península Ibèrica (Saragossa, Madrid, Andalusia) com a la zona metropolitana de Barcelona i França.

L'estació del Camp de Tarragona, situada entre els municipis de Perafort i La Secuita, dóna servei a les tres principals poblacions de la zona com són Reus, Valls i Tarragona.

L'estació acull, entre d'altres serveis, un centre de viatges, àrees d'atenció al viatger, consignes, aparcament i serveis complementaris. L'arribada de l'AVE a la zona ha permès connectar amb rapides amb centres econòmics i industrials importants de la península i de la resta d'Europa amb una major efectivitat.

11.1.4 Aeroport de Reus

L'aeroport de Reus, seguint la mateixa línia que d'altres aeroports similars (infraestructures petites o mitjanes properes a capitals com poden ser Barcelona o Madrid), està experimentant des de fa ja uns anys un descens en el nombre de passatgers, fruit d'una baixada en el nombre d'operacions.

Així, al llarg de l'exercici de 2014, per l'Aeroport de Reus hi passaren 850.648 passatgers, un 12% menys que el 2013 quan hi va haver un trànsit de 971.020 usuaris. La reducció de passatgers anà estretament lligada al descens del 5,8% de les operacions entre 2013 i 2014 (es passà de 16.977 l'any 2013 a 15.986 el 2014). Cal destacar que aquesta caiguda s'ha de sumar a la que va patir l'aeroport el 2012, quan va perdre més del 30% dels viatgers.

Actualment l'aeroport de Reus només permet realitzar connexions amb Londres, Brussel·les i Eindhoven, totes elles a través de l'aerolínia Ryanair. La cancel·lació de rutes d'aquesta aerolínia durant els mesos d'hivern és el principal motiu d'aquest descens en el nombre de viatgers. Així, des de la temporada d'hivern 2012-2013, la companyia irlandesa de baix cost ha anat tancant connexions amb l'aeroport del camp, passant de set a tres, i eliminant totes les rutes nacionals (la de Santiago de Compostela és la darrera que quedava).

Tot i amb això, molt recentment, els vols xàrters de turistes russos que la Diputació de Tarragona i el touroperador Coral Tours van posar en marxa, i els vols de la companyia Jet2, van aconseguir minimitzar una mica aquests descensos però tot i amb això les xifres són força preocupants.

D'aquesta manera, tot i que en temporada alta turística augmenta el nombre de destinacions, de vols i la seva freqüència, estem davant d'una infraestructura infrautilitzada al llarg de tot l'any però que durant la tardor, hivern i primavera arriba a mínims que estan fent replantejar estratègies a les autoritats i administracions competents.

11.2 ALTRES INFRAESTRUCTURES

11.2.1 Infraestructures hídriques

A Catalunya existeixen tres grans xarxes vinculades a l'abastament en alta de l'aigua per a consum urbà (domèstic, industrial i serveis): la del Consorci d'Aigües de Tarragona (CAT), la d'Aigües Ter-Llobregat (ATLL) i la del Consorci de la Costa Brava (CCB).

El Consorci d'Aigües de Tarragona (CAT) és un organisme amb personalitat jurídica pròpia creat al 1985 i format per la Generalitat de Catalunya, ajuntaments i indústries de la província de Tarragona i representants de les dues comunitats de regants del delta de l'Ebre. Segons la Llei 18/81 s'autoritza a realitzar les obres necessàries per tal de reduir les pèrdues a la xarxa de reg del delta de l'Ebre, i permet l'abastament urbà (domèstic, industrial, serveis) de la província de Tarragona amb cabal equivalent al recuperat, amb un límit màxim de 4 m3/s (la concessió actual és de 3,856 m3/s, 121,6 hm3/any).

L'aigua procedent dels canals de reg del Delta és portada cap a les comarques del Montsià, Baix Ebre, Baix Camp, Tarragonès, Alt Camp, Conca de Barberà i Baix Penedès. És a dir: tot el litoral de Tarragona més l'eix del Francolí, que suposa un 30% de la superfície de la província de Tarragona i un 80% dels seus habitants. Per tant, es pot considerar la xarxa del CAT com l'element vertebrador de l'abastament urbà de tot el sistema Sud.

Els cabals aportats pel CAT al sistema Sud suposen aproximadament un 67% de la demanda urbana (domèstica, industrial i serveis). Cal remarcar que gràcies a aquest transvasament, que suposa menys de l'1% dels recursos disponibles al sistema de l'Ebre, es va solucionar un greu problema de garantia de subministrament que afectava més de 500.000 habitants, l'important sector turístic del litoral tarragoní i la no menys important indústria del Camp de Tarragona. L'aportació de cabals pel CAT també va permetre reduir en gran mesura la massiva extracció d'aigua subterrània que es duia a terme per satisfer la demanda urbana.

D'aquesta manera s'ha incrementat la disponibilitat d'aigua de reg (la major part procedent d'aqüífers) i es pot disposar d'una reserva d'aigua subterrània per fer front a situacions de sequera i/o a les puntes de demanda ocasionades per l'activitat turística als mesos estivals. En definitiva, s'ha recuperat l'important paper regulador que tenen els aqüífers, especialment en petites conques amb forta irregularitat hidrològica com és el cas del sistema Sud.

En el cas concret del Baix Camp, la xarxa abasta àmplies parts de la comarca apropa cabals a xarxes de caire més local (xarxes en baixa), que subministren l'aigua als usuaris.

11.2.2 Infraestructures energètiques

A nivell introductori, i de marc general de l'àmbit energètic que es tracta en aquest punt, és necessari comentar que després d'un període d'informació pública que es va iniciar el 26/04/2012 i va acabar el 19/06/2012, el dia 09/10/2012 el Govern de la Generalitat de Catalunya, va aprovar el **Pla de l'Energia i Canvi Climàtic de Catalunya 2012-2020**.

Aquest Pla aborda la nova orientació que la Generalitat de Catalunya vol donar a la política energètica catalana, integrant-ne aquells aspectes de la mitigació del canvi climàtic relacionats amb l'energia.

Els eixos estratègics d'aquest Pla són els següents:

1. Les polítiques d'estalvi i d'eficiència energètica seran clau per assegurar l'assoliment d'un sistema energètic sostenible per a Catalunya.
2. Les energies renovables com a opció estratègica de present i de futur per a Catalunya.
3. La política energètica catalana ha de contribuir als compromisos de l'Estat Espanyol de reducció de gasos d'efecte hivernacle en el si de la UE.
4. La consolidació del sector de l'energia com a oportunitat de creixement econòmic i creació de feina qualificada.
5. La millora de la seguretat i la qualitat del subministrament energètic i el desenvolupament de les infraestructures energètiques necessàries per assolir el nou sistema energètic de Catalunya.
6. Les polítiques energètiques i ambientals catalanes han de tenir estratègies coherents per assolir un futur sostenible per a Catalunya, integrant el seu desenvolupament social, econòmic i ambiental.
7. Accelerar l'impuls a la R+D+I de noves tecnologies en l'àmbit energètic.
8. 8. L'actuació decidida de la Generalitat de Catalunya i les altres administracions públiques catalanes envers el nou model energètic com a element exemplaritzant i de dinamització.
9. Portar la política energètica al màxim nivell estratègic.
10. La implicació de la societat civil en la construcció del nou model energètic del país: formació, informació, participació i inclusió dels sectors socials més desfavorits econòmicament.

Alhora és important destacar que aquest Pla té un horitzó fins a l'any 2020, en coherència amb els importants reptes assumits per la Unió Europea en matèria d'energia i canvi climàtic en aquest horitzó (objectiu "20-20-20").

Aquest fet és força remarcable ja que també un dels reptes del PDR.CAT 2020 és "*promoure accions dirigides a la mitigació i adaptació al canvi climàtic i la protecció dels recursos naturals*". Per tant les actuacions que derivin d'aquesta diagnosi, i que es basin en aquest repte estratègic a nivell català, hauran d'anar en sintonia amb tot aquest marc més ampli.

Tot i amb això, convé esmentar que tot i tenir la voluntat de ser un element troncal en la planificació en matèria de política climàtica, el Pla no inclou d'altres aspectes del canvi climàtic com ara les emissions de gasos d'efecte hivernacle no vinculades a l'energia, l'anomenat efecte embornal (boscos, agricultura, ...), l'adaptació als impactes del canvi climàtic o el desenvolupament de models climàtics regionals. Aquests són objecte de tractament en el Pla de Mitigació i l'Estratègia d'Adaptació, que s'està portant a terme des de l'Oficina Catalana del Canvi Climàtic, com a **Estratègia catalana d'adaptació al canvi climàtic (ESCACC)**.

EDARs - Depuradores

Segons dades de la pròpia Agencia Catalana de l'Aigua (ACA), el Baix Camp disposa actualment de 16 depuradores en servei, 70 quilòmetres de col·lectors en alta (conduccions que recullen l'aigua residual de les xarxes de clavegueram per a transportar-les fins a la depuradora) i 43 estacions de bombament, que tracten conjuntament un cabal d'aigües residuals de 13 hm3/any (equivalent al sanejament de 178.000 d'habitants).

En la zona MBC, els sistemes actualment en servei són els següents: Alforja, Botarell, Prades, Riudecanyes, Riudecols i Vilaplana.

L'administració gestora d'aquests sistemes és el Consell Comarcal del Baix Camp, excepte en el cas de Prades, on el gestiona directament l'ACA.

D'aquests sistemes de sanejament, dos corresponen a llacunatges (Riudecanyes i Vilaplana), dos a tractaments biològics convencionals (Alforja, Botarell) i els altres dos corresponen a un procés biològic amb reducció de nutrients (Riudecols i Prades).

El Pla de Gestió, que actualment es troba en informació pública, contempla per al període 2016-21 noves inversions per a dur a terme dues actuacions de sanejament a la zona, concretament a Botarell i Riudecanyes.

Depuradora	Any activació	Cabal disseny (màxim)	Població equivalent disseny
Alforja	2001	750	3000
Botarell	1981	200	810
Prades	2013	730	3650
Riudecanyes	2002	115	600
Riudecols	2006	435	1813
Vilaplana	2002	120	577

Taula 98: Depuradores a la zona MBC. 2015
Font: Agència Catalana de l'Aigua

Energia eòlica

L'aprovació del Pla de l'Energia de Catalunya 2006-2015 per part del Govern de la Generalitat va fixar l'objectiu en l'àmbit de l'energia eòlica de 3.500 MW instal·lats a l'any 2015, fet que implícitament requeria d'una planificació en la implantació d'aquesta energia, minimitzant els impactes territorials i ambientals i garantint l'evacuació de l'energia elèctrica generada.

En aquest sentit, el Govern de la Generalitat va aprovar el Decret 147/2009, de 22 de setembre, pel qual es regulen els procediments administratius aplicables per a la implantació de parcs eòlics i instal·lacions fotovoltaiques a Catalunya. El Decret va entrar en vigor el 29 de setembre de 2009. Un dels objectius del Decret era establir els requisits per a la instal·lació de parcs eòlics i definir els criteris energètics, ambientals, urbanístics i paisatgístics que havien de regir en seva la instal·lació.

La necessitat de planificació per tal d'assolir els objectius fixats al Pla de l'Energia comporta que s'hagin de definir unes Zones de Desenvolupament Prioritari (ZDP) de parcs eòlics i que, una vegada definides, s'iniciï un procés de concurrència amb l'objectiu de seleccionar aquells projectes que s'ajustin millor als criteris que es fixin a les bases concursals.

Així, l'article 4 del Decret 147/2009, de 22 de setembre, defineix les ZDP com les àrees geogràfiques que el Mapa d'implantació ambiental de l'energia eòlica a Catalunya qualifica com a zones compatibles i com a zones d'implantació condicionada amb aquesta activitat i que, a més, reuneixen els següents requisits:

- Recurs eòlic suficient.
- Capacitat i punt d'evacuació de l'energia elèctrica produïda.
- Viabilitat urbanística.
- Viabilitat paisatgística.
- Viabilitat ambiental.

Per a la delimitació de les ZDP es va tenir en compte, a més a més, la protecció del patrimoni cultural dels espais afectats per aquella zona. La determinació de les Zones de Desenvolupament Prioritari per a la implantació de parcs eòlics a Catalunya es concretà en un pla segons el què disposa la llei 6/2009, de 28 d'abril, d'avaluació ambiental de plans i programes. Després d'un període d'informació pública que es va iniciar el 06/07/2012 i va acabar el 28/08/2012, el Pla de determinació de les Zones de Desenvolupament Prioritari (ZDP) de parcs eòlics va ser aprovat pel Govern en data 20/11/2012.

Finalment, les ZDP que constitueixen el Pla de Determinació de les Zones de Desenvolupament Prioritari són les següents:

- ZDP II – Conca de Barberà i Segarra
- ZDP III – Alt Penedès i Alt Camp
- **ZDP V – Ribera d'Ebre i Baix Camp**
- ZDP VI – Segrià i Ribera d'Ebre
- ZDP VII – Terra Alta
- ZDP VIII – Anoia i Segarra

Així doncs, part de la comarca del Baix Camp queda englobada en la ZDP V, juntament amb municipis de la Ribera d'Ebre. En concret, segons aquest Pla, la ZDP V inclou part dels municipis de Tivissa i de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant. La potència eòlica màxima prevista a la zona és de 120 MW.

Per tant els municipis de **les Muntanyes del Baix Camp queden fora d'aquestes Zones de Desenvolupament Prioritari**.

Figura 38: Mapa de la ZDP V – Ribera d'Ebre i Baix Camp
Font: Pla de determinació de les zones de desenvolupament prioritari per a l'energia eòlica de Catalunya

Tot i amb això, cal dir que el 9 d'octubre de 2012 es va aprovar el Pla de l'Energia i Canvi Climàtic 2012-2020 redactat pel Govern de la Generalitat, que en l'àmbit eòlic, estableix un objectiu de 5.153,6 MW instal·lats l'any 2020. Per tant, el Pla de Determinació de les Zones de Desenvolupament Prioritari, que suposa una potència total de 769 MW, no serà suficient per assolir els objectius establerts en l'horitzó del 2020 i obre la porta a definir, fora de l'àmbit del Pla de Determinació de les Zones de Desenvolupament Prioritari, les estratègies i actuacions que permetin la consecució d'aquests objectius.

Mentrestant doncs, i a l'espera de la definició de les estratègies concretes per assolir aquests objectius, l'estat actual de parcs eòlics en funcionament i en tramitació a la zona (comarca del Baix Camp, tot i que la majoria dins de l'àmbit MBC) són els que es mostren en la taula annexa.

Nom parc	Potència (MW)	Promotor	Estat tramitació	Data dades	Tràmit ambiental	Municipis
Aerogenerador de Vandellòs (PE Motarro II)	2.5	EÒLICA DEL MONTALT, S.L.	Tràmit	31/03/2012	Acord aplicació AIA	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant
Botarell	9	Cerwind Energy, SL	Tràmit	01/10/2012	Acord aplicació AIA	Botarell
Cabrafiga	9	LA VENTOLERA ENERGY RESOURCES SL	Tràmit	31/03/2012	Acord aplicació AIA	Pratdip
Collet dels Feixos	7.92	ESBRUG, SL	Servei	31/03/2012	DIA Favorable	Duesaigües
El Motarro	2.64	EÒLICA DE MONTALT, SL	Servei	31/03/2012	DIA Favorable	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant
Els Gorgs	10	FOMENT D'ENERGIES NATURALS, S.L.	Tràmit	31/03/2012	Acord aplicació AIA	Riudecanyes
Les Forgues	30.5	TARRACO EOLICA, SA	Tràmit	31/03/2012	Document abast	Riudecols
Lo Vedat del Pany	26	ESBRUG, SL	Autoritzat	31/03/2012	DIA Favorable	Duesaigües, Riudecols
Mas de la Potra	2.64	ESBRUG, SL	Servei	31/03/2012	DIA Favorable	Duesaigües, Pradell de la Teixeta
Mont-roig	9	Cerwind Energy, SL	Tràmit	01/10/2012	Acord aplicació AIA	Mont-roig del Camp
Pla de Graons	9.9	ENEL GREEN POWER ESPAÑA, S.L.	Tràmit	31/03/2012	Inadmissió / no idoneïtat	l'Albiol
Riudecanyes	3	JOSEP RAMÓN VALLVERDÚ	Tràmit	31/03/2012	Acord exempció AIA	Riudecanyes
Rocabruna	10	PARC EÒLIC ROCABRUNA, S.L.	Tràmit	31/03/2012	Acord aplicació AIA	les Borges del Camp
Trucafort	29.85	SOCIETAT EÒLICA L'ENDERROCADA	Servei	31/03/2012	DIA Favorable	Colldejou, Pradell de la Teixeta, l'Argentera, la Torre de Fontaubella
Vilavella	10	FOMENT D'ENERGIA EÒLICA DEL BAIX CAMP	Tràmit	31/03/2012	Acord aplicació AIA	Riudecanyes,Riudecols

Taula 99: Llistat de parcs eòlics en servei i en tràmit al Baix Camp
Font: www.geolocal.cat

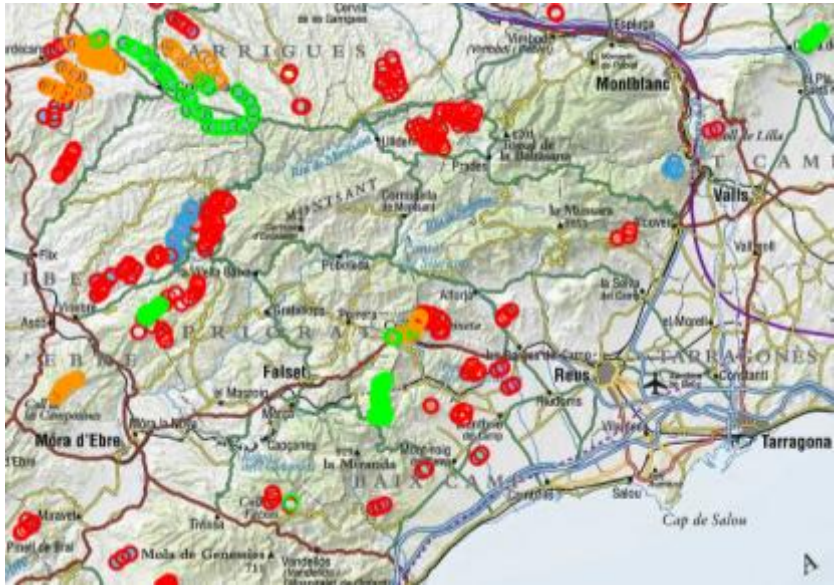


Figura 39: Mapa de localització de parcs eòlics en funcionament i en tràmit
Font: www.geolocal.cat

Una de les accions que des del **Pla de l'Energia i Canvi Climàtic de Catalunya 2012-2020** es vol abordar és la de l'elaboració d'un nou mapa d'implantació de l'energia eòlica terrestre, que permeti un alt grau d'utilització dels recursos, atenent al desenvolupament tecnològic actual i previsible de futur i compatibilitzant-lo amb la protecció del territori.

Cal dir que el Decret 147/2009, de 22 de setembre, pel qual es regulen els procediments administratius aplicables per a la implantació de parcs eòlics i instal·lacions fotovoltaiques a Catalunya, derogava el Decret 174/2002, d'11 de juny, regulador de la implantació de l'energia eòlica a Catalunya, excepte els articles 5 i 6, relatius al mapa d'implantació ambiental de l'energia eòlica a Catalunya, el qual segueix vigent.

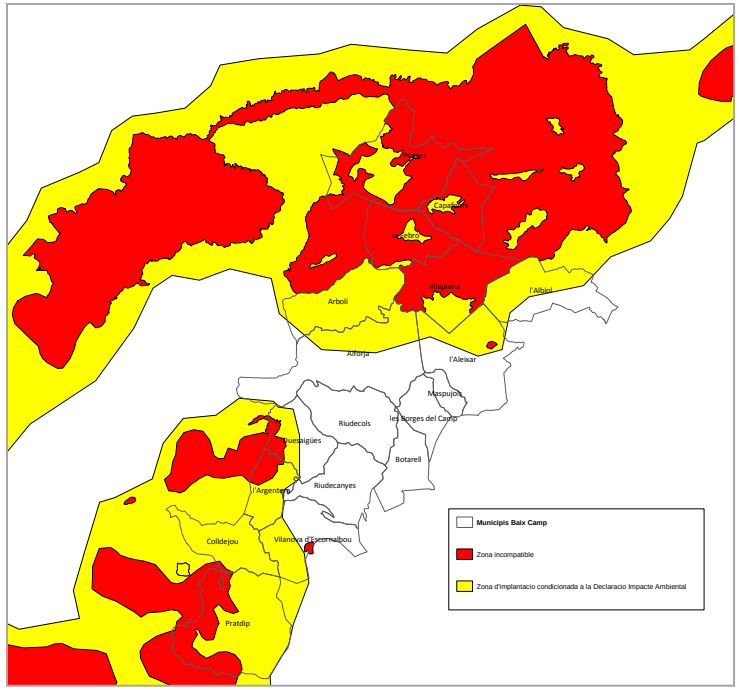


Figura 40: Mapa de la implantació ambiental de l'energia eòlica a Catalunya (juny 2002)
Font: Elaboració pròpia amb bases de l'ICC

11.2.3 Telecomunicacions

Les infraestructures i capacitats d'un territori en matèria de telecomunicacions esdevenen un dels principals indicadors del seu progrés social i econòmic. Les telecomunicacions constitueixen una de les principals eines de les que disposem com a ciutadans (o com a agents econòmics, socials, culturals, etc) per relacionar nos, i per accedir a la informació i al coneixement.

Aquestes xarxes s'han construït sempre en base la configuració dels territoris sobre les quals incideixen. Així, a més de les problemàtiques derivades de les dificultats que plantegen les companyies a donar servei a les àrees rurals, donada la seva poca rendibilitat derivada del limitat nombre d'usuaris i àmplia i difícil superfície, se li han d'afegir, de manera paral·lela, els potencials impactes ambientals d'aquest tipus d'infraestructures i les limitacions de caràcter normatiu i dificultats d'entesa entre les administracions i agents implicats.

A nivell general, cal dir que a dia d'avui, les comarques rurals tenen nivells d'equipament en TIC per sota de la mitjana de Catalunya . El retard més notable és el que es refereix a l'accés a internet de banda ampla. L'ús de les TIC a les zones rurals mostra nivells 5 punts per sota de les zones urbanes en relació al correu electrònic però menys d'1 punt pel que fa a les compres per internet.

El que queda del tot clar, tenint en compte aquest marc, és que la fisonomia i perfil poblacional dels municipis de les MBC han provocat que aquestes xarxes no s'han desenvolupat de manera adequada i el servei que en reben els ciutadans i empreses del territori, en molts casos, és poc adequat a les demandes actuals.

Val a dir que tant a nivell comarcal com a nivell local dels propis ajuntaments s'han portat a terme actuacions per intentar pal·liar aquestes mancances, i per intentar donar un servei de qualitat que les grans companyies no garantien ni actualment garanteixen.

També en aquest sentit, a nivell català, la Generalitat de Catalunya fa uns anys va impulsar el Catalunya Connecta, un pla de desplegament d'infraestructures i serveis de comunicacions electròniques, que recollia el projecte conegut com Banda Ampla Rural (BAR) que tenia per objectiu dotar de cobertura dels serveis de televisió digital terrestre , telefonia mòbil i banda ampla, com a mínim als nuclis de població de més de 50 habitants i tots els polígons industrials del país.

Tot i aquesta voluntat, com s'ha dit, a dia d'avui encara hi ha llocs de la zona MBC en les quals, per la seva orografia o baixa població, no ha estat possible arribar amb la xarxa Wimax convencional. Molts d'aquests municipis / zones han apostat per implementar una solució de banda ampla per satèl·lit.

La taula annexa detalla les cobertures de banda ampla (ADSL, Wimax) i cobertura de telefonia mòbil (112), en els municipis de la zona (zones habitades).

Cobertures de banda ampla i telefonia mòbil (112)

Municipis i altres entitats territorials menors	BANDA AMPLA [11]				Cobertura 112 (outdoor)
	Cobertura Banda Ampla	Cobertura ADSL	Cobertura WIMAX Generalitat	Cobertura WIMAX Operadors Privats	
Albiol, l'	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Bonretorn	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Masies Catalanes, les	SÍ	PARCIAL	COBERT	NO	SÍ
Aleixar, l'	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Alforja	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Arbolí	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Argentera, l'	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Sort, la	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Borges del Camp, les	SÍ	SÍ	PARCIAL	NO	SÍ
Botarell	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Costes, les	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ

[11] NOTA SOBRE LA COBERTURA ADSL
La disponibilitat del servei ADSL de Telefónica es considera "SÍ" quan el percentatge de cobertura al nucli és superior al 90%, mentre que es considera "PARCIAL" si aquest percentatge de cobertura és inferior al 90%. "NO" indica que no hi ha cobertura ADSL.

NOTA SOBRE LA COBERTURA WiMAX
La cobertura del servei WiMAX d'Iberbanda es considera "Cobert" quan més del 75% del nucli de població ja té cobertura del servei; "Cobert parcial" quan el percentatge de cobertura al nucli es troba entre el 50% i el 75%, i "No cobert" quan la cobertura és inferior al 50% del nucli de població o no està previst donar-hi cobertura en les fases esmentades del projecte BAR.

Tant la informació que es publica sobre la cobertura ADSL com la informació sobre la cobertura WiMAX, cal considerar-la com a orientativa. Per confirmar la viabilitat de qualsevol dels dos serveis d'accés a la banda ampla, sempre caldrà que un tècnic de l'empresa que els presta comprovi que des de la ubicació on es troba l'usuari es rep correctament el senyal ADSL o WiMAX.

Cobertures de banda ampla i telefonia mòbil (112)

Municipis i altres entitats territorials menors	BANDA AMPLA [11]				Cobertura 112 (outdoor)
	Cobertura Banda Ampla	Cobertura ADSL	Cobertura WIMAX Generalitat	Cobertura WIMAX Operadors Privats	
Capafonts	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Colldejou	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Duesaigües	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Febró, la	PARCIAL	NO	PARCIAL	NO	SÍ
Maspujols	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Prades	SÍ	SÍ	NO COBERT	NO	SÍ
Pratdip	SÍ	SÍ	NO COBERT	NO	SÍ
Planes del Rei, les	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Santa Marina	NO	NO	NO COBERT	NO	SÍ
Riudecanyes	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Mar de Riudecanyes, el	SÍ	SÍ	PARCIAL	NO	SÍ
Montclar	SÍ	SÍ	NO COBERT	NO	SÍ
Riudecols	SÍ	PARCIAL	COBERT	NO	SÍ
Costes, les	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Irles, les	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Riu-Club	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Voltes, les	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ
Vilanova d'Escornalbou	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Arbocet, l'	SÍ	SÍ	COBERT	NO	SÍ
Vilaplana	SÍ	NO	COBERT	NO	SÍ

Taula 100: Cobertures de banda ampla i telefonia mòbil (112)
Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament d'Empresa i Ocupació. Societat de la Informació (actualització 2013)

El mapa, per completar aquesta informació, ens mostra la cobertura de banda ampla rural, a nivell de cobertura a tot el territori (no només zones habitades). En aquest cas podem veure com les zones d'orografia més complicada no disposen d'aquest tipus de servei.

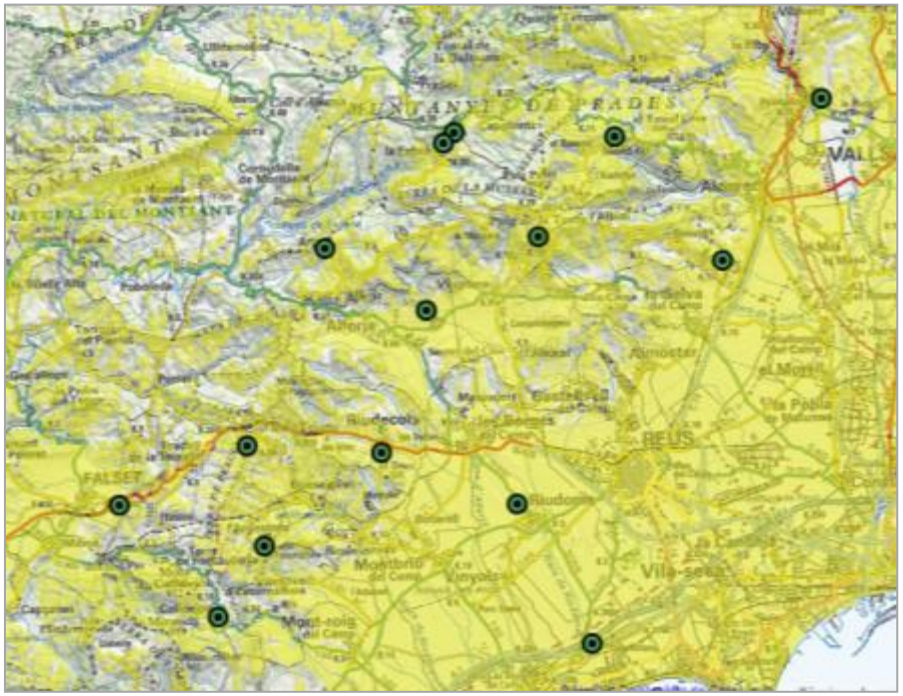


Figura 41: Cobertura banda ampla rural (cobertura dels centres emissors de BAR)
Font: Departament d'Empresa i Ocupació. Societat de la Informació

També en aquest sentit, mostrar el nivell de cobertura de telefonia mòbil a tot el territori de la zona. Cal dir que es tracta de la cobertura que qualsevol dels operadors de telefonia ofereix per trucar al telèfon d'emergència 112. Per tant, potser que un usuari no tingui cobertura per trucar en els punts marcats en groc a un telèfon que no sigui aquest.

Figura 42: Cobertura de Telèfon mòbil – 112
Font: Departament d'Empresa i Ocupació. Societat de la Informació

En darrer terme, apuntar que actualment les zones rurals també tenen el repte de configurar-se progressivament en seu i precursores de les xarxes elèctriques i de telecomunicacions intel·ligents o "**smart grids**", que representen l'evolució del sistema elèctric cap a una fusió tecnològica i de serveis amb les telecomunicacions (TIC).

Aquesta fusió permet la interconnexió de múltiples agents consumidors i generadors distribuïts en el territori i la gestió dels fluxos d'energia en temps real, per assolir la màxima eficiència energètica possible i al menor cost, augmentant la fiabilitat i la seguretat en la producció, en el subministrament i en el consum.

I per a que aquest repte sigui viable i possible d'afrontar, novament cal tornar a posar l'accent en la necessitat de millorar la xarxa de telecomunicacions de la zona.

11.2.4 Infraestructures ambientals i dades de gestió de residus

La Deixalleria Comarcal de Botarell, situada al Camí de Riudecols, s/n, de Botarell i titularitat del Consell Comarcal del Baix Camp és la única de les deixalleries de la comarca situada en algun dels municipis de les MBC.

Cal dir però que a la resta de la comarca hi trobem més deixalleries, tal com es mostra en la taula annexa.

Deixalleria	Municipis
DEIXALLERIA DE BOTARELL	Botarell
DEIXALLERIA DE CAMBRILS	Cambrils
DEIXALLERIA DE CASTELLVELL DEL CAMP	Castellvell del Camp
DEIXALLERIA DE LA SELVA DEL CAMP	La Selva del Camp
DEIXALLERIA DE MONT-ROIG DEL CAMP	Mont-roig del Camp
DEIXALLERIA DE MONT-ROIG DEL CAMP (II)MIAMI PLATJA	Mont-roig del Camp
DEIXALLERIA DE REUS CENTRAL	Reus
DEIXALLERIA DE REUS SUD	Reus
DEIXALLERIA DE RIUDOMS	Riudoms
DEIXALLERIA DE VANDELLÒS	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant
DEIXALLERIA DE L'HOSPITALET DE L'INFANT	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant

Taula 101: Instal·lacions per a la gestió de residus d'origen municipal al Baix Camp
Font: Agència de Residus de Catalunya

Si entrem a analitzar la generació de residus a nivell municipal, podem observar com els municipis de les MBC que menys residus generen (en kg/hab./any i segons dades de 2013) són Vilaplana (271,09), Colldejou (298,13) i Vilanova d'Escornalbou (353,29).

Per contra, els municipis que més residus generen són Pratdip (762,34), l'Albiol (742,03) i Capafonts (625,34), força superiors a la mitjana catalana, que és de 460,01 kg/hab./any. Val a dir que Pratdip i l'Albiol són els dos municipis que presenten majors quantitats de restes de poda, fruit de la tipologia de la seva trama urbanística, en la qual hi ha una notable presència d'habitatges en urbanitzacions disseminades.

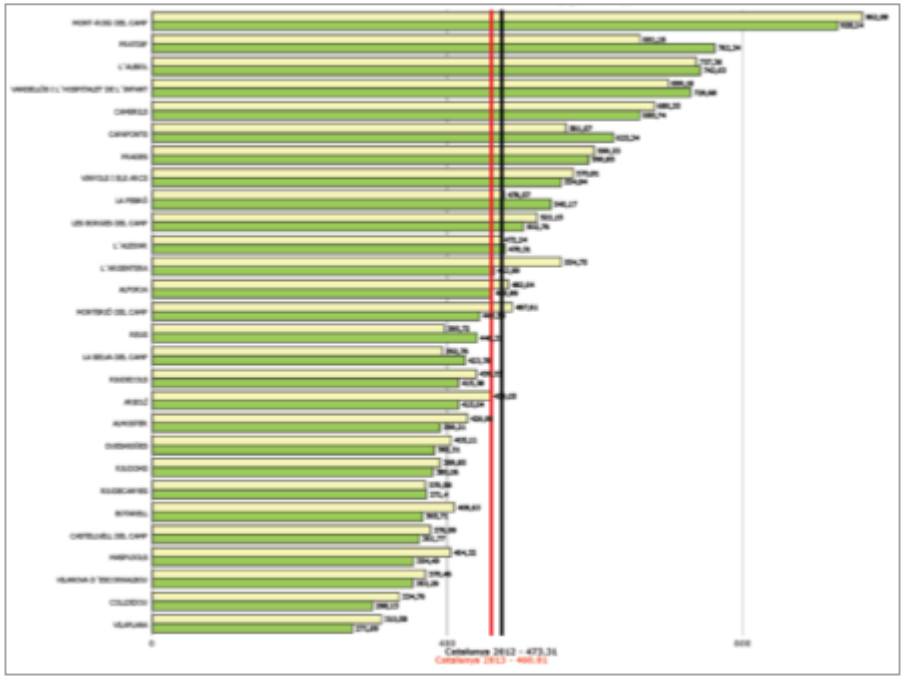


Figura 43: Generació de residus municipals de la comarca de Baix Camp (kg/hab/any). 2013
Font: Agència de Residus de Catalunya. Estadístiques de Residus Municipals

Tot seguit es mostra un detall d'aquests residus segons municipi i fracció, al llarg de l'any 2013, per tal de que esdevingui una mostra de la distribució d'aquestes tipologies a nivell local.

Generació de residus i recollida selectiva segons fracció i municipi					
Municipi	**Rebuig**	**Orgànica**	**Vidre**	**P/C**	**Envasos**
Albiol, l'	220,08	70,63	12,91	8,14	10,69
Aleixar, l'	343,75	24,80	13,12	13,17	10,00
Alforja	684,57	38,76	31,98	39,85	28,76
Arbolí	29,23	9,23	2,84	1,79	1,65
Argentera, l'	37,84	11,89	5,52	4,88	3,77
Borges del Camp, les	657,35	229,95	39,92	57,11	40,51
Botarell	183,04	118,01	25,67	28,60	27,14
Capafonts	52,54	6,11	3,69	2,99	2,02
Colldejou	41,75	4,42	1,75	1,54	2,06
Duesaigües	64,83	13,48	4,80	4,15	4,34
Febró, la	12,82	5,99	1,68	0,62	0,64
Maspujols	205,96	31,20	11,80	12,23	11,45
Prades	249,22	38,59	21,85	25,59	15,43
Pratdip	223,87	213,69	27,84	16,50	15,71
Riudecanyes	182,54	147,56	21,64	28,25	24,06
Riudecols	408,17	48,38	17,65	17,85	16,20
Vilanova d'Escornalbou	127,12	20,21	14,41	19,16	13,12
Vilaplana	89,47	20,79	11,11	14,30	13,14
TOTAL	**3.814,14**	**1.053,69**	**270,18**	**296,71**	**240,70**

Taula 102: Generació de residus i recollida selectiva segons fracció i municipi. Any 2013 (tones)
Font: Agència de Residus de Catalunya

Pel que fa al nivell d'implantació de la recollida selectiva de la FORM (fracció orgànica), cal dir que tots els municipis de les MBC han portat a terme una implantació activa d'aquesta recollida. Pel que fa al model de recollida adoptat per cada municipi, destacar que tots, a excepció de Riudecanyes, aposten per la recollida "en vorera", o també anomenada en "contenidors de superfície (àrees de vorera i àrees d'aportació)".

La recollida selectiva en contenidors de superfície consisteix en ubicar a la via pública contenidors de diferent tipologia, depenent de les característiques de la fracció a recollir, i que posteriorment els ciutadans utilitzen per lliurar els seus residus. Periòdicament, els contenidors es buiden seguint freqüències adaptades a la generació i característiques del cada fracció dels residus.

Generalment, la fracció orgànica es tendeix a recollir en bujols de dues rodes, mentre que per a la resta de recollides selectives s'emprèn iglús o altres contenidors de major capacitat. El més habitual és que els contenidors de rebuig i de FORM s'ubiquin junts (àrees de vorera) i, per altra banda, els de vidre, paper-cartró i envasos (àrees d'aportació).

Riudecanyes, com hem dit, per contra, aposta per la recollida porta a porta (que consisteix en lliurar els residus al servei municipal de recollida davant de la porta de casa, en uns dies i hores determinats per a cada fracció).

Nivell d'implantació i model de recollida selectiva de la FORM				
Municipi	**Data d'inici Servei RS FORM**	**Implantació Activa**	**Abast Implantació**	**Model RS FORM Domiciliària**
Albiol, l'	05/02/2006	Sí	TOTAL	Vorera
Aleixar, l'	03/07/2004	Sí	TOTAL	Vorera
Alforja	17/06/1997	Sí	TOTAL	Vorera
Arbolí	01/01/2010	Sí	TOTAL	Vorera
Argentera, l'	15/02/2010	Sí	TOTAL	Vorera
Borges del Camp, les	01/07/1997	Sí	TOTAL	Vorera
Botarell	17/06/1997	Sí	TOTAL	Vorera
Capafonts	04/02/2010	Sí	TOTAL	Vorera
Colldejou	15/02/2010	Sí	TOTAL	Vorera
Duesaigües	05/02/2010	Sí	TOTAL	Vorera
Febró, la	04/02/2010	Sí	TOTAL	Vorera
Maspujols	03/07/2004	Sí	TOTAL	Vorera
Prades	15/06/2008	Sí	TOTAL	Vorera
Pratdip	01/08/2007	Sí	TOTAL	Vorera
Riudecanyes	23/10/2000	Sí	TOTAL	Porta a porta
Riudecols	17/06/1997	Sí	TOTAL	Vorera
Vilanova d'Escornalbou	05/10/2009	Sí	TOTAL	
Vilaplana	03/07/2004	Sí	TOTAL	Vorera

Taula 103: Implantació i model de Recollida Selectiva de la FORM (Fracció Orgànica Residus Municipals)
Font: Agència de Residus de Catalunya

NOVES EINES DE PLANIFICACIÓ EN MATÈRIA DE RESIDUS

Per tancar aquest apartat, comentar que la Generalitat de Catalunya, a través del Departament de Territori i Sostenibilitat (mitjançant l'Agència de Residus de Catalunya), ha impulsat la redacció del **Programa general de prevenció i gestió de residus i recursos a Catalunya 2013-2020 (PRECAT20)**, que és l'instrument del que es dota per a fer front als reptes estratègics i objectius en matèria de prevenció i gestió de residus durant aquests anys.

El PRECAT20 integra els anteriors programes de gestió de residus de Catalunya formulats en base a l'origen de generació (municipals, industrials i de la construcció), en un nou programa de caràcter general basat en els fluxos materials de residus. Aquesta orientació enforteix la condició del residu com a recurs, així com les sinèrgies existents en la gestió dels diferents fluxos materials independentment del seu origen i permet la superació dels límits de les estratègies clàssiques de gestió.

A més, s'ha desenvolupat el **Pla Territorial Sectorial d'Infraestructures de Gestió de Residus Municipals de Catalunya 2013-2020 (PINFRECAT20)**, que ha de permetre el desenvolupament i implantació efectiva del citat PRECAT20, i avançar en la integració d'aquest vector ambiental en el conjunt de polítiques de la Generalitat.

Així, el PINFRECAT20 constitueix el marc de referència per a la implantació ordenada i equilibrada en el territori de les infraestructures necessàries per al tractament de residus a Catalunya, d'acord amb la reformulació del model de gestió, al qual s'han de subordinar els instruments previstos a la legislació urbanística.

Aquest Pla Territorial determina per a tots els àmbits que hi són descrits, de forma separada, les infraestructures existents i les que es troben en tràmit per a la seva execució per a dur a terme les diferents operacions de tractament. D'altra banda, s'estableix també mitjançant les diferents prognosis de generació de residus, els dèficits d'infraestructures de forma territorialitzada, així com els mecanismes que han de permetre afrontar les solucions per cobrir els esmentats dèficits.

D'acord amb aquests principis generals es preveu un únic nivell de divisió territorial, que agrega diverses comarques, que haurà de ser amb caràcter general autosuficient en el tractament de la fracció Resta, la FORM i la gestió del rebuig dels tractaments dels residus municipals.

En aquest sentit, el **Baix Camp** es troba inclòs en la Zona 3, d'aquesta zonificació, que rep el nom de "Comarques de Tarragona i Terres de l'Ebre". Hi formen part les següents comarques:

- Alt Camp
- **Baix Camp**
- Baix Ebre
- Baix Penedès
- Conca de Barberà
- Montsià
- Priorat
- Ribera d'Ebre
- Tarragonès
- Terra Alta

Figura 44: Zonificació del territori català a efectes de gestió de residus
Font: Pla Territorial Sectorial d'Infraestructures de Gestió de Residus Municipals de Catalunya 2013-2020

Aquest Pla analitza el balanç en la gestió dels residus i la capacitat de càrrega de les instal·lacions existents, per cada zona, i en el cas de la zona 3 emplaça a determinar a partir de 2016 (en funció de potencials increments de recollida), modificar escenaris de gestió d'instal·lacions existents.

12. EQUIPAMENTS COL·LECTIUS I ALTRES SERVEIS

12.1 SANITAT

La comarca del Baix Camp, i per tant els municipis de les Muntanyes del Baix Camp, s'integra en l'anomenada Regió Sanitària del Camp de Tarragona, conformant una única Àrea Bàsica de Salut.

En l'àmbit MBC només hi ha un centre d'atenció primària (a les Borges del Camp), i no hi ha cap centre hospitalari ni cap centre de salut mental. Els centres hospitalaris de referència de tota la regió sanitària són el Joan XIII, a Tarragona, i l'Hospital Universitari Sant Joan de Reus.

Tot i amb això, els consultoris locals, amb dotació i superfície desigual segons el municipi, són presents a la pràctica totalitat de la zona. Cal dir que els usuaris de certs municipis es desplacen a CAPs de municipis propers per tal de rebre certs serveis o disposar de més amplitud d'horaris (p.e. CAP Riudoms, CAR Cambrils).

Equipament	Adreça	Telèfon
CAP Les Borges del Camp	Av. de la Font de les Escales, s/n	977 56 00 89
Consultori local Alforja	de la Font, 56-58	977 81 63 67
Consultori local Arbocet	de Baix, 1 Arbocet (Vilanova d'Esc.)	977 83 75 19
Consultori local Arbolí	Major, 20	977 81 60 14
Consultori local Botarell	Corralot, s/n	977 83 32 47
Consultori local Capafonts	Les Fonts, 7	977 86 81 13
Consultori local Colldejou	Baix, 42	977 83 72 87
Consultori local Duesaigües	Enseula, 7	977 83 46 07
Consultori local La Febró	de la Font, 1	
Consultori local L'Aleixar	Joaquim Mir, 30	977 81 51 06
Consultori local L'Argentera	Pl. Església, 2	977 83 40 70
Consultori local Maspujols	de la Botiga, 1	977 81 56 36
Consultori local Prades	Nou del Pont, 1	977 86 84 15
Consultori local Pratdip	Av. Catajunya, 7	977 56 61 91
Consultori local Riudecanyes	del dimarts, 113	977 83 40 50
Consultori local Riudecols	La Parra, 2	977 56 03 55
Consultori local Vilanova d'Escornalbou	Av. De les Escoles, 3	977 83 75 19
Consultori local Vilaplana	Nostra Senyora de Montserrat, 2	977 81 51 39

Taula 104: Equipaments mèdics a la zona MBC
Font: canalsalut.gencat.cat

12.2 ESTABLIMENTS I SERVEIS D'ATENCIÓ A LA GENT GRAN

Segons dades del Departament de Benestar Social i Família, a dia d'avui a la zona MBC només hi trobem dos centres que ofereixin aquests serveis.

- El Casal dels Avis d'Alforja, que ofereix diferents serveis destinats a les persones grans (servei de centre residencial i descans familiar, centre de dia i el servei d'atenció a domicili - SAD).
- La Residència Mare de Déu de la Riera, de les Borges del Camp, residència municipal per a la gent gran, promoguda per l'Ajuntament i regida per un Patronat.

Establiments i serveis d'atenció a la gent gran				
Nom	**Adreça**	**Població**	**Tipus de centre**	**Titularitat**
Casal d'Avis d'Alforja	Plaça de Dalt, 1	Alforja	Residencial i centre de dia	Privada (col·laboradora del Departament)
Residència Mare de Déu de la Riera	Plaça de les Filles del Pare Palau, s/n	Les Borges del Camp	Residencial	Ajuntament (col·laboradora del Departament)

Taula 105: Establiments i serveis d'atenció a la gent gran
Font: Departament de Benestar Social i Família. Dades actualitzades a 17 de febrer de 2015 per la Unitat de Sistemes d'Informació de la Secretaria d'Inclusió Social i de Promoció de l'Autonomia Personal

Com s'ha dit, el Casal d'Avis d'Alforja ofereix també el servei de centre de dia. El centre de dia és un servei d'acolliment diürn que complementa l'atenció pròpia de l'entorn familiar, amb els objectius d'afavorir la recuperació i el manteniment de l'autonomia personal i social, mantenir la persona en el seu entorn personal i familiar en les millors condicions i proporcionar suport a les famílies en l'atenció a les persones grans dependents.

L'assignació d'un centre de dia es duu a terme a través del Programa individual d'atenció (PIA), que realitzen els serveis socials públics i que determina les modalitats d'intervenció més adients a les necessitats de les persones en situació de dependència pel que fa als serveis i les prestacions econòmiques previstes a la resolució pel seu grau i nivell.

A dia d'avui, tot i que no aparegui en el llistat del Departament de Benestar Social i Família, a Pratdip també hi trobem aquest tipus de servei, ubicat en el propi edifici de l'Ajuntament.

12.3 ENSENYAMENT

Com podem veure a la taula annexa, el nombre de centres educatius és notablement limitat al territori de les MBC. Pel que fa a l'educació infantil i primària la gran majoria de pobles disposen d'aquesta oferta tot i que cal destacar que a l'Albiol, Arbolí, l'Argentera, Capafonts, Colldejou i La Febró les famílies amb nens petits no tenen la possibilitat d'escolaritzar-los al mateix municipi amb la qual cosa s'han de desplaçar, o els pares o els nens amb transport escolar, a pobles més propers on sí que hi ha oferta de centres educatius.

Nombre de centres,segons tipus d'ensenyament. Any 2014						
	Només infantil	Infantil i primària	Només secundària	Infantil, primària secundària	Només E. especial específica	Cicles formatius
Albiol, l'	0	0	0	0	0	0
Aleixar, l'	1	1	0	0	0	0
Alforja	1	1	0	0	0	0
Arbolí	0	0	0	0	0	0
Argentera, l'	0	0	0	0	0	0
Borges del Camp, les	1	1	1	1	0	1
Botarell	1	1	0	0	0	0
Capafonts	0	0	0	0	0	0
Colldejou	0	0	0	0	0	0
Duesaigües	1	1	0	0	0	0
Febró, la	0	0	0	0	0	0
Maspujols	1	1	0	0	0	0
Prades	1	1	0	0	0	0
Pratdip	1	1	0	0	0	0
Riudecanyes	1	1	0	0	0	0
Riudecols	1	1	0	0	0	0
Vilanova d'Escornalbou	1	1	0	0	0	0
Vilaplana	1	1	0	0	0	0
MBC	**12**	**12**	**1**	**1**	**0**	**1**

Taula 106: Nombre de centres,segons tipus d'ensenyament. Any 2015
Font: Departament d'Ensenyament

Com veiem, els municipis sense centres són els que tenen menys població i cal tenir en compte que la manca d'aquest servi pot ser un factor més que impedeixi la fixació de gent en aquests pobles o l'arribada de nous habitants.

La resta de dades de la taula mostren com només la municipi de Les Borges del Camp hi ha oferta formativa en ensenyament secundari i algun dels cicles formatius que ofereix el Departament d'Ensenyament.

Aquestes dades reflecteixen, una vegada més la manca d'oferta de centres formatius en un territori que és notablement extens. Certament la població jove és minsa i tendeix a reduir-se sobretot en els municipis actualment més dispersos, aïllats i que ja actualment disposen d'una població envellida.

12.4 EQUIPAMENTS CULTURALS I ESPORTIUS

Els equipaments culturals i esportius són importants per als municipis de les Muntanyes del Baix Camp. Són espais que generen coneixement i participació, hàbits saludables i socialització. Ajuden a cohesionar als pobles a través de les activitats que s'hi desenvolupen i de les experiències que se n'extreuen. Aquest tipus d'espais compleixen una tasca que una administració local difícilment pot substituir.

Malgrat tot, la situació a les MBC, com en moltes altres zones rurals del país, no és fàcil. La manca de població i, encara més, de població mobilitzada, dificulta el dinamisme d'aquests espais de coneixement, cultura i socialització. Hi ha una certa pèrdua de compromís amb el poble i, de vegades, la gent només utilitza aquests espais com un client no implicat. Sovint hi ha dificultats per promoure un bon programa d'activitats, moltes vegades el patrimoni d'una entitat, la seva gestió o senzillament el seu manteniment, esdevenen una font de problemes enlloc d'una garantia de futur. A més a més cada vegada és més difícil la disposició de recursos per dinamitzar i mantenir aquests espais.

Amb tot, els ajuntaments lluiten per disposar d'equipaments i per seguir donant servei. Tots els consistoris, amb més bones o més males condicions, amb més o menys quantitat, disposen d'espais que tenen per objectiu oferir llocs als seus habitants per practicar-hi esports o activitats físiques i llocs per fer cultura. Espais, en definitiva, per donar vida al poble.

Biblioteques. Any 2015		
Municipi	**Públiques**	**Altres**
Alforja	0	1
Borges del Camp, les	1	0
Prades	1	0
Vilanova d'Escornalbou	1	0
MBC	**3**	**1**
Resta del Baix Camp	**7**	**6**
Total comarca	**10**	**7**

Taula 107: Biblioteques. 2015
Font: Idescat. Estadística de biblioteques i recerca pròpia de dades

Malgrat tot, els municipis de les Muntanyes del Baix Camp tenen importants deficiències en referència a equipaments de caire cultural. No parlem només dels pobles més petits en els quals és difícil i sovint innecessari tenir aquest tipus d'equipament. En pobles com La Febró, Capafonts, Arbolí, Colldejou, on la població no arriba als 100 habitants, seria excessiu disposar de biblioteca. Però trobem altres pobles més grans i dinàmics on tampoc no hi ha espais d'aquestes característiques. Pobles com Riudecanyes, Botarell, Maspujols o Riudecols, amb més població, amb estudiants i amb gent gran que podrien utilitzar aquests espais, no disposen de cap lloc habilitat per a la lectura o l'estudi. Actualment només tenen biblioteca els municipis de les Borges del Camp, Alforja, Vilanova d'Escornalbou i Prades.

Un cas diferent trobem amb els espais i equipaments esportius. El territori disposa d'una oferta acceptable en quantitat i qualitat dels equipaments.

Espais esportius. 201-	
Camps de futbol	9
Frontons	1
Gimnasos	2
Pavellons poliesportius	6
Piscines municipals	9
Pistes de petanca	1
Pistes de tennis	1
Pistes poliesportives	7
Centres d'equitació	2
Àrees esportives	11
Rocòdroms	1
Àrees d'escalada	2
Altres espais	24
Total	**76**

Taula 108: Espais esportius. 2013
Font: Idescat, a partir de les dades del Consell Català de l'Esport

En el quadre precedent ens mostra que als municipis de les Muntanyes del Baix Camp hi ha un nombre considerable d'establiments culturals i esportius. Veiem que hi ha 9 camps de futbol, tots ells propietat de l'ajuntament. També trobem 9 piscines municipals, la gran majoria a l'aire lliure. Hi trobem, també, un importat nombre de pistes i instal·lacions poliesportives municipals, on s'hi poden practicar tot tipus d'esports. Són pistes i espais que tenen diferents característiques i especificitats, cadascuna adaptada, en major o menor mesura, a les necessitats, a les característiques i als tamanys dels pobles on es troben. En aquests espais s'hi practica futbol, bàsquet, atletisme i moltes d'altres activitats esportives i gimnàstiques destinades, a més a més, a diferents públics i franges d'edat.

Hi ha alguns espais més específics o amb una presència més testimonial com són les pistes creades específicament per a la pràctica de la petanca, frontons, gimnasos públics, rocòdroms o àrees d'escalada municipals.

Als municipis de les Muntanyes del Baix Camp també hi trobem algunes empreses privades dedicades a la pràctica de l'esport o el turisme actiu que disposen d'instal·lacions pròpies i en aquest cas hi destaquen dues hípiques, situades a Vilanova d'Escornalbou i a l'Aleixar, amb unes destacables instal·lacions per a la pràctica de l'equitació.
Finalment veiem que hi ha molts altres espais on, a més a més de desenvolupar-s'hi activitats culturals, educatives, etc, també estan adaptades, en alguna de les seves parts, per a la pràctica de l'esport o de les activitats saludables. Dins d'aquest grup hi trobem escoles, societats recreatives amb espais habilitats per a la pràctica dels escacs o el billar, per exemple, casals o cases de colònies amb espais específics per a la pràctica d'activitats esportives i culturals.

Trobem entre els 18 municipis de les Muntanyes del Baix Camp, un total de 76 espais per a la pràctica d'activitats esportives. És un nombre que cobreix les necessitats del territori. Cal dir, també que durant uns anys, molts ajuntaments van crear i construir espais que en molts casos es va sobredimensionar o bé es van crear sense que hi hagués una clara necessitat de fer-ho. Aquest fet comporta, avui en dia, una important càrrega als consistoris que veuen com una part dels pressupostos s'han de dedicar a mantenir aquests espais infrautilitzats o, en cas que no s'hi dediquin aquests esforços pressupostaris, que aquests espais es degradin irremissiblement.

12.5 ALTRES ASPECTES DE BENESTAR SOCIAL

En quant a altres aspectes relacionats amb el benestar social cal destacar l'important paper que desenvolupa l'Àrea de Serveis Socials del Consell Comarcal del Baix Camp de cara a millorar les condicions de vida i el benestar social i econòmic dels habitants de la comarca. En aquest sentit, el Consell Comarcal ofereix els següents serveis principals:

Serveis Socials: és el departament encarregat de garantir les necessitats bàsiques dels ciutadans de la comarca a través de la prestació directa de serveis, el desenvolupament de les capacitats personals i amb la concessió de determinades ajudes econòmiques o altres petites subvencions. El departament compta amb els recursos personal i equipament necessari per portar a terme projectes, programes, prestacions i activitats generals d'atenció social a la comarca.

El principal objectiu és atendre els ciutadans de forma personalitzada, ajudant-los a solucionar tota mena de necessitats bàsiques, tant personals com familiars, reduint d'aquesta manera el risc d'exclusió i enfortint els llaços de cohesió social. En aquest sentit els principals serveis que s'ofereixen són:

- Atenció Social Primària
- Servei de Transport Adaptat
- Servei d'Atenció Domiciliària (SAD)
- Equip d'Atenció a la Infància i l'Adolescència (EAIA)
- Pla de Ciutadania i Immigració
- Xarxa de Centres Oberts i Programes Diürns Preventius
- Servei de Telealarma del Baix Camp
- Programa d'Ajuts Puntuals d'Urgència Social
- Servei d'Informació i Atenció a la Dona (SIAD)
- Ajuts individuals per a l'adquisició de llibres i material escolar d'Educació Infantil, Primària i ESO.
- Ajuts individuals per assistència al menjador escolar
- Ajuts individuals per a l'assistència de nens i nenes a llars d'infants
- Llei de la Dependència de Catalunya

Servei de Promoció Econòmica: El Baix Camp és una comarca amb marcats desequilibris econòmics, socials i demogràfics de manera que, com hem anat veient al llarg d'aquesta diagnosi, uns pocs municipis de la costa i la plana es caracteritzen per una important

activitat econòmica mentre que els municipis d'interior i de muntanya pateixen un notable índex d'envelliment de la població i serioses dificultats de promoció econòmica.

És des d'aquesta perspectiva que el Consell Comarcal del Baix Camp dirigeix una part dels seus esforços a dinamitzar l'economia d'aquestes poblacions, a promoure l'autocupació, l'activitat empresarial i comercial, la formació, l'emprenedoria, la innovació i la qualitat.
El Consell Comarcal del Baix Camp promou projectes relacionats amb l'ocupació i el desenvolupament econòmic basats en la participació de les persones, en la millora de l'ocupació i del mercat laboral.

Oficina d'Habitatge: des del Consell Comarcal es facilita la descentralització de la Borsa de mediació per al lloguer social als municipis que ho requereixin amb la voluntat d'apropar aquest servei a la ciutadania. S'ofereix un servei gratuït que consisteix en un sistema de mediació en el mercat immobiliari a fi d'incrementar l'oferta de lloguer a preus moderats a la comarca, amb el suport i la col·laboració de l'Agència de l'Habitatge de la Generalitat de Catalunya.

Oficina de Joventut; El Consell Comarcal del Baix Camp disposa d'una Oficina Comarcal de Joventut, amb professionals especialitzats que treballen per millorar les condicions de vida dels joves de la comarca i les severs perspectives de futur.

Consell Consultiu de la Gent Gran: El Consell Consultiu de la Gent Gran és un òrgan consultiu i de participació del Consell Comarcal del Baix Camp que vetlla per la millora del benestar i de la qualitat de vida de la gent gran de la comarca. Assessora i informa sobre els temes que fan referència a la problemàtica d'aquest col·lectiu.

El Consell Consultiu també celebra actes, trobades de discussió i assemblees amb la finalitat de desenvolupar la discussió i la recerca de solucions als problemes socials, de salut, culturals, econòmics, etc, de la gent gran.

12.6 BOMBERS, PROTECCIÓ CIVIL I SEGURETAT CIUTADANA

MOSSOS D'ESQUADRA

El Baix Camp forma part de l'Àrea Bàsica Policial Baix Camp – Priorat. En aquest marc, cal comentar que en tota la comarca hi trobem dues comissaries (cap d'elles ubicada en la zona MBC):

- Comissaria de la Policia de la Generalitat - Mossos d'Esquadra a Reus (situada al carrer de l'Alfàbrega, 4). És la seu operativa de l'Àrea Bàsica Policial (ABP) i té les següents funcions:
    - Patrullatge polivalent dels sectors i les demarcacions en què es divideix l'ABP (actuacions d'ofici, per iniciativa pròpia o a requeriment directe dels ciutadans o mitjançant la Sala de comandament).
    - Actuacions específiques en operacions planificades de seguretat ciutadana Investigació de petits delictes i realització de les primeres actuacions en els delictes que no són competència pròpia d'altres àmbits de l'organització.
    - Manteniment de l'ordre i la convivència, sempre que no calgui la intervenció de les unitats especialitzades.
    - Recepció de denúncies, instrucció dels atestats policials que se'n derivin i atenció dels requeriments dels ciutadans i de l'autoritat judicial.
    - Recepció de trucades urgents dels ciutadans al telèfon de tres xifres en requeriment de serveis policials d'assistència o informació.
    - Auxili a les autoritats judicials i compliment de les seves ordres.
    - Execució de les ordres i els requeriments de les autoritats amb potestats legals de policia.
    - Auxili als alcaldes, especialment en el marc dels convenis subscrits de cooperació i de coordinació, si escau, amb la policia local.
    - Autoprotecció i vigilàncies estàtiques.
    - Trasllat de detinguts.

- Comissaria de Districte de la Policia de la Generalitat - Mossos d'Esquadra a Cambrils (situada a l'avinguda d'Adelaida, 46). El districte exerceix les funcions que són descentralitzades des de l'ABP, i que són les següents

- Patrullatge polivalent dels sectors i les demarcacions en què es divideix l'ABP (actuacions d'ofici, per iniciativa pròpia o a requeriment directe dels ciutadans o mitjançant la Sala de comandament).
- Actuacions específiques en operacions planificades de seguretat ciutadana Investigació de petits delictes i realització de les primeres actuacions en els delictes que no són competència pròpia d'altres àmbits de l'organització.
- Manteniment de l'ordre i la convivència, sempre que no calgui la intervenció de les unitats especialitzades.
- Recepció de denúncies, instrucció dels atestats policials que se'n derivin i atenció dels requeriments dels ciutadans i de l'autoritat judicial.
- Recepció de trucades urgents dels ciutadans al telèfon de tres xifres en requeriment de serveis policials d'assistència o informació.
- Auxili a les autoritats judicials i compliment de les seves ordres.
- Execució de les ordres i els requeriments de les autoritats amb potestats legals de policia.
- Auxili als alcaldes, especialment en el marc dels convenis subscrits de cooperació i de coordinació, si escau, amb la policia local.
- Autoprotecció i vigilàncies estàtiques.
- Trasllat de detinguts.

A nivell de trànsit, tota la comarca forma part de l'Àrea Regional de Trànsit del Camp de Tarragona (sector Tarragona), amb delegació a la Plaça de Frederic Escofet i Alsina (Polígon Les Gavarres), de Tarragona.

Aquesta àrea té, entre d'altres, la funció de realitzar la vigilància, el control, la disciplina i la regulació del trànsit i la circulació i el transport de vehicles en vies públiques interurbanes i en travessies de municipis on no existeixi policia local (com és el cas en tots els municipis de la zona).

BOMBERS

La comarca del Baix Camp, a nivell d'organització interna dels bombers, es troba englobada en la Regió d'Emergències de Tarragona, dins l'Àrea d'Operacions (Regió d'Emergències Tarragona).

A la zona Muntanyes del Baix Camp només hi trobem un parc de bombers voluntaris:

- Parc de Bombers Voluntaris de Prades (carretera de l'Espluga (T-700), PK 21,490)

Tot i amb això, a la comarca del Baix Camp hi trobem 3 parcs més:

- Parc de Bombers de Reus (Mas de Tallapedra, 1)
- Parc de Bombers de Cambrils (carretera de Montbrió, s/n, Polígon Industrial Belianes))
- Parc de Bombers de Vandellòs-L'Hospitalet de l'Infant (carrer de Ramon Berenguer IV, s/n)

A més, en municipis limítrofs a la zona hi trobem per exemple els parcs de bombers de la comarca del Priorat, un d'ells de bombers voluntaris,

- Parc de bombers de Falset (carrer de les Torres, 3)
- Parc de Bombers Voluntaris de Cornudella de Montsant (carrer Comte de Rius, s/n (C-242))

un parc de la comarca de l'Alt Camp, també de bombers voluntaris,

- Parc de Bombers Voluntaris d'Alcover (avinguda de Montblanc, s/n (Crta. de Reus a Montblanc - C-240a)

i un parc a la comarca de la Ribera d'Ebre, també de bombers voluntaris:

- Parc de Bombers Voluntaris de Tivissa (Marçà de Dalt, 2)

Si observem les dades d'actuacions del cos de bombers a la zona al llarg de 2013, podem comprovar com aquest va portar a terme un total de 187 actuacions, la major part d'elles actuacions no urgents (51). Els incendis forestals o de vegetació tenen una notable presència (amb 44 actuacions), seguides a les actuacions de mobilitat (35). Alforja és el municipi amb major nombre d'incendis de vegetació (9).

D'aquesta manera, es torna a posar la necessitat de portar a terme una gestió més acurada i activa de gestió forestal per anar tendint, entre d'altres conseqüències positives,a minvar aquest risc d'incendis forestals.

Estadístiques anuals de bombers. 2013

Municipi	TOTAL	activitat no urgent	assistència tècnica	dispositiu preventiu	fuites	perilloses	incendi urbà	incendi vegetació	mobilitat	pràctiques	salvaments	simulacres	suport tècnic
Albiol, L'	4	1	1					1			1		
Aleixar, L'	7						1	5	1				
Alforja	19		1				3	9	5		1		
Arbolí	2								1		1		
Argentera, L'	2						1				1		
Borges del Camp, Les	25	2	2				7	4	9		1		
Botarell	13	1						4	6	1	1		
Capafonts	1										1		
Colldejou	5	2						2		1			
Duesaigües	3	2		1									
Febró, La	1									1			
Maspujols	14	3	1				2	4	3		1		
Prades	43	28	1	1	1		6	1	3	1			1
Pratdip	9	1	2					2	2		2		
Riudecanyes	14	7	1				1	3	1		1		
Riudecols	10			1			2	4	3				
Vilanova d'Escornalbou	7		1				1	3	1		1		
Vilaplana	8	4	1					2			1		
TOTAL	**187**	**51**	**11**	**3**	**1**		**24**	**44**	**35**	**4**	**13**	**0**	**1**

Taula 109: Estadístiques anuals de bombers. 2013
Font: Departament d'Interior

Salvaments al medi natural

La taula annexa ens mostra el nombre de salvaments que els bombers van realitzar en el medi natural al llarg de l'any 2014 a la zona MBC. Es van produir 8 salvaments, tots ells rescats de muntanya.

El municipi amb major nombre de rescats va ser la Febró (2). La resta de municipis en els quals s'hi van produir rescats només en van tenir un.

Salvaments al medi natural per municipi. 2014

Municipi	TOTALS	Rescat de muntanya
Alforja	**1**	1
Arbolí	**1**	1
Argentera, L'	**1**	1
Capafonts	**1**	1
Febró, La	**2**	2
Pratdip	**1**	1
Vilaplana	**1**	1

Taula 110: Salvaments al medi natural per municipi. 2014
Font: Departament d'Interior

AGRUPACIONS DE DEFENSA FORESTAL (ADF)

Les ADF són organitzacions integrades per propietaris forestals, voluntaris, ajuntaments i d'altres entitats que tenen cura de la gestió del medi natural, de forma constant i coordinada, afavorint la prevenció i divulgació dels riscos, i que tenen una participació activa en les situacions d'emergència que és produeixen en el seu àmbit d'actuació.

Les ADF poden integrar, i per tant tenir un àmbit d'actuació en conseqüència amb això, varis municipis. Aquest cas es produeix en diversos municipis de la zona MBC, que comparteixen ADF. És el cas de l'Argentera i Duesaigües, i de Capafonts, la Febró, i Prades.

Només dos municipis de la zona no disposen d'ADF, Botarell i Maspujols.

Agrupacions de Defensa Forestal a la zona MBC	
Municipi	**ADF**
Albiol, l'	SÍ
Aleixar, l'	SÍ
Alforja	SÍ
Arbolí	SÍ
L'Argentera i Duesaigües	SÍ
Borges del Camp, les	SÍ
Botarell	NO
Capafonts, la Febró, Prades	SÍ
Colldejou	SÍ
Maspujols	NO
Pratdip	SÍ
Riudecanyes	SÍ
Riudecols	SÍ
Vilanova d'Escornalbou	SÍ
Vilaplana	SÍ

Taula 111: Agrupacions de Defensa Forestal a la zona MBC
Font: Web del Secretariat de Federacions i ADF de Catalunya

Figura 45: Mapa d'Agrupacions de Defensa Forestal del Baix Camp
Font: Web del Secretariat de Federacions i ADF de Catalunya

PROTECCIÓ CIVIL

La comarca del Baix Camp es composa de municipis amb gran extensió de territori però amb pocs recursos i que no tenen l'estructura mínima per a poder atendre les emergències que es puguin derivar dins del seu territori. Atès que són els municipis els que tenen competències en matèria de protecció civil, la realitat del nostre país fa que hagi un gran desequilibri territorial i que, en moltes ocasions, no es pugui donar resposta a aquestes competències, com és el cas de les emergències. Una de les funcions del Consell Comarcal és la de donar suport i assistència tècnica a aquells municipis amb pocs recursos i mitjans i de mancomunar serveis per aquests. Segons la llei de Protecció Civil de Catalunya (Llei 4/1997, de 20 de maig), els Consells Comarcals dins de les tasques de protecció civil tenen també un paper important en els mecanismes d'assistència i suport a les funcions municipals de protecció civil.

Davant aquesta situació, el Consell Comarcal del Baix Camp va aprovar el 28 d'abril de 2010 el Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil (PAS-PC Baix Camp) del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre. Aquest document estableix les actuacions que ha de realitzar el Consell Comarcal per tal de coordinar i donar suport a les actuacions que realitzin els municipis en situacions d'emergència.

El Departament d'Interior Relacions Institucionals i Participació de la Generalitat va homologar el PAS el 8 de setembre de 2010. El PAS-PC Baix Camp no s'ha d'entendre com un pla d'emergència sinó un pla de suport i ajuda. En cap cas substitueix tampoc la responsabilitat màxima en matèria de Protecció Civil, que la normativa atribueix als ajuntaments, ja que el municipi és l'entitat bàsica de la Protecció Civil.

Els objectius del PAS són:

- Que la Protecció Civil al Baix Camp sigui un sistema viu, actiu i efectiu
- L'optimització dels recursos
- La millora de l'organització en casos d'emergència
- La millora de la formació dels responsables municipals de Protecció Civil

La importància de l'aprovació del PAS i del seu desenvolupament radica també en el fet que el Baix Camp, per la seva configuració i per les seves característiques, ha de tenir plans d'emergències per a tot tipus de riscos:

- Nuclear (PENTA)
- Incendis forestals

- Inundacions
- Nevades
- Accidents greus
- Transport de mercaderies perilloses
- Pandèmies
- Salvament marítim i lluita contra contaminació marina i altres riscos específics segons la planificació municipal

L'estructura del Pla Comarcal d'Assistència i Suport als municipis en matèria de Protecció Civil es composa de quatre documents, seguint el model proposat pel Servei de Planificació de la Direcció General de Protecció Civil, per a la creació d'un model definitiu:

- Document principal. En aquest document s'inclou la informació bàsica de la comarca. Situació geogràfica, coneixement del risc, marc legal, etc.
- Document d'assistència i suport en la planificació, prevenció... És el document que s'ha de redactar per a donar assistència i suport als municipis que s'integrin al pla, en les tasques de redacció i implantació dels plans d'emergència (tant municipals com d'autoprotecció), de prevenció i previsió dels riscos , de les campanyes d'informació a la població, etc.
- Document d'assistència i suport durant les emergències. Document que s'ha de redactar per a donar assistència i el suport als municipis de la comarca, quan hi hagi una emergència donant-los tant de suport tècnic com de recursos.
- Document d'assistència i suport per fer possibles el retorn a la normalitat. Document que es redacta per donar l'assistència i el suport als municipis de la comarca, en tasques de rehabilitació, recuperació dels serveis bàsics, sol·licitud d'ajudes i/o subvencions.

Els municipis de la zona de les MBC majoritàriament han desenvolupat, o estan en procés de fer-ho, els plans d'emergència relacionats amb els riscos estipulats. No tots els municipis desenvolupen tots els plans, sinó que cada un d'ells només desenvolupa el que li pertoca en funció del risc que té de patir alguna de les emergències estipulades. Val a dir que la varietat i diversitat del territori comporta aquesta necessitat de plans que responguin als perills d'incendis, de nevades, químics, nuclears, etc.

Segons dades del Departament d'Interior, a data actual (març de 2015), l'estat dels plans en cada un dels municipis de la zona, s'exposa en el quadre annex.

Protecció Civil. Estat de la planificació municipal									
Municipi	**INFOCAT**	**NEUCAT**	**INUNCAT**	**SISMICAT**	**TRANSCAT**	**FERROCAT**	**PENTA**	**PLASEQCAT**	**ALTRES**
Albiol, l'	Obligat PAM INFOCAT l'Albiol 26/04/2012	Obligat		Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat			Recomanat	Contaminació Ebre Obligat PEM Contaminació Accidental al riu Ebre de l'Albiol 18/12/2008
Aleixar, l'	Obligat PAM INFOCAT L'Aleixar 27/07/2011	Recomanat	Obligat PAM INUNCAT l'Aleixar 29/04/2010	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat PAM TRANSCAT L'Aleixar 15/12/2011		Obligat		
Alforja	Obligat PAM INFOCAT Alforja 27/11/2014	Recomanat	Obligat: PAM INUNCAT Alforja 20/10/2011	Recomanat (Intensitat VI)			Obligat		
Arbolí	Obligat: PAM INFOCAT Arbolí 27/07/2011	Obligat: PAM NEUCAT Arbolí 20/10/2011		Recomanat (Intensitat VI)			Obligat		
Argentera, l'	Obligat PAM INFOCAT L'Argentera 15/12/2011	Recomanat	Recomanat	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat	Obligat	Obligat		
Borges del Camp, les	Obligat PAM INFOCAT Borges del Camp 15/12/2011	Recomanat	Obligat	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat PAM TRANSCAT Borges del Camp 11/12/2001		Obligat		PEM Àrees Pública Concurrència Correfocs Borges del Camp 03/10/2013
Botarell		Recomanat	Obligat PAM INUNCAT Botarell 20/10/2011	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat PAM TRANSCAT Botarell 16/02/2012		Obligat		
Capafonts	Obligat PAM INFOCAT Capafonts 15/12/2011	Obligat		Recomanat (Intensitat VI)					
Colldejou	Obligat PAM INFOCAT Colldejou 06/05/2008	Obligat PAM NEUCAT Colldejou 04/10/2012		Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat		Obligat		
Duesaigües	Obligat PAM INFOCAT Duesaigües 20/10/2011	Recomanat	Recomanat	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat	Obligat	Obligat		
Febró, la	Obligat PAM INFOCAT Febró 20/05/1998	Obligat		Recomanat (Intensitat VI)					
Maspujols	Obligat PAM INFOCAT Maspujols 15/12/2011	Recomanat		Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat		Obligat		Contaminació Ebre Obligat PEM Contaminació Accidental al riu Ebre de Maspujols 18/12/2008
Prades	Obligat PAM INFOCAT Prades 20/10/2011	Obligat PAM NEUCAT Prades 20/10/2011		Recomanat (Intensitat VI)					PEM Àrees Pública Concurrència: Festa del Cava Prades 04/10/2012 / PEM Àrees Pública Concurrència: correfocs Prades 13/02/2014
Pratdip	Obligat PAM INFOCAT Pratdip 15/12/2011	Recomanat	Recomanat	Recomanat (Intensitat VI)	Obligat PAM TRANSCAT Pratdip 21/12/2005		Obligat		PEM Accidents TMP per conduccions de Pratdip 21/12/2005
Riudecanyes	Obligat PAM INFOCAT Riudecanyes 16/02/2012	Recomanat	Recomanat	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat PAM TRANSCAT Riudecanyes 17/12/2003	Obligat	Obligat		
Riudecols	Obligat PAM INFOCAT Riudecols 15/12/2011	Recomanat	Obligat	Recomanat (Intensitat VI)	Recomanat		Obligat		
Vilanova d'Escornalbou	Obligat PAM INFOCAT Vilanova d'Escornalbou 15/12/2011	Recomanat	Obligat	Recomanat (Intensitat VI)			Obligat		
Vilaplana	Obligat PAM INFOCAT Vilaplana 16/02/2012	Recomanat	Recomanat	Recomanat (Intensitat VI)					

Taula 112: Protecció Civil. Estat de la planificació municipal
Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament d'Interior. Direcció General de Protecció Civil. (info actualitzada a 11/3/2015)

GLOSSARI DE PLANS DE PROTECCIÓ CIVIL

PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES PER INCENDIS FORESTALS DE CATALUNYA (INFOCAT)

L'objectiu del Pla INFOCAT és establir el marc jurídico - funcional per fer front a les emergències per incendis forestals, dins de l'àmbit territorial de Catalunya, establint els avisos, l'organització i els procediments d'actuació dels serveis de la Generalitat de Catalunya, de les altres administracions públiques i també de les entitats privades que tinguin un paper rellevant en la gestió d'aquest tipus d'emergències.

El Pla INFOCAT inclou la quantificació i la localització dins del territori de Catalunya, dels aspectes fonamentals per a l'anàlisi de risc, zonificació del territori, desplegament de mitjans i recursos i localització d'infraestructures per als treballs d'actuació en cas d'emergència.

PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES PER NEVADES A CATALUNYA (NEUCAT)

El Pla Especial d'Emergències per Nevades a Catalunya (NEUCAT) és el marc jurídic-funcional per fer front a totes aquelles emergències per nevades que es donin dins de l'àmbit territorial de Catalunya.

Aquest Pla ha de determinar la perillositat de les nevades a Catalunya i els efectes que aquestes poden tenir sobre els diferents elements vulnerables i serveis bàsics. Per altra banda, el NEUCAT també ha d'establir els avisos, l'organització i els procediments d'actuació dels serveis de la Generalitat de Catalunya, de les altres administracions públiques i també de les entitats privades que tinguin un paper rellevant en la gestió d'una emergència per nevades.

En concret, els objectius d'aquest pla especial d'emergències per nevades a Catalunya (NEUCAT) són:

- *Conèixer les zones i els municipis de Catalunya amb major perill de nevades i els efectes que se'n poden derivar mitjançant una anàlisi del risc que inclogui l'estudi de la perillositat i de la vulnerabilitat.*
- *Determinar els criteris d'afectació municipal.*
- *Informar sobre situacions de risc per nevades amb la màxima antelació possible a fi que es puguin prendre les mesures preventives adients per tal de minimitzar el risc.*
- *Establir l'estructura organitzativa de resposta dels serveis de la Generalitat de Catalunya, de les altres administracions públiques, i de la resta d'organitzacions o entitats privades que intervinguin en la gestió d'una emergència per nevades.*
- *Establir els procediments operatius i de coordinació dels organismes que integren el Pla: avisos, criteris d'activació i actuacions associades (mesures preventives, intervenció), coordinació amb els municipis, etc.*
- *Garantir el funcionament dels serveis bàsics, la seguretat de les persones i la protecció dels béns, infraestructures i el medi ambient.*
- *Determinar els criteris de planificació municipal en relació a l'elaboració dels Plans d'actuació municipal (PAM).*
- *Preveure la realització de campanyes d'informació a la població.*
- *Especificar els procediments d'avís i d'informació a la població així com les mesures de protecció i els consells a difondre per minimitzar el risc davant una emergència per nevades.*
- *Catalogar els mitjans i els recursos disponibles adscrits al Pla.*
- *Definir les tasques d'implantació i manteniment del Pla.*

Cal tenir present però, que tot el conjunt d'actuacions establertes al Pla NEUCAT no obvien la capacitat d'autoprotecció que ha de tenir la població en situacions de risc potencial o d'emergència. Per tant, cal incidir en l'autoprotecció, la conscienciació, el coneixement i responsabilitat personals necessaris per evitar fer activitats generadores de risc i per fer front a situacions de risc i/o emergència per nevades.

PLA D'EMERGÈNCIA ESPECIAL PER INUNDACIONS (INUNCAT)

L'objectiu del pla INUNCAT és fer front a les emergències per inundacions, dins de l'àmbit territorial de Catalunya, establint els avisos, l'organització i els procediments d'actuació dels serveis de la Generalitat de Catalunya, de les altres administracions públiques i de les entitats privades.

El pla INUNCAT quantifica i localitza dins de tot el territori de Catalunya, els aspectes fonamentals per a l'anàlisi del risc, vulnerabilitat, zonificació del territori, establiment de les èpoques de perill i desplegament de mitjans i recursos i localització d'infraestructures de recolzament per als treballs d'actuació en cas d'emergència.

PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES SÍSMIQUES A CATALUNYA (SISMICAT)

Ateses les característiques de l'emergència sísmica i la probabilitat de que es produeixi un fenomen d'aquestes característiques, es fa necessari el desenvolupament d'un pla territorial que doni una resposta ràpida i eficaç, dirigida a minimitzar els possibles danys a les persones, béns i medi ambient, i que permeti restablir els serveis bàsics per a la població en el menor temps possible.

PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES PER ACCIDENTS EN EL TRANSPORT DE MERCADERIES PERILLOSES PER CARRETERA I FERROCARRIL A CATALUNYA (TRANSCAT)

El pla especial d'emergències per accidents en el transport de mercaderies perilloses per carretera i ferrocarril a Catalunya (TRANSCAT) és el marc orgànic i funcional per fer front a totes aquelles emergències relacionades amb el transport de MMPP dins l'àmbit territorial de Catalunya.

Així doncs, el pla TRANSCAT té com a objectius principals:

- *Establir les zones i els municipis de Catalunya amb major exposició al risc per transport de MMPP.*
- *Establir l'estructura organitzativa de resposta dels serveis de la Generalitat de Catalunya, de les altres administracions públiques, i de la resta d'organitzacions entitats privades que intervinguin en la gestió d'una emergència per accident en el transport de MMPP.*
- *Establir les funcions bàsiques dels operatius i organitzacions que integren el pla i els mecanismes de coordinació entre ells per tal de resoldre eficaçment l'emergència.*
- *Preveure els procediments d'informació a la població i els mecanismes per dur a terme les mesures de protecció i autoprotecció de les persones, els béns i el medi ambient.*
- *Catalogar els mitjans i els recursos humans i materials disponibles.*
- *Definir les tasques d'implantació i manteniment del pla.*
- *Establir els mecanismes de coordinació amb altres plans d'àmbit municipal, estatal i particular.*

PLA D'EMERGÈNCIES EN TRANSPORT DE VIATGERS PER FERROCARRIL DE PROTECCIÓ CIVIL PER A LES EMERGÈNCIES FERROVIÀRIES A CATALUNYA (FERROCAT)

Va ser creat el desembre de 2009 per la Comissió de Protecció Civil de Catalunya (CPCC) arran dels diferents successos que van ocórrer a la xarxa de rodalies de Barcelona, per les deficiències en la infraestructura ferroviària i la construcció de la línia d'alta velocitat Madrid - Barcelona. Va ser el primer pla d'emergències ferroviàries que es va crear a Espanya.

PLA D'EMERGÈNCIA NUCLEAR EXTERIOR A LES CENTRALS NUCLEARS D'ASCÓ I VANDELLÒS (PENTA)

Existint a la província de Tarragona centrals nuclears, en els termes municipals d'Ascó i Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, és necessari Tenir previstes les actuacions de preparació i resposta per fer front als accidents que derivin en situacions d''"Emergència Nuclear".

Té coma a objectiu evitar, o almenys reduir, en el possible, els efectes adversos de les radiacions ionitzants sobre la població en cas d'accident nuclear, en les centrals nuclears d'Ascó i/o Vandellòs.

PLA D'EMERGÈNCIA EXTERIOR DEL SECTOR QUÍMIC DE CATALUNYA PLASEQCAT

El Pla d' Emergència Exterior és el marc orgànic i funcional per a fer front a les emergències per accidents greus amb substàncies perilloses prèviament analitzats, classificats i majoritàriament avaluats. En ell s'estableix l'esquema de coordinació de les autoritats, organismes i serveis cridats a intervenir, els recursos humans i materials necessaris per a la seva aplicació i les mesures de protecció més idònies.

13. INVERSIONS PÚBLIQUES AL TERRITORI

En aquest apartat es volen recollir, a nivell informatiu, les diferents inversions previstes en els diferents municipis de la comarca, a curt-mitjà termini. S'han recollit amb l'objectiu principal de visualitzar les prioritats a nivell municipal i/o comarcal en nivell de serveis públics, infraestructures i equipaments.

Així, s'hi ha recollit les inversions aprovades en el marc del Pla d'Acció Municipal (PAM) de la Diputació de Tarragona, per al període 2013-2016, i les aprovades i/o previstes en el marc del Pla Únic d'Obres i Serveis de Catalunya (PUOSC), Departament de Governació i Relacions Institucionals de la Generalitat de Catalunya, del Període 2013-2017.

Tot i que aquestes inversions estan presentades i en molts casos aprovades, a data de redacció de la present diagnosi, moltes d'elles no s'han pogut executar per manca del finançament previst.

PLA D'ACCIÓ MUNICIPAL PER AL PERÍODE 2013-2016

Diputació de Tarragona

Davant la situació econòmica en què es troben els municipis, la **Diputació de Tarragona** pretén, amb la formulació del PAM, que els ens locals, en funció de la seva planificació i els seus recursos, realitzin actuacions dins dels programes següents:

- Programa d'inversions: destinat a l'execució d'obres i l'adquisició de béns que afectin serveis de competència municipal.

- Programa de despeses corrents: per facilitar el finançament i pagament de les actuacions de manteniment, reparació i conservació dels serveis i equipaments municipals, i així activar l'economia i afavorir el pagament als proveïdors.

En data 25 de juliol de 2014, el Ple de la Diputació acordà l'aprovació definitiva del PAM 2013-2014, la concessió definitiva de les anualitats 2013 i 2014 i la planificació de les anualitats 2015 i 2016 d'aquest mateix programa.

La formulació i la convocatòria del PAM s'ha aprovat conjuntament amb el PUOSC 2013-2016, al què s'han incorporat com a programa específic.

La distribució de la dotació econòmica del PAM, per al període 2013-2016, per municipis, és la següent:

Distribució de la dotació econòmica PAM 2013-2016	
Albiol, l'	168.748,46 €
Aleixar, l'	236.853,83 €
Alforja	306.742,83 €
Arbolí	148.290,35 €
Argentera, l'	148.495,49 €
Borges del Camp, les	308.019,22 €
Botarell	303.292,00 €
Capafonts	148.331,38 €
Colldejou	148.595,77 €
Duesaigües	148.846,50 €
Febró, la	133.586,53 €
Maspujols	236.015,06 €
Prades	235.705,08 €
Pratdip	236.552,97 €
Riudecanyes	303.497,13 €
Riudecols	304.135,33 €
Vilanova d'Escornalbou	235.276,57 €
Vilaplana	235.600,23 €
MBC	**3.986.584,73 €**

Taula 113: Distribució de la dotació econòmica PAM 2013-2016
Font: Diputació de Tarragona (https://seuelectronica.dipta.cat)

PLA ÚNIC D'OBRES I SERVEIS DE CATALUNYA PERÍODE 2013-2017

Departament de Governació i Relacions Institucionals de la Generalitat de Catalunya

Normativa aplicable

- DECRET 155/2012, de 20 de novembre, pel qual s'aproven les bases reguladores i d'execució del Pla únic d'obres i serveis de Catalunya per al període 2013-2016, i s'obre la convocatòria única per a aquest període. (6263 núm. DOGC publicat el 28/11/2012)
- DECRET 162/2012, de 18 de desembre, de modificació del Decret 155/2012, de 20 de novembre, pel qual s'aproven les bases reguladores i d'execució del Pla únic d'obres i serveis de Catalunya per al període 2013-2016, i s'obre la convocatòria única per a aquest període. (6278 núm. DOGC publicat el 20/12/2012)
- DECRET 206/2013, de 30 de juliol, de modificació del termini d'execució de la línia de subvencions per a inversions i la línia de subvencions per a despeses de reparació, manteniment i conservació, regulats en els annexos 2 i 3 del Decret 155/2012, de 20 de novembre, pel qual s'aproven les bases reguladores i d'execució del Pla únic d'obres i serveis de Catalunya per al període 2013-2016, i s'obre la convocatòria única per a aquest període. (6430 núm. DOGC publicat el 01/08/2013)
- DECRET 104/2014, de 22 de juliol, pel qual s'aproven determinades mesures en relació amb les anualitats 2014 i 2015 del Pla únic d'obres i serveis de Catalunya. (6671 núm. DOGC publicat el 24/07/2014)

SUBVENCIONS PER A MANTENIMENT PER A MUNICIPIS (2014-2017)

Subvencions per a manteniment per a municipis (2014-2017)		
Municipi	**Import quadriennal**	**Import anual**
Albiol, l'	78.383,03	19.595,76
Aleixar, l'	76.045,21	19.011,30
Alforja	94.104,18	23.526,05
Arbolí	62.823,61	15.705,90
Argentera, l'	65.967,74	16.491,94
Borges del Camp, les	92.078,25	23.019,56
Botarell	80.238,20	20.059,55
Capafonts	62.084,49	15.521,12
Colldejou	62.592,04	15.648,01
Duesaigües	63.948,30	15.987,07
Febró, la	60.930,83	15.232,71
Maspujols	69.716,30	17.429,07
Prades	76.821,93	19.205,48
Pratdip	89.612,41	22.403,10
Riudecanyes	90.728,13	22.682,03
Riudecols	101.314,03	25.328,51
Vilanova d'Escornalbou	73.055,02	18.263,75
Vilaplana	71.140,95	17.785,24
MBC	**1.371.584,65**	**342.896,15**

Taula 114: PUOSC. Subvencions per a manteniment per a municipis (2014-2017)
Font: Diputació de Tarragona (https://seuelectronica.dipta.cat)

PLANIFICACIÓ INICIAL DESPESES CORRENTS

Planificació inicial. Despeses corrents		
Municipi	**Anualitat i títol de l'actuació**	**Pressupost i subvenció DT**
Albiol, l'	2013 D Despesa corrent 2013	42.187,12 €
	2014 D Despesa corrent 2014	42.187,12 €
	2015 D Despesa corrent 2015	42.187,12 €
	2016 D Despesa corrent 2016	42.187,10 €
Aleixar, l'	2013 D Despesa corrent 2013	25.829,64 €
	2014 D Despesa corrent 2014	25.829,64 €
	2015 D Despesa corrent 2015	25.829,64 €
	2016 D Despesa corrent 2016	25.829,62 €
Alforja	2013 D Despesa corrent 2013	76.685,71 €
	2014 D Despesa corrent 2014	76.685,71 €
	2015 D Despesa corrent 2015	76.685,71 €
	2016 D Despesa corrent 2016	76.685,70 €
Arbolí	2013 D Despesa corrent 2013	3.576,94 €
	2014 D Despesa corrent 2014	3.576,94 €
	2015 D Despesa corrent 2015	3.576,94 €
	2016 D Despesa corrent 2016	3.576,93 €
Argentera, l'	2013 D Despesa corrent 2013	9.623,87 €
	2014 D Despesa corrent 2014	9.623,87 €
	2015 D Despesa corrent 2015	9.623,87 €
	2016 D Despesa corrent 2016	9.623,88 €

Planificació inicial. Despeses corrents		
Municipi	**Anualitat i títol de l'actuació**	**Pressupost i subvenció DT**
Borges del Camp, les	2013 D Despesa corrent 2013	20.000,00 €
	2014 D Despesa corrent 2014	20.000,00 €
	2015 D Despesa corrent 2015	20.000,00 €
	2016 D Despesa corrent 2016	20.000,00 €
Botarell	2013 D Despesa corrent 2013	75.823,00 €
	2014 D Despesa corrent 2014	75.823,00 €
	2015 D Despesa corrent 2015	75.823,00 €
	2016 D Despesa corrent 2016	75.823,00 €
Capafonts	2013 D Despesa corrent 2013	18.337,31 €
	2014 D Despesa corrent 2014	18.337,31 €
	2015 D Despesa corrent 2015	18.337,31 €
	2016 D Despesa corrent 2016	18.337,30 €
Colldejou	2013 D Despesa corrent 2013	25.000,00 €
	2014 D Despesa corrent 2014	25.000,00 €
	2015 D Despesa corrent 2015	25.000,00 €
	2016 D Despesa corrent 2016	25.000,00 €
Duesaigües	2013 D Despesa corrent 2013	37.211,63 €
	2014 D Despesa corrent 2014	37.211,63 €
	2015 D Despesa corrent 2015	37.211,63 €
	2016 D Despesa corrent 2016	37.211,61 €
Febró, la	2013 D Despesa corrent 2013	-
	2014 D Despesa corrent 2014	-
	2015 D Despesa corrent 2015	-
	2016 D Despesa corrent 2016	-
Maspujols	2013 D Despesa corrent 2013	26.985,49 €
	2014 D Despesa corrent 2014	26.985,49 €
	2015 D Despesa corrent 2015	26.985,49 €
	2016 D Despesa corrent 2016	26.985,49 €
Prades	2013 D Despesa corrent 2013	58.926,27 €
	2014 D Despesa corrent 2014	58.926,27 €
	2015 D Despesa corrent 2015	58.926,27 €
	2016 D Despesa corrent 2016	58.926,27 €
Pratdip	2013 D Despesa corrent 2013	25.000,00 €
	2014 D Despesa corrent 2014	25.000,00 €
	2015 D Despesa corrent 2015	25.000,00 €
	2016 D Despesa corrent 2016	25.000,00 €
Riudecanyes	2013 D Despesa corrent 2013	30.000,00 €
	2014 D Despesa corrent 2014	30.000,00 €
	2015 D Despesa corrent 2015	30.000,00 €
	2016 D Despesa corrent 2016	30.000,00 €

Planificació inicial. Despeses corrents		
Municipi	**Anualitat i títol de l'actuació**	**Pressupost i subvenció DT**
Riudecols	2013 D Despesa corrent 2013	16.000,00 €
	2014 D Despesa corrent 2014	16.000,00 €
	2015 D Despesa corrent 2015	16.000,00 €
	2016 D Despesa corrent 2016	16.000,00 €
Vilanova d'Escornalbou	2013 D Despesa corrent 2013	45.576,70 €
	2014 D Despesa corrent 2014	45.576,70 €
	2015 D Despesa corrent 2015	45.576,70 €
	2016 D Despesa corrent 2016	45.576,71 €
Vilaplana	2013 D Despesa corrent 2013	19.781,26 €
	2014 D Despesa corrent 2014	19.781,26 €
	2015 D Despesa corrent 2015	19.781,26 €
	2016 D Despesa corrent 2016	19.781,25 €

Taula 115: PUOSC. Planificació inicial despeses corrents. Diputació de Tarragona
Font: Diputació de Tarragona (https://seuelectronica.dipta.cat)

PLANIFICACIÓ INICIAL LÍNIA MANTENIMENT CONSELLS COMARCALS

Planificació inicial línia manteniment Consells Comarcals			
Comarca	**Manteniment quadriennal**	**Manteniment anual**	**Percentatge**
Alt Camp	83.279,73	20.819,93	2,08%
Alt Empordà	102.865,74	25.716,44	2,57%
Alt Penedès	92.368,11	23.092,03	2,31%
Alt Urgell	85.970,75	21.492,69	2,15%
Alta Ribagorça	77.479,20	19.369,80	1,94%
Anoia	96.046,17	24.011,54	2,40%
Bages	103.480,49	25.870,12	2,59%
Baix Camp	**100.447,69**	**25.111,92**	**2,51%**
Baix Ebre	91.917,86	22.979,47	2,30%
Baix Empordà	96.024,79	24.006,20	2,40%
Baix Llobregat	152.142,48	38.035,62	3,80%
Baix Penedès	89.455,96	22.363,99	2,24%
Barcelonès	258.915,95	64.728,99	6,47%
Berguedà	87.150,19	21.787,55	2,18%
Cerdanya	80.578,69	20.144,67	2,01%
Conca de Barberà	81.852,72	20.463,18	2,05%
Garraf	92.100,54	23.025,14	2,30%
Garrigues	82.760,04	20.690,01	2,07%
Garrotxa	84.652,67	21.163,17	2,12%
Gironès	97.808,91	24.452,23	2,45%
Maresme	117.332,10	29.333,03	2,93%
Montsià	85.351,52	21.337,88	2,13%
Noguera	89.828,99	22.457,25	2,25%
Osona	102.272,33	25.568,08	2,56%
Pallars Jussà	83.916,71	20.979,18	2,10%
Pallars Sobirà	83.914,69	20.978,67	2,10%
Pla d'Urgell	83.364,32	20.841,08	2,08%
Pla de l'Estany	84.426,79	21.106,70	2,11%
Priorat	80.440,62	20.110,16	2,01%
Ribera d'Ebre	82.085,64	20.521,41	2,05%
Ripollès	83.483,20	20.870,80	2,09%
Segarra	82.368,59	20.592,15	2,06%
Segrià	105.428,06	26.357,02	2,64%
Selva	99.847,13	24.961,78	2,50%
Solsonès	82.558,52	20.639,63	2,06%
Tarragonès	102.282,69	25.570,67	2,56%
Terra Alta	80.626,91	20.156,73	2,02%
Urgell	82.463,16	20.615,79	2,06%

Planificació inicial línia manteniment Consells Comarcals			
Comarca	**Manteniment quadriennal**	**Manteniment anual**	**Percentatge**
Val d'Aran	157.054,52	39.263,63	3,93%
Vallès Occidental	119.254,80	29.813,70	2,98%
Vallès Oriental	74.400,00	18.600,00	1,86%
TOTAL	**4.000.000,00**	**1.000.000,00**	

Taula 116: PUOSC. Planificació inicial línia manteniment Consells Comarcals
Font: Diputació de Tarragona (https://seuelectronica.dipta.cat)

PLANIFICACIÓ INICIAL DEL PROGRAMA D'INVERSIONS DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA, AMORTITZACIÓ DE PRÉSTECS (PUOSC 2013-2017)

Planificació inicial del Programa d'Inversions de la Diputació de Tarragona, Amortització de Préstecs (PUOSC 2013-2017)					
Municipi	**Anualitat**	**Tipologia**	**Títol de la actuació**	**Pressupost Elegible**	**Subvenció DT**
Argentera, l'	2014	P	A.2.d'Amortització de préstec	53.962,77 €	50.000,00 €
Capafonts	2013	P	A.1.d Amortització extraordinària i anticipada de préstec	78.928,58 €	74.982,14 €
Riudecols	2013	P	A.2.d Amortització de préstec n.9600003194	75.126,58 €	71.370,25 €
Riudecols	2013	P	A.3.d Amortització de préstec n.9600002204	53.661,88 €	50.978,78 €
Vilanova d'Escornalbou	2014	P	A.2.d Amortització de préstecs	12.878,84 €	12.234,89 €
Vilanova d'Escornalbou	2014	P	A.3.d Amortització de préstecs	12.878,82 €	12.234,87 €

Taula 117: PUOSC 2013-2017. Planificació inicial del Programa d'Inversions de la Diputació de Tarragona, Amortització de Préstecs
Font: Diputació de Tarragona (https://seuelectronica.dipta.cat)

PLA ÚNIC D'OBRES I SERVEIS DE CATALUNYA

PLANIFICACIÓ DEL PERÍODE 2013-2017 (SUBVENCIONS PER A INVERSIONS DE TOTES LES LÍNIES I PROGRAMES)

Ens local i any actuació	Títol de l'actuació	Pressupost	Subv. PUOSC	Subv. LI	Subv. DT
Albiol 2014	Actuacions a la Plaça de Sant Antoni	10.241,87 €	9.729,77 €	9.729,77 €	
Albiol 2015	Adequació de l'enllumenat del nucli antic	15.194,64 €	14.434,90 €	14.434,90 €	
Albiol 2016	Recuperació dels rentadors i de la font	10.296,01 €	9.781,20 €	9.781,20 €	
Aleixar 2014	Arranjament i consolidació del Casal Josep Guardiola	50.500,03 €	47.975,02 €		47.975,02 €
Aleixar 2015	Adquisició d'una finca per l'ampliació del futur equipament social	90.063,45 €	85.560,27 €		85.560,27 €
Aleixar 2015	Renovació de serveis i pavimentació d'un tram de la raval Baixa	87.340,00 €	82.973,00 €	82.973,00 €	
Alforja 2014	Dos pous per a l'abastament d'aigua potable	46.314,55 €	41.683,10 €	41.683,10 €	
Alforja 2015	Canvi de l'enllumenat públic per passar a baix consum	39.220,00 €	35.298,00 €	35.298,00 €	
Arbolí 2013	Arranjament del carrer Trinquet	45.028,55 €	42.777,12 €		42.777,12 €
Arbolí 2014	Renovació de serveis i pavimentació de la Plaça de la Font	49.388,57 €	46.919,14 €		46.919,14 €
Arbolí 2014	Renovació de serveis i pavimentació de la zona de la piscina	46.617,19 €	44.286,33 €		44.286,33 €
Arbolí 2016	Renovació dels serveis i pavimentació del carrer de la Font	43.886,49 €	41.691,49 €	41.691,49 €	
Argentera 2013	Adquisició Casa Carrer del Porxet	72.000,00 €	60.000,00 €		60.000,00 €
Argentera 2014	Restauració dels empedrats antics dels carrers	127.156,50 €	120.798,67 €	120.798,67 €	
Baix Camp 2017	Reposició del paviment de la planta de compostatge	964.298,28 €	494.700,00 €	494.700,00 €	
Borges del Camp 2014	Reparació de vies públiques urbanes	151.975,75 €	144.376,96 €		144.376,96 €
Borges del Camp 2015	Actuacions per la gestió i l'eficiència energètica de l'enllumenat públic	210.322,00 €	199.642,26 €	116.000,00 €	83.642,26 €
Botarell 2015	Adquisició d'una finca urbana qualificada com equipaments municipals pel POUM	98.800,20 €	88.920,18 €	88.920,18 €	
Botarell 2016	Adequació a la normativa vigent de la xarxa de distribució elèctrica	119.640,08 €	107.676,07 €	107.676,07 €	
Capafonts 2015	Col·locació de baranes als carrers	14.251,44 €	13.538,86 €	13.538,86 €	
Capafonts 2015	Reforç de l'enllumenat	18.443,06 €	17.520,90 €	17.520,90 €	
Capafonts 2017	Millores de l'abastament d'aigua	28.972,69 €	27.524,05 €	27.524,05 €	
Colldejou 2013	Pavimentació d'un tram i construcció mur camí de l'Hort	30.910,20 €	25.595,77 €		25.595,77 €
Colldejou 2014	Reposició del clavegueram i del paviment de la plaça de l'Església	80.101,83 €	76.096,73 €	53.096,73 €	23.000,00 €
Colldejou 2017	Conducció d'aigua de la Font del Nogué a la Font d'Emprenyinós	62.741,45 €	59.604,35 €	59.604,35 €	
Duesaigües 2014	Renovació de serveis i pavimentació de vials públics	98.640,00 €	93.708,00 €	93.708,00 €	
Febró 2014	Redacció del projecte de la urbanització del carrer de Canyeret	6.940,17 €	6.593,16 €	6.593,16 €	
Febró 2014	Urbanització del carrer de Canyeret	178.372,85 €	169.454,20 €	35.867,67 €	133.586,53 €
Maspujols 2013	Millora a la xarxa de clavegueram 25.977,61	24.678,73 €	24.678,73 €		24.678,73 €
Maspujols 2014	Adequació de la llar d'infants	66.527,77 €	63.201,38 €		63.201,38 €
Maspujols 2015	Construcció d'un pou per aprofitament d'aigua	42.308,41 €	40.192,99 €		40.192,99 €
Maspujols 2015	Redacció del projecte del magatzem per a equipament municipal	3.582,21 €	3.403,09 €	3.403,09 €	
Maspujols 2016	Magatzem per a equipament municipal	42.289,87 €	40.175,38 €	40.175,38 €	
Maspujols 2016	Redacció del projecte de la renovació de trams de la xarxa de captació d'aigua en alta	5.082,00 €	4.827,89 €	4.827,89 €	
Maspujols 2017	Renovació del trams de la xarxa de captació d'aigua en alta 107.324,39	101.958,16 €	101.958,16 €		
Prades 2014	Redacció del projecte de la urbanització de la plaça dels Arbres	2.572,32 €	2.443,70 €	2.443,70 €	
Prades 2015	Urbanització de la plaça dels Arbres 87.	150,50 €	82.792,97 €	82.792,97 €	

Ens local i any actuació	Títol de l'actuació	Pressupost	Subv. PUOSC	Subv. LI	Subv. DT
Prades 2016	Redacció del projecte de l'adequació dels quadres de comandament de l'enllumenat públic envers la gestió energètica	2.742,90 €	2.605,75 €	2.605,75 €	
Prades 2017	Adequació dels quadres de comandament de l'enllumenat públic envers la gestió Energètica	92.929,77 €	48.283,28 €	48.283,28 €	
Pratdip 2015	Renovació dels serveis i pavimentació de diversos vials del nucli antic	275.222,48 €	261.460,36 €	124.907,39 €	136.552,97 €
Riudecanyes 2014	Arranjament del carrer del Dilluns (1-35 i 2-44)	234.953,70 €	174.100,00 €	174.100,00 €	
Riudecanyes 2014	Reforma del Centre de dinamització econòmica "el Sindicat"	194.596,08 €	183.497,13 €		183.497,13 €
Riudecanyes 2015	Arranjament Carrer Dimarts (núm. 43 a 59 i 20 a 30)	94.303,92 €	69.900,00 €	69.900,00 €	
Riudecols 2015	Renovació de serveis i pavimentació del carrer de Dalt	370.342,28 €	117.786,30 €		117.786,30 €
Riudecols 2015	Urbanització del nou carrer entre el carrer de Catalunya i el carrer A de la urbanització de les Costes	397.055,19 €	242.000,00 €	242.000,00 €	
Vilanova d'Escornalbou 2013	Adquisició edifici cooperativa	30.000,00 €	28.500,00 €		28.500,00 €
Vilanova d'Escornalbou 2014	Valorització del patrimoni arquitectònic BCIL i BCIN del nucli antic, zona nord	349.504,46 €	42.526,61 €	42.526,61 €	
Vilanova d'Escornalbou 2014	Valorització del patrimoni arquitectònic BCIL i BCIN del nucli antic, zona sud	223.286,94 €	27.160,32 €	27.160,32 €	
Vilanova d'Escornalbou 2016	Recuperació del camí de Mas Munté per a la millora dels accessos a espais d'interès turístic	49.152,86 €	46.695,21 €	46.695,21 €	
Vilaplana 2013	Nou consultori mèdic	164.710,74 €	156.475,20 €		156.475,20 €
Vilaplana 2015	Renovació de la pavimentació i serveis del carrer Major	528.584,94 €	136.000,00 €	136.000,00 €	
		6.094.194,08 €	**4.109.523,95 €**	**2.518.961,69 €**	**1.488.604,10 €**

Taula 118: Pla Únic d'Obres i Serveis de Catalunya. Planificació del període 2013-2017 (subvencions per a inversions de totes les línies i programes)
Font: Diputació de Tarragona (https://seuelectronica.dipta.cat)

14. AVALUACIÓ DE LES ACCIONS DE DESENVOLUPAMENT RURAL REALITZADES DURANT EL PERÍODE 2007-2013

14.1. ELS AJUTS LEADER

Durant el període de programació europea 2007-2013, les accions de desenvolupament rural a la zona han estat portades a terme des d'una entitat creada a tals efectes, el **Consorci Leader Priorat – Baix Camp**.

El Consorci Leader Priorat- Baix Camp és una entitat pública, de caràcter associatiu i naturalesa voluntària, sense ànim de lucre, amb personalitat jurídica pròpia i amb plena capacitat per complir les finalitats assenyalades en els seus estatuts, que integra als Consells Comarcals del Priorat i del Baix Camp com a membres fundacionals i que incorpora, en el Consell Rector, la participació de representants d'entitats privades directament implicades en la consecució dels mateixos objectius.

La creació d'aquest ens associatiu i l'aprovació inicial dels seus Estatuts va ser acordada pel Ple del Consell Comarcal del Priorat, en la sessió de 14 d'abril de 2008, i pel Ple del Consell Comarcal del Baix Camp el dia 30 d'abril de 2008.

Ambdues corporacions van publicar els anuncis pertinents per sotmetre l'expedient a informació pública per un termini de 30 dies, sense que s'hagin presentat durant aquest període cap escrit d'al·legacions o reclamacions a cap de les dues administracions, per la qual cosa els acords adoptats amb caràcter provisional van esdevenir definitius.

Els anuncis relatius a la informació del procés de creació del nou Consorci van ser inserits en els respectius Taulers d'Edictes i també en les següents publicacions:

El Consell Comarcal del Priorat va publicar l'acord de creació del Consorci i d'aprovació inicial dels seus Estatuts al BOPT núm. 100, de data 29 d'abril de 2008 i en el DOGC núm. 5.123 de 2 de maig de 2008. Finalment, l'anunci que conté el text íntegra dels Estatuts i el resultat de l'exposició pública va ser publicat al BOPT núm. 146 de 23 de juny de 2008 i al DOGC núm. 5.168 de 8 de juliol de 2008.

El Consell Comarcal del Baix Camp va publicar l'acord de creació del Consorci i d'aprovació inicial dels seus Estatuts al BOPT núm. 115/1, de data 17 de maig de 2008 i en el DOGC núm. 5.133 de 19 de maig de 2008.

Posteriorment, l'anunci que conté el resultat de l'exposició pública i la referència per a la localització del text íntegra dels Estatuts va ser publicat al BOPT núm. 179 d'1 d'agost de 2008 i al DOGC núm. 5.191 de 8 d'agost de 2008.

Així finalment, en data 03/09/2008 es va aprovar la constitució del Consell Rector del Consorci Leader Priorat- Baix Camp, com a òrgan col·legiat suprem de deliberació i decisió del Consorci, a qui li correspon exercir les competències que venen enumerades a l'article 9 dels seus Estatuts. En la mateixa sessió es va aprovar la participació de les següents entitats privades al Consell Rector del Consorci, tal com assenyala l'article 23 dels Estatuts:

- Consell Regulador de la D.O. Montsant
- Consell Regulador de la D.O.Q. Priorat
- Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya
- Associació de Cases de Pagès del Priorat
- Agrupació per a la Restauració del Priorat
- Consell Regulador de la D.O. Siurana
- Consell Regulador de la D.O. Avellana de Reus
- Associació de Turisme Rural del Baix Camp
- Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Reus
- Unió de Pagesos

El Consorci Leader Priorat - Baix Camp disposa d'un àmbit territorial configurat per la totalitat de la comarca del Priorat i per un seguit de municipis situats a la zona interior i de muntanya del Baix Camp (l'Albiol, l'Aleixar, Alforja, Arbolí, l'Argentera, les Borges del Camp, Botarell, Capafonts, Colldejou, Duesaigües, la Febró, Maspujols, Prades, Pratdip, Riudecanyes, Riudecols, Vilanova d'Escornalbou, Vilaplana). Es tracta doncs d'un espai format per 41 municipis situats a la zona interior i més occidental de l'àmbit territorial del Camp de Tarragona.

Al llarg del període de programació 2007-2013, s'han publicat al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya diverses ordres de bases reguladores i convocatòries d'ajuts Leader. En base a aquestes convocatòries, el Consorci Leader Priorat – Baix Camp ha pogut anar registrant sol·licituds d'ajut, valorant cadascun d'aquests expedients i certificant les despeses a ells associades.

Les ordres que s'han publicat en aquest període, d'ajuts Leader són les que tot seguit es detallen:

2009

- ORDRE AAR/126/2009, de 23 de març, per la qual s'aprovaven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader de Catalunya relatives al període de programació 2007-2013, i es convocaven els corresponents a l'any 2009 (DOGC Núm. 5348, de 27/03/2009).

2010

- ORDRE AAR/562/2009, de 23 de desembre, per la qual s'aprovaven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader de Catalunya relatives al període de programació 2007- 2013, i es convocaven els corresponents a l'any 2010 (DOGC Núm. 5536, de 30/12/2009).
- ORDRE AAR/345/2010, de 3 de juny, per la qual es regula la comunicació prèvia a l'inici de les inversions acollides al règim dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader de Catalunya relatives al període de programació 2007-2013, per a l'any 2010 (DOGC Núm. 5655 de 22/06/2010).

2011

- ORDRE AAM/283/2011, de 24 d'octubre, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader de Catalunya, mesura 410, en el marc de l'eix 4 Leader, del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2011 (DOGC Núm. 5995 de 31/10/2011).

2012

- ORDRE AAM/429/2012, de 21 de desembre, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader en el marc de l'eix 4 del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007- 2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2012 (DOGC Núm. 6282 de 28/12/2012).
- ORDRE AAM/15/2013, de 14 de febrer, per la qual es modifiquen les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader en el marc de l'Eix 4 del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, aprovades per l'Ordre AAM/429/2012, de 21 de desembre. (DOGC núm. 6319, publicat el 20/02/2013)

2013

- ORDRE AAM/328/2013, de 13 de desembre, per la qual es modifiquen els percentatges de cofinançament de la contribució pública en les mesures contingudes en el Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013. (DOGC núm. 6527, publicat el 23/12/2013)
- ORDRE AAM/336/2013, de 16 de desembre, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa en el marc de l'eix 4 Leader del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2013. (DOGC núm. 6530, publicat el 30/12/2013)
- CORRECCIÓ D'ERRADES a l'Ordre AAM/336/2013, de 16 de desembre, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals en el marc de l'eix 4 Leader del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2013 (DOGC núm. 6547, publicat el 24/01/2014).
- ORDRE AAM/20/2014, de 30 de gener, per la qual es modifica l'Ordre AAM/336/2013, de 16 de desembre, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals del programa Leader en el marc de l'eix 4 del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2013 (DOGC núm. 6556, publicat el 06/02/2014).

2014

- ORDRE AAM/255/2014, de 31 de juliol, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts per a la diversificació econòmica de les zones rurals en el marc de l'eix 4 Leader del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2014 (DOGC Núm. 6682, de 08/08/2014).

14.1.1 SOL·LICITUDS D'AJUT LEADER

En les següents taules es mostren les xifres de sol·licituds LEADER registrades pel Consorci Leader Priorat – Baix Camp, al llarg de les cinc convocatòries d'ajuts que s'han publicat dins d'aquest període de programació 2007-2013.

En aquesta primera taula es detalla el número de sol·licituds registrades per mesura i comarca. Així, podem veure com al llarg d'aquestes convocatòries, a l'àmbit Priorat – Baix Camp s'han registrat 208 sol·licituds d'ajut, 147 de les quals a la comarca del Priorat i 62 a la zona interior del Baix Camp.

	Número sol·licituds registrades		
Mesura	**Priorat**	**Baix Camp**	**TOTAL**
(12301) Millora dels processos de transformació i comercialització dels productes agrícoles	90	11	**101**
(312) Creació i desenvolupament de microempreses	17	13	**30**
(313) Foment d'activitats turístiques	34	29	**63**
(323) Conservació i millora del patrimoni rural	6	8	**14**
TOTAL	**147**	**62**	**208**

Taula 119: Número total de sol·licituds registrades durant tot el període per mesura i comarca
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

La mesura que més sol·licituds d'ajut ha generat ha estat la 12301, de millora dels processos de transformació i comercialització dels productes agrícoles, amb 101 sol·licituds, localitzades sobretot a la comarca del Priorat, i focalitzades principalment a l'entorn de la creació o millora de cellers.

La segona mesura en base al nombre de sol·licituds registrades ha estat la 313, de foment d'activitats turístiques, que n'ha generat 63 (34 al Priorat i 29 al Baix Camp).

La mesura de 312, de creació i desenvolupament de microempreses queda lluny de les xifres que presenten les altres mesures destinades a promotors privats, amb 30 sol·licituds (17 al Priorat i 13 al Baix Camp).

La mesura 323, de conservació i millora del patrimoni rural i dirigida a les administracions locals , n'ha generat 14 (6 al Priorat i 8 al Baix Camp).

Inversió i subvenció sol·licitada per mesures		
Mesura	**Inversió**	**Subvenció**
12301	10.175.050,68 €	3.946.102,47 €
312	1.808.621,37 €	694.590,43 €
313	11.353.400,80 €	3.471.992,46 €
323	1.931.951,77 €	1.307.875,66 €
	25.269.024,62 €	**9.420.561,03 €**

Taula 120: Inversió i subvenció sol·licitada per mesures
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Si tenim en compte el la inversió i la subvenció sol·licitada associada a aquests expedients, podem comprovar com la mesura 12301 no és la que més volum d'inversió preveia generar, amb 10.175.050,68 €, però sí que tenia la major subvenció sol·licitada, amb 3.946.102,47 €.

Així, la mesura 313 era la que preveia generar més inversió, amb 11.353.400,80 €, però amb menor subvenció sol·licitada que la de la mesura 12301, amb 3.471.992,46 €.

Molt lluny dels nivells d'inversió i subvenció d'aquestes mesures hi trobem les altres dues mesures (312 i 323), ja que cap d'elles supera els 2 milions d'euros d'inversió generada prevista.

Tot seguit es mostren més taules en les quals es pot veure la distribució del número total de sol·licituds rebudes segons convocatòria, mesura i comarca i els imports d'inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes, també segons convocatòria, mesura i comarca. També es presenta un gràfic amb els imports d'inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes, segons convocatòria i mesura.

Mesura	Conv. 2009		Conv. 2010		Conv. 2011		Conv. 2012		Conv. 2013		Conv. 2014	
	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp
12301	8	2	12	2	22	2	26	2	22	3	0	0
312	0	3	2	1	4	3	4	5	4	1	3	0
313	7	6	3	6	7	4	9	4	5	2	3	7
323	1	0	0	1	0	1	1	2	2	2	2	2
TOTAL	**16**	**11**	**17**	**16**	**33**	**10**	**40**	**13**	**33**	**8**	**8**	**9**

Taula 121: Número total de sol·licituds rebudes segons convocatòria, mesura i comarca
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

		Inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes					
		Priorat		Baix Camp		TOTAL	
	Mesura	Inversió	Subvenció	Inversió	Subvenció	Inversió	Subvenció
2009	**12301**	1.085.656,38 €	379.979,73 €	183.251,76 €	64.138,12 €	**1.268.908,14 €**	**444.117,85 €**
	312	0,00 €	0,00 €	290.348,63 €	101.622,02 €	**290.348,63 €**	**101.622,02 €**
	313	1.452.762,25 €	508.466,79 €	651.766,19 €	228.118,17 €	**2.104.528,44 €**	**736.584,96 €**
	323	312.500,00 €	109.375,00 €	0,00 €	0,00 €	**312.500,00 €**	**109.375,00 €**
2010	**12301**	1.490.617,10 €	544.247,94 €	98.310,92 €	34.408,82 €	**1.588.928,02 €**	**578.656,76 €**
	312	26.995,74 €	10.798,70 €	65.521,76 €	22.932,62 €	**92.517,50 €**	**33.731,32 €**
	313	2.518.282,63 €	488.765,84 €	2.283.260,41 €	611.324,20 €	**4.801.543,04 €**	**1.100.090,04 €**
	323	0,00 €	0,00 €	357.356,40 €	250.000,00 €	**357.356,40 €**	**250.000,00 €**
2011	**12301**	2.554.660,50 €	1.025.463,77 €	143.150,14 €	50.102,54 €	**2.697.810,64 €**	**1.075.566,31 €**
	312	222.993,00 €	89.197,19 €	221.299,87 €	77.454,95 €	**444.292,87 €**	**166.652,14 €**
	313	1.754.456,65 €	565.863,68 €	872.283,37 €	341.218,07 €	**2.626.740,02 €**	**907.081,75 €**
	323	0,00 €	0,00 €	388.969,54 €	250.000,00 €	**388.969,54 €**	**250.000,00 €**
2012	**12301**	2.409.994,37 €	963.997,75 €	105.117,08 €	42.046,83 €	**2.515.111,45 €**	**1.006.044,58 €**
	312	138.775,34 €	55.510,14 €	142.646,79 €	57.058,72 €	**281.422,13 €**	**112.568,86 €**
	313	330.794,21 €	132.317,68 €	543.496,90 €	217.398,76 €	**874.291,11 €**	**349.716,44 €**
	323	0,00 €	0,00 €	86.910,00 €	69.528,00 €	**86.910,00 €**	**69.528,00 €**
2013	**12301**	1.915.611,45 €	766.244,58 €	188.680,98 €	75.472,39 €	**2.104.292,43 €**	**841.716,97 €**
	312	213.580,70 €	85.432,28 €	13.615,26 €	5.446,10 €	**227.195,96 €**	**90.878,38 €**
	313	316.087,04 €	126.434,82 €	101.495,27 €	40.598,11 €	**417.582,31 €**	**167.032,93 €**
	323	196.982,28 €	157.585,82 €	181.118,30 €	144.894,64 €	**378.100,58 €**	**302.480,46 €**
2014	**12301**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
	312	472.844,28 €	189.137,71 €	0,00 €	0,00 €	**472.844,28 €**	**189.137,71 €**
	313	126.959,43 €	50.783,77 €	401.756,45 €	160.702,58 €	**528.715,88 €**	**211.486,35 €**
	323	196.982,28 €	157.585,82 €	211.132,97 €	168.906,38 €	**408.115,25 €**	**326.492,20 €**
TOTALS		**17.737.535,63 €**	**6.407.189,01 €**	**7.531.488,99 €**	**3.013.372,02 €**	**25.269.024,62 €**	**9.420.561,03 €**

Taula 122: Import d'inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes segons convocatòria, mesura i comarca
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

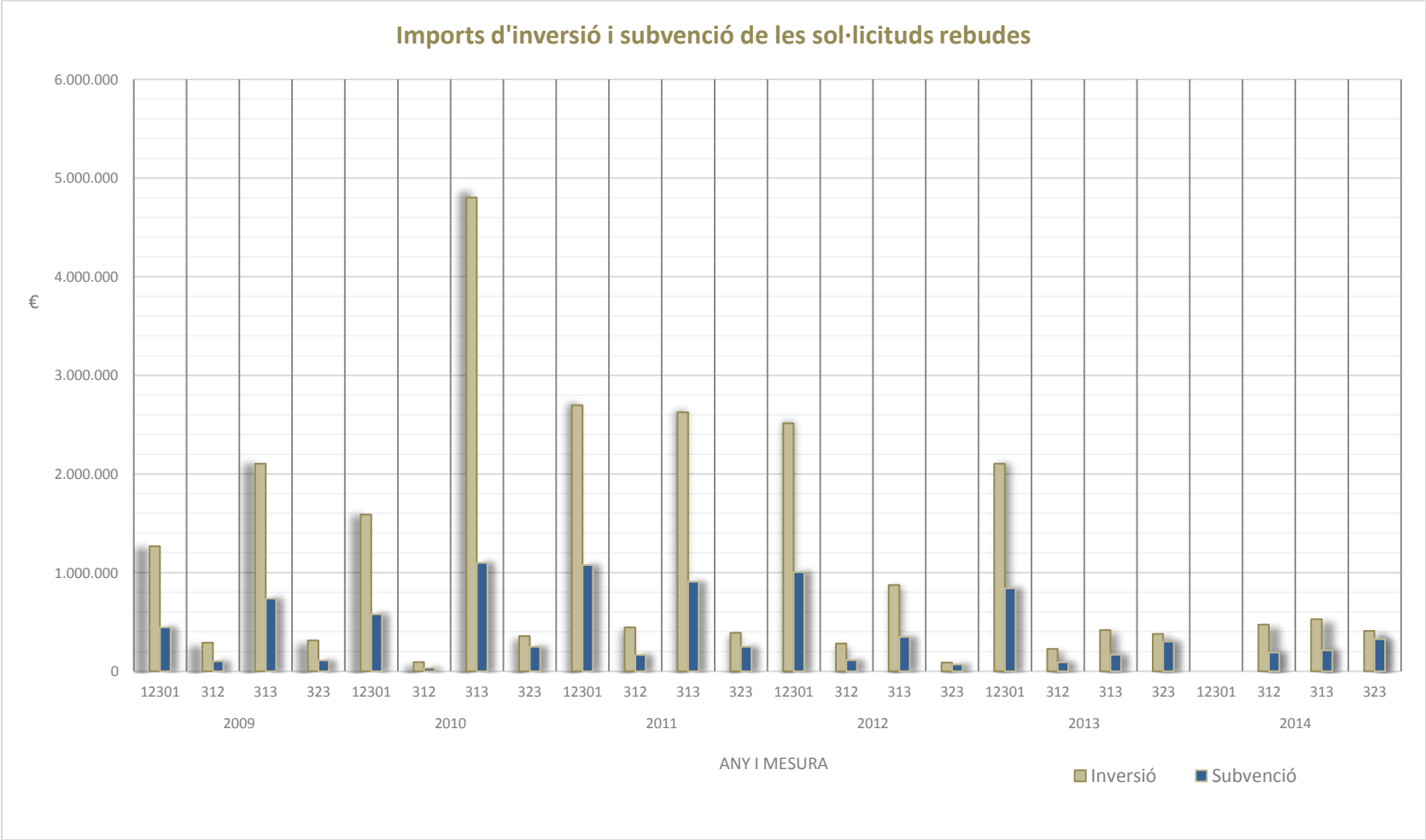


Figura 46: Gràfic d'imports d'inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

14.1.2 EXPEDIENTS LEADER APROVATS

En les següents taules es mostren les xifres d'aprovacions d'expedients LEADER del Consorci Leader Priorat – Baix Camp, al llarg de les cinc convocatòries d'ajuts que s'han publicat al llarg del període de programació 2007-2013.

En aquesta primera taula es detalla el número de sol·licituds aprovades per mesura i comarca. Així, podem veure com al llarg d'aquestes convocatòries, a l'àmbit Priorat – Baix Camp s'han aprovat 166 expedients d'ajut, 117 dels quals a la comarca del Priorat i 49 a la zona interior del Baix Camp.

	Número sol·licituds aprovades		
Mesura	**Priorat**	**Baix Camp**	**TOTAL**
(12301) Millora dels processos de transformació i comercialització dels productes agrícoles	76	9	**85**
(312) Creació i desenvolupament de microempreses	15	10	**25**
(313) Foment d'activitats turístiques	24	26	**50**
(323) Conservació i millora del patrimoni rural	2	4	**6**
TOTAL	**117**	**49**	**166**

Taula 123: Número total de sol·licituds aprovades durant tot el període per mesura i comarca
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

La mesura que més aprovacions d'ajut ha rebut ha estat la 12301, de millora dels processos de transformació i comercialització dels productes agrícoles, amb 85 aprovacions, localitzades sobretot a la comarca del Priorat, i focalitzades com s'ha dit anteriorment principalment a l'entorn de la creació o millora de cellers.

La segona mesura en base al nombre d'aprovacions ha estat la 313, que n'ha generat 50 (24 al Priorat i 26 al Baix Camp).

La mesura de 312, de creació i desenvolupament de microempreses queda lluny de les xifres que presenten les altres mesures destinades a promotors privats, amb 25 aprovacions (15 al Priorat i 10 al Baix Camp).

De la mesura 323, de conservació i millora del patrimoni rural i dirigida a les administracions locals , se n'han aprovat 6 (2 al Priorat i 4 al Baix Camp).

Inversió i subvenció dels expedients aprovats		
Mesura	**Inversió**	**Subvenció**
12301	9.137.123,23 €	2.365.243,94 €
312	1.684.366,39 €	433.638,62 €
313	8.669.276,60 €	2.290.893,56 €
323	848.471,03 €	597.773,96 €
	20.339.237,25 €	**5.687.550,08 €**

Taula 124: Inversió i subvenció dels expedients aprovats
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Si tenim en compte el la inversió i la subvenció aprovada associada a aquests expedients, podem comprovar com la mesura 12301 és la que més volum d'inversió aprovada va tenir, amb 9.137.123,23 €, i la que va tenir major subvenció aprovada, amb 2.365.243,94 €. De la mesura 313 es va aprovar una inversió de 8.669.276,60 €, i una subvenció de 2.290.893,56 €.

Evidentment, a l'igual que en el cas de les xifres de sol·licitud, molt lluny dels nivells d'inversió i subvenció aprovades d'aquestes mesures hi trobem les altres dues mesures (312 i 323), i on cap d'elles arriba als 600.000 € de subvenció aprovada.

A nivell de municipis, els que van disposar de més subvenció aprovada van ser Vilanova d'Escornalbou, les Borges del Camp, Prades i Riudecanyes. Els que menys subvenció aprovada van generar (cap d'ells va tenir expedients aprovats), en canvi, van ser 5 municipis de l'àmbit de les Muntanyes de Prades: l'Albiol, Arbolí, Capafonts, la Febró i Vilaplana.

LEADER. Inversió i subvenció aprovades segons municipi. MBC		
Municipi	**Inversió aprovada**	**Subv. aprovada**
Albiol, l'	0,00 €	0,00 €
Aleixar, l'	89.095,85 €	22.273,96 €
Alforja	338.778,66 €	96.860,84 €
Arbolí	0,00 €	0,00 €
Argentera, l'	48.914,08 €	15.855,64 €
Borges del Camp, les	1.406.176,90 €	350.923,35 €
Botarell	263.570,49 €	65.892,62 €
Capafonts	0,00 €	0,00 €
Colldejou	50.702,08 €	15.210,62 €
Duesaigües	175.906,11 €	46.683,35 €
Febró, la	0,00 €	0,00 €
Maspujols	129.499,64 €	35.612,40 €
Prades	860.063,21 €	303.834,17 €
Pratdip	446.619,11 €	167.482,17 €
Riudecanyes	697.202,60 €	297.836,86 €
Riudecols	370.398,01 €	86.864,61 €
Vilanova d'Escornalbou	1.221.530,52 €	355.378,91 €
Vilaplana	0,00 €	0,00 €
Consell Comarcal (Centres Interpretació)	353.445,78 €	201.849,36 €
MBC	6.451.903,04 €	2.062.558,86 €

Taula 125: LEADER. Inversió i subvenció aprovades segons municipi. MBC
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

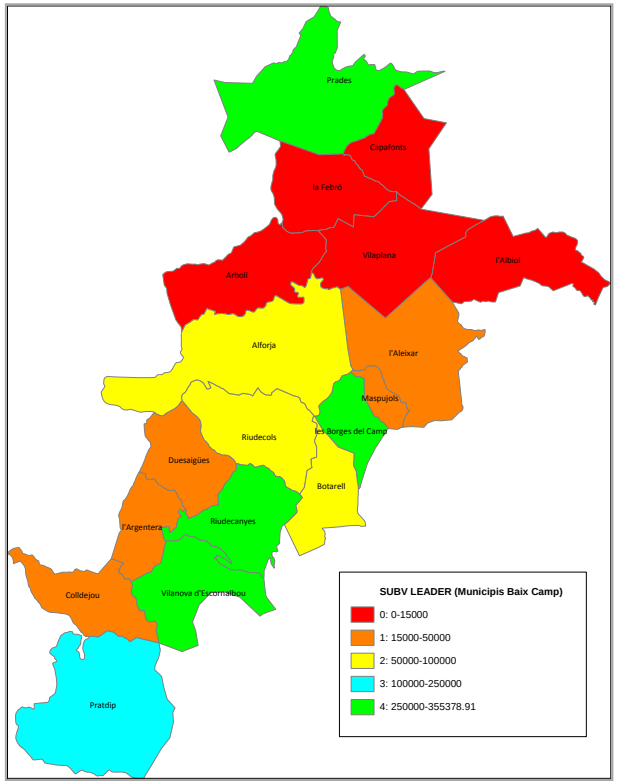


Figura 47: Mapa de municipis del Baix Camp segons la subvenció aprovada LEADER
Font: Elaboració pròpia

Tot seguit es mostren més taules en les quals es pot veure la distribució del número total d'aprovacions segons convocatòria, mesura i comarca i els imports d'inversió i subvenció dels expedients aprovats, també segons convocatòria, mesura i comarca.

També es presenta un gràfic amb els imports d'inversió i subvenció dels expedients aprovats, segons convocatòria i mesura i una taula amb el llistat de tots els expedients aprovats al llarg de les convocatòries 2009-2014.

Mesura	Conv. 2009		Conv. 2010		Conv. 2011		Conv. 2012		Conv. 2013		Conv. 2014	
	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp	Priorat	Baix Camp
12301	4	2	8	1	22	2	22	2	20	1	0	1
312	0	2	1	1	4	3	3	3	4	1	3	0
313	4	4	2	6	6	4	6	3	3	2	3	7
323	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2	2
TOTAL	**8**	**8**	**11**	**9**	**32**	**9**	**31**	**9**	**27**	**4**	**8**	**10**

Taula 126: Número total d'expedients aprovats, segons convocatòria, mesura i comarca
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

		Inversió i subvenció aprovades					
		Priorat		Baix Camp		TOTAL	
	Mesura	Inversió	Subvenció	Inversió	Subvenció	Inversió	Subvenció
2009	**12301**	834.312,02 €	235.572,21 €	174.377,85 €	45.927,89 €	**1.008.689,87 €**	**281.500,10 €**
	312	0,00 €	0,00 €	170.732,60 €	50.897,61 €	**170.732,60 €**	**50.897,61 €**
	313	595.598,07 €	161.372,63 €	401.699,06 €	124.257,17 €	**997.297,13 €**	**285.629,80 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2010	**12301**	988.991,58 €	223.898,42 €	72.946,47 €	16.412,96 €	**1.061.938,05 €**	**240.311,38 €**
	312	26.601,22 €	7.315,34 €	65.521,76 €	14.742,40 €	**92.122,98 €**	**22.057,74 €**
	313	1.378.441,75 €	255.936,10 €	2.200.330,06 €	513.425,57 €	**3.578.771,81 €**	**769.361,67 €**
	323	0,00 €	0,00 €	353.445,78 €	201.849,36 €	**353.445,78 €**	**201.849,36 €**
2011	**12301**	2.499.771,96 €	616.485,54 €	143.150,14 €	39.025,03 €	**2.642.922,10 €**	**655.510,57 €**
	312	220.024,59 €	34.725,03 €	222.036,30 €	51.503,16 €	**442.060,89 €**	**86.228,19 €**
	313	1.475.984,97 €	392.693,09 €	854.874,47 €	307.664,37 €	**2.330.859,44 €**	**700.357,46 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2012	**12301**	2.400.092,37 €	690.677,17 €	104.850,17 €	26.212,54 €	**2.504.942,54 €**	**716.889,71 €**
	312	137.231,34 €	44.067,58 €	142.613,70 €	51.010,14 €	**279.845,04 €**	**95.077,72 €**
	313	298.336,93 €	82.611,08 €	541.733,75 €	191.882,61 €	**840.070,68 €**	**274.493,69 €**
	323	0,00 €	0,00 €	86.910,00 €	69.432,40 €	**86.910,00 €**	**69.432,40 €**
2013	**12301**	1.729.949,69 €	423.861,95 €	188.680,98 €	47.170,25 €	**1.918.630,67 €**	**471.032,20 €**
	312	213.145,34 €	53.910,02 €	13.615,26 €	3.403,82 €	**226.760,60 €**	**57.313,84 €**
	313	292.279,59 €	85.759,61 €	101.495,27 €	30.637,04 €	**393.774,86 €**	**116.396,65 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2014	**12301**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
	312	472.844,28 €	122.063,54 €	0,00 €	0,00 €	**472.844,28 €**	**122.063,54 €**
	313	126.746,23 €	36.456,11 €	401.756,45 €	108.198,18 €	**528.502,68 €**	**144.654,29 €**
	323	196.982,28 €	157.585,82 €	211.132,97 €	168.906,38 €	**408.115,25 €**	**326.492,20 €**
TOTALS		**13.887.334,21 €**	**3.624.991,24 €**	**6.451.903,04 €**	**2.062.558,88 €**	**20.339.237,25 €**	**5.687.550,12 €**

Taula 127: Inversió i subvenció dels expedients aprovats segons convocatòria, mesura i comarca
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

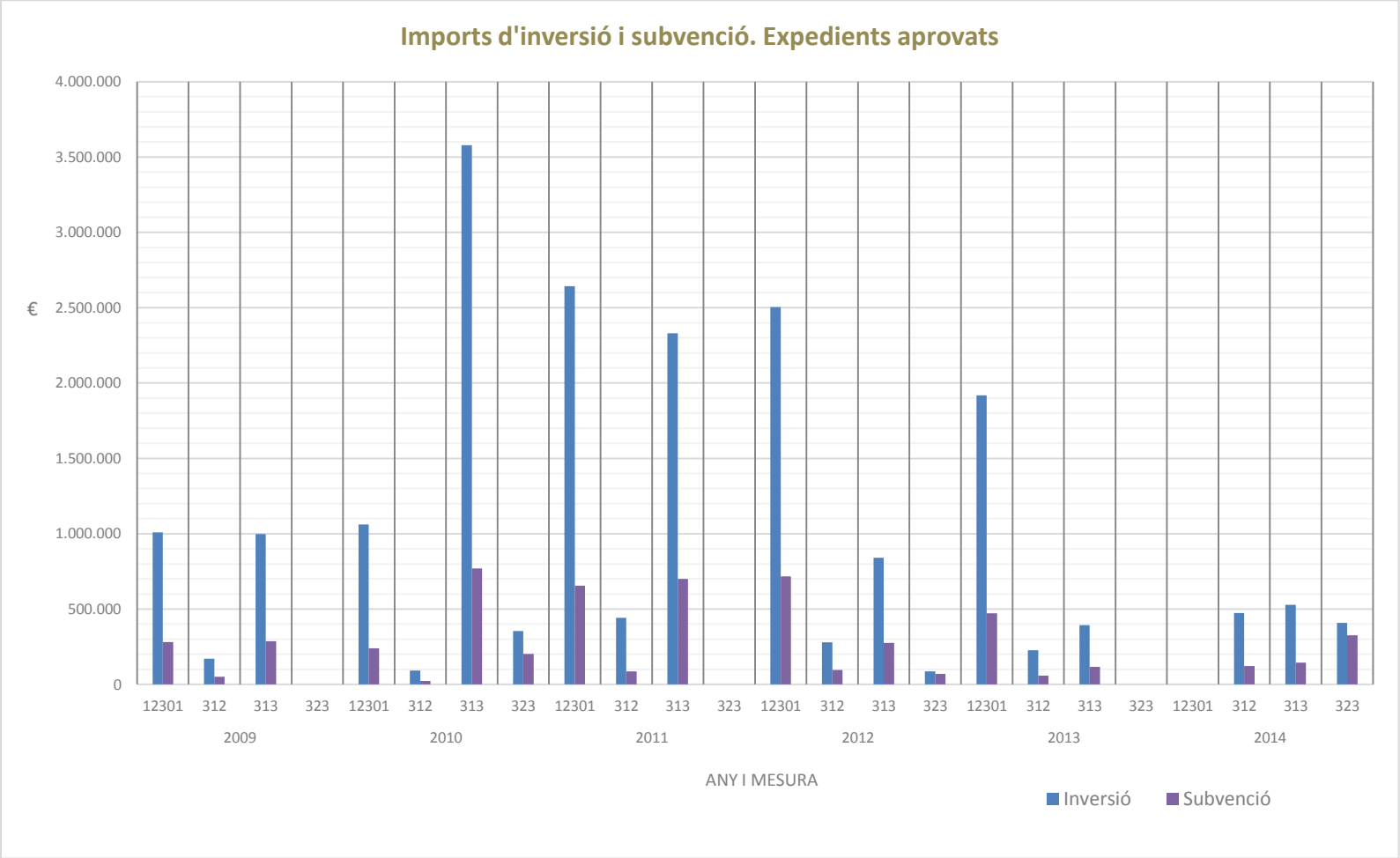


Figura 48: Gràfic d'imports d'inversió i subvenció. Expedients aprovats
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

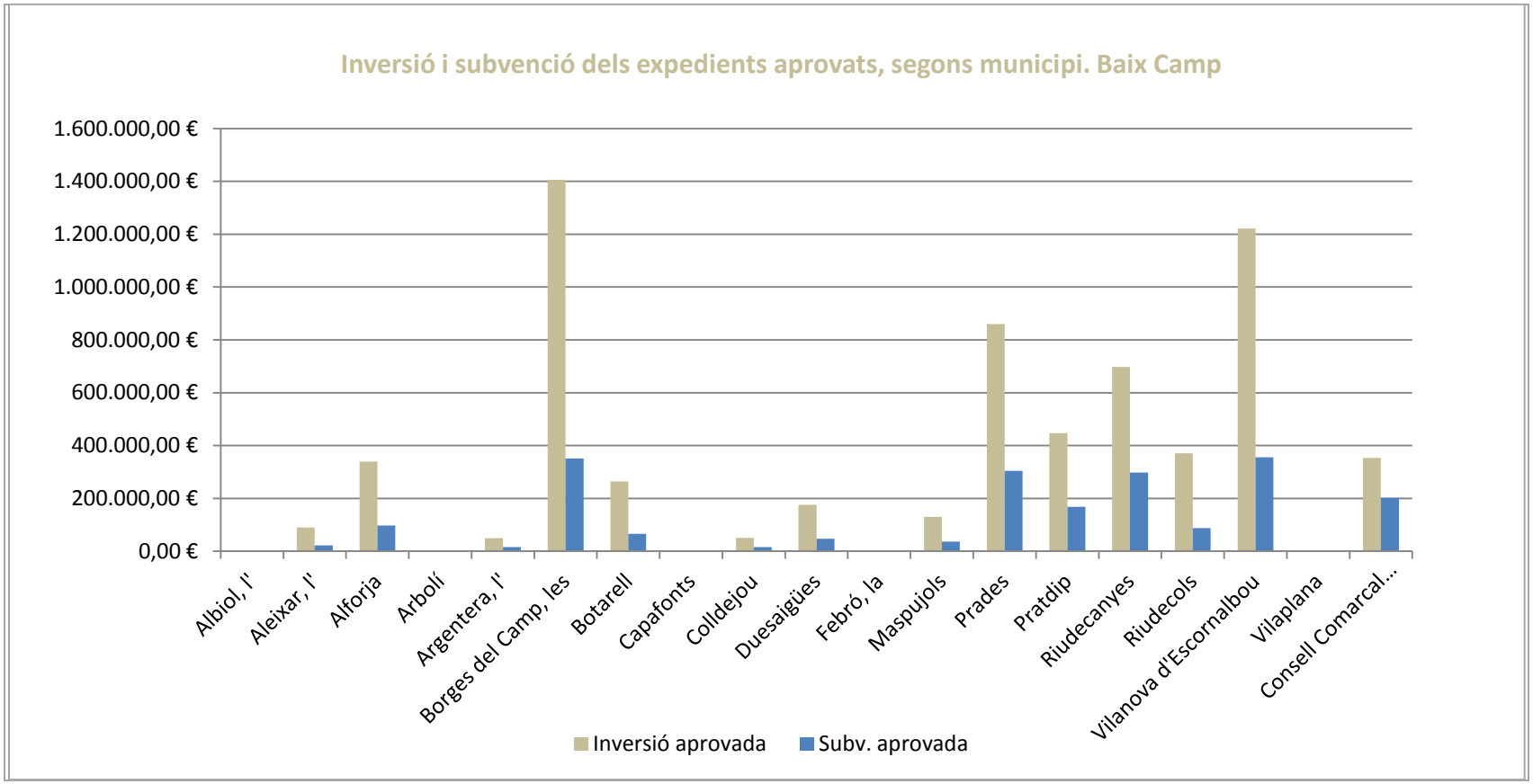


Figura 49: Gràfic d'inversió i subvenció dels expedients aprovats, segons municipi. Baix Camp
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

En la següent taula es detalla el llistat d'expedients aprovats pel Consorci Leader Priorat – Baix Camp, al llarg de les convocatòries 2009-2014

Expedient	Mesures	Sol·licitant	Municipi d'inversió	Comarca	Inversió acceptada	% concedit	Subvenció aprovada
29-10001-2009 / 03	12301	Clos i Terrasses, SL	Gratallops	Priorat	247.905,64 €	32,50%	80.569,33 €
08-10002-2009 / 03	313	EL XALET DE PRADES, SL	Prades	Baix Camp	209.186,87 €	30,00%	62.756,06 €
29-10005-2009 / 01	313	Es Priorat, SCP	Falset	Priorat	175.118,26 €	25,00%	43.779,57 €
08-10006-2009 / 01	12301	Joel Salvat Rull	Alforja	Baix Camp	93.337,17 €	27,50%	25.667,72 €
08-10008-2009 / 04	313	PRADES AVENTURA, SL	Prades	Baix Camp	108.379,54 €	35,00%	37.932,84 €
08-10009-2009 / 01	313	Jordi Pérez Vilella	Riudecanyes	Baix Camp	33.430,57 €	25,00%	8.357,64 €
29-10010-2009 / 02	12301	Celler de l'Encastell, SCP	Porrera	Priorat	249.471,34 €	30,00%	74.841,40 €
08-10011-2009 / 03	313	HOSPEDES, SL	Colldejou	Baix Camp	50.702,08 €	30,00%	15.210,62 €
08-10015-2009 / 01	312	Maria Rosario Jiménez Illan	Prades	Baix Camp	12.887,00 €	27,50%	3.543,93 €
08-10016-2009 / 12	12301	COOPERATIVA DE CONSUM DE LES BORGES DEL CAMP, SCCRL	Borges del Camp, les	Baix Camp	81.040,68 €	25,00%	20.260,17 €
08-10017-2009 / 01	312	POLYMEROS BAIX CAMP, SL	Borges del Camp, les	Baix Camp	157.845,60 €	30,00%	47.353,68 €
29-10020-2009 / 03	12301	Agrícola i secció de crèdit de La Bisbal de Falset, SCCL	La Bisbal de Falset	Priorat	130.225,14 €	30,00%	39.067,54 €
29-10021-2009 / 01	313	Glòria Marçà, SCP	Marçà	Priorat	111.026,35 €	27,50%	30.532,25 €
29-10022-2009 / 01	313	Les Casetes de Juna, SL	Pradell de la Teixeta	Priorat	76.308,04 €	30,07%	22.945,83 €
29-10026-2009 / 03	12301	Josep Maria Just Trilles	Pradell de la Teixeta	Priorat	206.709,90 €	19,88%	41.093,93 €
29-10027-2009 / 03	313	Resort Priorat-Montsant, SL	La Morera de Montsant	Priorat	233.145,42 €	27,50%	64.114,99 €
08-10028-2010 / 04	313	Josep Maria Pradells Qué	Borges del Camp, les	Baix Camp	623.407,27 €	22,50%	140.266,64 €
29-10029-2010 / 01	12301	Elisa Barba Yelmo	Falset	Priorat	231.756,90 €	22,50%	52.145,30 €
29-10030-2010 / 01	313	CÀMPING DELS GUIAMETS, SL	Els Guiamets	Priorat	1.129.443,65 €	17,70%	199.911,53 €
29-10031-2010 / 03	12301	VINITUM 2008, SL	Poboleda	Priorat	230.328,66 €	22,50%	51.823,95 €
08-10033-2010 / 01	312	Francesc Josep Puche Abelló	Prades	Baix Camp	65.521,76 €	22,50%	14.742,40 €
29-10034-2010 / 06	12301	CELLER DE CAPÇANES I SECCIÓ DE CRÈDIT SCCL	Capçanes	Priorat	70.556,35 €	27,50%	19.403,00 €
08-10035-2010 / 03	313	Mª Àngels Solé Guixà	Botarell	Baix Camp	263.570,49 €	25,00%	65.892,62 €
29-10036-2010 / 03	12301	MAS DE LA CAÇADORA, SL	Els Guiamets	Priorat	44.032,67 €	22,50%	9.907,35 €
08-10037-2010 / 03	323	CONSELL COMARCAL DEL BAIX CAMP	Arbolí, Pratdip, Riudecanyes	Baix Camp	353.445,78 €	58,05%	201.849,36 €
29-10040-2010 / 02	313	Matías Fernández Hernández	Falset	Priorat	248.998,10 €	22,50%	56.024,57 €
08-10041-2010 / 01	313	EL REIET DEL CAMP 1699, SL	Vilanova d'Escornalbou	Baix Camp	826.675,96 €	24,19%	199.972,91 €
08-10043-2010 / 01	12301	Cristina Colobrans Delgado	Duesaigües	Baix Camp	72.946,47 €	22,50%	16.412,96 €
08-10044-2010 / 06	313	PRADES AVENTURA, SL	Prades	Baix Camp	56.309,79 €	27,50%	15.485,19 €
29-10045-2010 / 01	12301	AGRO FOODS & COMMERCE SL	Margalef	Priorat	221.558,00 €	22,50%	49.850,55 €
29-10046-2010 / 03	12301	RONADELLES, SL	Cornudella de Montsant	Priorat	86.100,00 €	20,00%	17.220,00 €
29-10047-2010 / 03	12301	CELLER MAS DOIX, SL	Poboleda	Priorat	53.274,00 €	22,50%	11.986,65 €
08-10048-2010 / 01	313	Alan William Evans	Vilanova d'Escornalbou	Baix Camp	200.970,81 €	20,00%	40.194,16 €
08-10049-2010 / 04	313	EXPLOTACIONES AIRE SUR, SL	Riudecols	Baix Camp	229.395,74 €	22,50%	51.614,04 €
29-10051-2010 / 03	12301	CLOS MOGADOR, SCCL	Gratallops	Priorat	51.385,00 €	22,50%	11.561,63 €
29-10053-2010 / 03	312	Natàlia Sanahuges Escoda	Falset	Priorat	26.601,22 €	27,50%	7.315,34 €
08-10056-2011/01	312	Instal·lacions i Serveis Grup Sedó, SLU	Les Borges del Camp	Baix Camp	25.236,43 €	22,50%	5.678,20 €
08-10057-2011/03	313	El Xalet de Prades, SL	Prades	Baix Camp	122.803,20 €	35,00%	42.981,12 €
29-10058-2011/01	313	Jordi Pou Calvet	Margalef	Priorat	120.861,74 €	32,50%	39.280,07 €
08-10059-2011/01	313	Ina Rahbek	Riudecanyes	Baix Camp	486.037,98 €	37,50%	182.264,24 €
08-10060-2011/03	12301	Alforja Agrària i Secció de Crèdit, SCCL	Alforja	Baix Camp	13.650,50 €	25,00%	3.412,63 €

08-10061-2011/01	313	Donna Margaret Jones Smith	Alforja	Baix Camp	98.327,41 €	35,00%	34.414,59 €
29-10062-2011/01	12301	Elisa Barba Yelmo	Falset	Priorat	249.995,44 €	25,00%	62.498,86 €
08-10063-2011/03	12301	Agrícola i C.A. i S.C. Sant Isidre de Maspujols SCCL	Maspujols	Baix Camp	129.499,64 €	27,50%	35.612,40 €
29-10064-2011/03	12301	Maria del Carmen Declara Julian	El Molar	Priorat	58.765,82 €	25,00%	14.691,46 €
29-10065-2011/03	12301	Celler Cecilio, SL	Gratallops	Priorat	53.875,02 €	25,00%	13.468,76 €
29-10066-2011/01	312	Maria Rosa Cabré Vernet	Capçanes	Priorat	36.337,93 €	25,00%	9.084,48 €
29-10067-2011/01	312	Abelardo Oliveras Jové	Falset	Priorat	97.935,80 €	9,26%	9.068,86 €
29-10068-2011/02	12301	Vinyes Domènech, SCP	Capçanes	Priorat	62.955,92 €	30,00%	18.886,78 €
08-10070-2011/03	312	Reig Soldevila Tecnologia, SL	Les Borges del Camp	Baix Camp	61.799,87 €	25,00%	15.449,97 €
29-10071-2011/03	12301	Agrícola i Secció de Crèdit Bisbal de Falset, SCCL	La Bisbal de Falset	Priorat	24.200,00 €	27,50%	6.655,00 €
29-10072-2011/03	12301	Acústic Celler, SLU	Marçà	Priorat	127.294,72 €	25,00%	31.823,68 €
29-10073-2011/01	312	Sònia Semino Perez	Falset	Priorat	12.098,90 €	0,00%	0,00 €
29-10074-2011/03	12301	Álvaro Palacios, SL	Gratallops	Priorat	37.086,67 €	27,50%	10.198,83 €
29-10075-2011/03	312	Daniel Siuraneta Sabaté	La Vilella Baixa	Priorat	73.651,96 €	22,50%	16.571,69 €
29-10076-2011/02	12301	Celler Cal Pla, SL	Porrera	Priorat	181.530,00 €	25,00%	45.382,50 €
29-10077-2011/01	313	Illot 2010, SCCL	Falset	Priorat	833.293,48 €	24,00%	199.990,44 €
29-10078-2011/03	313	Teresa Fernández Usac	Porrera	Priorat	39.410,00 €	30,00%	11.823,00 €
29-10079-2011/01	313	Vies Altes, SCP	Porrera	Priorat	74.195,51 €	27,50%	20.403,77 €
08-10080-2011/01	313	Rosa Maria Pellicer Figueras	Les Borges del Camp	Baix Camp	147.705,88 €	32,50%	48.004,41 €
29-10081-2011/03	12301	Joan Ametller, SL	La Morera de Montsant	Priorat	223.006,94 €	27,50%	61.326,91 €
29-10082-2011/01	12301	Teresa Barceló Alentorn	Bellmunt del Priorat	Priorat	77.913,87 €	27,50%	21.426,31 €
29-10083-2011/03	12301	Agrícola d'Ulldemolins Sant Jaume, SCCL	Ulldemolins	Priorat	58.943,17 €	27,50%	16.209,37 €
29-10084-2011/03	12301	Domini de la Cartoixa, SL	El Molar	Priorat	249.998,92 €	20,00%	49.999,78 €
29-10085-2011/03	12301	Jordi Domènech Barcons	Poboleda	Priorat	63.811,06 €	20,00%	12.762,21 €
29-10086-2011/02	12301	Terra de Verema, SL	La Vilella Alta	Priorat	159.593,48 €	22,50%	35.908,53 €
29-10087-2011/03	12301	Clos Berenguer, SL	El Molar	Priorat	29.422,57 €	20,00%	5.884,51 €
29-10088-2011/03	12301	Cellers Scala Dei, SA	Scala Dei	Priorat	127.573,73 €	27,50%	35.082,78 €
29-10089-2011/02	12301	Portal del Priorat, SL	El Molar	Priorat	249.641,33 €	25,00%	62.410,33 €
08-10090-2011/03	312	Ramon Mestre Figueras	Les Borges del Camp	Baix Camp	135.000,00 €	22,50%	30.375,00 €
29-10091-2011/01	12301	Félix Azkue Artetxe	Marçà	Priorat	74.441,25 €	22,50%	16.749,28 €
29-10092-2011/01	12301	Elimanu4 S.L.	Marçà	Priorat	246.766,01 €	25,00%	61.691,50 €
29-10093-2011/03	12301	Serra & Barceló, SL	Els Guiamets	Priorat	65.719,57 €	22,50%	14.786,90 €
29-10094-2011/03	12301	Maius Viticultors, SCP	La Morera de Montsant	Priorat	50.521,47 €	25,00%	12.630,37 €
29-10095-2011/03	313	Resort Priorat-Montsant, SL	La Morera de Montsant	Priorat	25.429,00 €	25,00%	6.357,25 €
29-10096-2011/01	313	La Bàscula, SCP	Falset	Priorat	382.795,24 €	30,00%	114.838,57 €
29-10097-2011/03	12301	Marco Abella S.L.	Porrera	Priorat	26.715,00 €	22,50%	6.010,88 €
29-10098-2012/03	313	Mercè Pellejà Pujol	Falset	Priorat	46.920,48 €	32,50%	15.249,16 €
08-10099-2012/01	313	Oihana Garmendia Recondo	Riudecols	Baix Camp	70.243,27 €	25,00%	17.560,82 €
08-10100-2012/01	312	Jordi Subirats Torrebadell	L'Argentera	Baix Camp	24.042,71 €	37,50%	9.016,02 €
08-10101-2012/01	312	Joan Ignasi Ros Rofes	Duesaigües	Baix Camp	24.700,00 €	27,50%	6.792,50 €
29-10102-2012/04	313	Natura Esport Costa Daurada, SCP	Scala Dei	Priorat	13.675,24 €	35,00%	4.786,33 €
29-10103-2012/03	313	Gemma Peyri Pellicer	Falset	Priorat	31.824,92 €	32,50%	10.343,10 €
08-10104-2012/01	312	Miquel Pàmies Mallafrè	Vilanova d'Escornalbou	Baix Camp	93.870,99 €	37,50%	35.201,62 €
29-10105-2012/02	313	Clos Figueres, SA	Gratallops	Priorat	85.183,72 €	25,00%	21.295,93 €
29-10106-2012/01	312	Eva Torà Margalef	Cabacés	Priorat	59.054,67 €	37,50%	22.145,50 €
29-10108-2012/03	12301	Álvaro Palacios, SL	Gratallops	Priorat	168.048,03 €	32,50%	54.615,61 €

29-10109-2012/03	12301	Acústic Celler, SLU	Marçà	Priorat	40.151,90 €	27,50%	11.041,77 €
08-10110-2012/03	12301	Bon Dria, SL	Alforja	Baix Camp	63.631,60 €	25,00%	15.907,90 €
29-10111-2012/01	312	Llorenç Grifoll Hidalgo	La Figuera	Priorat	16.939,63 €	30,00%	5.081,89 €
08-10112-2012/01	313	Otero y Barceló, SL	Pratdip	Baix Camp	446.619,11 €	37,50%	167.482,17 €
08-10114-2012/04	313	Mediterrania Cycling Tours, SL	L'Argentera	Baix Camp	24.871,37 €	27,50%	6.839,63 €
29-10115-2012	312	Pere Aragonès Carrete	El Masroig	Priorat	61.237,04 €	27,50%	16.840,19 €
08-10117-2012/03	12301	Cooperativa Agrícola i Caixa Agrària les Borges del Camp SCCL	Les Borges del Camp	Baix Camp	41.218,57 €	25,00%	10.304,64 €
29-10119-2012/03	12301	El Vi dels 20, SLU	Falset	Priorat	218.706,97 €	35,00%	76.547,44 €
29-10120-2012/03	12301	Marco Abella, SL	Porrera	Priorat	78.641,50 €	27,50%	21.626,41 €
29-10121-2012/03	12301	Vinitum 2008, SL	Poboleda	Priorat	238.376,44 €	30,00%	71.512,93 €
29-10122-2012/03	313	Hotels Priorat, SL	Falset	Priorat	90.595,93 €	25,00%	22.648,98 €
29-10123-2012/02	12301	Bodega Puig Priorat, SL	Gratallops	Priorat	149.480,00 €	27,50%	41.107,00 €
29-10124-2012/02	12301	Celler Dosterras, SL	Capçanes	Priorat	78.239,37 €	25,00%	19.559,84 €
29-10125-2012/03	12301	Maius Viticultors, SCP	La Morera de Montsant	Priorat	23.645,18 €	27,50%	6.502,42 €
29-10126-2012/03	12301	Cingles Blaus, SL	Cornudella de Montsant	Priorat	34.811,84 €	25,00%	8.702,96 €
29-10127-2012/02	12301	Serra & Barceló, SL	Els Guiamets	Priorat	33.081,87 €	25,00%	8.270,47 €
29-10130-2012/01	12301	Plafiterra, SL	El Lloar	Priorat	247.221,62 €	27,50%	67.985,95 €
29-10132-2012/03	12301	Cellers Can Blau, SL	El Molar	Priorat	249.729,20 €	25,00%	62.432,30 €
29-10133-2012/03	12301	Agrícola i Secció de Crèdit Sant Bartomeu del Masroig, SCCL	El Masroig	Priorat	61.669,30 €	30,00%	18.500,79 €
29-10134-2012/04	313	Daniel Vidal Domènech	Falset	Priorat	30.136,64 €	27,50%	8.287,58 €
08-10135-2012/03	323	Ajuntament de Prades	Prades	Baix Camp	86.910,00 €	79,89%	69.432,40 €
29-10138-2012/03	12301	Cellers Scala Dei, SA	Scala Dei	Priorat	103.382,05 €	30,00%	31.014,62 €
29-10139-2012/03	12301	Casa Gran del Siurana, SL	Bellmunt del Priorat	Priorat	249.646,10 €	30,00%	74.893,83 €
29-10140-2012/02	12301	Bodegas Mas Alta, SA	La Vilella Alta	Priorat	84.241,61 €	25,00%	21.060,40 €
29-10141-2012/03	12301	Mas Martinet, SL	Falset	Priorat	153.100,29 €	27,50%	42.102,58 €
29-10142-2012/03	12301	Vinyes Domènech, SCP	Capçanes	Priorat	47.978,00 €	27,50%	13.193,95 €
29-10143-2013/03	12301	Celler Cooperatiu Cornudella, SCCL	Cornudella de Montsant	Priorat	30.815,19 €	30,00%	9.244,56 €
29-10144-2012/03	12301	Vilbaixa Project, SL	La Vilella Baixa	Priorat	45.684,41 €	27,50%	12.563,21 €
29-10145-2012/03	12301	Agro Foods & Commerce, SL	Margalef	Priorat	32.271,50 €	25,00%	8.067,88 €
29-10150-2012/03	12301	Clos i Terrasses España, SL	Gratallops	Priorat	31.170,00 €	32,50%	10.130,25 €
29-10151-2013/01	313	Area Caravaning Siurana, SCP	Cornudella de Montsant	Priorat	157.953,05 €	25,00%	39.488,26 €
29-10152-2013/03	12301	Cellers Capafons Ossó, SL	Falset	Priorat	68.103,39 €	20,00%	13.620,68 €
08-10154-2013/03	313	Explotaciones Aire Sur, SL	Riudecols	Baix Camp	48.863,00 €	25,00%	12.215,75 €
29-10155-2013/03	12301	Clos Berenguer, SL	El Molar	Priorat	28.414,38 €	24,31%	6.907,54 €
08-10156-2013/03	313	Prades Turístic, SL	Prades	Baix Camp	52.632,27 €	35,00%	18.421,29 €
29-10157-2013/01	312	Teresa Maria Rocamora Morales	La Vilella Alta	Priorat	12.473,68 €	30,00%	3.742,10 €
29-10158-2013/03	12301	El Vi dels 20, SLU	Falset	Priorat	97.051,05 €	25,00%	24.262,76 €
08-10159-2013/03	12301	Cooperativa Agrícola i Caixa Agrària les Borges del Camp SCCL	Les Borges del Camp	Baix Camp	118.849,00 €	25,00%	29.712,25 €
29-10161-2013/03	12301	Agrícola i Secció de Crèdit La Bisbal de Falset, SCCL	La Bisbal de Falset	Priorat	12.850,00 €	25,00%	3.212,50 €
08-10162-2013/03	12301	Joel Salvat Rull	Alforja	Baix Camp	69.831,98 €	25,00%	17.458,00 €
29-10166-2013/01	12301	Mercè Ramos Gil	Els Guiamets	Priorat	36.581,12 €	25,00%	9.145,28 €
29-10167-2013/01	313	Pieter Truyts	Poboleda	Priorat	119.467,72 €	35,00%	41.813,70 €
29-10169-2013/02	12301	Venus La Universal, SL	Falset	Priorat	130.028,07 €	25,00%	32.507,02 €
08-10170-2013/03	312	Rosario Jiménez	Prades	Baix Camp	13.615,26 €	25,00%	3.403,82 €
29-10171-2013/03	313	Anna Figueras Torruella	Torroja del Priorat	Priorat	14.858,82 €	30,00%	4.457,65 €
29-10172-2013/01	312	Maria Lluïsa Aguinaga Soler	Marçà	Priorat	44.436,66 €	25,00%	11.109,17 €

29-10174-2013/01	12301	Alexandre Carreras Rull	Marçà	Priorat	89.127,04 €	25,00%	22.281,76 €
29-10175-2013/02	312	Triangle de Tast, SL	Falset	Priorat	100.450,00 €	25,00%	25.112,50 €
29-10176-2013/03	312	Espumosos Aguiló, SCP	Falset	Priorat	55.785,00 €	25,00%	13.946,25 €
29-10177-2013/03	12301	Bodegas Mas Alta, SA	La Vilella Alta	Priorat	62.163,00 €	20,00%	12.432,60 €
29-10178-2013/06	12301	Agrícola Falset-Marçà i Secció de Crèdit, AFALMA, SCCL	Falset	Priorat	110.225,44 €	25,00%	27.556,36 €
29-10179-2013/01	12301	Acústic Celler, SLU	La Vilella Alta	Priorat	248.826,56 €	27,50%	68.427,30 €
29-10180-2013/03	12301	Acústic Celler, SLU	Marçà	Priorat	82.863,32 €	25,00%	20.715,83 €
29-10181-2013/10	12301	Priorat Natur, SL	Falset	Priorat	49.833,24 €	25,00%	12.458,31 €
29-10182-2013/03	12301	Bodega Puig Priorat, SL	Gratallops	Priorat	109.527,71 €	22,50%	24.643,73 €
29-10183-2013/03	12301	Vilbaixa Project, SL	La Vilella Baixa	Priorat	20.123,46 €	27,50%	5.533,95 €
29-10184-2013/03	12301	Viticultors Mas d'en Gil, SL	Bellmunt del Priorat	Priorat	48.480,10 €	25,00%	12.120,03 €
29-10185-2013/03	12301	Terroir al Limit, SL	Torroja del Priorat	Priorat	64.800,00 €	25,00%	16.200,00 €
29-10186-2013/06	12301	Cellers de Scala Dei, SA	Scala Dei	Priorat	68.121,08 €	25,00%	17.030,27 €
29-10187-2013/01	12301	Stephanie Marie Aimee Ruelle	Falset	Priorat	69.874,02 €	22,50%	15.721,65 €
29-10190-2013/05	12301	Portal del Priorat, SL	El Molar	Priorat	249.860,71 €	25,00%	62.465,18 €
29-10191-2013/02	12301	Vinyes Domènech, SCP	Capçanes/Falset	Priorat	83.096,00 €	20,00%	16.619,20 €
29-10192-2014/02	323	Ajuntament de Capçanes	Capçanes	Priorat	72.000,00 €	80,00%	57.600,00 €
08-10193-2014/01	323	Riudecanyes Aventura	Riudecanyes	Baix Camp	111.120,21 €	80,00%	88.896,17 €
29-10194-2014/03	323	Ajuntament de Falset	Falset	Priorat	124.982,28 €	80,00%	99.985,82 €
08-10195-2014/03	313	Prades Turístic, SL	Prades	Baix Camp	87.229,76 €	27,50%	23.988,18 €
08-10196-2014/03	323	Ajuntament de Vilanova d'Escornalbou	Vilanova d'Escornalbou	Baix Camp	100.012,76 €	80,00%	80.010,21 €
29-10197-2014/01	313	Carme Ferré Just	Falset	Priorat	24.377,97 €	27,50%	6.703,94 €
08-10198-2014/03	313	El Xalet de Prades, SL	Prades	Baix Camp	44.587,76 €	25,00%	11.146,94 €
08-10199-2014/03	313	Ina Rahbek	Riudecanyes	Baix Camp	66.613,84 €	27,50%	18.318,81 €
08-10200-2014/06	313	Explotaciones Aire Sur, SL	Riudecols	Baix Camp	21.896,00 €	25,00%	5.474,00 €
29-10201-2014/04	313	Violeta Castellví Valles	Els Guiamets	Priorat	38.332,29 €	27,50%	10.541,38 €
29-10202-2014/02	313	Trossos del Priorat, SL	Gratallops	Priorat	64.035,97 €	30,00%	19.210,79 €
29-10203-2014/01	312	Montserrat Cortadellas Bacarias	La Morera de Montsant	Priorat	211.871,79 €	25,00%	52.967,95 €
08-10204-2014/01	313	Cristina Colobrans Delgado	Duesaigües	Baix Camp	78.259,64 €	30,00%	23.477,89 €
29-10205-2014/03	312	Auto Taller Pellejà, SL	Falset	Priorat	53.436,79 €	22,50%	12.023,28 €
29-10206-2014/01	312	Cellers Bellmunt del Priorat, SL	Bellmunt del Priorat	Priorat	207.535,70 €	27,50%	57.072,32 €
08-10207-2014/01	313	Ana Maria Gaig Gómez	L'Aleixar	Baix Camp	89.095,85 €	25,00%	22.273,96 €
08-10208-2014/01	313	Tap's, SCP	Les Borges del Camp	Baix Camp	14.073,60 €	25,00%	3.518,40 €

Taula 128: Llistat d'expedients aprovats 2009-2014
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

NOTA: Per poder facilitar la lectura, s'han destacat en color gris clar els expedients del Baix Camp i s'han deixat en fons de color blanc els del Priorat.

14.1.3 XIFRES D'EXPEDIENTS CERTIFICATS

Segons la normativa Leader, les persones beneficiàries dels ajuts havien de realitzar les inversions i justificar-ne el pagament dins del període que determina la resolució.

Els tècnics del GAL, juntament amb el personal tècnic de les oficines comarcals del Baix Camp i del Priorat, han verificat i comprovat sobre el terreny, la correcta execució de les inversions i/o actuacions realitzades pels promotors.

Posteriorment la Comissió Tècnica del GAL, un cop verificades les inversions i les despeses, emetia les propostes de certificació que el Consell Rector del Consorci ratificava.

Les propostes de pagament i les certificacions corresponents eren llavors trameses a la corresponent oficina comarcal del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, per a la revisió i posterior remissió al Servei de Programació i Dinamització Rural de la Direcció General de Desenvolupament Rural.

És important destacar que les xifres d'inversió i subvenció certificades no són definitives ni complertes ja que, a data de redacció del present document, un notable nombre d'expedients de les convocatòries 2013 i 2014 encara no han estat certificats. Així, el termini que aquests expedients tenen per certificar acaba el dia 30/06/2015, excepte el de set d'ells, que han de certificar el 31/03/2015, tot i que d'aquests set n'hi ha quatre que també han sol·licitat una pròrroga per poder certificar fins el 30/06/2015.

Per aquest motiu no es realitza un anàlisi de les dades d'expedients certificats sinó que només s'exposen aquestes dades disponibles en forma de taules i gràfics, que en un futur proper caldrà actualitzar i completar.

		Inversió i subvenció CERTIFICADES					
		Priorat		Baix Camp		TOTAL	
	Mesura	Inversió	Subvenció	Inversió	Subvenció	Inversió	Subvenció
2009	12301	695.666,47 €	193.489,60 €	174.377,85 €	43.901,87 €	**870.044,32 €**	**237.391,47 €**
	312	0,00 €	0,00 €	167.877,15 €	49.719,12 €	**167.877,15 €**	**49.719,12 €**
	313	369.790,29 €	83.485,74 €	336.015,44 €	89.384,65 €	**705.805,73 €**	**172.870,39 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2010	12301	514.986,15 €	117.075,08 €	56.365,47 €	12.682,23 €	**571.351,62 €**	**129.757,31 €**
	312	0,00 €	0,00 €	60.903,63 €	13.703,32 €	**60.903,63 €**	**13.703,32 €**
	313	217.602,62 €	48.960,59 €	428.640,24 €	105.442,61 €	**646.242,86 €**	**154.403,20 €**
	323	0,00 €	0,00 €	347.716,38 €	201.849,36 €	**347.716,38 €**	**201.849,36 €**
2011	12301	1.905.411,52 €	485.713,99 €	143.034,05 €	38.993,11 €	**2.048.445,57 €**	**524.707,10 €**
	312	114.633,64 €	19.585,30 €	159.967,97 €	29.917,79 €	**274.601,61 €**	**49.503,09 €**
	313	940.508,36 €	239.745,40 €	690.213,35 €	253.432,59 €	**1.630.721,71 €**	**493.177,99 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2012	12301	1.530.037,15 €	429.253,69 €	102.765,61 €	25.691,40 €	**1.632.802,76 €**	**454.945,09 €**
	312	126.112,38 €	40.998,27 €	142.612,14 €	51.009,71 €	**268.724,52 €**	**92.007,98 €**
	313	201.775,69 €	57.756,60 €	95.016,37 €	24.375,88 €	**296.792,06 €**	**82.132,48 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2013	12301	311.509,80 €	84.098,11 €	118.849,00 €	29.712,25 €	**430.358,80 €**	**113.810,36 €**
	312	11.033,84 €	3.310,15 €	0,00 €	0,00 €	**11.033,84 €**	**3.310,15 €**
	313	119.467,72 €	41.813,70 €	101.495,27 €	30.637,04 €	**220.962,99 €**	**72.450,74 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
2014	12301	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
	312	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
	313	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
	323	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**
TOTALS		**7.058.535,63 €**	**1.845.286,22 €**	**3.125.849,92 €**	**1.000.452,93 €**	**10.184.385,55 €**	**2.845.739,15 €**

Taula 129: Inversió i subvenció dels expedients certificats a data de redacció del present document, segons convocatòria, mesura i comarca
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

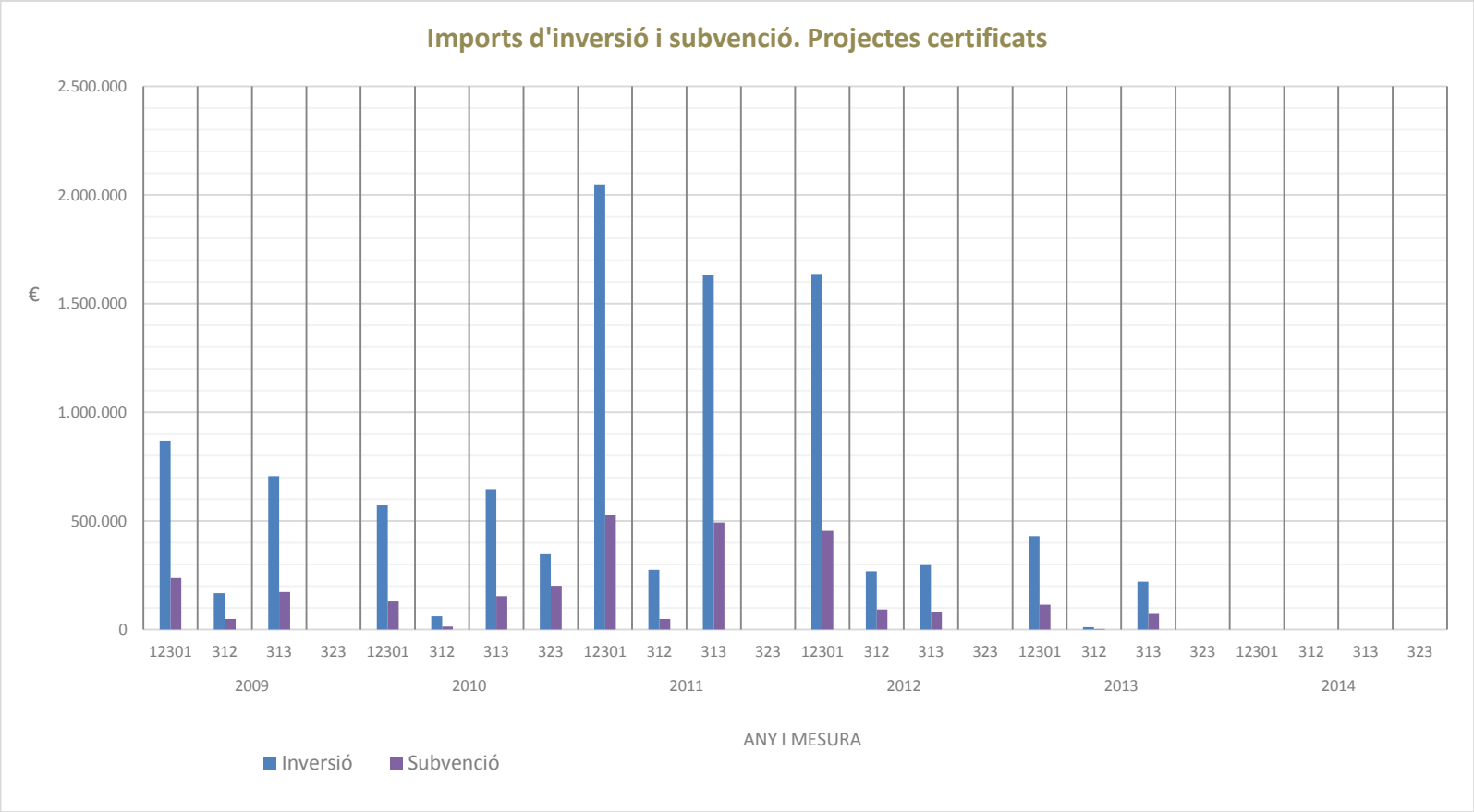


Figura 50: Gràfic d'imports d'inversió i subvenció. Expedients certificats a data de redacció del present document
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

14.2. LA COOPERACIÓ

El LEADER és una metodologia de treball, tant en la fase de programació com en la d'implementació, de la política de desenvolupament rural europea que s'ha aplicat durant les dues darreres dècades, i que persegueix el desenvolupament integral de les zones rurals a través de la participació i el consens de tots els seus actors locals.

Així, tal com es detalla en el dossier tècnic núm. 70, "Cooperació LEADER: Una eina clau per al desenvolupament dels territoris rurals" (Josep Maria Masses Tarragó i altres, maig de 2014), la diferència entre LEADER i altres metodologies més tradicionals és que el LEADER indica "com" s'ha d'actuar i no pas "què" s'ha de fer, i ho assoleix basant-se en set característiques essencials que es complementen i interactuen entre elles:

- Estratègies zonals de desenvolupament local
- L'enfocament ascendent
- Els grups d'acció local
- La innovació
- Les actuacions integrades i multisectorials
- El treball en xarxa
- **La cooperació**

La cooperació en l'enfocament Leader suposa que un grup d'acció local (GAL) inicia un projecte conjunt amb altres GAL o territoris perquè comparteixen un interès, objectius o necessitats similars, ja sigui entre territoris rurals d'una mateixa regió o país, entre diferents estats membres, o bé amb països tercers.

La cooperació Leader aporta un valor afegit als territoris rurals perquè suposa una entesa entre diferents grups i agents per marcar un camí o un objectiu compartit.

A més, cooperar en LEADER és el contacte amb l'àmbit local i amb l'autenticitat del territori, perquè es treballa amb les persones, els recursos i les oportunitats i els handicaps dels territoris rurals. A més es pretén que es tracti de fets tangibles que indueixin a un canvi, i que ajudin al territori a evolucionar i, per tant, a desenvolupar-se a través d'un treball coordinat i un millor ús i eficàcia dels recursos. Són fets que perduren i que tenen la intenció de continuar més enllà de la data de finalització i finançament del projecte de cooperació.

En aquest sentit, la Cooperació LEADER ha permès al medi rural accedir a una major informació i a noves idees, ha permès aprendre d'altres regions o països, ha estimulat i ha donat suport a la innovació i ha permès adquirir o millorar capacitats i mitjans per als territoris rurals.

Cada territori defineix la seva estratègia i àmbits d'actuació a l'inici de cada període de programació. Tot i que cada territori té especificitats i particularitats pròpies, hi ha reptes i necessitats que són compartides per la majoria de territoris rurals. Aquest fet fa possible endegar projectes de cooperació entre diversos grups en línia amb les seves estratègies.

14.2.1 COOPERACIÓ INTERTERRITORIAL

És la cooperació que es realitza entre diferents zones rurals d'un Estat membre; pot produir-se entre grups Leader i també està oberta a altres grups locals que utilitzin un enfocament participatiu semblant.

El Consorci Leader Priorat –Baix Camp ha participat en diversos projectes d'aquest tipus. Tot seguit es detallen:

GESTIÓ SOSTENIBLE RURAL. IMPLANTACIÓ DE LA RESPONSABILITAT SOCIAL EMPRESARIAL A LES EMPRESES I ORGANITZACIONS DELS TERRITORIS LEADER

Gestió Sostenible Rural és un projecte de cooperació interterritorial que es desenvoluparà entre 2009 i 2012 en el qual hi participaran 18 Grups d'Acció Local de Catalunya, Balears i Aragó, que preveu la implantació de polítiques de Responsabilitat Social Empresarial en les empreses beneficiàries dels ajuts Leader. Amb aquest programa es pretén impulsar la sostenibilitat i la RSE de les activitats econòmiques dels territoris rurals, avançar cap a la creació de Territoris Socialment Responsables i afavorir la intercooperació i la creació de sinergies entre territoris rurals sostenible.

GESTIÓ SOSTENIBLE RURAL		
GAL COORD.	Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la Zona Nord-Oriental de Catalunya (ADRI-NOC)	
GALS COOPERANTS	▪ Consorci Alt Urgell Cerdanya ▪ Consorci Leader Priorat Baix Camp ▪ Consorci Leader Urgell - Pla d'Urgell ▪ Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central ▪ Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la zona Nord-Oriental de Catalunya ▪ Associació Leader Ripollès, Ges, Bisaura ▪ Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Sòcio-Econòmiques ▪ Associació pel Desenvolupament Rural de la Catalunya Central ▪ Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià ▪ Consorci Grup d'Acció Local Noguera - Segrià Nord ▪ Consorci de la Conca de Barberà - Alt Camp ▪ Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars Ribagorça ▪ Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori ▪ Associació Mallorca Rural ▪ Associació Leader Illa de Menorca ▪ Grup d'Acció Local per al Desenvolupament Rural d'Eivissa i Formentera ▪ Centro para el Desarrollo de las Comarcas de Sobrarbe-Ribagorza) ▪ Organización para el Desarrollo del Mezquín y Matarraña	
INVERSIÓ PRESENTADA I ELEGIBLE	1.999.714,00 €	
SUBVENCIÓ APROVADA	1.371.000,00 €	
SUBVENCIÓ PRIORAT- BAIX CAMP	1a Justificació – 5.017,75 € 2a Justificació – 4.401,72 € 3a Justificació – 7.524,67 €	

Taula 130: Dades bàsiques del projecte Gestió Sostenible Rural
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Objectiu estratègic

Millorar la qualitat de vida de les persones que habiten en els territoris rurals a través de:

- La gestió eficient, en termes econòmics-empresarials, de les activitats que produeixen béns i serveis.
- La incorporació dels valors inherents a la RSE, com inspiradors de les accions a desenvolupar en l'àmbit de la gestió.

Objectius generals

- Impulsar la sostenibilitat de les activitats econòmiques dels territoris rurals.
- Avançar cap a la creació de Territoris Socialment Responsables.
- Afavorir la intercooperació i la creació de sinergies entre territoris rurals sostenibles.

Objectius específics

- Incorporar els valors de la RSE com a eix transversal de les estratègies de desenvolupament local dels grups d'acció local participants en el projecte.
- Dotar els GAL d'una metodologia comuna per a la implantació de polítiques de RSE
- Implantar polítiques de RSE a entre un 10 i un 20% dels potencials 3000 beneficiaris dels ajuts de l'àmbit d'aplicació del projecte
- Sensibilitzar i formar permanentment en relació a la RSE als agents socioeconòmics dels diferents territoris
- Fomentar la creació de sinergies entre actors del territori
- Crear mecanismes permanents d'intercanvi, transferència de coneixements i difusió de resultats entre els diferents territoris.

Actuacions realitzades en les quals el Consorci hi ha format part:

- Acompanyament de les dues empreses seleccionades en per aplicar polítiques de responsabilitat social empresarial en les seves organitzacions. L'acompanyament va consistir bàsicament en l'aplicació del Codi de Gestió Sostenible en les accions establertes en el programa de millora.
- Sessió formativa i de treball per profunditzar en les habilitats d'acompanyament a l'empresa.
- Assistència dels tècnics del Consorci a la jornada "Posar en valor la RSE i la sostenibilitat de les pimes. Eines per a l'elaboració d'informes de sostenibilitat" (Menorca).
- Trobada "La Cooperació Interempresarial com a eina estratègia per a la RSE": Més de quaranta empresaris van participar en la trobada organitzada sota el títol "La Cooperació Interempresarial com a eina estratègia per a la RSE" que es va celebrar a Boltaña (Sobrarbe-Osca) els dies 21, 22 i 23 de setembre de 2011.

- Assistència al "Curs per a l'elaboració de memòries de sostenibilitat, segons el GRI", del 29 i 30 de setembre de 2011 a Barcelona.
- El 18 d'octubre de 2011 es va assistir a Barcelona al curs "Les noves formes d'organització del temps de treball com a elements fonamental de la RSE".
- Durant l'anualitat 2011 el Consorci Leader Priorat – Baix Camp va organitzar diverses exposicions sobre la Responsabilitat Social Empresarial:
    - De l'11 al 21 d'abril es va realitzar a la Biblioteca Central Xavier Amorós de Reus.
    - Del 26 al 30 d'abril es va realitzar a l'Oficina Jove del Priorat (Falset).
    - Del 12 al 17 de desembre es va realitzar a la Fundació URV de Reus.

+ VINO, - CO2

"+VINO, -CO2" és un projecte de cooperació interterritorial impulsat per vuit grups de desenvolupament local del País Basc, Murcia, Navarra, Catalunya, Mallorca, i Aragó que pretén fomentar la influència, que té als territoris que cooperen el sector vitivinícola com un element clau de desenvolupament econòmic i social i amb uns trets culturals i físics comuns a tots els territoris. L'aplicació del mètode Leader permetrà estendre els beneficis generats pel sector del vi a la resta d'actors que operen al territori, possibilitant sinèrgies entre els diferents sectors (turisme, artesania, gastronomia, serveis, etc) i creant noves oportunitats de desenvolupament.

+ VINO, - CO2		
GAL COORD.	Asociación para el Progreso del Desarrollo Rural MENDINET	
GALS COOPERANTS	▪ Asociación para el Desarrollo de las Tierras del Moncayo (Asomo) ▪ Asociación Mallorca Rural ▪ Consorci Leader Priorat - Baix Camp ▪ Grupo de Acción Local de la Zona Media de Navarra ▪ Integral	
INVERSIÓ PRESENTADA I ELEGIBLE	339.050,00 €	
SUBVENCIÓ APROVADA	318.177,00 €	
SUBVENCIÓ PRIORAT- BAIX CAMP	1a Justificació – 251,10 € 2a Justificació – 4.571,40 €	

Taula 131: Dades bàsiques del projecte + VINO, - CO2
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Objectius generals i específics del projecte:

1. Remarcar la identitat i personalitat dels territoris a partir de la influència del sector vitivinícola en els mateixos.
2. Reforç del caràcter i de la personalitat de la viticultura lligat al territori.
3. Recuperació i conservació del paisatge.
4. Aprofitar aquest recurs com a motor de desenvolupament econòmic i social.
5. Contribuir a disminuir la incidència del sector amb el canvi climàtic.

6. Contribuir mitjançant aquest projecte a la correcció de determinats desequilibris, tals com la incorporació de col·lectius de dones, joves, i altres desafavorits.
7. Reforç de la cooperació entre els grups de desenvolupament participants.
8. Foment de les noves tecnologies de la informació i la comunicació (NTIC).

Actuacions realitzades a l'àmbit territorial del Consorci:

- Jornada formativa per a cellers celebrada el 7 de febrer de 2012 (Torroja del Priorat). una jornada formativa amb els cellers participants. Els principals continguts que es van tenir en compte en aquesta jornada van ser:
    - Conceptes generals sobre medi ambient. Nou model d'enfocament.
    - Factor motivant.
    - Anàlisi del Cicle de Vida com a eina de mesura d'impacte ambiental de les organitzacions i els productes.
    - La Petjada del Carboni.
    - Estimació de l Petjada del Carboni utilitzant diferents metodologies i eines disponibles.
    - Integració de la gestió del carboni en les pràctiques empresarials.
    - Càlcul de la Petjada de Carboni en el sector vitivinícola.
    - Reconeixement ambiental de productes.
- El 15 de maig de 2012, en col·laboració amb els Serveis Territorials de Cultura de la Generalitat de Catalunya es va organitzar una conferència del projecte "+VINO, -CO2".
- Jornada "La petjada de carboni en l'elaboració dels vins de la comarca del Priorat", que es va dur a terme al Parc tecnològic del Vi de Falset (10/05/2013): La jornada va tractar del càlcul de la petjada de carboni en els cellers, l'impacte dels cellers en el canvi climàtic, de com fer del compromís ambiental un avantatge competitiu, l'experiència de dos cellers del Priorat, i la presentació d'una aplicació gratuïta per a calcular la petjada de carboni.

14.2.2 COOPERACIÓ CATALANA

La cooperació regional és el tipus de cooperació realitzada entre grups Leader d'una mateixa regió, és a dir, entre diverses comarques rurals (i GAL's) d'un mateix territori. En el cas que ens ocupa aquesta cooperació s'ha conegut freqüentment com a "Cooperació Catalana".

La cooperació catalana permet als territoris Leader consolidar les seves estratègies de desenvolupament local.

Ordres d'ajuts:

- ORDRE AAM/184/2012, de 20 de juny, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts a la cooperació entre grups d'acció local de Catalunya en el marc de l'eix 4 Leader, mesura 421, del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2012.
- ORDRE AAM/296/2012, de 4 d'octubre, de modificació de l'ordre AAM/184/2012, de 20 de juny, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts a la cooperació entre grups d'acció local de Catalunya en el marc de l'eix 4 Leader, mesura 421, del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2012.
- ORDRE AAM/134/2013, de 7 de juny, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts a la cooperació entre grups d'acció local de Catalunya en el marc de l'eix 4 Leader, mesura 421, del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2007-2013, i es convoquen els corresponents a l'any 2013.

ANUALITAT	INVERSIÓ EXECUTADA (€) % FEADER IMPORT FEADER (€)	NÚM. DE PARTICIPANTS PER PROJECTE
2012	5 PROJECTES: 577.498,19 € 30% 173.249,46 €	13 GAL: • GSR • GUSTUM • ODISSEU 6 GAL: • Energia i forest

ANUALITAT	INVERSIÓ EXECUTADA (€) % FEADER IMPORT FEADER (€)	NÚM. DE PARTICIPANTS PER PROJECTE
		• VER (vivers empreses rurals)
2013	6 PROJECTES: 247.787,90 € 50% 123.893,95 €	13 GAL: • GSR • GUSTUM • ODISSEU • Energia i forest 9 GAL: • Masies + sostenibles 7 GAL: • VER (vivers empreses rurals).
2014	10 PROJECTES Inversió aprovada: 1.160.760 € 55% 638.418 €	13 GAL: • GSR: • GUSTUM • ODISSEU • Energia i forest 10 GAL: • Cowocat 9 GAL: • Masies + sostenibles • .Vi+net 7 GAL: • Fem Parc • EsporTour 4 GAL: • VER (vivers empreses rurals).

Taula 132: Cooperació Catalana: inversió executada, projecte i participants per anualitats.
Font: "Cooperació LEADER: Una eina clau per al desenvolupament dels territoris rurals"

VI+NET

El Consorci Leader Priorat – Baix Camp, a més de participar en diversos projectes que a continuació es detallaran, **va ser el coordinador** d'un dels projectes desenvolupats en l'àmbit de la cooperació catalana, el Vi+Net.

Així, Vi+Net fou un projecte que sorgia de la iniciativa de cooperació estatal "+VINO-CO2", desenvolupada durant els anys 2010 a 2013. El projecte englobava 9 grups d'acció local catalans amb l'objectiu de contribuir a mitigar i reduir els gasos d'efecte hivernacle (GEH) en el sector de la vitivinicultura.

El projecte Vi+Net pretenia que els petits cellers coneguessin la seva petjada de CO2 i que es comprometessin en la reducció de GEH. A més, també s'instava que participessn activament en la lluita contra les conseqüències del canvi climàtic.

En l'àmbit de l'activitat productiva, el projecte vetllava per superar la dicotomia tradició/innovació, buscant l'equilibri d'aquests dos enfocaments per convertir-lo en un puntal bàsic i identificador dels territoris i dels cellers participants.

Objectiu general del projecte

L'objectiu general de Vi+Net és la millora del medi ambient i la generació d'ocupació. Igualment, es vol valoritzar el medi rural fomentant pràctiques que mitiguin l'emissió de gasos d'efecte hivernacle (GEH) en el sector vitivinícola, i demostrant que les pràctiques tradicionals també contribueixen a reduir l'emissió d'aquests gasos.

Objectius específics

1. La definició d'una metodologia estandarditzada per mesurar la petjada de carboni en tot el procés d'elaboració del vi.
2. L'elaboració d'un manual de bones pràctiques vitivinícoles.
3. Formació dirigida a viticultors i tècnics de petits cellers del territori, en relació a eines, metodologies i tècniques en l'àmbit de la disminució dels GEH.
4. La difusió del projecte, tot posant en comú les experiències i els resultats, i fomentant la transversalitat i la complementarietat amb altres entitats del mateix territori.
5. La creació d'estructures de treball en xarxa que col·laborin activament.

Actuacions del projecte

- Bones pràctiques vitivinícoles. Definició d'una metodologia estandarditzada per mesurar la petjada de carboni en tot el procés d'elaboració del vi. Es van seleccionar els cellers i les explotacions vinícoles que esdevindrien experiències-pilot i es redactà un manual de bones pràctiques vitivinícoles per a la reducció dels GEH.
- Formació a viticultors i tècnics de petits cellers del territori vers eines, metodologies i tècniques en l'àmbit de la disminució dels GEH.
- Disseny d'una eina de càlcul de la petjada de CO2 per al sector de la viticultura.
- Creació d'estructures de treball en xarxa a través dels grups d'acció local, que col·laborin activament per tal de donar suport als viticultors i tècnics dels petits cellers en matèria de canvi climàtic, aprofitant les sinergies entre territoris, entitats i institucions.

A més, com s'ha comentat, des del Consorci Leader Priorat - Baix Camp s'ha participat com a soci en d'altres projectes de cooperació catalana, que tot seguit s'exposen.

ODISSEU

El projecte ODISSEU pretén prevenir i frenar la migració juvenil cap al medi urbà i peri-urbà, a partir de facilitar la inserció laboral dels i les joves i promoure el seu compromís social amb el territori rural. El programa actuarà de forma transversal sobre els agents que incideixen en aquesta transició i portarà a terme accions de divulgació i sensibilització sobre els impactes de la migració juvenil de les zones rurals.

ODISSEU		
GAL COORD.	Consorci Alt Urgell Cerdanya	
GALS COOPERANTS	▪ Consorci Leader Urgell - Pla d'Urgell ▪ Consorci Leader Priorat Baix Camp ▪ Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central ▪ Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la Zona Nord-Oriental de Catalunya (ADRI-NOC) ▪ Associació Leader Ripollès, Ges, Bisaura ▪ Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Sòcio-Econòmiques ▪ Associació pel Desenvolupament Rural de la Catalunya Central ▪ Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià ▪ Consorci Grup d'Acció Local Noguera - Segrià Nord ▪ Consorci de la Conca de Barberà - Alt Camp ▪ Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars Ribagorça ▪ Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori	
INVERSIÓ ELEGIBLE TOTAL	75.000,00 €	
SUBVENCIÓ APROVADA TOTAL	75.000,00 €	
SUBVENCIÓ PRIORAT- BAIX CAMP	3.700,00 €	

Taula 133: Dades bàsiques del projecte Odisseu
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Objectius

- Incentivar i facilitar el retorn dels i les joves cap al medi rural, a partir d'un programa que faciliti la seva inserció laboral.
- Desenvolupar i consensuar eines d'anàlisi per al diagnòstic de la migració juvenil rural, la potencialitat del teixit empresarial, la influència de l'oferta formativa superior en les migracions, i els factors d'atracció del medi rural per a la joventut.

- Fomentar i acompanyar la inserció laboral i la creació d'empreses per joves que contribueixin al desenvolupament de las zones rurals.
- Generar espais de debat i anàlisi entre els agents i institucions que intervenen en polítiques / programes d'ocupació i de joventut.
- Sensibilitzar i posar en coneixement a la ciutadania, sobre l'impacte de la migració juvenil a les zones rurals.

Accions

- Primera reunió de la Taula de Concertació Territorial del Priorat. En aquesta reunió es va dur a terme la presentació del projecte i dels resultats de la Diagnosi comarcal Odisseu als agents comarcals que intervenen en matèria de joventut, ocupació i promoció econòmica, de caràcter públic i privat.
- Presentació projecte Odisseu al Centre de Recursos Pedagògics de l'IES Priorat.
- Detecció de les necessitats dels joves a través de l'elaboració d'una enquesta.
- **Tast d'oficis:** En el marc d'aquest projecte en el territori (en concret en la zona del Baix Camp) s'ha portat a terme el TAST D'OFICIS, una aproximació a través de workshops participatius a diversos oficis artesanals, com són el treball del fang i la terrissa, la restauració de mobles, l'elaboració de melmelades així com l'elaboració dels sabons cosmètics i la joieria.

GUSTUM

Gustum és un projecte de cooperació que té com a objectiu fomentar el desenvolupament rural a través de la promoció dels productes agroalimentaris de qualitat que es produeixen al territori i de la seva sinergia amb la restauració, el turisme i el comerç.

GUSTUM		
GAL COORDINADOR	Consorci Leader Urgell - Pla d'Urgell	
GALS COOPERANTS	▪ Consorci Alt Urgell Cerdanya ▪ Consorci Leader Priorat Baix Camp ▪ Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central ▪ Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la Zona Nord-Oriental de Catalunya (ADRI-NOC) ▪ Associació Leader Ripollès, Ges, Bisaura ▪ Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Sòcio-Econòmiques ▪ Associació pel Desenvolupament Rural de la Catalunya Central ▪ Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià ▪ Consorci Grup d'Acció Local Noguera - Segrià Nord ▪ Consorci de la Conca de Barberà - Alt Camp ▪ Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars Ribagorça ▪ Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori	
INVERSIÓ ELEGIBLE TOTAL	136.200,00 €	
SUBVENCIÓ TOTAL	136.200,00 €	
SUBVENCIÓ PRIORAT-BAIX CAMP	6.968,08 €	

Taula 134: Dades bàsiques del projecte Gustum
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Objectius

- Identificar els productors i els productes locals. Detectar les seves necessitats.
- Afavorir el treball en xarxa i l'associacionisme en el sector.
- Facilitar eines als elaboradors i productors per promocionar i comercialitzar el seu producte.
- Sensibilitzar i donar valor als productes locals de qualitat i artesans i identificar-los no només com a productes de qualitat organolèptica i nutricional sinó també com un símbol de cultura i identitat del territori.

- Vincular el sector agroalimentari amb la restauració, el comerç i les rutes turístiques de la zona amb l'objectiu final d'induir un desenvolupament rural integrat.
- Incrementar el creixement econòmic de les activitats agroalimentàries, donar suport als emprenedors en el seu impuls inicial i facilitar la creació de noves accions empresarials que girin al voltant de l'eix principal del projecte.

Accions realitzades

Atès que en el projecte GUSTUM es partia d'una situació desigual entre territoris, es van proposar accions a dos nivells. En el cas del Consorci Leader Priorat – Baix Camp, es van portar a terme les següents accions (englobades en el nivell 1 d'aplicació):

- Realització d'una diagnosi de petits establiments agroalimentaris locals.
- Realització d'un audiovisual dels productes locals.
- Dossier fotogràfic, que es basarà amb un reportatge fotogràfic dels paisatges, productes i dels seus elaboradors.
- Presentació del Catàleg de productors de Montsant a taula: Com a acte de promoció de producte local, es va dur a terme la presentació del Catàleg de productors de Montsant a taula a l'Estació Enològica de Reus.
- **Campanya d'introducció de l'oli d'oliva verge extra a les escoles:** Tenia l'objectiu d'introduir l'oli d'oliva verge extra als menjadors escolars de Catalunya i donar a conèixer el món de l'oli i conscienciar a la comunitat educativa dels beneficis que suposa el seu consum. Val a dir que el GAL coordinador d'aquesta actuació va ser el propi Consorci Leader Priorat – Baix Camp. Dins del marc de l'acció individual el Consorci Leader Priorat – Baix Camp va realitzar les sessions formatives en 4 escoles: Falset, Cornudella del Montsant, les Borges del Camp i Riudecanyes. Van participar-hi un total de 96 alumnes. I dins el marc de l'acció conjunta les sessions s'han impartit a 13 escoles de cadascun dels GAL's participants en el projecte. Van participar-hi un total de 567 alumnes.

GESTIÓ SOSTENIBLE RURAL. Cap a la consolidació de Territoris SMART

L'objectiu del projecte ha estat consolidar la Responsabilitat Social com eix estratègic del model de desenvolupament socioeconòmic territorial implicant i alineant a totes les parts interessades cap a un mateix repte comú: la sostenibilitat o construcció de territoris intel·ligents (Territoris Smart).

GESTIÓ SOSTENIBLE RURAL	
GAL COORD.	Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la Zona Nord-Oriental de Catalunya (ADRI-NOC)
GALS COOPERANTS	• Consorci Alt Urgell Cerdanya • Consorci Leader Priorat Baix Camp • Consorci Leader Urgell - Pla d'Urgell • Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central • Associació Leader Ripollès, Ges, Bisaura • Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Sòcio-Econòmiques • Associació pel Desenvolupament Rural de la Catalunya Central • Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià • Consorci Grup d'Acció Local Noguera - Segrià Nord • Consorci de la Conca de Barberà - Alt Camp • Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars Ribagorça • Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori.
INVERSIÓ PRESENTADA I ELEGIBLE TOTAL	159.400,00 €
SUBVENCIÓ APROVADA TOTAL	159.400,00 €
INVERSIÓ APROVADA PRIORAT - BAIX CAMP	7.825,00 €
IMPORTS CERTIFICATS	4.366,71 €

Taula 135: Dades bàsiques del projecte Gestió Sostenible Rural. Consolidació de Territoris SMART
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Accions

- Desenvolupar una metodologia específica per identificar el mapa d'agents socioeconòmics que contribueixen al desenvolupament sostenible de cada un dels territoris.

- Jornades i accions de difusió per fomentar l'adhesió de noves organitzacions al Codi de Gestió Sostenible.
- Crear una eina informàtica per al càlcul de la petjada de carboni.
- Elaborar una plataforma virtual d'intercooperació o crowsourcing (www.smartrural.org) per afavorir el diàleg i la intercooperació entre totes les part.
- Acompanyament individual a les organitzacions per a la implantació de polítiques RSE: Es va realitzar un procés d'assessorament individual i presencial a les empreses que es van adherir al CGS per a fomentar la integració de polítiques de RSE en la seva gestió ordinària.
- Jornada de formació de "Màrqueting sostenible": El Consorci Leader Priorat - Baix Camp va organitzar una jornada de formació de "Màrqueting sostenible", que es realitzà el dia 21 d'octubre de 2013, al Consell Comarcal del Baix Camp (Reus), amb l'objectiu de fomentar noves tècniques per transmetre i comunicar els valors de la sostenibilitat i Responsabilitat Social Empresarial en empreses i entitats.
- Jornada tècnica "Priorat: territori sostenible i turisme, claus de futur": El Consorci Leader Priorat – Baix Camp va organitzar la jornada tècnica " Priorat: territori sostenible i turisme, claus de futur" el 26 de novembre de 2013 a la Cartoixa de Scala Dei. Per a la organització de la jornada es va comptar amb la col·laboració i el treball d'administracions i entitats del territori com són: el Parc Natural de Montsant, l'Oficina Comarcal del Departament d'Agricultura al Priorat, l'Associació Priorat Enoturisme, el Consell Comarcal del Priorat, l'Associació Prioritat i el Consorci de la Serra de Llaberia. Cal dir que aquesta jornada va estar subvencionada pel projecte de Gestió Sostenible Rural i pel projecte de Masies + Sostenibles.

ENERGIA I FOREST

El projecte té per objectiu catalitzar i impulsar la sostenibilitat del model de desenvolupament dels territoris rurals catalans, basant-se en una estratègia de foment de l'estalvi i eficiència energètica i en la promoció de les energies renovables basades en fonts endògenes, especialment la biomassa, implicant per l'assoliment d'aquest objectiu als agents implicats en el desenvolupament de les zones rurals de Catalunya (població local, entitats locals, entitats associatives, propietaris forestals i teixit empresarial)

ENERGIA I FOREST		
GAL COORDINADOR	GAL 3. Associació per a la Gestió del Programa Leader Ripollès Ges Bisaura	
GALS COOPERANTS	• GAL 1. Associació pel Desenvolupament Rural de la Catalunya Central • GAL 2. Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la zona Nord - Oriental de Catalunya • GAL 4. Consorci de Desenvolupament Alt Camp, Conca de Barberà i Anoia • GAL 5. Consorci Alt Urgell – Cerdanya • GAL 6. Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià • GAL 7. Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori • GAL 8. Consorci Grup d'Acció Local Noguera - Segrià Nord • GAL 9. Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars - Ribagorça • GAL 10. Consorci Leader Priorat Baix Camp • GAL 11. Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Socioeconòmiques • GAL 12. Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central • GAL 13. Consorci Leader Urgell - Pla d'Urgell	
INVERSIÓ PRESENTADA I ELEGIBLE TOTAL	52.500,00 €	ENERGIA i FOREST
INVERSIÓ APROVADA PRIORAT - BAIX CAMP	750,00€	
IMPORTS CERTIFICATS	736,06€	

Taula 136: Dades bàsiques del projecte ENERGIA I FOREST
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Accions realitzades al territori Priorat - Baix Camp

- Incorporació i manteniment de la comptabilitat energètica en diversos ajuntaments del Baix Camp (Maspujols, Aleixar, Vilaplana i Pratdip). Redacció d'informe energètic.
- Curs en producció de biomassa
- Curs d'introducció en SmartGrids
- Curs en gestió energètica municipal
- Formació per tècnics del projecte

Pel que fa als informes de comptabilitat energètica realitzats als ajuntaments citats, aquests tenien els següents objectius:

- Implementar la comptabilitat energètica municipal.
- Detecció d'errors en les factures elèctriques.
- Fer un control i establir recomanacions en la contractació d'electricitat.
- Fer un control dels maxímetres per definir si cal augmentar o reduir la potència contractada.
- Detecció de subministraments més consumidors, per determinar punts d'actuació, si és el cas.
- Contextualitzar el consum del municipi, per avaluar la posició d'aquest en relació a d'altres municipis i territoris.

MASIES + SOSTENIBLES

L'objectiu d'aquest projecte és tendir a la rehabilitació, sostenibilitat i autosuficiència dels habitatges i assentaments rurals aïllats, com les masies; mitjançant alternatives sostenibles i renovables per tal d'afavorir la seva pervivència i millorar les condicions de vida dels seus habitants, d'acord amb les seves necessitats i comoditats actuals.

Amb aquesta sensibilització de la població rural, es vol aconseguir divulgar el mateix missatge a les Administracions públiques, per tal de propiciar noves polítiques encarades a l'especificitat de l'hàbitat dispers i el seu reconeixement.

MASIES + SOSTENIBLES		
GAL COORDINADOR	Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central	
GALS COOPERANTS	• GAL 3. Associació Leader Ripollès Ges Bisaura • GAL 5. Consorci Alt Urgell – Cerdanya • GAL 6. Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià • GAL 7. Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori • GAL 8. Consorci Grup d'Acció Local Noguera - Segrià Nord • GAL 9. Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars - Ribagorça • GAL 10. Consorci Leader Priorat Baix Camp • GAL 11. Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Socioeconòmiques • GAL 12. Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central	
INVERSIÓ PRESENTADA I ELEGIBLE TOTAL	33.000,00€	
INVERSIÓ APROVADA PRIORAT - BAIX CAMP	2.200,00 €	
IMPORTS CERTIFICATS	2.178,73 €	

Taula 137: Dades bàsiques del projecte MASIES + SOSTENIBLES
Font: Consorci Leader Priorat – Baix Camp

Objectius específics

- Conèixer el nivell de sostenibilitat i l'impacte ambiental de les masies, per tal de promoure l'eficiència dels recursos energètics i hídrics.

- Ser un vector d'informació que proporcioni a la població de l'hàbitat dispers i als sectors interessats, tota la informació necessària per implementar i posar en valor un model d'autosuficiència i sostenibilitat a les masies.
- Implementació de noves tecnologies relacionades amb l'autosuficiència, l'eficiència energètica, la restauració, la bioconstrucció, la salut de l'habitatge i la gestió correcta de l'aigua i dels residus en l'hàbitat dispers.
- Crear sinèrgies entre diferents zones rurals del territori, caracteritzades per la presència de petits assentaments dispersos.
- Sensibilització, difusió i consciència social dels beneficis de la masia sostenible a la població rural i a les administracions públiques, davant aquests reptes ambientals.

Accions realitzades al territori Priorat - Baix Camp

- Edició de la guia "La Masia Sostenible": Es tracta d'una guia pràctica de les solucions que es podrien adoptar en qualsevol masia, habitatge aïllat i, en general, en qualsevol habitatge, per ser més sostenibles i reduir la dependència al subministrament extern d'energia i aigua potable, als serveis de tractament d'aigües residuals i a la gestió de residus domèstics. Les possibilitats que s'exposen en la guia són tractades en quatre apartats: l'energia; l'aigua; els residus; i l'habitabilitat, la salut i el medi ambient.
- Jornada tècnica "Priorat: territori sostenible i turisme, claus de futur": El Consorci Leader Priorat – Baix Camp va organitzar la jornada tècnica " Priorat: territori sostenible i turisme, claus de futur" el 26 de novembre de 2013 a la Cartoixa de Scala Dei. Els detalls d'aquesta jornada s'han detallat anteriorment ja que va ser subvencionada també pel projecte de Gestió Sostenible Rural.

FEM PARC. Desenvolupament sostenible dels Parcs Naturals de Catalunya

El projecte FEM PARC és una iniciativa que va sorgir amb l'objectiu d'incentivar el desenvolupament socioeconòmic dels espais naturals protegits i les seves zones d'influència, tot fent-lo compatible amb la protecció i la conservació de l'entorn. En aquest sentit, cal que es treballi per a dinamitzar l'ús d'aquests espais a partir de plans de desenvolupament sostenible que garanteixin la compatibilitat de la conservació amb l'ús públic i turístic.

Els espais naturals on es desenvolupà aquest projecte són: Parc Natural de l'Alt Pirineu, Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici, Parc Natural del Cadí-Moixeró, Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa, Parc Natural dels Ports i Parc Natural de la Serra del Montsant.

Objectius del projecte

- Millorar el coneixement que la societat té dels espais naturals de Catalunya, per tal d'incrementar el suport al manteniment i la protecció d'aquests espais.
- La creació de nous llocs de treball en l'àmbit propi del parc i el seu entorn, a través d'un increment de l'activitat empresarial en el sector turístic, d'oci, esportiu i educatiu.
- Donar continuïtat generacional a les comunitats i pobles situats dins els espais protegits i la seva zona d'influència.
- Difondre el patrimoni natural, cultural, agrícola i ramader d'aquests territoris.
- Millorar la qualitat del turisme de natura.
- Analitzar els efectes de l'afluència de visitants als espais protegits.

Actuacions del projecte

- La creació de taules de concertació amb els agents socials (medi ambient, turisme, esports, ocupació i promoció econòmica), per tal de generar un marc de treball conjunt i detectar les necessitats de cada territori.
- El disseny de productes ecoturístics innovadors.

– Elaboració d'un Pla d'Acció i de Desenvolupament de zona que inclogui els resultats de les taules de concertació, les fitxes dels productes ecoturístics dissenyades, l'anàlisi de les oportunitats i limitacions que afecten el seu desenvolupament i les accions que cal desenvolupar.

El Consorci Leader Priorat – Baix Camp ha participat en les accions d'aquest projecte amb actuacions coordinades amb el Parc Natural de Montsant.

14.2.3 VALORACIÓ DEL COMPLIMENT DE LES LÍNIES ESTRATÈGIQUES I ÀMBITS D'ACTUACIÓ DEL PROGRAMA DURANT EL PERÍODE 2007-2013

Línia	Principals àmbits d'actuació
1.- Consolidació de la Cultura del Vi i Foment de l'Enoturisme	• Inversions de millora o nova creació de cellers • Millora de la xarxa de vinoteques • Creació d'empreses de visites a cellers i vinyes i altres vinculades a l'enoturisme • Consolidar l'increment de cellers visitables i realització de cates
2.- Impuls de la Cultura de l'Oli	• Millora en la transformació i l'envasat • Major promoció i ampliació dels mercats de distribució • Impuls a la Ruta de l'Oli
3.- Posada en valor d'altres produccions i modernització d'estructures de comercialització agrària	• Millora de transformació i envasat d'altres productes • Millora i creació de noves agrobotigues i configuració com a xarxa • Promoció d'altres productes agraris: patata, avellana, etc. • Impuls d'empreses de serveis agraris
4.- Foment de microempreses en sectors diversos	• Millora i creació de noves microempreses • Impuls a petites activitats industrials • Impuls a les activitats artesanals • Suport al comerç en petites poblacions rurals • Creació d'empreses de serveis a la població
5.- Millora del conjunt d'establiments i serveis turístics	• Millora de la qualitat i dels serveis dels establiments • Ampliació de l'oferta d'allotjaments turístics: foment de l'allotjament i la restauració en les zones amb menor oferta i/o d'oportunitat • Creació de nova oferta d'oci i de turisme actiu lligat a la natura i a l'enoturime
6.- Posada en valor del patrimoni rural	• Gestió coordinada de l'oferta de centres d'interpretació • Promoció de l'oferta del patrimoni natural • Foment de les activitats vinculades amb l'educació ambiental
7.- Impuls de la cooperació interterritorial i transnacional	• Cooperació interterritorial per la consolidació del sistema natural Montsant-Prades • Impuls de l'enoturisme i de la Ruta dels Cellers Modernistes. • Impuls a la Ruta de l'Oli. • Mecanismes de suport a la millora de la comercialització dels productes agrícoles, de forma conjunta entre productors sota impuls del GAL

Taula 138: Línies estratègiques i àmbits d'actuació 2007-2013
Font: Pla Estratègic Consorci Leader Priorat – Baix Camp 2007-2013

Com a evolució de les orientacions Leader prèvies, les estratègies del territori i GAL Priorat – Baix Camp, recollien com a tema aglutinador la Cultura del Vi i de l'Oli, i la Natura, incidint sobretot de manera favorable en àmbits com la valorització dels productes de qualitat i també els espais naturals com a generadors d'iniciatives diverses. De manera complementària, aquest eix incidia en el conjunt d'elements afavoridors de la qualitat de vida i la dinamització de l'activitat econòmica i empresarial en aquesta zona, en un context general d'orientació a la qualitat.

Per tal de valorar de manera quantitativa el compliment d'aquestes línies estratègiques i àmbits d'actuació, al llarg del període 2007-2013, hem avaluat cadascun dels expedients LEADER presentats al Consorci i li hem associat l'àmbit d'actuació sobre el qual incidia, per tal de poder quantificar quin ha estat el grau de mobilització del sector privat i públic en relació a les estratègies fixades d'inici.

La taula doncs ens mostra la distribució de les xifres d'inversió i subvenció dels expedients LEADER presentats al Consorci durant les convocatòries 2009 a 2014, agrupades en base l'àmbit d'actuació al que fa referència cada expedient.

En ella podem observar com l'àmbit d'actuació que més volum d'expedients ha generat és la 1.1, d'inversions de millora o nova creació de cellers, amb una inversió aprovada de 6.187.433,19 € i una subvenció aprovada de 1.594.622,84 €.

Seguit d'aquest hi trobem l'àmbit d'actuació 5.2, que fa referència a l'ampliació de l'oferta d'allotjaments turístics, amb una inversió aprovada de 5.870.263,03 € i una subvenció aprovada de 1.556.039,40 €.

Ja a certa distància d'aquest dos, hi trobem l'àmbit d'actuació 6.1, de gestió coordinada de l'oferta de centres d'interpretació, amb una inversió aprovada de 665.350,82 € i una subvenció aprovada de 451.277,79 €, el 5.1, de millora de la qualitat i dels serveis dels establiments, amb una inversió aprovada de 1.419.989,49 € i una subvenció aprovada de 393.007,15 €, i el 5.4, de creació de nova oferta d'oci i de turisme actiu lligat a la natura i a l'enoturime, amb una inversió aprovada de 1.379.024,08 € i una subvenció aprovada de 341.847,01 €.

Comentar també que, en el sentit contrari, hi ha diversos àmbits d'actuació estratègica sobre els quals no s'hi ha pogut incidir de manera directa (tot i que en alguns d'ells s'ha ha incidit de manera indirecta) en forma d'inversió LEADER. És el cas dels següents àmbits:

- Millora de la xarxa de vinoteques.
- Major promoció i ampliació dels mercats de distribució.
- Impuls a la Ruta de l'Oli.
- Promoció d'altres productes agraris: patata, avellana, etc.
- Impuls d'empreses de serveis agraris.

Línia	Principals àmbits d'actuació	Inversió presentada	Subv. sol·licitada	Inversió aprovada	Subv. aprovada	Inversió certificada (*)	Subv. Certificada (*)
1.- Consolidació de la Cultura del Vi i Foment de l'Enoturisme	Inversions de millora o nova creació de cellers	7.181.411,46 €	2.797.807,49 €	6.187.433,19 €	1.594.622,84 €	3.185.905,69 €	857.117,17 €
	Millora de la xarxa de vinoteques	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Creació d'empreses de visites a cellers i vinyes i altres vinculades a l'enoturisme	779.007,22 €	311.602,88 €	777.408,62 €	224.475,42 €	370.959,50 €	100.992,45 €
	Consolidar l'increment de cellers visitables i realització de cates	735.122,16 €	294.048,46 €	727.076,85 €	190.490,97 €	701.039,10 €	185.246,89 €
2.- Impuls de la Cultura de l'Oli	Millora en la transformació i l'envasat	808.332,43 €	297.336,30 €	783.265,52 €	202.104,76 €	739.260,06 €	191.972,72 €
	Major promoció i ampliació dels mercats de distribució	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Impuls a la Ruta de l'Oli	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
3.- Posada en valor d'altres produccions i modernització de les estructures de comercialització agrària	Millora de transformació i envasat d'altres productes	343.652,42 €	123.459,93 €	343.287,97 €	73.414,78 €	321.472,61 €	68.536,74 €
	Millora i creació de noves agrobotigues i configuració com a xarxa	89.914,59 €	31.470,11 €	81.040,68 €	20.260,17 €	81.040,68 €	18.234,15 €
	Promoció d'altres productes agraris: patata, avellana, etc.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Impuls d'empreses de serveis agraris	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
4.- Foment de microempreses en sectors diversos	Millora i creació de noves microempreses	686.173,43 €	265.502,66 €	568.355,12 €	141.402,97 €	233.681,96 €	64.546,68 €
	Impuls a petites activitats industrials	693.011,61 €	259.285,29 €	692.991,81 €	178.138,36 €	384.134,46 €	92.193,68 €
	Impuls a les activitats artesanals	362.071,78 €	139.414,81 €	359.193,25 €	94.263,25 €	187.399,70 €	49.892,67 €
	Suport al comerç en petites poblacions rurals	289.907,64 €	114.738,05 €	289.337,71 €	79.709,03 €	131.250,06 €	40.121,84 €
	Creació d'empreses de serveis a la població	15.067,31 €	6.026,92 €	12.098,90 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
5.- Millora del conjunt d'establiments i serveis turístics	Millora de la qualitat i dels serveis dels establiments	3.232.187,57 €	832.555,83 €	1.419.989,49 €	393.007,15 €	985.762,79 €	273.247,01 €
	Ampliació de l'oferta d'allotjaments turístics: foment de l'allotjament i la restauració en les zones amb menor oferta i/o d'oportunitat	6.655.719,46 €	2.120.709,85 €	5.870.263,03 €	1.556.039,40 €	2.224.166,18 €	629.312,80 €
	Creació de nova oferta d'oci i de turisme actiu lligat a la natura i a l'enoturime	1.465.493,77 €	518.726,78 €	1.379.024,08 €	341.847,01 €	290.596,38 €	72.474,99 €
6.- Posada en valor del patrimoni rural	Gestió coordinada de l'oferta de centres d'interpretació	1.206.756,48 €	788.895,06 €	665.350,82 €	451.277,79 €	347.716,38 €	201.849,36 €
	Promoció de l'oferta del patrimoni natural	144.000,00 €	115.200,00 €	72.000,00 €	57.600,00 €	0,00 €	0,00 €

Línia	Principals àmbits d'actuació	Inversió presentada	Subv. sol·licitada	Inversió aprovada	Subv. aprovada	Inversió certificada (*)	Subv. Certificada (*)
	Foment de les activitats vinculades amb l'educació ambiental	192.225,75 €	153.780,60 €	111.120,21 €	88.896,17 €	0,00 €	0,00 €
7.- Impuls de la cooperació interterritorial i transnacional	Cooperació interterritorial per la consolidació del sistema natural Montsant-Prades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Impuls de l'enoturisme i de la Ruta dels Cellers Modernistes.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Impuls a la Ruta de l'Oli.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Mecanismes de suport a la millora de la comercialització dels productes agrícoles, de forma conjunta entre productors sota impuls del GAL	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
		24.880.055,08 €	**9.170.561,03 €**	**20.339.237,25 €**	**5.687.550,08 €**	**10.184.385,55 €**	**2.845.739,15 €**

Taula 139: Xifres d'inversió i subvenció dels expedients Leader de les convocatòries 2009 a 2014, segons línia estratègica del GAL.
Font: Elaboració pròpia amb dades del Consorci Leader Priorat – Baix Camp

*(*) Les xifres d'inversió i subvenció **certificades** no són definitives ni complertes ja que, a data de redacció del present document, un notable nombre d'expedients de les convocatòries 2013 i 2014 encara no han estat certificats. Així, el termini que aquests expedients tenen per certificar acaba el dia 30/06/2015, excepte el de set d'ells, que han de certificar el 31/03/2015, tot i que d'aquests set n'hi ha quatre que també han sol·licitat una pròrroga per poder certificar fins el 30/06/2015.*

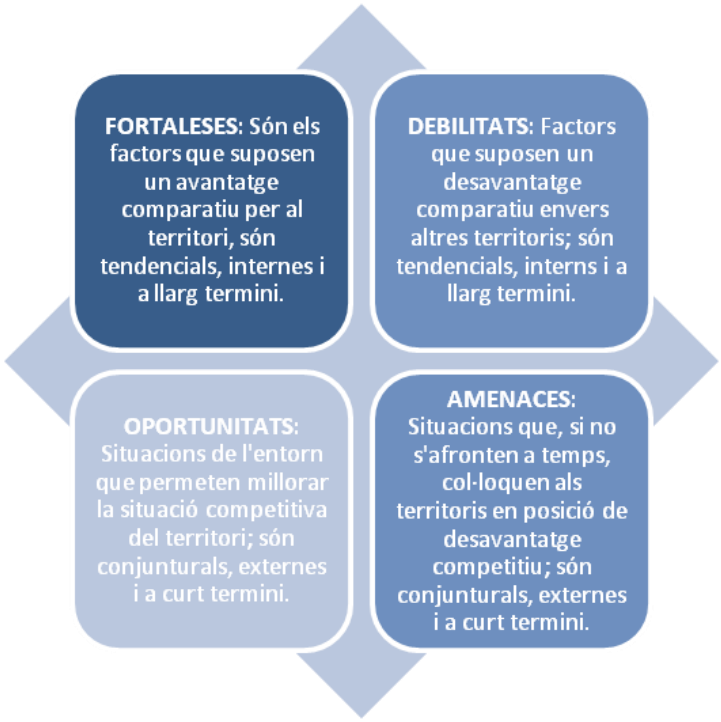
Val a dir que alguna sol·licitud de subvenció no s'adequava a cap de les línies estratègiques del GAL i finalment no va ser subvencionada. Això explica la diferència entre els totals d'aquesta taula en inversió presentada i subvenció sol·licitada i els de taules anteriors.

També destacar que la línia estratègica 7, d'impuls de la cooperació interterritorial i transnacional no presenta xifres en aquesta taula ja que en ella només s'hi reflecteixen els expedients de les mesures 12301, 312 i 313.

V. ANÀLISI DAFO

Com a síntesi de la diagnosi territorial, l'elaboració de matrius DAFO es presenta com una eina de gran validesa metodològica. Procedent del món de l'empresa, però ja amb una dilatada trajectòria d'aplicació en diferents programes de desenvolupament rural, aquesta metodologia ha arribat a convertir-se en un apartat d'obligada redacció, segons els estàndards i la normativa comunitària.

Les sigles DAFO fan referència a la identificació dels factors, tant limitadors com positius, d'àmbit intern i extern, que intervenen en el desenvolupament d'una organització o, com en el cas que ens ocupa, d'un territori: els municipis d'interior del Baix Camp.



Les matrius que es presenten a continuació estan elaborades en base als factors a dalt esmentats i tenen com a finalitat mostrar una imatge general de la situació en la que es troba el territori.

L'anàlisi DAFO ens mostra els aspectes que, des del territori, cal superar per desenvolupar tot el seu potencial o bé dels elements i aspectes que pot aprofitar per refermar aquest desenvolupament.

1. DAFO DEL CONTEXT SOCIOECONÒMIC GLOBAL DE LA ZONA

	DAFO DEL CONTEXT SOCIOECONÒMIC GLOBAL DE LA ZONA	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Territori amb gran diversitat, varietat i singularitat d'elements de patrimoni cultural, natural, gastronòmic i arquitectònic. • Diversitat d'àmbits naturals i paisatgístics en un territori reduït: Muntanyes de Prades, Serra de Llaberia, Serres de Pradell-l'Argentera, Baronia d'Escornalbou i conreus del peu de mont. • Presència de produccions agroalimentàries de reconegut prestigi, lligades a distintius territorials de qualitat. • Cert creixement de població en alguns municipis de la zona. • Territori amb un lent però progressiu desenvolupament d'accions de valorització dels productes gastronòmics, culturals i paisatgístics. • Progressiva revalorització del territori i del seu estil de vida per part dels seus habitants. • El paisatge agrari divers combinat amb espais naturals no conreats té un gran atractiu turístic. • L'activitat turística és un element estratègic en la dinamització econòmica del territori. • Existeix un creixent coneixement i reconeixement del territori des de l'exterior degut a les accions de promoció turística dels darrers anys. • Creixement (tot i que lent) de les empreses de serveis i activitats turístiques. • Proximitat a la zona central del Camp de Tarragona i de la Costa Daurada en general, i per tant bona localització relativa pel desenvolupament d'activitats. • Gran presència de miradors naturals, que ofereixen vistes i panoràmiques de gran bellesa i amplitud. • Carreteres sinuoses que faciliten el descobriment del territori de manera tranquil·la. • La mateixa configuració d'aquestes carreteres, a més de la presència d'entorns agradables, potencia la presència de ciclistes a la zona. • Xarxa de camins i senders recentment adequada, recuperada i/o senyalitzada, que afavoreixen els desplaçaments a peu de descoberta del territori, i les activitats esportives no intrusives (running, trail, BTT, etc). • Desenvolupament recent de noves fires, mercats i activitats diverses (p.e. de caire esportiu) que generen arguments de visita/pernoctació a la zona (Tastaverd, Firaesport, Muntanyum, Ultratrail MCD, etc). • Territori amb forta tradició associacionista i, per tant, amb un teixit associatiu ben vertebrat.	**DEBILITATS** • Territori heterogeni amb realitats geogràfiques i socials diferents que dificulten consensos per al desenvolupament d'accions conjuntes efectives. • Diferències internes notables i de caire divers entre els pobles més petits i de muntanya i els més propers a la costa i a la ciutat de Reus. • Tendència a esdevenir "pobles dormitori" per part dels municipis més propers a la zona industrialitzada i poblada del Camp de Tarragona. • Població envellida amb problemes de reemplaçament generacional en bona part de les poblacions. • Emigració selectiva dels joves més preparats. • Economia basada, en bona part, en activitats productives que es desenvolupen en municipis de fora de la zona MBC. • Manca de cultura emprenedora de part de la població, que impedeix el desenvolupament de noves oportunitats i activitats. • Dificultat en el manteniment del teixit comercial en els municipis. Manca de relleu generacional i poques opcions de pervivència del comerç tradicional. • Dèbil teixit industrial. Manca d'iniciativa privada local i poques facilitats per a la iniciativa privada externa. • Manca de recursos propis de la població i dificultat en l'accés a finançament bancari que deriva en una poca capacitat financera dels perfils de població emprenedors, fet que dificulta la creació de nous negocis. Caiguda del ritme inversor per les dificultats per a accés al crèdit. • Dificultats per atreure o generar inversions en determinats municipis. • Manca de sòl industrial en alguns municipis de la zona. • Manca de serveis turístics estratègics (restaurants i/o allotjaments) en alguns municipis. • Poca consciència ambiental i/o paisatgística en determinats municipi / zones. • Notable presència d'activitats extractives que generen impactes (també a nivell visual) força destacats. • Dificultat d'accés a la vivenda per part dels joves a causa dels preus elevats dels habitatges en venda. • Excés de cases buides en alguns municipis que, en molts casos no es volen ni vendre ni llogar. • Caiguda dels ingressos dels municipis com a conseqüència de la paralització de les activitats de construcció.

	DAFO DEL CONTEXT SOCIOECONÒMIC GLOBAL DE LA ZONA	
	Factors positius	**Factors negatius**
	• Situació de gran part dels municipis no afectada per les àrees de transformació territorial traumàtica. • Territori amb població rural i dispersa que facilita el manteniment de les tradicions i d'una marcada identitat. • Existència d'entitats de gestió del territori i dels espais naturals, amb programes d'actuacions ben estructurats i planificats en base les necessitats estratègiques de la zona (p.e. Consorci de la Serra de Llaberia). • Presència de programes i plans que ajuden al desenvolupament econòmic i a la conservació de tradicions rurals (LEADER).	• Baixa rendibilitat de determinats conreus tradicionals de la zona com els fruits secs. • Persistència de clares limitacions en les infraestructures i els serveis bàsics. • Mancances en les infraestructures de comunicació que dificulten l'accessibilitat a determinats municipis més dispersos. • Absència d'un transport públic de qualitat i plenament vertebrat. El transport en autobús o en tren no ofereixen una total cobertura a la zona. • Dificultat en l'obtenció de recursos per a la rehabilitació i conservació del patrimoni arquitectònic. • Mancances importants en les cobertures i en infraestructures de telecomunicacions, sobretot en petits municipis i en zones de muntanya.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • La declaració de les Muntanyes de Prades com a Parc Natural sembla que finalment serà una realitat molt properament (abans de 2017). • Augment de la valorització del paisatge rural com a recurs ambiental i turístic. • Creixent interès, per part dels turistes que visiten la Costa Daurada, per descobrir el territori d'interior i de muntanya del Baix Camp. • Creixent interès pel patrimoni cultural i per les activitats a la natura. • Possibilitats reals del turisme com a motor econòmic dels municipis. • Augment de l'interès pels productes artesans, ecològics i de qualitat. • Creixent demanda de noves activitats esportives, d'oci, educació ambiental, etc. • Potencialitat de desenvolupament del sector de la biomassa al territori. • Dinàmica de millora de les infraestructures i els equipaments. • Espais d'Interès Natural com a elements d'atracció turística i mediambientalista del territori. • Potencialitat de l'oferta d'activitats complementàries (turístiques, gastronòmiques, culturals, mediambientals, etc.). • Certa millora de les xarxes viàries i infraestructures. • La major part de la xarxa viària de segon ordre està configurada per vies sinuoses i d'amplada reduïda però que representen un atractiu pel turisme (touring). • Creixent pes del teletreball i de la deslocalització digital, que permet que certs professionals i residents treballin des de zones de marcada ruralitat. • Augment de la sensibilització de la gent del territori per a la conservació natural, patrimonial i cultural dels seus municipis. • Imatge positiva del món rural transmesa en els mitjans de comunicació.	**AMENACES** • Creixents diferències en els nivells de dinamisme segons els municipis i/o les zones de l'àmbit. • Manca de consens en les prioritats d'ordenació i infraestructures. • Estructura productiva poc diversificada i dificultats per atreure o generar inversions a la zona. • Creixement descontrolat dels boscos per abandonament o desús d'antics camps de conreu amb el conseqüent perill d'incendis forestals. • Baix nivell de treball en xarxa, principalment en els àmbits de la producció agroalimentària i del turisme. • Manca d'accions de comercialització de productes locals de qualitat, de productes turístics i de serveis professionals fora del propi territori. • Insuficient millora i manteniment de certes xarxes viàries estratègiques per als petits municipis. • Insuficient desenvolupament dels instruments de planificació i gestió en els espais dels espais naturals protegits. Manca de recursos en aquest sentit. • Pèrdua de biodiversitat de certes zones del medi natural degut a la invasió de la massa forestal d'espais antigament treballats per l'home (boscos, conreus, pastures, etc...) • Manca de manteniment d'infraestructures turístiques com ara camins, senyalització de rutes, senyalització de llocs d'interès, etc. • Manca d'infraestructures específiques de suport a les empreses (vivers, centres d'empreses, ...).

2. DAFO PER SECTORS ECONÒMICS

2.1 SECTOR PRIMARI I ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA

	SECTOR PRIMARI I ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Presència de cooperatives en el territori que permeten unir esforços per a la producció, transformació i comercialització dels productes. • Territori amb notable presència de productes locals diferenciats i de qualitat (molts amb distintiu: DO Siurana, DO Avellana de Reus, DO Tarragona, IGP Patata de Prades). • El progressiu reconeixement dels distintius d'origen i qualitat agroalimentària afavoreix els subsectors que tracten productes amb aquests distintius. • Introducció de nous cultius en alguns municipis de la zona. • Activitat respectuosa amb el medi i vertebradora d'un paisatge característic de les diferents subzones del territori. • Tot i l'abandonament del camp durant les darreres dècades, es detecta una progressiva sensibilització en vers la seva recuperació, conservació i posada en valor com a recurs econòmic i turístic. • Augment de la producció integrada i de l'agricultura ecològica a la zona. • Presència de fires i festes de producte agrari / forestal, amb capacitat d'atracció però alhora de major creixement. • L'activitat agrària, tot i que és principalment una activitat complementària, permet reforçar les economies familiars alhora que ajuda a mantenir, en part, el paisatge tradicional de la zona. • Coneixement i interrelació de la producció local i la població del propi territori. • La nova generació d'agricultors joves, tot i ser poc nombrosa, té un major nivell de formació i una major visió empresarial que la generació actual.	**DEBILITATS** • Excessiva atracció dels pols econòmics i industrials del Camp de Tarragona amb la conseqüent debilitació del potencial de desenvolupament agrari de la zona. • Envelliment de la població ocupada del sector i manca de relleu generacional en moltes explotacions. • Masculinització de la població ocupada en el sector i dificultats d'integració de les dones en el treball agrari. • Descens continuat de la superfície agrària utilitzada en els darrers anys. • Pèrdua de superfície agrària utilitzada, que comporta la degradació mediambiental i un major risc d'incendis, erosions, i degradació del sòl. • Manca d'interès d'alguns propietaris pels conreus i manca de possibilitats d'accés de nouvinguts a la propietat agrícola (per crisis del sector o pel preu del sòl agrícola). • Manca d'estratègies conjuntes potents de comercialització de productes agraris cosa que dificulta la seva distribució i exportació. • Dificultat de traslladar els majors costos productius als preus de venda finals. • La incorporació de nous mètodes de treball es veu dificultada per l'avançada edat dels titulars de les explotacions. • Alta presència de feines (autònoms) i contractes (assalariats) temporals, degut a l'estacionalitat de les tasques agràries i al caràcter complementari de l'agricultura a la zona. • Atomització del sector, degut a què la majoria d'empreses familiars estan poc inclinades a guanyar dimensió. • Baixa capacitat exportadora de la majoria d'empreses agroalimentàries del territori. • Manca de valoració de l'avellana com a producte de qualitat. Males estratègies de comercialització. • Molt escàs pes de la ramaderia en el sector i en el conjunt del teixit econòmic comarcal. • Dèbil nivell d'aprofitament dels boscos i perillositat del creixement no controlat d'aquesta massa forestal. • Manca d'estratègies i accions de gestió, aprofitament i promoció del consum de biomassa.

	SECTOR PRIMARI I ACTIVITAT AGROALIMENTÀRIA	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen extern	**OPORTUNITATS** • Demanda creixent de productes ecològics o amb distintius d'origen i de proximitat cosa que comporta oportunitats de comercialització dels productes locals. • Tot i que lenta, progressiva adaptació de part del sector agrari i agroalimentari als nous hàbits, preferències i tendències dels consumidors. • Posada en marxa d'un marc legal (Decret 24/2013, de 8 de gener) per al foment de la venda de proximitat. Posada en marxa de certificacions de venda de proximitat. • Capacitat del sector agroalimentari per aprofitar les noves dinàmiques turístiques i d'oferir la seva activitat com un element d'interès turístic. • Possibilitats que ofereix el desenvolupament de les activitats complementàries a l'activitat agrària: cates d'oli o d'avellanes, rutes gastronòmiques, visites a molins d'oli, visites a obradors de formatges, etc. • Disponibilitat d'una notable oferta formativa específica del sector agrari o agroindustrial. • Major predisposició del sector en l'ús de les noves tècniques de suport (Internet, Tics, SIG, ...) a la gestió i comercialització agrària. • Existència d'ajudes econòmiques específiques per a la incorporació de joves a l'activitat agrària. • L'elevada superfície forestal permet projectar l'impuls d'activitats d'aprofitament d'aquestes masses forestals (fusta, generació d'energia per biomassa, etc).	**AMENACES** • Escàs reconeixement dels productes de qualitat del territori per una part encara força important dels consumidors. • Increment del preu final del producte degut a la intervenció d'intermediaris en el procés de comercialització. • Competència de productes agrícoles, oli i fruits secs concretament, importats de l'estranger a costos i preus molt inferiors als de la zona. • Control dels mercats agroalimentaris per part del sector de la gran distribució deixant en clar desavantatge als petits productors. • Aparició de nous competidors en el context internacional, de manera que s'espera un major i progressiu creixement de la competitivitat. • Risc d'incendis forestals, afectant un dels principals recursos naturals de la zona un dels principals atractius turístics del territori. • Manca d'una gestió acurada de la massa forestal degut al poc rendiment de la fusta i els deus derivats. • Canvi en les pautes de consum i alimentació provocades per la penetració d'hàbits alimentaris foranis i també per la crisi econòmica. • Les restriccions normatives dificulten, i fins i tot a vegades eviten, la diversificació econòmica en el medi rural. • Certs procediments estan massa burocratitzats per a les petites explotacions agràries.

2.2 SECTOR SECUNDARI. ACTIVITAT INDUSTRIAL

	Factors positius	Factors negatius
Origen intern	**FORTALESES** • Presència d'indústria no alimentària en els municipis més properes a Reus. • La major part del teixit empresarial és format per petites empreses familiars, fet que implica que en molts casos les probabilitats de continuïtat es multipliquen a causa del relleu generacional. • Part de la indústria,sobretot la agroalimentària, s'adapta a un territori rural que té com a punts forts el seu potencial natural, paisatgístic i agrari. • Una part notable de les empreses han renovat i actualitzat maquinària i instal·lacions en els darrers anys. • Predomini d'empreses de capital endogen. • Importància de la indústria de l'alimentació, que respon a la realitat del territori i no plateja problemes de transformació territorial traumàtica i que fomenta la vertebració de l'activitat econòmica i social. • Preu del sòl industrial més baix en relació a zones industrials properes més desenvolupades i a zones de major pressió urbanística. • Importància de la indústria relacionada amb l'energia, les activitats extractives i el tractament de residus a la zona. • Progressiva tendència a utilitzar pràctiques mediambientalment favorables. • Incorporació de noves tecnologies en determinat perfil de petites i mitjanes empreses.	**DEBILITATS** • Territori amb manca de tradició industrial no agroalimentària. • L'activitat industrial se centra en els municipis més propers a zones industrials del Camp de Tarragona (les Borges del Camp, Alforja, Riudecols...) mentre que els municipis més petits i dispersos en queden al marge. • Dificultats per a la localització de noves activitats industrials amb potencial per al manteniment de la dinàmica econòmica i laboral de conjunt. • L'excessiva proximitat d'alguns pobles a les zones més dinàmiques del Camp de Tarragona frena l'emprenedoria i fomenta que els joves treballin fora. • Pèrdua de població ocupada del sector al llarg dels darrers anys (cal dir que part d'aquesta població treballa en indústria no localitzada a la zona). • Presència de certes indústries (extractives, energètiques o de tractaments de residus) amb un impacte visual negatiu sobre el paisatge. • Manca d'estructura i cultura empresarial associativa. • Manca de sòl industrial en alguns municipis de la zona. • Poca presència d'empreses d'alt valor tecnològic i amb inversió en R+D+I. • Dificultats per retenir i atraure personal qualificat. • Dificultats per a la localització de noves activitats industrials amb potencial per al manteniment de la dinàmica econòmica i laboral de conjunt. • Dificultat d'accessos i comunicació a certes zones. • Tot i el valor afegit que pot comportar el caràcter familiar de les empreses, també comporta dificultats per al creixement i expansió de les mateixes.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • Certa diversificació que fa que l'activitat industrial d'aquests municipis sigui menys vulnerable a les crisis estructurals d'un determinat sector. • La indústria té potencial per seguir creixent i innovant. • La millora de les comunicacions ha incidit en la millora competitiva de la indústria de la zona, fent-la més propera a grans eixos de comunicació i a grans zones urbanes. • Alta disponibilitat de mà d'obra. • Tendència a utilitzar les TIC en l'àmbit empresarial. • Lenta però progressiva conscienciació sobre la necessita de fer més esforços en R+D+I. • Presència de programes i plans que poden incentivar la implantació d'indústries a la zona (LEADER).	**AMENACES** • Conjuntura econòmica poc favorable per a la indústria degut a la crisi econòmica dels darrers anys. • Dificultat per obtenir finançament extern. • La forta competència externa unida als desavantatges estructurals i interns de la indústria local fa difícil el desenvolupament i/o supervivència d'algunes empreses del territori • Factor amenaçador de les deslocalitzacions tot i les poques indústries del territori susceptibles de patir-les. • Normatives percebudes com a estrictes per la gent del territori que en alguns casos frena la creació d'activitat industrial.

2.3 CONSTRUCCIÓ

	Factors positius	Factors negatius
Origen intern	**FORTALESES** • Sector socialment imprescindible per la necessitat d'habitatges i infraestructures. • Tot i la crisi, gran importància del sector de la construcció en l'economia local i en termes d'ocupació. • Canvi en l'estructura d ela producció interna tendint, en els darrers anys, a centrar-se en accions de rehabilitació i manteniment d'edificis. • La impossibilitat de deslocalitzar el sector de la construcció fa pensar que, en el futur, pot seguir tenint un pes notable en l'economia de la zona. • Tendència per part de la població a la propietat immobiliària i a la consideració de la vivenda com a bé d'inversió. • Demanda latent però a l'espera de millors condicions de compra. • Possibilitats de reorientació del producte; lloguer amb possibilitats de compra, opcions que s'ofereixen a través de la masoveria urbana. • Influència directa en producció i ocupació d'altres sectors d'activitat. • Immediatesa en la creació d'ocupació.	**DEBILITATS** • Situació d'estancament o retrocés del sector a nivell global i local. • Augment de l'economia submergida dins de l'àmbit de la construcció. • Alta dependència de les disponibilitats de finançament dels sectors privat i públic. • Retallada en infraestructures de les inversions de l'administració pública. • Alta taxa d'atur del sector. • Caiguda de la demanada de vivenda. • Baix nivell de formació dels treballadors amb les conseqüents dificultats de trobar una sortida a la situacions personals derivades de la crisi del sector. • Edat avançada de bona part dels treballadors del sector de la construcció • Alt índex de sinistralitat laboral. • Imatge social negativa.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • Continuïtat del subsector de la rehabilitació i les reformes. • Nous processos constructius basats en la sostenibilitat. • Increment en la demanda de turisme rural que possibilita la inversió (rehabilitació i construcció de nova vivenda) • Avenços en la investigació de nous materials. • Creixent inquietud per la previsió de riscos laborals.	**AMENACES** • Previsions negatives de construcció de cases i pisos a curt termini. • Enduriment en l'accés al finançament, tant a empreses com a particulars. • Estancament o reducció de la capacitat inversora tant de les administracions públiques com dels particulars. • Creixement de la morositat i l'endeutament. • Preocupació dels organismes reguladors respecte al risc immobiliari. • Licitacions públiques per sota de costos reals que influeixen en la qualitat de l'obra. • Entorn mediàtic molt advers. • Baix índex de desenvolupament tecnològic i d'innovació de les empreses.

2.4 COMERÇ

	COMERÇ	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Existència de cooperatives i agrobotigues, cosa que comporta un format ideal per a la promoció i projecció comercial, turística i econòmica del territori. • Importància dels establiments d'alimentació, seguit de la salut i cosmètica, fet que suposa un fort component d'oferta de proximitat. • Existència de productes locals de qualitat que poden actuar com a base de promoció del territori, tant en l'àmbit comercial com turístic. • Avantatges competitius del petit comerç rural (comerç de proximitat, vertebrador del territori, etc). • Tipologies de comerç que permeten la fidelització de la clientela a través del tracte personal, la proximitat i l'assessorament al client. • Lenta però constant realització d'actuacions de rehabilitació de nuclis antics, que poden facilitar el manteniment o creació de negocis, entre ells el comerç. • Progressiva proliferació de fires, mercats, jornades, etc a la zona, que esdevenen un atractiu per locals o visitants i que acaben configurant-se com a canals de promoció dels comerços. • Augment de la venda directa de productes agroalimentaris, lligats a distintius territorials de qualitat. • Progressiva conscienciació, per una part dels comerciants, del potencial comercial de transformació i venda de productes locals de qualitat.	**DEBILITATS** • Majoritària presència de comerços de productes de primera necessitat, amb poca innovació, poc valor afegit i que viu d'una clientela local en clar retrocés (la major part dels comerciants enfoquen els seus negocis únicament cap als consumidors del seu entorn més immediat). • La proximitat a grans eixos i centres comercials (Reus, Tarragona, Les Gavarres, etc), provoca desplaçaments de la població local a aquests punts. • Envelliment i manca de relleu generacional en els comerços, que ha derivat en el tancament recent de molts establiments. • Manca d'una oferta variada d'establiments. • Escassetat d'establiments comercials amb capacitat per esdevenir una atracció real de visitants i compradors. • Baix nivell d'associacionisme en el sector comerç, que impossibilitat la realització d'accions de promoció, difusió i formació de manera conjunta, coordinada i consensuada. • Manca de planificació estratègica i d'accions de dinamització del sector comercial a nivell municipal o supramunicipal. • Escassa oferta de comerços ambulants que donin servei als municipis més petits. • Baix nivell d'aprofitament de les noves tecnologies en el sector i reticència a la innovació. • Horaris inadequats a les característiques i necessitats dels consumidors no residents o turistes. • Molts pobles no disposen de fires o mercats, elements que fomenten el dinamisme econòmic i la promoció comercial i turística. • Manca de senyalització comercial als municipis, dificultant l'accés dels visitants als comerços i donant una imatge de dispersió del sector. • Mancances formatives dels ocupats en el sector: atenció al client, idiomes, noves tecnologies, aparadorisme, etc. • Poca coordinació entre el sector turístic i comercial per a la promoció del territori i dels seus productes de qualitat.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • Aparició de noves oportunitats derivades de les noves tendències de consum (venda de proximitat, circuits curts de comercialització). • La dificultat per obrir negocis al públic i invertir en locals comercials la compensa el fet i proliferació dels mètodes de compra online en els quals ja no és necessari	**AMENACES** • Manca d'un relleu generacional o traspàs actiu en els comerços. • Canvi en els hàbits de consum i de compra de la gent que viu als pobles. Els desplaçaments són habituals i les compres es porten a terme en supermercats o en àrees comercials properes.

	COMERÇ	
	Factors positius	**Factors negatius**
	tenir un local que ocupi un espai físic per comerciar. • Potencial de revitalització del teixit comercial a través de la preogressiva renovació i millora de la trama urbana dels municipis. • L'oferta en restauració, allotjament i altres serveis turístics com a motors per a la promoció dels comerços del territori, els productes agroalimentaris autòctons i els seus valors.. • Possibilitats que ofereix el progressiu augment i millora en l'ús de tecnologies de suport a la venda i comercialització de productes (venda online, promoció a través de xarxes socials, etc.). • Progressiva valoració i conscienciació envers els productes locals i el comerç de proximitat per part de la població en general. • La falta d'associacionisme comercial es pot percebre com a una oportunitat de millora en la creació i estructuració d'una oferta comercial dinàmica i atractiva. • Demanda de millors serveis i preus per part dels consumidors cosa que pot comportar un incentiu per a la agrupació dels comerciants i l'ús de campanyes conjuntes. • Presència de programes i plans que poden incentivar la implantació de comerços a la zona (LEADER).	• Tancament progressiu d'establiments comercials per canvis en els hàbits de compra principalment de la població més jove, que en molts casos treballa fora dels municipis on resideixen. • El despoblament dels pobles dificulta el desenvolupament del sector comercial i en les casos més extrems acaba eliminant els pocs comerços existents. • La desertització comercial d'alguns municipis. El tancament progressiu d'establiments provoca un efecte dominó que a tot el teixit comercial dels pobles. • Excessiva concentració de serveis i activitats econòmiques en les poblacions més grans. • Hàbits de consum derivats de la crisi on, en alguns casos, la gent busca el millor preu tot i que no comporti una bona relació qualitat-preu. • Escàs desenvolupament del comerç electrònic , fruit de la manca d'informació i formació, així com la desconfiança en les formes de pagament. • Manca de personal qualificat en el sector. • Escàs servei públic de transport que permeti una major mobilitat de les persones i una més fàcil dinamització dels comerços.

2.5 TURISME

	TURISME	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Existència de diversitat de recursos turístics d'interès; patrimonials, naturals, gastronòmics, culturals. • Entorn natural en general ben preservat i de gran atractiu. Existència de 3 Espais d'Interès Natural a la zona, cosa que comporta un valor afegit com a destinació turística atractiva i de qualitat. • Existència de diferents productes agroalimentaris amb segell de qualitat que esdevenen productes turístics atractius en sí mateixos. • Proximitat a un important destí turístic com és la Costa Daurada que facilita l'accés a un nombrós mercat potencial. • El municipis d'interior i de muntanya del Baix Camp constitueixen una alternativa no massificada i poc saturada davant el turisme de sol i platja. • Manteniment del caràcter rural de les poblacions cosa que les fa més atractives al turista. • La comarca disposa d'infraestructura turística en creixement quantitatiu i també qualitatiu; senyalització turística, centres d'interpretació, punts d'informació, etc. • Progressiva sensibilització dels habitants de la zona i dels seus representants polítics, sobre el valor estratègic del turisme per al desenvolupament local. • El clima de la zona permet desenvolupar-hi activitats turístiques, esportives, culturals i gastronòmiques al llarg de tot l'any, afrontant, així, l'estacionalitat turística. • Progressiva millora i renovació de l'oferta turística en base a les actuals tendències turístiques. • Progressiva tecnificació, per part de les empreses turístiques, de les seves tasques de promoció i comercialització turística. • Desenvolupament, els darrers anys, d'importants projectes i accions de foment i promoció turística; Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada, Projecte de Dinamització i Promoció del senderisme pel Baix Camp interior, etc. • Accions actuals de planificació d'estratègies per a la creació de paquets turístics. • Territori que, per les seves característiques geogràfiques té un gran potencial en l'àmbit del turisme actiu: senderisme, BTT, trail-running, escalada, descens de barrancs, rutes a cavall, etc. • Bona accessibilitat a la majoria de recursos i punts d'interès turístic. • Bon estat de la senyalització turística del territori, en especial la dels recursos turístics en els nuclis urbans i la de rutes a peu i en BTT . • Xarxa de camins que permet al mateix temps un bon accés al medi natural i una bona jerarquització dels fluxos.	**DEBILITATS** • Inexistència de recursos turístics de primer ordre cosa que comporta dificultats per tenir visibilitat com a destinació turística. • El Baix Camp interior és un territori poc posicionat turísticament. Tots i els esforços realitzats els darrers anys encara té una dèbil imatge turística. • Desconeixement, de la població en general, de les Muntanyes del Baix Camp (promocionades com a Muntanyes de la Costa Daurada) com a potencial destinació de turisme rural i de natura. • Desequilibri en les dinàmiques turístiques. Mentre alguns pobles tenen tradició en oferta i serveis turístics d'altres comencen a desenvolupar aquest sector. • Existència de municipis sense equipaments ni serveis de suport a l'activitat turística. • Manca d'un associacionisme del sector turístic amb idees i estratègies d'actuació clares i consensuades. • La manca de propostes turístiques estructurades i atractives comporta el baix nivell de despesa mitjana per turista i dia. • Manca d'interès, per una part dels empresaris turístics, per adaptar-se a les canviants tendències i dinàmiques turístiques. • Manca de serveis turístics estratègics (restaurants i/o allotjaments) en alguns municipis. • Dificultats d'accés a finançament públic, a nivell local i comarcal, per a la dinamització del turisme. • Baixa proposta i comercialització de paquets combinats atractius, bàsics per al posicionament del territori com a destinació turística. • Manca d'operadors locals i d'agències de viatges que promocionin i comercialitzin productes turístics combinats. • Baixa adequació de les cooperatives per fer de les visites turístiques a conreus i plantes de producció i transformació productes turístics atractius. • Insuficient i desigual repartiment de punts d'informació turística pel territori. • Manca important de places hoteleres de qualitat mitjana i alta. • Poca professionalització dels allotjaments de turisme rural, cosa que va en detriment de la satisfacció del client. • Mala adequació de dates i horaris d'obertura de centres d'informació turística i punts de visita respecte dels interessos i necessitats dels turistes. • Tot i la important tasca desenvolupada en la senyalització dels punts d'interès turístic i de la xarxa de camins cal seguir treballant, millorant i mantenint aquesta senyalització. • Manca de professionals qualificats i mancances formatives adequades a les noves

	TURISME	
	Factors positius	**Factors negatius**
	• Diversitat de propostes gastronòmiques, de les més tradicionals a d'altres més contemporànies. • Diversitat en la tipologia d'allotjaments; hotels, càmpings, turisme rural, habitatges d'ús turístic, hotels, hostals, albergs i refugis. Aquesta diversitat permet l'accés a diferents públics. • Existència d'empreses de turisme actiu, de guiatges i d'activitats culturals que permeten enriquir l'experiència dels turistes i el seu coneixement de la zona. • Potencial del pantà de Riudecanyes per a la realització d'activitats aquàtiques esportives i d'oci i, per tant, com a dinamitzador econòmic i turístic de la zona. • El territori disposa d'un material promocional (catàleg genèric i mapa de turisme actiu) que reflexa correctament la seva realitat i els seus atractius turístics.	tendències en el sector turístic. • La dispersió en el territori de la població i dels negocis turístics fa difícil oferir una formació turística adequada a horaris i llocs d'origen dels empresaris interessats. • Escassetat de mètodes per mesurar els fluxos turístics, l'ocupació, satisfacció dels clients, etc, cosa que impedeix realitzar estratègies de desenvolupament turístic eficients. • Problemes de connectivitat o cobertura en telecomunicacions en alguns dels pobles de la zona amb el conseqüent perjudici per a la comunicació, promoció i comercialització a traves de xarxes socials, web, etc. • Necessitat de continuar amb la rehabilitació del patrimoni i de valorar-lo turísticament. • Necessitat d'una millor senyalització dels serveis i recursos turístics • Manca d'un reconeixement just i proporcionat dels productes amb segell de qualitat del territori.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • La proximitat a zones turístiques destacades (litoral de la Costa Daurada) facilita un bon posicionament en el mercat turístic i la captació de turistes allotjats a la zona amb sensibilitat pel medi rural i natural. • Valoració creixent del patrimoni natural, històric i monumental per part de la població en general. • Bones condicions i atractiu dels recursos per la generació de productes turístics de qualitat. • Bona part dels recursos turístics de la comarca poden ser aprofitats durant tot l'any, per tant les accions a impulsar ajuden a desestacionalitzar la demanda. • Noves tendències cap a un turisme respectuós amb el medi i amb un fort component cultural i identitari. • Noves tendències de demanda cap al turisme actiu i esportiu. • Lent però progressiu creixement de productes turístics empaquetats que faciliten la comercialització i, alhora, donen visibilitat a la destinació. • Progressiva penetració en els canals de comercialització turística. • Possibilitat de competir en un turisme de qualitat, no massiu. • Creixent implantació d'empreses joves amb una visió empresarial adaptada a les noves tendències i amb moltes ganes d'oferir serveis de qualitat. • Conscienciació dels empresaris sobre la necessitat de treballar en xarxa per potenciar el territori com a destinació turística forta i competitiva. • Potencial de la restauració com a comunicador i promotor dels productes locals. • El turisme gastronòmic és un mercat en obertura i expansió les dinàmiques del qual el territori pot aprofitar gràcies a l'alta qualitat de bona part dels seus productes agroalimentaris.	**AMENACES** • Imatge enciclopèdica en la promoció dels municipis cosa que la fa molt poc motivadora. • Baixa coordinació a nivell de promoció i imatge i manca de coordinació entre els agents turístics. • Cert desconeixement, per part dels organismes públics, de les necessitats reals de les empreses turístiques privades. • Desconeixement dels agents privats de les iniciatives públiques que es duen a terme per ala dinamització i promoció turística del territori. • Manca de sistemes de comercialització coordinats i professionalitzats • La manca de visió del potencial del territori per part de la gent de la zona comporta, en alguns casos, un major aprofitament de les oportunitats de desenvolupament turístic per agents de fora del territori • Certs espais naturals estan poc condicionats per a l'ús turístic. • Creixement de l'oferta de turística a tots els àmbits rurals de Catalunya i de comunitats veïnes. Molta competència entre àrees turístiques, marques i empreses amb una oferta de serveis i activitats similars. • Degradació de certs recursos turístics creant mala imatge de destí. • Baix nivell de reglamentació qualitativa dels establiments turístics quan els segells de qualitat són cada cop més valorat pels turistes locals i sobretot pels estrangers. • L'increment de la competència de l'oferta ha estat molt superior, majoritàriament, al de la demanda. • Disminució de l'estada mitjana i de la despesa del turista i/o visitant, sobretot en el turista nacional a causa de la crisi econòmica dels darrers anys. • Increment dels costos dels negocis turístics, en personal i matèria prima, dificultant la

	TURISME	
	Factors positius	**Factors negatius**
	• Augment de l'interès i la demanda d'activitats oleoturístiques. • Important desenvolupament de la tecnologia amb els conseqüents beneficis per a la promoció i comercialització de productes i destinacions turístiques. • Existència d'una xarxa de camins ben senyalitzada que permet desenvolupar el senderisme que esdevé, alhora, una activitat transversal que beneficia els diversos subsectors turístics (allotjaments, restaurants, empreses de turisme actiu). • Presència de programes i plans que poden incentivar la implantació de negocis i activitats turístiques a la zona (LEADER).	inversió per ala millora i diversificació dels negocis turístics. • Regressió de les activitats agràries cosa que va en detriment de la qualitat del paisatge i que comporta dificultats i perills en la gestió mediambiental. • L'accés motoritzat al medi natural (sobretot per part de quads i motos) pot danyar part dels atractius i d'infraestructures (xarxa de camins) de la zona. • El servei públics de transport no ofereixen una cobertura acceptable entre municipis i tampoc de les zones més urbanitzades i habitades amb els municipis de la zona.

3. DAFO DE TEMÀTIQUES ESPECÍFIQUES, EN EL MARC DELS REPTES ESTRATÈGICS DEL PDR 2014-2020

En aquest punt s'hi inclouen tres matrius DAFO específiques, que coincideixen temàticament amb els reptes estratègics del PDR.CAT 2014-2020.

3.1 CANVI CLIMÀTIC

	CANVI CLIMÀTIC	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Territori amb gran diversitat d'àmbits naturals i paisatgístics en un territori reduït. • Baixa densitat de població. • Sensibilització general sobre la necessitat de portar a terme una gestió més eficient i acurada del patrimoni natural. • Existència de projectes impulsats per l'administració (Leader) dedicats a calcular, i en conseqüència ajudar a poder reduir, la petjada de carboni (emissions de gasos amb efecte d'hivernacle). • Gran potencial de desenvolupament de l'aprofitament forestal i del sector de la biomassa, com a font d'energia alternativa. • Progressives millores en la gestió dels residus en els municipis de la zona. • L'augment de sentiment d'estima al territori per part de la població que hi viu va en favor d'un major respecte pel medi i una lluita més efectiva contra el canvi climàtic almenys a nivell local. • Existència d'entitats de gestió del territori i dels espais naturals, amb programes d'actuacions ben estructurats i planificats en base les necessitats estratègiques de la zona (p.e. Consorci de la Serra de Llaberia). Possibilitat de que les actuacions que aquestes entitats porten a terme puguin aplicar-se a la resta del territori.	**DEBILITATS** • L'abandonament de l'activitat agrícola està comportant un descens de la qualitat i de la diversitat mediambiental del territori. • Municipis petits i alguns força aïllats, i en els quals el transport per carretera és la única opció. • Predomini d'empreses de petit tamany i facturació, fet que implica transports per carretera menys eficients sota el punt de vista de consum de combustibles i emissions. • Baix nivell d'utilització del transport públic, degut a la poca vertebració i insuficiència de la xarxa, amb les corresponents conseqüències a nivell ambiental. • Predomini en l'ús de combustibles fòssils. • Escassa demanda de biomassa a nivell local. Poc desenvolupament del sector. • Dificultat en la visualització dels rendiments que poden generar els espais forestals. Rendes a curt termini improbables. • Orografia complexa que dificulta l'aprofitament i rendibilitat de part d'aquests espais. • Gran presència de boscos abandonats que requereixen d'adequacions prèvies i de cert temps de transició fins a un estat òptim o desitjable d'aprofitament. • Atomització dels propietaris forestals i manca de mecanismes de treball articulat entre ells. • Manca de coneixement a nivell global dels riscos i dels efectes de les activitats de diferent caire que es porten a terme en el medi rural. • Poca eficiència energètica de molts dels habitatges de la zona, degut a la seva tipologia i/o antiguitat. • Dificultat per integrar les problemàtiques mediambientals en les decisions de caire local i comarcal.

	CANVI CLIMÀTIC	
	Factors positius	**Factors negatius**
		• Lenta i dificultosa implantació de les energies renovables en àmbits privats i sobretot en els públics. • Grau de complexitat del càlcul econòmic i de les valoracions sociològiques del que poden representar les actuacions de mitigació i adaptació al canvi climàtic a nivell particular i/o local. • El creixement urbanístic no suficientment ordenat en determinades urbanitzacions, que no té en compte les característiques del paisatge urbà ni els valors del paisatge natural i pot incrementar els efectes del canvi climàtic. • Dificultat en l'obtenció de recursos per implementar i mantenir mesures de lluita contra el canvi climàtic. • Insuficient formació i coneixement del que és el canvi climàtic i de les mesures reals aplicables d'adaptació i mitigació. • Dificultat de lluitar, a nivell local, contra el canvi climàtic.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • La declaració de les Muntanyes de Prades com a Parc Natural sembla que finalment serà una realitat molt properament (abans de 2017). • Potencials millores en la xarxa de transport públic i aparició de nous models i formes de transport compartit (comunicació i coordinació a través d'APP específiques). • Possibilitat d'aprenentatge dels resultats de la planificació de lluita contra el canvi climàtic en d'altres zones. Existència de models de gestió mediambiental a copiar / adaptar al propi territori. • Major consciència ambiental del conjunt de la població i augment en el consum responsable. • Aposta decidida de la Unió Europea per combatre i mitigar els efectes del canvi climàtic. • Un dels eixos d'actuació del PDR 2014-2020 es basa en accions dirigides a la mitigació i adaptació al canvi climàtic i la protecció dels recursos naturals. • Desenvolupament de polítiques de promoció de l'estalvi, eficiència energètica i ús de recursos naturals. • La progressiva importància i interès pels espais educatius dedicats al medi ambient.	**AMENACES** • Implantació al territori de grans infraestructures que exerceixen un fort impacte sobre el medi ambient. • La manca d'instruments de planificació (plans de protecció del medi natural, planificacions de futur, etc), que puguin garantir la sostenibilitat del territori. • La manca d'instruments de planificació que puguin garantir la participació de la població local en les decisions sobre la localització i disseny d'infraestructures amb impacte sobre el medi. • Desproporció entre la percepció del risc i importància del problema del canvi climàtic i l'assignació de recursos a aquest problema. • Impacte visual i mediambiental de les graveres a la comarca del Baix Camp. • Existència de lleis en matèria ambiental poc efectives. • Conjuntura econòmica general complicada per afrontar el canvi climàtic i manca d'integració transversal d'aquesta problemàtica.

3.2 JOVES I CULTURA EMPRENEDORA

	JOVES I CULTURA EMPRENEDORA	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Millora en el nivell d'instrucció dels joves en els darrers anys. • Majors nivells d'instrucció entre les noies (major presència en estudis postobligatoris; en el cas dels estudis universitaris, el percentatge de noies amb aquesta formació duplica el dels nois). • El Baix Camp té una major oferta educativa que altres comarques de l'àmbit Camp de Tarragona. Tot i amb això, els joves de la zona MBC han de desplaçar-se per optar a aquesta oferta. • Ús i domini de les TIC i de les xarxes socials. • Es detecta un lent increment de joves nouvinguts en alguns municipis. • Majors i millors facilitats de transport escolar. • Superior ocupació masculina juvenil el sector de la indústria. • Creixent utilització del preservatiu i d'altres mesures preventives per a embarassos no desitjats i malalties de transmissió sexual. • Possibilitat de participar en les festes majors dels pobles, que es valoren positivament per part dels joves. Tot i amb això, el nombre i tipologia d'activitats lúdiques ofertes als joves es consideren insuficients i poc variades. • La proximitat a àrees urbanes amb cert dinamisme i oportunitats. • Més informació i sensibilització social envers les problemàtiques, les necessitats i accés als recursos. • Elevat nombre de propostes formatives i ocupacionals per als joves (tot i que fora de la zona MBC). • Percepció majoritària que la zona és un lloc adequat per viure-hi, tot i que molts assumeixen la necessitat de recórrer a altres municipis o zones per a determinats aspectes de la seva vida. • Major valor social i grupal de la pràctica d'esports.	**DEBILITATS** • Pèrdua general de població jove en els municipis. • Abandonament prematur dels estudis d'una gran part dels joves que s'han quedat a viure a la zona. • Els joves han de desplaçar-se per optar a l'oferta formativa. Aquest fet implica un limitat retorn de la població que ha marxat a estudiar fora. • El fet de desplaçar-se per realitzar estudis superiors acaba variant les rutines dels joves i desvinculant-los del poble. • Part dels joves associen l'endarreriment de l'emancipació familiar a l'allargament de la trajectòria educativa. • Manca de perspectives laborals de part dels joves a la zona. • Passivitat i poca actitud activa en la creació de negocis. Manca de cultura emprenedora. • Emancipació tardana. Dificultats derivades del preu de l'habitatge, precarietat general de les condicions laborals (retribucions, estabilitat, etc.). • Manca de voluntat general per assumir responsabilitats o riscos. • Presència d'un percentatge apreciable de joves amb pocs recursos propis. • Manca de participació dels joves en el teixit social. • Manca de recursos o de voluntat en certs municipis per oferir polítiques de joventut efectives. • Opcions i oportunitats laborals limitades. • Excessiva presència dels contractes temporals entre els joves. L'eventualitat laboral com a problemàtica general d'aquest col·lectiu. • Un notable nombre de població jove segueix preferint els habitatges de propietat. Així i tot, alguns manifesten que la primera etapa d'emancipació de la llar d'origen és un règim menys factible i compten amb la possibilitat d'establir-se primer en un habitatge de lloguer. • Es considera que els preus del lloguer continuen sent excessius, i per això aquesta opció encara és minoritària en els plans a llarg termini. • En general poca oferta d'habitatges de lloguer en els pobles.

	JOVES I CULTURA EMPRENEDORA	
	Factors positius	**Factors negatius**
		• Consideració dels joves que les accions portades a terme per l'Administració en el camp de la salut i la sexualitat són poc útils. • Desconeixement general dels recursos públics existents en diferents camps (treball, sexualitat, habitatge, etc). • Manca d'opcions d'oci nocturn que propicia la necessitat de desplaçaments entre els joves que busquen aquesta oferta. • La participació és una opció poc freqüent entre la gent jove, fet que reconeixen tant els joves que col·laboren en les diverses activitats participatives com els que reconeixen no fer-ho. • Els joves del Baix Camp perceben que el mitjà de transport prioritari és el cotxe particular. El transport públic no és una opció real per a treballar fora el municipi o en l'oci.
Origen extern	**OPORTUNITATS** • Fortes estructures familiars, fet que garanteix la presència del suport familiar i ajuda (econòmica, en propietats, etc), per fer front a projectes de futur. • Els joves amb formació professional de primer nivell tenen una major tendència a muntar negocis propis. • Existència de nombroses plataformes dedicades a la recerca de treball. • Noves formes de treball a distància (teletreball) o experiències emprenedores d'èxit en l'àmbit rural poden ser opcions per als joves de la zona. • Per a molts joves, el referent d'una bona feina no s'associa a un treball per a tota la vida, sinó que es contempla la possibilitat d'anar variant la trajectòria professional per tal de millorar la seva situació si veuen que suposa millorar els elements que es prioritzen. • Noves formes de tinença d'habitatge, i cert augment de la preferència al lloguer. • El règim de lloguer està molt lligat a la ubicació del lloc on establir-se, ja que joves de fora la capital es plantegen la possibilitat de viure en un primer moment en un pis de lloguer a Reus o un altre municipi, per poder, a mitjà o llarg termini, traslladar-se a una casa (i si és possible al poble d'origen). • Augment del prestigi i nombre de practicants i opcions competitives dels esports realitzats en el medi natural (trail-running, BTT, etc). • La inquietud personal, l'interès per una activitat i l'estimació pel propi poble són aspectes que expliquen un l'acostament dels joves a les activitats participatives. Aquesta participació és més freqüent entre els municipis més petits de la zona.	**AMENACES** • Generalment, els joves valoren de manera negativa la formació rebuda, per considerar-la excessivament teòrica o basada en continguts. • La major predisposició a la compra de l'habitatge està lligada a la percepció que el lloguer és "una pèrdua de diners". • Consideració general que les borses de treball o altres vies públiques no són especialment útils, en part per la manca de difusió d'aquests serveis, ja que es percep que l'Administració no distribueix suficientment la informació o presenta una actitud excessivament passiva i lenta, però també, en part, perquè la gent jove (o la resta de la població) s'interessa poc per obtenir-la per aquesta via. • Sentiment de que les dificultats a les que s'han d'afrontar per muntar un negoci propi són majors que les que té la resta de la població. • Els tràmits burocràtics requerits per tirar endavant iniciatives empresarials es perceben com excessivament complicats. • La proximitat a àrees urbanes amb cert dinamisme i oportunitats pot possibilitar que l'èxode rural s'intensifiqui properament. • La percepció d'una manca de valoració del treball de la gent jove, que es manifesta en l'escala de retribucions que aquests perceben. • Augment en el consum de drogues. A més el consum es dóna en situacions deslligades de l'oci nocturn de cap de setmana. Tendència a durant els caps de setmana es consumirien substàncies més fortes. • Els joves que consumeixen drogues durant les nits del cap de setmana ho fan perquè creuen que el seu efecte facilita les seves relacions socials.

	JOVES I CULTURA EMPRENEDORA	
	Factors positius	**Factors negatius**
	• Creixement de la consciència solidària i ecològica. • Increment de recursos per facilitar l"emancipació jove. • Millora contínua del prestigi envers la formació professional. • Inclusió en els programes de desenvolupament rural de polítiques i barems especialment dirigides a afavorir l'aparició de joves emprenedors. • Des de l'Administració s'estan prioritzant noves activitats en els entorns rurals lligades al medi ambient, l'oci o els esports d'aventura.	• Tendència a considerar, en el cas de les conductes de risc sexual, que aquest es dirigeix més a la possibilitat d'embarassos no desitjats que a la de transmissió de malalties sexuals. • Incidència creixent dels casos d'absentisme i de fracàs escolar. • Conservació latent tot i que en cert retrocés dels patrons culturals sexistes (com ara les tasques domèstiques). • Manca de formació i informació en igualtat de gènere. • Persistència de les dificultats per conciliar la vida personal, familiar i laboral.

3.3 INNOVACIÓ

	INNOVACIÓ	
	Factors positius	**Factors negatius**
Origen intern	**FORTALESES** • Qualitat, reconeixement i notorietat dels productes agroalimentaris de la zona. • Bona localització geogràfica i proximitat a xarxes de comunicacions de primer ordre a nivell internacional. • Consells reguladors dels distintius d'origen i qualitat agroalimentària (DOP, IGP) amb interès per la innovació en el sector. • Augment del valor de les DOP com a garantia de qualitat dels processos utilitzats i dels seus beneficis (p.e. tractaments als que han estat sotmesos, mètodes de producció, beneficis per la salut, sostenibilitat i medi ambient, etc.). • Presència de l'IRTA com a institut de recerca de referència en l'àmbit agroalimentari. • Apropament del panell de tast oficial d'olis d'oliva verges de Catalunya al sector productor i transformador com a eina per a millorar la qualitat del producte. • Desenvolupament d'incipients estratègies compartides de màrqueting i ventes (missions en mercats internacionals, noves marques, etc.). • Proliferació d'accions per la posada en valor dels productes agroalimentaris. • Tendència creixent a orientar la recerca a les necessitats dels sectors productius. • Presència d'un gruix de població jove notablement formada i amb capacitat per participar o impulsar processos innovadors. • Disponibilitat de major oferta formativa en l'àmbit de la innovació. • Proliferació general en l'ús de les TIC, que faciliten la transmissió de coneixement a tots els nivells.	**DEBILITATS** • Envelliment general de la població i especialment de la població activa agrària. • Dèbil cultura innovadora de les empreses / explotacions. • Poques empreses instaurades a la zona i dèbil capacitat d'innovació d'aquestes. • Atomització de l'estructura productiva. • Dificultat en impulsar, projectar i implementar iniciatives en innovació de manera coordinada. • Manca generalitzada de recursos econòmics dedicats a la innovació i transferència, en especial de procedència privada. • Les empreses tenen dificultats per assumir inversions en formació. • Poca adequació de línies i instruments de finançament R+D+I tenint en compte el perfil del sector empresarial de la zona (majoritàriament PIMEs). • Mancances importants en les cobertures i en infraestructures de telecomunicacions, sobretot en petits municipis i en zones de muntanya. • Xarxa de carreteres amb dèficit d'inversió. • Baixa incorporació de talent en les empreses. Mà d'obra requerida principalment poc qualificada. • Dificultats per alinear l'oferta i la demanda d'R+D+I • Dificultats en comunicació entre el teixit productiu i els centres de recerca. • Desconeixement en referència als instruments públics en referència a temes de finançament, aspectes tècnics, projectes europeus, etc. • Manca de mecanismes per a l'avaluació de la viabilitat i l'impacte (econòmic, social, mediambiental, etc.) dels resultats dels projectes d'R+D+I. • Desconeixement de l'impacte dels resultats dels projectes d'R+D+I (econòmic, social, mediambiental, etc.).
Origen extern	**OPORTUNITATS** • Les entitats catalanes dedicades a la recerca i la transferència disposen de prestigi i notorietat, tant a nivell intern com a nivell internacional. • Aposta decidida de la Unió Europea per l'R+D+I. • Un dels eixos d'actuació del PDR 2014-2020 es basa en estimular la innovació i la transferència de coneixements en el sector agroalimentari. • La importància estratègica de la innovació a nivell nacional, com ho mostra la voluntat del Govern de la Generalitat de Catalunya per elaborar el Pla estratègic de R+I+T del sector agroalimentari català. • La presència i grau d'aprofitament del Pla Anual de Transferència Tecnològica	**AMENACES** • Limitada capacitat d'atracció de personal qualificat a les empreses de la zona. • Manca de cultura de col·laboració i comunicació entre agents / sectors, que pot propiciar pèrdues d'oportunitats i sinèrgies. • Manca d'incentius a les empreses per a la participació en projectes d'R+D+I. • Complexitat burocràtica en els projectes de cooperació i innovadors. • Rígida estructura formativa, que dificulta l'adequació dels cursos i itineraris formatius a les necessitats de les empreses de la zona o a noves oportunitats que podrien aprofitar-se. • Mala reputació social del fracàs, que predisposa a no assumir riscos ni inversions

	INNOVACIÓ	
	Factors positius	**Factors negatius**
	(PATT), que engloba el conjunt d'actuacions orientades a la recerca i la divulgació de resultats en l'àmbit agrari i alimentari. • El potencial que ofereixen les TIC per a transferir i divulgar el coneixement. • Augment de la demanda de productes alimentaris a escala nacional i internacional. • Possibilitat de promoure potencials sinèrgies entre diferents sectors (productes de qualitat, salut, gastronomia, turisme, esport, etc). • Existència, a nivell català, de la fira Alimentària, de gran prestigi a nivell nacional i internacional.	"excessivament" innovadores. • La pròpia competència i desconfiança entre agents i centres de recerca. Manca de visió estratègica de conjunt.

ESTRATÈGIA TERRITORIAL

PLA D'ACCIÓ

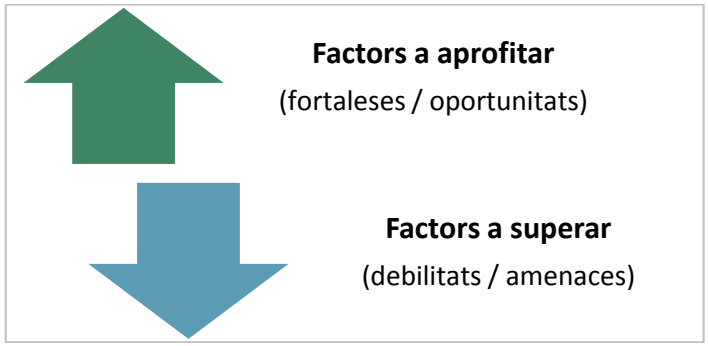
VI. ESTRATÈGIA TERRITORIAL

Tal com es comenta en la presentació del present Pla Estratègic Comarcal de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020, aquest document concreta un pla d'acció en matèria de desenvolupament socioeconòmic per als propers sis anys per a la zona Muntanyes del Baix Camp.

En aquest sentit, el Pla esdevé, en part, una continuïtat a les tasques de programació estratègica portades a terme durant els darrers anys en aquesta zona, coincidint amb els dos darrers períodes de programació europea, però ampliant-ne els seus continguts i àmbits temàtics.

Així, tot i que certs reptes, oportunitats, debilitats, fortaleses i amenaces dels marcs estratègics precedents (estratègies de desenvolupament a l'entorn dels programes PRODER i LEADER) continuen tenint vigència, el present treball ha tractat d'actualitzar tots aquests elements en base la realitat present.

Per tot això, i abans de presentar l'objectiu estratègic del Pla, i les diferents línies estratègiques, programes i actuacions, és important, a mode de resum de les diferents matrius DAFO presentades en l'apartat de Diagnosi, explicitar una sèrie de qüestions que els municipis de la zona (i l'àmbit en conjunt) han de superar (o tendir a fer-ho) i, alhora, tot un seguit d'elements positius que ha d'aprofitar per superar les mancances o limitacions detectades.



Així doncs, tot seguit es mostren aquests elements.

CAL SUPERAR

- Territori heterogeni amb realitats geogràfiques i socials diferents que dificulten consensos per al desenvolupament d'accions conjuntes efectives. Manca relativa de pertinença a un únic tot territorial.
- Tendència a esdevenir "pobles dormitori" per part sobretot dels municipis més propers a la zona litoral.
- Població envellida. Envelliment especialment preocupant en la població activa agrària.
- Poques empreses instaurades a la zona i dèbil capacitat de creació d'ocupació d'aquestes. Economia basada, en bona part, en activitats productives que es desenvolupen fora de la zona.
- Dificultat per atreure o generar inversions a la zona.
- Manca de cultura emprenedora (sobretot entre els joves), que frena el desenvolupament de noves oportunitats i activitats.
- Descens continuat de la superfície agrària utilitzada en els darrers anys.
- Dificultat en el manteniment del teixit comercial en els municipis. Manca de relleu generacional i poques opcions de pervivència del comerç tradicional.
- Dèbil teixit industrial.
- Manca de serveis turístics estratègics (restaurants i/o allotjaments) en alguns municipis.
- Dificultat en l'accés a finançament bancari, fet que dificulta la creació de nous negocis.
- Excés de cases buides en alguns municipis que, en molts casos no es volen ni vendre ni llogar.
- En general poca oferta d'habitatges de lloguer en els pobles.
- Poca consciència ambiental i/o paisatgística en determinats municipi / zones.
- Notable presència d'activitats extractives que generen impactes (també a nivell visual) força destacats.
- Caiguda dels ingressos dels municipis com a conseqüència de la paralització de les activitats de construcció.
- Baixa rendibilitat de determinats conreus tradicionals de la zona (p.e.

fruits secs). Manca de valoració de l'avellana com a producte de qualitat.

- Absència d'un transport públic plenament vertebrat.
- Mancances importants en les cobertures i en infraestructures de telecomunicacions.
- Creixement dels boscos per abandonament, amb el conseqüent augment del risc d'incendis forestals.
- Baix nivell de treball en xarxa, principalment entre els àmbits de la producció agroalimentària, comerç i del turisme. Manca d'estratègies de comercialització conjunta.
- Insuficient desenvolupament dels instruments de planificació i gestió en els espais dels espais naturals protegits. Manca de recursos en aquest sentit.
- Dèbil nivell d'aprofitament dels boscos. Manca de gestió i dificultat en la visualització dels rendiments que poden generar aquests espais. Rendes a curt termini improbables.
- Orografia complexa que dificulta l'aprofitament i rendibilitat de part d'aquests espais.
- Manca d'estratègies i accions de gestió, aprofitament i promoció del consum de biomassa. Escassa demanda de biomassa a nivell local.
- Atomització dels propietaris forestals i manca de mecanismes de treball articulat entre ells.
- Dificultats per retenir i atraure personal qualificat.
- Manca d'accions de suport, dinamització i planificació del sector comercial.
- Manca de senyalització comercial a la majoria de municipis.
- La desertització comercial d'alguns municipis.
- Molts pobles no disposen de fires o mercats, elements que fomenten el dinamisme econòmic i la promoció comercial i turística.
- Les Muntanyes del Baix Camp (promocionades sota la marca "Muntanyes de la Costa Daurada") són encara un territori poc posicionat turísticament.
- Desequilibri en les dinàmiques i nombre de serveis turístics existents, entre municipis
- Dèbil associacionisme del sector turístic i poques estratègies d'actuació conjuntes.
- Manca d'operadors locals i d'agències de viatges que promocionin i comercialitzin productes turístics combinats.
- Baixa adequació i poc interès de les cooperatives per fer visites turístiques.
- Baixa coordinació a nivell de promoció i imatge i manca de coordinació entre els agents turístics.
- Dificultat per integrar les problemàtiques mediambientals en les decisions de caire local i comarcal.
- La manca d'instruments de planificació (plans de protecció del medi natural, planificacions de futur, etc), que puguin garantir la sostenibilitat del territori i la participació de la població local en la presa d'aquestes decisions.
- Els joves han de desplaçar-se per optar a l'oferta formativa. Emigració selectiva dels joves més preparats.
- Abandonament prematur dels estudis d'una gran part dels joves que s'han quedat a viure a la zona.
- Manca de perspectives laborals de part dels joves a la zona.
- La proximitat a àrees urbanes amb cert dinamisme i oportunitats pot possibilitar que l'èxode rural s'intensifiqui.

CAL APROFITAR

- Territori amb gran diversitat, varietat i singularitat d'elements de patrimoni cultural, natural, gastronòmic i arquitectònic.
- Diversitat d'àmbits naturals i paisatgístics en un territori reduït.
- Presència de produccions agroalimentàries de reconegut prestigi, moltes lligades a distintius territorials de qualitat (DO Siurana, DO Avellana de Reus, DO Tarragona, IGP Patata de Prades). Aquests també poden actuar com a base de promoció del territori, tant en l'àmbit comercial com turístic.
- Proximitat a la zona central del Camp de Tarragona i de la Costa Daurada en general, i per tant bona localització relativa pel desenvolupament d'activitats.
- Cert creixement de població en alguns municipis.
- Gran presència de miradors naturals, que ofereixen vistes i panoràmiques de gran bellesa i amplitud.
- La mateixa configuració d'aquestes carreteres, a més de la presència d'entorns agradables, potencia la presència de ciclistes a la zona.
- Xarxa de camins i senders recentment adequada, recuperada i/o senyalitzada, que afavoreixen els desplaçaments a peu de descoberta del territori, i les activitats esportives no intrusives (running, trail, BTT, etc).
- Desenvolupament recent de noves fires, mercats i activitats diverses (p.e. de caire esportiu) que generen arguments de visita/pernoctació a la zona (Tastaverd, Firaesport, Muntanyum, Ultratrail MCD, etc).
- La declaració de les Muntanyes de Prades com a Parc Natural sembla que finalment serà una realitat molt properament (abans de 2017).
- Presència de programes i plans que ajuden al desenvolupament econòmic i a la conservació de tradicions rurals (LEADER).
- L'elevada superfície forestal permet projectar l'impuls d'activitats d'aprofitament d'aquestes masses forestals (fusta, generació d'energia per biomassa, etc). Gran potencial de desenvolupament de l'aprofitament forestal i del sector de la biomassa, com a font d'energia alternativa.
- Presència de fires i festes de productes locals, amb capacitat d'atracció però alhora de major creixement.
- Existència de cooperatives i agrobotigues, cosa que comporta un format ideal per a la promoció i projecció comercial, turística i econòmica del territori.
- Lenta però constant realització d'actuacions de rehabilitació de nuclis antics, que poden facilitar el manteniment o creació de negocis, entre ells el comerç.
- Proximitat a un important destí turístic com és la Costa Daurada que facilita l'accés a un nombrós mercat potencial. Les MBC constitueixen una alternativa no massificada i poc saturada per aquest turisme.
- Progressiva millora i renovació de l'oferta turística en base a les actuals tendències turístiques.
- Desenvolupament, els darrers anys, d'importants projectes i accions de foment i promoció turística; Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada, Projecte de Dinamització i Promoció del senderisme pel Baix Camp interior, etc.
- Gran potencial, a nivell de territori i de clima, en l'àmbit del turisme actiu: senderisme, BTT, trail-running, escalada, descens de barrancs, rutes a cavall, etc.
- El Baix Camp té una major oferta educativa que altres comarques de l'àmbit Camp de Tarragona. Tot i amb això, els joves de la zona MBC han de desplaçar-se per optar a aquesta oferta.
- Ús i domini de les TIC i de les xarxes socials de la població, en especial dels joves.
-

OBJECTIU CENTRAL DE L'ESTRATÈGIA

L'objectiu central del Pla Estratègic de Desenvolupament Socioeconòmic Rural 2014-2020 de les Muntanyes del Baix Camp és el següent:

Aconseguir la reactivació socioecònomica dels municipis d'interior del Baix Camp, a través de la generació de noves oportunitats, derivades de la posada en valor i aprofitament del seu entorn, del seu potencial turístic i dels productes locals de qualitat que s'hi produeixen, per tal de fer possible la millora en la qualitat i condicions de vida de la seva població actual i futura.

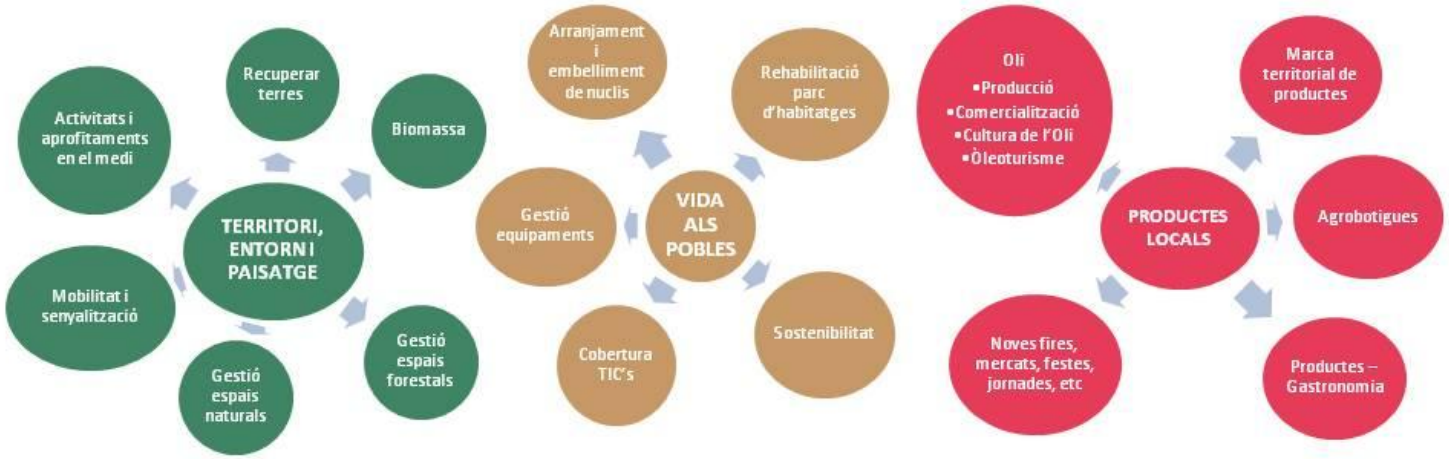
LÍNIES ESTRATÈGIQUES

Les línies estratègiques són eixos que orienten temàticament la proposta. Es desgranen en una sèrie de programes, que es poden en pràctica a través de les actuacions concretes que contenen.

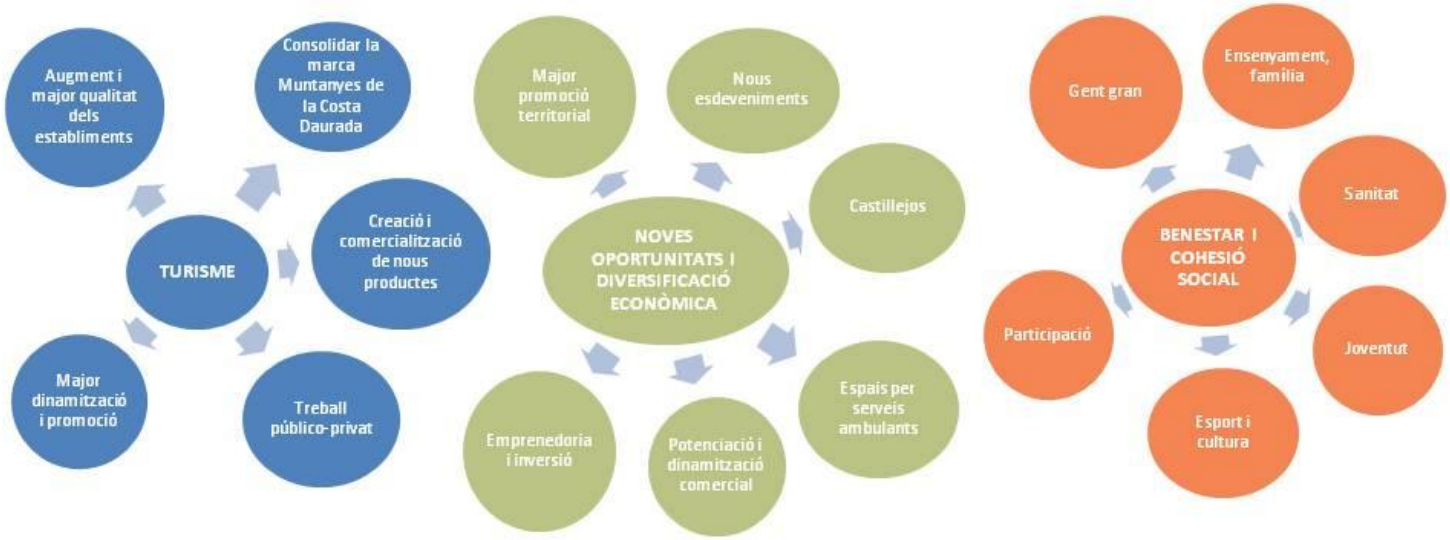
Així doncs, en el present Pla d'Acció s'han establert les **6 línies estratègiques següents**:

- PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE
- L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR
- EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT
- ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC
- DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS
- LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL

Tot seguit es mostra un diagrama amb les prioritats d'actuació, segons línia estratègica.



PRIORITATS D'ACTUACIÓ MBC



VII. PLA D'ACCIÓ

El Pla d'Acció s'estructura en 6 línies estratègiques, 24 programes i 119 actuacions.

Podem dir que a través de l'execució de cada una de les actuacions incloses en cada un dels programes del Pla d'Acció es tendeix a l'acompliment de les línies estratègiques i per tant també a l'assoliment de l'objectiu central de l'estratègia.

A continuació, es detalla **el llistat d'actuacions**, en base els respectius programes i línies estratègiques, tal com recull el Pla d'Acció.

	LÍNIA ESTRATÈGICA 1: PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE
RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI	
1	Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat
2	Crear un Banc de Terres a nivell comarcal i propiciar acords de custòdia agrària per recuperar conreus abandonats
3	Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola
4	Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca
5	Consolidar i millorar la xarxa de camins agraris
MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS	
6	Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials
7	Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades
FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN	
8	Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)
9	Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure
10	Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat
11	Limitar les activitats extractives que tenen un alt impacte ambiental i paisatgístic
12	Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais
PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT	
13	Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals
14	Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa
15	Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI)
16	Promoure millores continuades en la xarxa de camins i pistes forestals, per a la previsió i extinció d'incendis forestals
17	Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal
18	Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica
19	Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis
TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT	
20	Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible
21	Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori
22	Garantir la millora contínua en la xarxa de carreteres
23	Adequar de manera continuada la xarxa de camins
24	Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística
25	Millora de les freqüències i de les condicions generals del servei ferroviari
26	Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i redistribució de fluxos
27	Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius

	LÍNIA ESTRATÈGICA 2: L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR
MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT	
28	Garantir la connectivitat i les cobertures de les tecnologies de la informació
29	Seguir incidint en la millora de les xarxes i infraestructures de serveis bàsics
30	Planificar les implantacions energètiques amb criteris d'integració paisatgística
31	Seguir apostant per mancomunar serveis i inversions entre poblacions

INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS	
32	Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis
33	Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni
34	Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents
35	Millorar la senyalització turística en els municipis de forma integral i coordinada
36	Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis
37	Millorar la integració paisatgística i els impactes visuals de les zones de contenidors
IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES	
38	Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament
39	Promoure la realització d'un estudi específic del parc d'habitatges amb necessitats de rehabilitació
40	Crear un cens d'habitatges vacants i establir els contactes entre propietaris i llogaters o compradors interessats
41	Fomentar la masoveria urbana com a forma de garantir la rehabilitació d'habitatges i l'atracció de nous pobladors als municipis
42	Portar a terme mesures de sensibilització per al manteniment, la rehabilitació i la millora d'edificis
SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS	
43	Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos
44	Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals
45	Millorar la recollida i la gestió dels residus en els punts de major freqüentació turística

LÍNIA ESTRATÈGICA 3:
EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT

MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA	
46	Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins
47	Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització
48	Fomentar les activitats de formació contínua del sector
PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MARQUÈTING EN EL SECTOR OLEÍCOLA	
49	Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals
50	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta
51	Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat
52	Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització
53	Promoure la producció ecològica en el sector
POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME I LA CULTURA DE L'OLI	
54	Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any
55	Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli de la zona a nivell intern
56	Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme
MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT	
57	Crear una marca pròpia de comercialització dels productes agroalimentaris de les Muntanyes del Baix Camp
58	Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local
59	Vertebrar i donar suport a les agrobotigues
60	Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia
61	Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques
62	Propiciar la presència d'espais de promoció i venda de productes locals en establiments de restauració

LÍNIA ESTRATÈGICA 4:
ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC

AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA	
63	Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat
64	Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci
65	Impulsar mesures de foment de la qualitat en establiments turístics
66	Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat
67	Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics
68	Propiciar la millora contínua de la xarxa de camins
ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES	
69	Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori

70	Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers
71	Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats
POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA	
72	Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
73	Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
74	Consolidar la marca Muntanyes de la Costa Daurada
75	Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic
76	Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització
CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS	
77	Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció
78	Transformar les dades estadístiques en coneixement per a la presa de decisions estratègiques
79	Treballar en un sistema d'intel·ligència de mercat
MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES	
80	Revisar les necessitats formatives del sector turístic
81	Millorar la competitivitat de promoció i comercialització digital de les empreses

LÍNIA ESTRATÈGICA 5:
DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS

REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS	
82	Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal
83	Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants
84	Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos
85	Difondre, fomentar i donar suport a la cultura emprenedora
86	Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori
87	Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors
88	Fomentar, potenciar i donar major visibilitat a les activitats artesanals del territori
89	Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveisitinerants
90	Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori
PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL	
91	Impulsar la creació de nous establiments comercials i adequació i millora dels existents
92	Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics
93	Fomentar el moviment associatiu dels comerciants
94	Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic
95	Crear i potenciar una marca del comerç de les Muntanyes del Baix Camp
96	Consensuar i articular accions de comunicació i promoció del comerç local
97	Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis
98	Articular mecanismes per fidelitzar els clients del comerç local associat
99	Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc)
100	Crear mecanismes i/o esdeveniments de motivació per al sector comercial
101	Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants

LÍNIA ESTRATÈGICA 6:
LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL

MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ	
102	Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia
103	Potenciar els serveis d'ajut a domicili per a la gent gran
104	Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població
ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA	
105	Garantir la continuïtat de les escoles als pobles
106	Impulsar els serveis equivalents a escoles bressol
107	Augmentar l'oferta d'activitats extraescolars i de dinamització infantil
108	Augmentar l'assessorament a les famílies a través d'Escoles de Pares i Mares
SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS	
109	Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris
110	Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves
111	Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ	
112	Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció
113	Elaborar un cens d'associacions i canals de comunicació permanents
114	Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials
115	Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada
116	Propiciar la creació i millora contínua de les instal·lacions esportives
117	Promoure la renovació del Pla Comarcal de Joventut i la realització de projectes de dinamització juvenil
118	Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent
119	Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials

LÍNIA ESTRATÈGICA 1

PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE

PROGRAMA

RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI

ACTUACIÓ 1

Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Cap actuació és més significativa i determinant per preservar i potenciar el paisatge agrari i per fomentar el manteniment de les explotacions existents que incentivar i millorar-ne la seva competitivitat, i així garantir o tendir a que les terres es treballin i que les explotacions agràries siguin el més viables possible. Cal recordar que la superfície conreada a la zona està immersa en una baixada continuada que va començar fa anys i que no s'ha aturat. Per aquest motiu cal seguir impulsant i recolzant les accions que puguin ajudar a capgirar aquesta dinàmica negativa. En aquest sentit, es tracta de donar especial suport a les produccions bàsiques a la zona, l'oli i els fruits secs, sense que això sigui un impediment per potenciar altres cultius no tan majoritaris a la zona o per desenvolupar-ne de nous.

D'aquesta manera, aquesta actuació fa referència al que des del PDR 2014-2020 s'anomena millora de la competitivitat de les explotacions agràries (operació 4.1.01), inclosa en la sub-mesura 4.1, d'ajuda a les inversions en explotacions agrícoles.

Aquesta actuació es complementa amb accions diverses com poden ser l'establiment de facilitats per a l'adquisició o arrendament de terres per part dels joves, relacionant-la amb la creació del **Banc de Terres a nivell comarcal** (ACTUACIÓ 2) i els acords de custòdia agrària, que es proposa en aquest document (ACTUACIÓ 2) i amb l'operació 6.1.01 del PDR 2014-2020, de primera instal·lació de joves agricultors. A més aquesta mesura podria complementar-se amb d'altres mesures d'àmbit local o comarcal, lligades a l'habitatge per exemple (exempció de pagaments del IBI per a primera vivenda) per facilitar la incorporació de joves a l'agricultura.

Cal dir que durant els últims anys s'han portat a terme actuacions de recuperació o introducció de cultius en determinades zones (p.e. a les Muntanyes de Prades s'estan portant a terme noves plantacions en finques experimentals, en aquest cas de llúpol i poma), i també es poden seguir impulsant activitats com el desenvolupament de conreus com les plantes aromàtiques, que alhora poden generar activitats artesanes associades.

En resum doncs, per tot això, es proposa:

- Vetllar pel manteniment i/o recuperació d'explotacions i, per tant, de l'augment de la SAU a nivell comarcal.
- Oferir suport i eines als pagesos per tal de millorar les seves explotacions, i possibilitar que nous pagesos es puguin dedicar a l'agricultura.
- Gestionar el **Banc de Terres** comarcal de forma eficaç per tal de que s'uneixin les voluntats d'uns i altres agents (els que tenen terres i no poden gestionar i els que volen treballar-les).
- Estudiar la possibilitat d'oferir mesures o ajuts d'àmbit local o comarcal, lligades a l'habitatge per exemple (exempció de pagaments del IBI per a primera vivenda) per facilitar la incorporació de joves a l'agricultura o facilitar l'arribada de nouvinguts en determinats municipis.
- Seguir valorant la possibilitat de recuperar o introduir nous cultius en determinades zones.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'explotacions recuperades.
- Evolució en la SAU total a nivell comarcal.
- Evolució de la SAU per tipologia de conreu.
- Abast territorial de l'actuació (nombre de municipis amb explotacions recuperades).
- Ajuts per a noves incorporacions a l'activitat agrícola.
- Nombre de propietaris que participen en el Banc de Terres.
- Nombre de persones interessades en treballar les terres i que s'han donat d'alta en el Banc de Terres.
- Pressupost de caire municipal invertit en mesures per facilitar la incorporació de joves a l'agricultura o facilitar l'arribada de nouvinguts en determinats municipis.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Particulars

AGENTS IMPLICATS

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Particulars
- Cooperatives agrícoles
- Sindicats agraris
- Consells Reguladors Denominacions d'Origen i Indicació Geogràfica Protegida
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal
- Ajuntaments

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 2: Crear un Banc de Terres a nivell comarcal i propiciar acords de custòdia agrària per recuperar conreus abandonats
- ACTUACIÓ 46: Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins
- ACTUACIÓ 48: Fomentar les activitats de formació contínua del sector
- ACTUACIÓ 56: Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

ACTUACIÓ 2

Crear un Banc de Terres a nivell comarcal i propiciar acords de custòdia agrària per recuperar conreus abandonats

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Crear un Banc de Terres a nivell comarcal i propiciar acords de custòdia agrària per recuperar conreus abandonats

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Amb l'objectiu de garantir el relleu generacional, la incorporació de joves al sector i la recuperació de paisatge agrícola, és considera necessari propiciar la creació d'un Banc de Terres a nivell comarcal. El sector agrícola ha sofert un procés d'abandonament molt notable en les últimes dècades, fruit principalment de la manca de relleu generacional, i per tant és necessari incidir en la recuperació de conreus abandonats.

El Banc de Terres ha de ser una de les principals vies per facilitar que persones que no disposen de terres en propietat o que en volen gestionar un major nombre, puguin incorporar-se a l'activitat mitjançant la cessió o traspàs d'aquestes terres i/o infraestructures per part de propietaris/es que no treballen la terra o que volen deixar de fer-ho per jubilació o altres motius. Així, el Banc funcionarà com una base de dades de propietaris i de finques rústiques i terres susceptibles de ser aprofitades, per un costat, i de persones que volen dedicar-se a l'activitat agrícola o augmentar la superfície de les seves explotacions.

Per tal de vertebrar la relació entre els agents implicats (propietaris i persones interessades en treballar les terres), es pot **aprofitar el model que s'està implementant, per exemple, a la zona veïna del Parc Natural de Montsant des de l'any 2014**, a través dels acords de custòdia agrària, en els quals es facilita l'accés a la terra a nous agricultors o a d'altres que ja estiguin establerts al territori mitjançant la cessió de terres d'aquells propietaris que no en fan ús. Es tracta d'acords a tres bandes, entre el propietari que cedeix les terres, l'agricultor que les reactiva i el Parc Natural, que actua com a mediador.

Per tal de fer aplicable aquest model a la zona MBC caldrà, establir l'ens encarregat de portar a terme la gestió, mediació i seguiment en l'execució en aquesta zona. La importància estratègica d'aquest tema, per frenar l'abandonament de terres i incentivar la incorporació de joves a l'activitat agrícola, **fa que es proposi que sigui el Consell Comarcal qui porti a terme aquestes tasques (a través d'un servei similar o paral·lel al de l'Oficina d'Habitatge).**

Les accions que es proposa realitzar són les següents:

- Creació d'un Banc de Terres d'àmbit comarcal.
- Cercar propietaris interessats en cedir les seves finques i pagesos interessats en reactivar-les i treballar-les.
- Possibilitar la relació entre aquests agents i propiciar la signatura d'acords de custòdia agrària.
- Possibilitar que el Consell Comarcal del Baix Camp sigui l'entitat encarregada de gestionar el Banc de Terres i de fer de mediadora dels acords de custòdia agrària.
- Establir contactes, propiciar la col·laboració i aprofitar el model que s'està portant a terme a la zona veïna del Parc Natural de la Serra de Montsant en aquest sentit.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Crear un Banc de Terres a nivell comarcal i propiciar acords de custòdia agrària per recuperar conreus abandonats

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de propietaris que participen en el Banc de Terres.
- Nombre de persones interessades en treballar les terres i que s'han donat d'alta en el Banc de Terres.
- Nombre d'acords de custòdia signats.
- Nombre d'explotacions recuperades.
- Evolució en la SAU total a nivell de les MBC.
- Evolució de la SAU per tipologia de conreu.
- Abast territorial de l'actuació (nombre de municipis amb explotacions recuperades).
- Cost de funcionament del Banc de Terres.
- Grau de satisfacció dels propietaris i dels usuaris del Banc de Terres.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Ajuntaments

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Particulars
- Cooperatives agrícoles
- Sindicats agraris
- Consells Reguladors Denominacions d'Origen i Indicació Geogràfica
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Ajuntaments

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 1: Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat

ACTUACIÓ 3

Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tradicionalment el Baix Camp, i les MBC en concret, havia estat un territori ric en productes agrícoles i amb un paisatge agrari divers. El declivi generalitzat del món rural, però, immers en tot un seguit d'oscil·lacions i transformacions, ha propiciat un cert abandonament de terres i una certa degradació d'aquest paisatge agrari, tradicionalment constituït per conreus bàsicament d'olivera i avellaner (a més d'altres cultius menys predominants).

A dia d'avui però, aquests conreus encara ajuden a configurar un paisatge heterogeni amb formes i colors diferents, que varien en funció de l'època de l'any, i que disposa de notables elements i exemples del patrimoni de la pedra seca, amb marges i altres construccions. Aquest paisatge integra una multiplicitat de valors, (ecològics, estètics, històrics, simbòlics, identitaris, etc) i per tant cal donar tot el suport possible perquè aquest paisatge, i els seus valors, siguin valoritzats i potenciats.

A més, és evident que un paisatge conservat i gestionat aconsegueix donar major valor afegit als productes que d'ell en deriven, i per tant, a mode de tancament de cicle dels propis productes, donar visibilitat i elements de valorització i conservació d'aquest paisatge pot ajudar als propis productors i a generacions futures a tenir majors opcions de treball i viure dignament del camp.

Per tot el que s'ha comentat, aquesta actuació pot derivar en les següents accions concretes:

- Inventariar els elements del patrimoni construït tradicional del paisatge agrícola (marges, clapers, tanques, tècniques tradicionals) i les seves mostres més excepcionals a la zona, per tal d'avaluar-ne l'estat i preservar-los.
- Identificar, i integrar en forma de ZIP (veure ACTUACIÓ 8), els principals punts d'interès paisatgístic, per tal de valoritzar-los i posar-los en coneixement de la població local, visitants i amb finalitats educatives. Aquesta acció podrà anar lligada a actuacions de senyalització (veure ACTUACIÓ 21), i també connecta amb l'ACTUACIÓ 9, de creació i adequació d'una xarxa de miradors.
- Posar en valor el paisatge agrari mitjançant plafons interpretatius situats en els principals miradors del paisatge.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola

INDICADORS	
• Nombre d'elements del patrimoni construït tradicional i del paisatge agrícola inventariats. • Pressupost dels treballs de manteniment i adequació dels elements més destacats. • Nombre i tipus de zones delimitades. • Nombre d'accions d'adequació realitzades. • Nombre d'accions de senyalització realitzades i pressupost d'aquestes accions.	• Nombre i tipus d'accions realitzades per a la promoció i potenciació d'aquestes zones, segons tipus d'enfocament (educació ambiental, divulgació científica, visitants, etc.). • Nombre de visitants / turistes. • Grau de satisfacció dels visitants. • Pressupost aconseguit i invertit a través dels donatius o aportacions dels visitants.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Ajuntaments • Particulars • PUOSC • PAM • LEADER
AGENTS IMPLICATS	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Particulars • Consells Reguladors Denominacions d'Origen i Indicació Geogràfica Protegida • Cooperatives agrícoles • Sindicats agraris • Consell Comarcal • Consorci Leader (GAL) • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Ajuntaments • Observatori del Paisatge de Catalunya
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 8: Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP) • ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure • ACTUACIÓ 12: Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

ACTUACIÓ 4

Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El patrimoni de pedra seca és sens dubte un dels pilars bàsics sobre els quals sustentar la descoberta del paisatge agrari de la zona MBC. Fruit d'un treball continuat al llarg dels anys, de l'esforç de moltes generacions i reflex inequívoc de les condicions d'adaptació de la població d'un territori a la seva orografia., el patrimoni de pedra seca cal que sigui recuperat i valoritzat de manera adequada. No només configura visualment el paisatge actual de molts municipis de la zona sinó que explica la seva evolució històrica fins al moment actual, esdevenint un recurs imprescindible per a la seva interpretació.

Per a fer-ho possible, és molt necessari **tenir identificat i inventariat aquest patrimoni**. Alhora, cal que es realitzi una priorització de les intervencions, considerant la seva representativitat, la distribució territorial i la viabilitat tècnica i econòmica. Seria molt convenient lligar aquestes intervencions amb les que es realitzin en el marc de l'adequació i millora de la xarxa de camins i senders (veure), creació de noves àrees de lleure, miradors (veure), etc. Així, en una **reduïda dimensió territorial, es podrien articular actuacions relacionades entre sí que ajudessin a interpretar el territori** i, en conseqüència, la seva història i tradició, de forma més eficient i ordenada (també tenint en compte possibles aprofitaments turístics).

En resum doncs, es proposa:

- Seguir impulsant, o estendre territorialment (segons els casos), els processos d'identificació i inventari del patrimoni de pedra seca de la comarca.
- Coordinar actuacions de restauració, adequació i valorització d'aquest patrimoni, en base a criteris de potencialitat d'aprofitament (educativa, turística, ambiental, etc), de viabilitat tècnica i econòmica i de redistribució d'actuacions a nivell comarcal.
- Relacionar i coordinar aquestes actuacions amb el que es descriu en l'ACTUACIÓ 8 (Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)) i en l'ACTUACIÓ 9 (Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	**Baixa**	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'elements del patrimoni de pedra seca inventariats.
- Pressupost dels treballs de manteniment i adequació dels elements més destacats.
- Pressupost aconseguit i invertit a través dels donatius o aportacions dels visitants.
- Abast territorial de les actuacions de recuperació plantejades/ executades.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca

• Nombre d'accions d'adequació realitzades. • Accions de senyalització (% de pressupost del Pla de Senyalització destinat a la senyalització d'aquests elements).	• Grau de satisfacció dels visitants. • Grau de satisfacció de la població respecte les accions portades a terme.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació • Consell Comarcal • Ajuntaments • Particulars
AGENTS IMPLICATS	• Particulars • Cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Observatori del Paisatge de Catalunya
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 8: Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP) • ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

ACTUACIÓ 5

Millorar de forma contínua la xarxa de camins agraris

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Millorar de forma contínua la xarxa de camins agraris

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de garantir el futur de l'activitat agrària a la zona i per tal de, en conseqüència, potenciar i valoritzar el paisatge agrari és imprescindible que, al llarg dels propers anys, es produeixi un procés continuat de millora de les infraestructures bàsiques de suport a aquesta activitat. En concret aquesta actuació fa referència a la millora dels camins agraris (part d'ells configurats actualment en forma de xarxa a través de les tasques de senyalització dutes a terme a través del Consell Comarcal), i que vertebren el territori en diversos sentits.

Així, en aquest sentit, convé insistir en les tasques de manteniment i millora d'aquests camins que ja s'estan portant a terme des de diverses instàncies (Consell Comarcal, Consorci Serra de Llaberia, ajuntaments, etc) ja sigui, com s'ha dit, per seguir potenciant l'activitat agrària en sí mateixa, o per potenciar la descoberta amable dels paisatges comarcals a través de l'activitat senderista. Per tant cal que les inversions en manteniment de la senyalització prevista en el marc de la xarxa de camins segueixin vigents i en contínua revisió.

En definitiva, doncs, en el marc d'aquesta actuació es proposa:

- Propiciar la millora contínua de la xarxa de camins agraris (a nivell de ferms, neteja de vegetació, etc) de la zona.
- Revisar, augmentar i millorar la senyalització d'aquests camins.
- Potenciar la descoberta "amable" dels paisatges agraris de la comarca a través d'aquesta xarxa de camins.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'accions previstes
- % d'actuacions previstes / % actuacions portades a terme.
- Pressupost aconseguit i invertit en l'execució d'aquestes accions.
- Nombre de km de camins i pistes adequats.
- Nombre d'accions de millores de senyalització portades a terme.
- % de pressupost del Pla de Senyalització destinat a la millora en la senyalització de camins i pistes.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**RECUPERACIÓ, POTENCIACIÓ I VALORITZACIÓ DEL PAISATGE AGRARI**
ACTUACIÓ	Millorar de forma contínua la xarxa de camins agraris

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Ajuntaments • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Particulars • Consells Reguladors Denominacions d'Origen i Indicació Geogràfica Protegida • Cooperatives agrícoles • Sindicats agraris • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 16: Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

PROGRAMA

MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS

ACTUACIÓ 6

Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS**
ACTUACIÓ	Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El Consorci de la Serra de Llaberia és un agent actiu i amb vocació d'expansió en les seves activitats, sempre en benefici de l'espai que els és propi. Tot i que l'equip de treball del Consorci el conformen actualment només tres persones (dos tècnics i una administrativa - secretària), el Consorci porta a terme una gran tasca de gestió, conservació, dinamització i difusió de la Serra de Llaberia.

El Consorci no disposa d'una dotació pressupostària assignada, sinó que el seu finançament és anual, i la seva previsió inicial s'elabora en base a una aportació anual que realitzen els Ajuntaments consorciats i el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM). A més d'aquestes aportacions, el Consorci intenta garantir el compliment dels seus objectius a través de vies de finançament externes en forma de subvencions i ajuts, ja siguin de la pròpia Generalitat de Catalunya, de la Diputació de Tarragona, de la UE (ajuts LIFE), o ajuts procedents de l'Obra Social de La Caixa.

Com es comenta en el document de diagnosi, el Consorci intenta anar portant a terme les actuacions recollides en els documents de planificació estratègica dels que disposa i dels quals s'ha anat dotant al llarg dels darrers anys. Per aquest motiu **és important que les seves opcions de finançament i la seva dotació a nivell de mitjans humans i tècnics siguin revisades i millorades**

Val a dir que la Generalitat ha aprovat aquest 2015 el **Pla de gestió d'espais naturals protegits de Catalunya 2015-2020**, tot i que aquest pla només s'aplicarà als espais naturals de protecció especial i els Parcs naturals, i per tant el Consorci de la Serra de Llaberia no hi té cabuda.

Caldrà veure si els propòsits que té aquest Pla de Gestió acaben sent una realitat i s'assoleix la sostenibilitat econòmica d'aquests espais i dels seus ens de gestió. Si això es produís, **tot i que a data actual no és una necessitat**, potser caldria **avaluar la possibilitat de que l'espai fos declarat Parc Natural**, sempre en benefici del conjunt de l'espai, del territori, i comptant amb la participació i consens de la població local.

En tot cas, caldrà instar a que el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (DAAM) millori les condicions i dotacions per garantir unes adequades estructures tècniques, i, alhora, el Consorci podrà optar per coordinar-se i participar en l'articulació de **mecanismes que permetin vehicular aportacions econòmiques voluntàries de visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais naturals** (veure ACTUACIÓ 12), o almenys en la definició de propostes i d'objectius.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS**
ACTUACIÓ	Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials

INDICADORS	
• Augment de pressupost (i de mitjans humans i tècnics) aconseguit per l'entitat. • Nombre d'accions anuals, i pressupost invertit en elles. • Nombre de jornades participatives i de coneixement de l'entorn efectuades. • % d'actuacions iniciades / actuacions executades.	• Pressupost aconseguit i invertit per a implementar accions a través dels donatius o aportacions dels visitants. • % de finançament públic / privat • % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics). • Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Departament de Territori i Sostenibilitat • Ajuntaments • UE • Subvencions i programes d'entitats privades (per exemple Obra Social "la Caixa")
AGENTS IMPLICATS	• Consorci de la Serra de Llaberia • Consell Comarcal • Ajuntaments • ADF • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 10: Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat • ACTUACIÓ 12: Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais • ACTUACIÓ 13: Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals • ACTUACIÓ 14: Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa • ACTUACIÓ 15: Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI) • ACTUACIÓ 19: Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis

ACTUACIÓ 7

Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS**
ACTUACIÓ	Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El territori de les Muntanyes de Prades es troba, des de fa més d'una dècada, en un procés de debat i d'accions i converses a nivell polític, tècnic i social, sobre la conveniència o no de convertir-se en un Parc Natural. Ha estat i segueix, sent, però, un procés complex, ple d'acords i desacords, de consensos en alguns moments i de divergències en d'altres.

Després de tot aquest temps, però, el 19 de febrer de 2014, el Conseller de Territori i Sostenibilitat va anunciar que la proposta per declarar el Parc Natural de les Muntanyes de Prades es materialitzaria en el període 2014-2017. Segons el Departament, però, els projectes hauran d'anar acompanyats d'una estratègia **de recuperació que garanteixi la gestió solvent i adequada dels futurs parcs** i hauran de comptar amb un **ampli consens territorial, polític, institucional i social** (es poden propiciar processos de participació ciutadana en aquest sentit, veure ACTUACIÓ 119: Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials).

Amb tot, a partir d'ara caldrà treballar per a l'acord social i polític, per a crear les condicions necessàries per a una correcta gestió de l'espai natural i per **garantir la correcta cohabitació entre la gent del territori i els requeriments i compromisos** que comporta l'existència d'un espai protegit.

Val a dir, com s'ha comentat anteriorment, que la Generalitat ha aprovat aquest 2015 el **Pla de gestió d'espais naturals protegits de Catalunya 2015-2020**, el qual planteja, com un dels seus eixos estratègics, la viabilitat i la sostenibilitat econòmica dels parcs actuals **i futurs**. Per tant **caldrà seguir de prop el desenvolupament d'aquest pla i tractar d'incidir perquè aquesta sostenibilitat econòmica dels parcs i, en aquest cas, del seu futur ens de gestió sigui una realitat**.

Un cop aquesta declaració sigui un fet, serà important articular una **estratègia de gestió i desenvolupament del conjunt Montsant-Prades**. Cal tenir en compte que aquest àmbit pot articular-se en un destí de turisme de natura amb moltes propostes de dinamització conjuntes, i per tant requerirà d'estratègies i actuacions de cooperació intercomarcal (Baix Camp, Priorat, Alt Camp, Conca de Barberà). A més, i tal com es descriu en l'ACTUACIÓ 84 (Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos), cal tractar de desencallar de manera definitiva l'adequació de l'antic militar de Castillejos, i tractar de que aquest espai tingui un paper important en el mapa d'equipaments del futur Parc.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES EINES DE GESTIÓ DELS ESPAIS NATURALS**
ACTUACIÓ	Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades

INDICADORS

- Nombre de jornades participatives, d'informació i sensibilització efectuades.
- Pressupost (i mitjans tècnics) del que disposarà l'ens de gestió de l'espai.
- Nombre d'activitats anuals, i pressupost, recollides en el Pla d'Actuacions de l'ens de gestió.
- % de finançament públic / privat
- Pressupost aconseguit i invertit per a implementar accions a través dels donatius o aportacions dels visitants.
- Grau de consens de les entitats i població del territori en la declaració del Parc.
- Grau de satisfacció de la població respecte les activitats proposades i organitzades per l'ens de gestió del Parc.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Diputació de Tarragona
- Departament de Territori i Sostenibilitat
- LEADER (cooperació)
- Subvencions i programes d'entitats privades (per exemple Obra Social "la Caixa")

AGENTS IMPLICATS

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Consorci Leader (GAL)
- ADF
- Entitats del territori (societats de caçadors, propietaris forestals, agents turístics, etc)
- Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 10: Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat
- ACTUACIÓ 12: Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais
- ACTUACIÓ 13: Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals
- ACTUACIÓ 14: Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa
- ACTUACIÓ 15: Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI)
- ACTUACIÓ 19: Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis
- ACTUACIÓ 84: Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos
- ACTUACIÓ 119: Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials

PROGRAMA

FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN

ACTUACIÓ 8

Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de valoritzar l'entorn i el paisatge de la zona, i amb la intenció de que el conjunt de la població el conegui i comparteixi els seus valors, esdevé necessari que alguns dels espais amb major potencial, més representatius i més adequats, siguin delimitats i preservats de forma específica. Són el que anomenaríem **Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)**.

Aquestes zones doncs han d'acabar sent les que **representin i exemplifiquin la diversitat del paisatge de les MBC**, i en les quals s'hi puguin implementar projectes pilot d'especial preservació o potenciació. Aquestes primeres, per tant, haurien de ser zones amb un nivell de protecció paisatgística elevat.

De forma no sempre coincident, és important que també es vetlli per l'aprofitament turístic d'aquestes zones (o només d'algunes), sempre en base a activitats d'**observació i gaudi de la natura**. Es tractaria, per tant, de que aquestes ZIP poguessin esdevenir un recurs en sí mateixes i que es acabessin configurant part d'una ruta o de qualsevol altre producte d'aprofitament turístic (sempre i quan sigui sostenible).

A dia d'avui un dels principals atractius de la zona és descobrir el seu entorn i paisatge. El fet de poder-lo oferir i descobrir desgranat, més concret i més digerible, en forma de petites càpsules, seria molt convenient. Cal dir que en alguns casos, aquestes zones requeriran d'accions de millora puntual i/o continuada, que caldrà tenir planificades i previstes, com són millora de senyalització, de camins d'accés, dotació de punts de recollida de brossa, etc.

Per tant, evidentment, la delimitació d'aquestes zones ZIP hauria d'anar lligada amb la redacció d'un **Pla d'Acollida Turística** (veure ACTUACIÓ 26) i/o en l'adequació de miradors en base a tota la sèrie de condicions que es detallen en l'ACTUACIÓ 9. Cal tenir en compte que disposar d'aquestes zones delimitades pot ser un element per evitar acostaments a zones més sensibles.

Així doncs, per tal de materialitzar aquestes voluntats caldrà:

- Realitzar un recull i avaluació d'espais susceptibles de ser considerats **Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)**.
- Determinar i abordar accions d'adequació i millora.
- Definir accions de promoció i potenciació d'aquestes zones, tenint en compte diferents perfils de demanda i/o d'enfocament: educació ambiental, divulgació científica, visitants, etc.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP)

INDICADORS	
• Nombre i tipus de zones delimitades. • Nombre d'accions realitzades per a l'adequació o millora d'aquestes zones. • Nombre i tipus d'accions realitzades per a la promoció i potenciació d'aquestes zones, segons tipus d'enfocament (educació ambiental, divulgació científica, visitants, etc.).	• Nombre de visitants / turistes que han visitat les ZIPT. • Nombre de miradors adequats. • Pressupost aconseguit i invertit en aquestes accions. • Pressupost aconseguit i invertit a través d'aportacions de visitants. • % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics). • Grau de satisfacció dels usuaris.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)
AGENTS IMPLICATS	• Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Consell Comarcal • Ajuntaments • Observatori del Paisatge de Catalunya • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 3: Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola • ACTUACIÓ 4: Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca • ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure • ACTUACIÓ 12: Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais • ACTUACIÓ 26: Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos

ACTUACIÓ 9

Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de valoritzar el paisatge i les panoràmiques que aquest ofereix, és necessari **adequar i articular una xarxa de miradors** que permeti posar en valor les panoràmiques més rellevants i descobrir la diversitat i matisos de les diferents unitats del paisatge del Baix Camp. Val a dir que aquesta actuació, a més, ja apareix citada com a objectiu en el Catàleg de Paisatge del Camp de Tarragona.

Aquests miradors han ser **convenientment adequats, senyalitzats i promocionats**, per tal de que el paisatge de la zona esdevingui un atractiu turístic real. Tot i amb això, serà convenient, que un cop identificats aquests punts de descoberta dels principals fons escènics del territori, es segueixin per un costat les directrius del **Pla de Senyalització** (veure ACTUACIÓ 21), que ha de recollir les condicions de senyalització d'aquests miradors, i les del **Pla d'Acollida Turística** (veure ACTUACIÓ 26), que hauria de determinar les seves condicions i característiques bàsiques, l'accessibilitat mínima, l'adaptació a la mobilitat reduïda, els equipaments necessaris, etc. per tal de dotar d'una única línia d'estil a tots els miradors de la xarxa.

Aquesta xarxa de miradors haurà de ser integrada de manera decidida en les estratègies turístiques comarcals i locals per tal de fomentar el paisatge com un atractiu turístic real del territori, per atreure un tipus de turistes i viatgers interessats en descobrir aquest paisatge i la vinculació existent entre aquest i les seves gents.

Alhora, seguint amb les actuacions que s'han desenvolupant en el territori, cal seguir impulsant l'**adequació d'àrees de lleure, en espais concrets i singulars**. Cal dir que alguns d'aquests espais són molt freqüentats (per exemple els propers a les ermites) i per tant l'objectiu en aquests casos serà l'**ordenar i/o regular les ocupacions màximes**. En d'altres casos estaríem parlant d'**adequar els serveis o condicions bàsiques per tal de fomentar l'acostament ordenat i controlat al medi i al paisatge**, en els punts concrets que s'estableixi. L'adequació d'aquestes àrees implicaria doncs facilitar un **accés adient, la recuperació de fonts o punts d'aigua, la plantació d'arbrat, la instal·lació de bancs i taules i la instal·lació d'elements de senyalització i informació paisatgística**.

Una proposta a valorar seria la de **configurar un model d'aprofitament i conservació d'aquestes àrees de lleure i/o miradors a través de les aportacions dels propis visitants**, seguint els models que s'apliquen en espais naturals protegits d'altres zones, en les quals l'accés en cotxe o poder gaudir d'una panoràmica implica el pagament d'una petita tarifa.

Per tot això es proposa:

- **Definir els punts del territori** on hauran de situar-se els **miradors**.
- Definir les condicions tècniques i estètiques dels miradors i de la senyalització associada, seguint les directrius del **Pla de Senyalització** (veure ACTUACIÓ 21) i les d'un **Pla d'Acollida Turística** (veure ACTUACIÓ 26).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure

- Integrar la **xarxa de miradors** en les estratègies turístiques comarcals i en la seva visió i projecció del paisatge com a element definitori i explicatiu del territori.
- Impulsar noves àrees de lleure i millorar i adequar les condicions de les existents per fomentar l'acostament ordenat als punts d'interès turístic i paisatgístic.
- Analitzar possibles models i metodologies per implantar taxes per a l'accés a àrees de lleure i miradors amb la finalitat que contribueixin a la seva conservació i preservació (en relació amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 12 (Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de miradors creats / Nombre de miradors millorats o adequats.
- Abast territorial i cobertura de la diversitat paisatgística a través dels miradors implantats.
- Nivell d'accessibilitat a les noves infraestructures.
- Àrees de lleure creades i millorades i nivell d'utilització d'aquestes àrees per part del turista.
- Accions de senyalització realitzades en aquestes àrees, en relació al Pla de Senyalització (% de pressupost del Pla destinat a la senyalització d'aquestes àrees).

- Pressupost aconseguit i invertit total.
- Pressupost aconseguit a través dels donatius o aportacions dels visitants.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Nombre d'accions de millora realitzades a les àrees de lleure i miradors a través de la recaptació de les aportacions dels visitants.
- Grau de satisfacció dels usuaris (en relació als propis miradors, àrees de lleure, etc).
- Grau de satisfacció de la població respecte les accions portades a terme.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Diputació de Tarragona
- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)

AGENTS IMPLICATS

- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Observatori del Paisatge de Catalunya
- Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 3: Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola • ACTUACIÓ 4: Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca • ACTUACIÓ 8: Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP) • ACTUACIÓ 12: Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 26: Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos • ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori

ACTUACIÓ 10

Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

És important que els ajuntaments de la zona incorporin en les seves preses de decisions criteris de sostenibilitat paisatgística, que afavoreixin preservar i valoritzar el paisatge de la zona i els seus valors intrínsecs.

Tot i que l'adopció de **criteris i directrius de paisatge és una opció voluntària**, esdevé molt recomanable de cara a la sostenibilitat paisatgística i territorial que els ajuntaments tinguessin en compte aquests criteris i directrius a l'hora de definir actuacions en els seus termes municipals (i que sovint tenen una transcendència supramunicipal).

D'aquesta manera, caldria **propiciar que els ens de gestió dels espais naturals de la zona** (actualment només seria l'oficina tècnica del Consorci de la Serra de Llaberia, tot i que en un futur proper també ho podria fer l'ens de gestió del Parc Natural de les Muntanyes de Prades) **tinguessin un paper molt actiu en l'assessorament** en la presa de decisions dels ajuntaments.

Per a garantir aquest servei de manera eficaç cal, però,que aquests ens de gestió dels espais naturals puguin veure millorades les seves condicions i recursos tècnics i humans per poder oferir un assessorament acurat en els seus àmbits (veure ACTUACIÓ 6).

Per tot el que s'ha comentat doncs, es proposa emprendre aquestes accions en aquest sentit:

- Promoure la integració, en la presa de decisions i en la definició d'actuacions municipals, de criteris de sostenibilitat paisatgística.
- Possibilitar que ens de gestió d'espais naturals tinguin un paper actiu en l'assessorament ambiental i de sostenibilitat en la presa de decisions territorials dels ajuntaments.
- Afavorir també que l'**Oficina Tècnica Ambiental Comarcal** (integrada en la Ponència Comarcal d'Avaluació ambiental PCAA), a més dels estudis d'impacte que requereix, pugui **sol·licitar informes o assessorament puntual als ens de gestió dels espais naturals, en relació a casos concrets**.
- Millorar les condicions i recursos tècnics i humans de les oficines tècniques dels ens de gestió d'espais naturals per poder afrontar amb garanties l' assessorament en la presa de decisions i per coordinar la gestió d'accions relacionades amb la sostenibilitat paisatgística.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat

INDICADORS	
• Nombre d'ajuntaments que han incorporat criteris de sostenibilitat paisatgística per afavorir la preservació i valorització del paisatge. • Nombre de reunions portades a terme entre ajuntaments i els ens de gestió dels espais naturals. • Nombre de sessions d'assessorament realitzades als ajuntaments.	• Nombre d'expedients municipals que han disposat d'assessorament en base a criteris de sostenibilitat paisatgística. • Evolució en la disponibilitat pressupostària i de personal tècnic de les oficines tècniques dels ens de gestió d'espais naturals. • Grau de satisfacció dels ajuntaments i tècnics en relació a l'assessorament rebut.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	• Parc Natural de la Serra de Montsant • Consorci de la Serra de Llaberia • Consell Comarcal • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 6: Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials • ACTUACIÓ 7**:** Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades • ACTUACIÓ 11: Limitar les activitats extractives que tenen un alt impacte ambiental i paisatgístic • ACTUACIÓ 30: Planificar les implantacions energètiques amb criteris d'integració paisatgística • ACTUACIÓ 37: Millorar la integració paisatgística i els impactes visuals de les zones de contenidors

ACTUACIÓ 11

Limitar les activitats extractives que tenen un alt impacte ambiental i paisatgístic

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Limitar les activitats extractives que tenen un alt impacte ambiental i paisatgístic

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les activitats extractives (pedreres) incideixen sobre el territori i sobre el paisatge i causen impactes ambientals apreciables i variables. La situació de l'explotació, la distribució geològica del material que s'extreu, la durada de l'activitat, l'àrea d'afecció, i els usos i la coberta del sòl anteriors a l'explotació són factors determinants en el grau d'aquest impacte ambiental.

Els municipis de les Muntanyes del Baix Camp han estat tradicionalment exposats a aquest tipus d'activitats, i les han permès, alguns malauradament sense massa limitacions de caire ambiental al respecte.

Sembla clar i lògic que **l'aprofitament dels recursos minerals naturals ha de tenir ben present l'equilibri i la conservació del medi físic i del paisatge**, però **en alguns casos aquest equilibri i conservació no s'ha produït**, i els **impactes d'aquestes activitats han sobrepassat** el que la ciutadania, més enllà d'estudis d'impacte, coincideix en determinar com a "acceptable" (fet que, al llarg dels darrers anys, ha provocat algunes mobilitzacions veïnals al respecte).

Per tant, si es vol potenciar el desenvolupament de la zona, en base a l'aprofitament sostenible (econòmic i turístic) del territori, és necessari articular mecanismes per tal de treballar aquest tema en diversos sentits:

- Propiciar la vigilància en el compliment dels contractes i requeriments normatius de les pedreres existents.
- Limitar les llicències a noves activitats (i sempre i quan compleixin els més estrictes paràmetres d'impacte ambiental i paisatgístic).
- Fomentar processos participatius en la decisió d'ampliar aquest nombre de llicències (i propiciar que aquests tinguin caràcter supralocal).
- Tal com es descriu en l'actuació anterior, Afavorir *que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat*", (sobretot les que tenen o poden tenir una transcendència supramunicipal) per tal de preservar i valoritzar el paisatge de la zona i els seus valors intrínsecs.
- Propiciar que les empreses extractives de la zona adoptin els preceptes de la *Guia de Bones Pràctiques Ambientals a les Activitats Extractives de Catalunya*, editada pel Gremi d'Àrids de Catalunya.
- Promoure la restauració dels espais en els quals s'hi ha realitzat activitats extractives, per exemple en el marc del RESTOCAT (protocol per al seguiment i l'avaluació continuada de la restauració en activitats extractives, de la Generalitat de Catalunya).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Limitar les activitats extractives que tenen un alt impacte ambiental i paisatgístic

INDICADORS	
• Nombre d'ajuntaments que han incorporat criteris de sostenibilitat paisatgística per afavorir la preservació i valorització del paisatge. • Nombre de reunions portades a terme entre ajuntaments i els ens de gestió dels espais naturals. • Nombre de sessions d'assessorament realitzades als ajuntaments.	• Nombre d'expedients municipals que han disposat d'assessorament en base a criteris de sostenibilitat paisatgística. • Evolució en la disponibilitat pressupostària i de personal tècnic de les oficines tècniques dels ens de gestió d'espais naturals. • Grau de satisfacció dels ajuntaments i tècnics en relació a l'assessorament rebut.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Gremi d'Àrids de Catalunya
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Gremi d'Àrids de Catalunya • Ciutadania • Ens de gestió d'espais naturals (Consorci de la Serra de Llaberia, futur Parc Natural de les Muntanyes de Prades)
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 10: Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat • ACTUACIÓ 119: Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials

ACTUACIÓ 12

Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els nivells de conscienciació sobre temes de cura, protecció i sostenibilitat del medi ambient entre la població, i la incorporació de valors ecològics des de diferents paradigmes i punts de vista són, avui en dia, una realitat palpable. La millora en la consciència mediambiental i en els hàbits de conducta de la població és evident; i aquesta millora és veu reflectida en una creixent sensibilitat envers el paisatge i la gent que hi viu, en una major preocupació en aspectes com la mobilitat sostenible, en accions de col·laboració per recuperar espais naturals o en la solidaritat ambiental.

Tots ells representen petites evidències de que, sobretot a nivell local, cal tenir molt en compte aquestes sensibilitats a l'hora de proposar polítiques de gestió del territori, i a l'hora de buscar noves fórmules per aconseguir els recursos necessaris que permetin recuperar, mantenir i millorar els principals espais d'interès natural de la zona.

Les modificacions dels hàbits i pautes de conducta de les persones envers el medi ambient possibiliten plantejar estructurar accions de solidaritat, de compromís i de col·laboració en aquests sentit.

És per això que cal treballar mecanismes que permetin a aquelles persones profundament compromeses en aspectes mediambientals, fer aportacions tècniques, personals i, sobretot, econòmiques, per donar suport i fer possible el manteniment o rehabilitació dels espais d'interès natural de la zona.

Per tot això, es proposa portar a terme les accions que tot seguit es detallen:

- Determinar l'organisme o organismes encarregats de definir els mecanismes de recollida d'aportacions voluntàries.
- Jerarquitzar i prioritzar actuacions mediambientals de recuperació i manteniment del paisatge. Aquesta acció ha de ser concretada i coordinada amb els ens de gestió dels espais naturals.
- Articular els sistemes efectius de recaptació d'ajuts i aportacions econòmiques voluntàries.
- Participar i articular el retorn dels imports recaptats a través d'actuacions de millora / manteniment d'espais d'interès natural.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**FOMENT DE L'APROFITAMENT SOSTENIBLE DE L'ENTORN**
ACTUACIÓ	Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais

INDICADORS	
• Nombre de mecanismes dissenyats i creats. • Pressupost aconseguit i invertit total. • Pressupost aconseguit i invertit a través dels donatius o aportacions dels visitants. • % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).	• Nombre d'accions de millora realitzades a les àrees de lleure i miradors a través de la recaptació. • Grau de satisfacció dels usuaris (en relació als espais / aportació). • Grau de satisfacció de la població respecte les accions portades a terme. • Abast territorial i cobertura de les accions de manteniment i millora.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Ajuntaments • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 3: Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola • ACTUACIÓ 6: Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials • ACTUACIÓ 7**:** Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades • ACTUACIÓ 8: Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP) • ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure • ACTUACIÓ 45**:** Millorar la recollida i la gestió dels residus en els punts de major freqüentació turística

PROGRAMA

PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT

ACTUACIÓ 13

Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tal com es comenta, i es detalla amb dades, en el document de diagnosi, la superfície forestal de la zona (a causa de l'abandonament progressiu dels conreus) està en fase d'expansió. I per tant cal implementar actuacions per tal de fer front a aquest creixement.

La gestió acurada i sostinguda en el temps d'aquests espais garantirà uns aprofitaments d'aquestes masses forestals, en consonància amb el model de desenvolupament socioeconòmic general del territori, la conservació de la biodiversitat i la prevenció dels riscos naturals associats a aquestes superfícies (el principal risc pels nostres boscos són els incendis).

D'aquesta manera, com s'ha dit, a més dels impactes ambientals positius que ofereix una correcta gestió forestal, cal dir que la **possibilitat d'obtenir rendes** derivades de les superfícies forestals pot fer recuperar l'interès dels seus titulars per mantenir la funció productiva d'aquests ecosistemes.

Per tot això, tal com recull el *Pla general de política forestal de Catalunya 2014 – 2024*, aquesta gestió planificada dels terrenys forestals ha de permetre millorar la rendibilitat dels aprofitaments forestals a més de garantir la seva multifuncionalitat. Val a dir que a Catalunya hi trobem un model concertat de planificació forestal i territorial, que integra i defineix la relació jeràrquica entre el planejament forestal i el territorial i urbanístic. El Centre de la Propietat Forestal (CPF), adscrit al Departament de Territori i Sostenibilitat, té com a finalitat la regulació i l'ordenació de la gestió forestal i la promoció de la conservació, la millora i el desenvolupament sostenible dels boscos i altres terrenys de titularitat privada.

Aquestes finques privades s'ordenen amb els anomenats *Instruments d'Ordenació Forestal (IOF)*, ja siguin els *Plans Tècnics de Gestió i Millora Forestal (PTGMF)* creats per la Llei 6/1988, forestal de Catalunya, per a les finques de més de 25 ha i, d'altra banda, els *Plans Simples de Gestió Forestal (PSGF)*, creats per la Llei 31/2002, de mesures fiscals i administratives, per a les finques forestals de menys de 25 ha.

Per tant, és necessari **promoure (i destinar esforços tècnics i econòmics) la redacció d'aquests plans i integrar aquestes metodologies de treball basades en la planificació**, per tal de millorar la gestió global, i a nivell de finca, dels boscos de la zona, i per tal d'**iniciar una gestió transversal i que inclogui als diferents agents implicats (propietaris, entitats privades i organismes públics)**.

També en aquest sentit cal dir que tot sembla indicar que els Ajuts a la gestió forestal sostenible en finques de titularitat privada que es venien atorgant pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural durant el període 2007-2013, es seguiran publicant, tot i que la seva implementació anirà en base al desplegament del nou PDR 2014-2020.

Poder treballar en base aquestes eines de planificació i gestió ha de poder ajudar a que els espais forestals tornin a ser vistos com espais productius i que, per tant, tots els agents implicats en la seva preservació i conservació també procurin promoure'n la seva explotació i sostenibilitat.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals

Aquesta actuació es concreta de la següent manera:

- Promoure (i destinar esforços tècnics i econòmics) la redacció dels Plans Tècnics de Gestió i Millora Forestal (PTGMF) i dels Plans Simples de Gestió Forestal (PSGF) de les finques forestals.
- Mobilitzar i implicar els propietaris forestals en aquesta dinàmica i metodologia, per tal de millorar la gestió global, i a nivell de finca, dels boscos de la comarca.
- Aprofitar el treball en xarxa entre aquests propietaris (veure ACTUACIÓ 14).
- Iniciar una gestió transversal dels terrenys forestals, incloent als diferents agents implicats (propietaris, entitats privades i organismes públics).
- Possibilitar que els **ens de gestió dels espais naturals siguin les figures encarregades de coordinar aquestes tasques**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de Plans Tècnics de Gestió i Millora Forestal (PTGMF) i dels Plans Simples de Gestió Forestal (PSGF) de les finques forestals redactats.
- Pressupost aconseguit i invertit en la redacció implementació dels plans.
- Nombre de propietaris contactats.
- Nombre de propietaris mobilitzats.
- Nombre d'actuacions portades a terme.
- Nombre de reunions transversals portades a terme entre propietaris i els ens de gestió dels espais naturals.
- Nombre d'entitats privades i organismes implicats.
- % de finançament públic / privat.
- % d'actuacions iniciades / actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels propietaris.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Propietaris
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Ajuntaments
- Consell Comarcal

AGENTS IMPLICATS

- Propietaris
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal

	LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
	PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
	ACTUACIÓ	Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals
	• Ajuntaments • Centre Tecnològic Forestal de Catalunya • Centre de la Propietat Forestal (CPF) • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural	
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 6: Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials • ACTUACIÓ 7: Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades • ACTUACIÓ 14: Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa	

ACTUACIÓ 14

Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Com s'ha comentat en l'actuació anterior, per tal de realitzar una gestió sostenible i eficient de la superfície forestal, cal implicar de manera decidida als propietaris d'aquestes superfícies, que en una gran mesura són privats. A dia d'avui molts d'aquests propietaris estan dispersos, en ocasions hi ha dificultats en poder-los contactar i, moltes vegades, fins i tot, en saber quins són els propietaris actuals d'un bosc.

Per superar progressivament aquestes dificultats, i per implicar al conjunt de propietaris en la gestió activa d'aquests espais, oferint-los suport i interlocució, seria molt interessant fomentar que aquests propietaris s'articulessin en forma d'associació per tal de poder coordinar les actuacions d'aprofitament sostenible i manteniment d'aquestes superfícies i per tal de poder treballar de manera coordinada en aquests espais, amb el suport del Consorci de la Serra de Llaberia, a poder ser en forma de Projectes d'Ordenació Forestal.

També es podria estudiar la possibilitat d'oferir a aquests propietaris la seva adhesió a alguna associació existent, però d'àmbit supracomarcal (com l'Associació Forestal de les Comarques de Tarragona), si es demostra una dificultat notable en identificar líders o caps visibles en el sector, en determinades àrees.

En tots els casos, un cop creades aquestes entitats o adherits els propietaris a associacions ja existents, seria recomanable fomentar els contactes entre elles amb els productors de productes forestals, amb empreses de comercialització, etc, per tal de possibilitar el treball en xarxa en la gestió d'aquestes superfícies.

Val a dir que el PDR 2014-2020, a través de la seva operació 9.0.01 de "Foment del cooperativisme forestal" preveu aquest tipus d'actuacions, amb l'objectiu de fomentar la creació d'agrupacions de productors en el sector forestal , donant especial atenció a l'adaptació de la producció a les necessitats del mercat , la comercialització conjunta , inclosa la preparació i classificació per a la venda i centralització de vendes i l'organització i desenvolupament de processos innovadors.

Possibles accions a desenvolupar:

- Impulsar la vertebració dels propietaris forestals a través de la creació d'una associació o d'associacions de propietaris forestals i/o promoure que els propietaris s'adhereixin a les existents (**Associació Forestal de les Comarques de Tarragona**).
- Potenciar projectes d'ordenació forestal entre propietaris forestals i equips tècnics de gestió d'espais d'interès natural (Serra de Llaberia, etc).
- Facilitar el contacte, la col·laboració i entre les associacions de propietaris forestals i empreses de transformació i comercialització de productes forestals per tal de treballar en xarxa.
- Afavorir que les associacions de propietaris forestals puguin esdevenir empreses de gestió i comercialització de productes forestals.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Mobilitzar els propietaris forestals per a que articulin accions de forma associada i en xarxa

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions transversals portades a terme entre propietaris i els ens de gestió dels espais naturals
- Nombre de propietaris contactats.
- Nombre de propietaris mobilitzats.
- Nombre de projectes d'ordenació forestal realitzats.
- Pressupost aconseguit i invertit en la redacció implementació d'aquests projectes.

- Nombre d'associacions creades / mobilitzades.
- Nombre d'empreses de gestió i comercialització de productes forestals creades.
- % d'actuacions iniciades / actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels propietaris forestals.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Propietaris
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consell Comarcal
- Ajuntaments

AGENTS IMPLICATS

- Propietaris
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Centre Tecnològic Forestal de Catalunya
- Centre de la Propietat Forestal (CPF)
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 6: Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials
- ACTUACIÓ 7**:** Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades
- ACTUACIÓ 13: Promoure i propiciar la gestió activa i planificada dels terrenys forestals

ACTUACIÓ 15

Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI)

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els municipis declarats d'alt risc d'incendi forestal (i a la zona MBC ho són tots) han de disposar d'un Pla de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI). Aquests plans contenen mesures operatives i administratives a prendre i les infraestructures a crear per a defensar-se dels incendis forestals i disminuir-ne el risc. A més, obliga els propietaris dels terrenys forestals, les Agrupacions de Defensa Forestal i les entitats locals a prendre mesures adequades per a prevenir els incendis forestals, amb els ajuts tècnics i econòmics establerts per l'Administració. Cal dir que a dia d'avui el Consorci de la Serra de Llaberia ja disposa d'aquesta eina de planificació.

És doncs important vetllar per **la implementació continuada de les actuacions previstes en aquests plans** i per tal de que, sempre que sigui possible, els ajuts i subvencions atorgats per la prevenció d'incendis, recuperació de camins, delimitació de franges de protecció, punts d'aigua, etc. serveixin també per dinamitzar l'activitat econòmica de les petites i mitjanes empreses localitzades a la comarca.

Així doncs, es proposa:

- Propiciar que els municipis amb alt risc d'incendi forestal disposin o estiguin inclosos en un **Pla de Prevenció d'Incendis Forestals**..
- Afavorir la disposició, per part dels diferents municipis, de mitjans tècnics i econòmics mínims per estructurar i afrontar l'emergència en casos d'incendis forestals.
- Propiciar que les accions de millora en matèria de prevenció i extinció d'incendis siguin executades per petites i mitjanes empreses localitzades a la comarca.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de municipis i espais naturals que disposen del Pla de Prevenció d'Incendis Forestals.
- Pressupost aconseguit i invertit per municipis i espais naturals per afrontar emergències en cas d'incendis forestals.
- Nombre d'accions de prevenció i extinció d'incendis planificades.
- Nombre d'accions de prevenció i extinció d'incendis executades.
- Nombre d'empreses de la zona que han treballat en la implementació de les accions de prevenció.
- Superfície cremada i evolució del risc d'incendis forestals.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Propiciar la implementació de les accions previstes en els Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI)
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)
AGENTS IMPLICATS	• Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • ADF • Consell Comarcal • Ajuntaments • Propietaris
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 6: Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials • ACTUACIÓ 7**:** Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades

ACTUACIÓ 16

Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que dins les estratègies previstes pels Plans de Prevenció d'Incendis Forestals (PPI) aquesta actuació esdevé una de les més representatives, per aquest mateix motiu s'ha considerat oportú donar rang d'actuació a la millora en la xarxa de camins i pistes forestals en les àrees d'especial risc d'incendi forestal en aquest PLA D'ACCIÓ.

Disposar d'una xarxa ordenada i adequada de camins agraris – forestals esdevé un element imprescindible i un factor determinant per la correcta i eficient prevenció d'incendis, així com un element primordial en la ràpida extinció d'aquests, un cop iniciats.. En aquests casos és totalment necessari poder garantir unes condicions bàsiques (i a poder ser òptimes) per tal de que en cas d'emergència, les tasques per front al foc es puguin portar a terme de la manera més eficaç i segura possible. Per tot això, **mantenir el ferm dels camins en bon estat, amb amplades suficients**, i coordinant **l'eliminació reiterada de possibles obstacles** en forma de vegetació o pedres, són actuacions que requereixen d'esforços constants per part dels agents implicats.

Els PPI recullen part d'aquestes tasques (així com també informació i cartografia amb els principals elements d'interès en la prevenció i extinció dels incendis). Per tant és important garantir la implementació de totes aquestes actuacions per part dels agents implicats.

Tot i amb això, i coneixent la quantitat de camins i pistes forestals de la zona, cal tenir molt clar un **ordre de prioritats en l'arranjament**, per tal de poder fer front a unes sempre costoses tasques d'adequació d'aquestes infraestructures en moments, com l'actual, en els quals els recursos econòmics per a portar a terme aquestes actuacions poden ser reduïts. Cal esmentar que poder disposar d'aquesta xarxa de camins condicionada també fa més possible l'aprofitament dels recursos que els espais forestals poden oferir (llenya, fusta, estella, etc). Les empreses d'aprofitaments forestals requereixen d'una xarxa de camins en bon estat per poder accedir a aquestes masses amb garanties i bones condicions per fer sostenible aquests aprofitaments.

A més, aquest complex entramat de camins, aquesta xarxa, tal com s'ha treballat el tema del desenvolupament del senderisme a la zona, és la que acaba configurant els itineraris que fan els viatgers i esportistes per descobridor racons del paisatge de les MBC.

Afegir, que en el marc d'aquest Pla d'Acció, aquesta actuació està relacionada, per exemple, amb l'ACTUACIÓ 23 (Adequar de manera continuada la xarxa de camins) i l'ACTUACIÓ 21 (Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori) i l'ACTUACIÓ 68 (Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals

INDICADORS	
• Nombre d'accions previstes • % d'actuacions previstes / % actuacions portades a terme. • Pressupost aconseguit i invertit en l'execució d'aquestes accions. • Nombre de km de camins i pistes adequats.	• Nombre d'accions de millores de senyalització portades a terme. • % de pressupost del Pla de Senyalització destinat a la millora en la senyalització de camins i pistes.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Propietaris • ADF
AGENTS IMPLICATS	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Consell Comarcal • Ajuntaments • Propietaris • ADF
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 5: Millorar de forma contínua la xarxa de camins agraris • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 23: Adequar de manera continuada la xarxa de camins • ACTUACIÓ 68: Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins del Baix Camp

ACTUACIÓ 17

Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Coincidint amb el procés de redacció i tramitació del *Pla Estratègic de Biomassa Forestal* a nivell català, és important poder disposar d'informació real del territori per poder generar actuacions de desenvolupament del sector a la zona. En el context comarcal resulta imprescindible tenir en compte l'exemple del Consorci de la Serra de Llaberia, precursor en promoure la realització d'estudis en aquest sentit, per tal de potenciar l'aprofitament, comercialització i ús de la biomassa en un entorn comarcal i/o supracomarcal. En aquest sentit el Consorci va participar en el projecte InnoBiomassa, a través del qual el Centre Tecnològic Forestal de Catalunya redactà l'*Informe de Disponibilitat de Biomassa al Priorat i Ribera d'Ebre*, document que pot servir d'exemple i de base per a un estudi d'aprofitament de la biomassa al Baix Camp.

Així, també es proposa en aquesta actuació, i reprenent l'exemple del Consorci de la Serra de Llaberia, impulsar la redacció d'un **estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa** del conjunt de la zona (també el Consorci n'impulsà un per a l'àmbit MIDIT, Vandellòs i Hospitalet de l'Infant, Tivissa i Pratdip).

Aquest estudi hauria d'integrar les següents qüestions:

- **Quantificar les existències reals i potencials de biomassa** forestal a la zona, i per tant potenciar l'aprofitament de la biomassa km.0 (producció a la zona).
- **Cartografiar els estocs, tenint en compte graus d'accessibilitat.**
- **Assessorar a propietaris i productors sobre les diferents etapes del procés productiu.**

En un altre ordre de coses, però també en relació amb tot aquest procés d'implantació de la biomassa, seria important fer referència al foment de la utilització de les estructures de les cooperatives agràries de la zona i de possibles treballadors / pagesos interessats, envers la gestió forestal. D'aquesta manera, aquesta seria una possible alternativa per diversificar les seves tasques. Seria convenient que des del servei de Promoció Econòmica del Consell Comarcal, per exemple, s'oferís la possibilitat de generar, o acompanyar en la redacció i definició, plans de negoci per a aquestes estructures / persones en aquesta nova vessant empresarial.

Cal recordar que l'impuls de les energies renovables, tot i l'entorn estructural desfavorable en política energètica a nivell estatal, és fonamental per poder evolucionar cap a un model energètic i territorial sostenible i que alhora, en el cas concret de la biomassa, pot afavorir el desenvolupament de noves activitats i la creació de llocs de treball en el territori i que treballen pel territori.

Per tot això, es proposa portar a terme les accions que tot seguit es detallen:

- Aconseguir finançament per tal d'impulsar **estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa de la zona**.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal

- Establir l'empresa o entitat encarregat de redactar-lo.
- Implementar les accions que d'ell en derivin.
- Involucrar els propietaris forestals en aquest projecte i visió.
- Assessorar les cooperatives agràries i/o a agricultors en la possibilitat de dedicar-se a oferir serveis de gestió forestal.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Pressupost aconseguit i invertit en la redacció d'un **Estudi d'aprofitament energètic de la biomassa forestal**.
- Nombre d'accions derivades de l'estudi implementades.
- % d'actuacions portades a terme / total d'actuacions.

- Nombre de propietaris forestals contactats.
- Nombre de propietaris forestals mobilitzats.
- Nombre de reunions d'assessorament realitzades a cooperatives i agricultors.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- LEADER
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- UE
- Centre Tecnològic Forestal de Catalunya
- Propietaris forestals

AGENTS IMPLICATS

- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consorci Leader (GAL)
- Propietaris
- Centre Tecnològic Forestal de Catalunya
- Centre de la Propietat Forestal (CPF)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 18: Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica • ACTUACIÓ 43: Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos • ACTUACIÓ 44: Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals

ACTUACIÓ 18

Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Una de les principals dificultats a la que ens enfrontem en relació a la implantació i desenvolupament del sector productiu de la biomassa a la zona és el de la manca de demanda. El fet d'augmentar la demanda de biomassa faria mobilitzar un sector econòmic que encara és força reduït però que, per tant, té gran capacitat de creixement. Per poder propagar el concepte de sostenibilitat energètica i poder fer efectiva una gestió eficient de boscos locals cal reclamar que el sector receptiu d'aquesta matèria també es desenvolupi. És molt difícil lluitar per potenciar el desenvolupament d'empreses que treballin el bosc i n'obtinguin biomassa si després aquests productes no tenen sortida al mercat.

Per aquest motiu, cal que des de les administracions, ja que es tracta d'un tema estratègic, es portin a terme actuacions decidides per augmentar la demanda d'aquesta font energètica. En aquest cas es proposa definir un **pla d'implantació i foment de l'ús d'aquesta font energètica a la zona**, a través del qual **es detectin potencials consumidors a la zona**, **es defineixin estratègies per a potenciar la instal·lació i ús de les calderes de biomassa en nous habitatges o en rehabilitacions**.

Així, cal fer partícips als propis instal·ladors d'aquest objectiu, per tal de que siguin conscients dels beneficis de potenciar aquesta font energètica, treballar també el foment a tècnics i arquitectes, ampliant-ne la formació específica i, evidentment (tot i que es cita en una actuació específica d'aquest document, l'ACTUACIÓ 44), impulsar un compromís dels Ajuntaments per a utilitzar-la en administracions i equipaments municipals.

En aquest sentit, doncs, es proposa implementar les següents accions:

- Impulsar la redacció i execució d'un **pla de foment de la utilització de la biomassa** a la zona/comarca (o establir un conveni amb alguna empresa de serveis energètics, per tal de que el redacti).
- Detectar potencials consumidors a la zona / comarca.
- Definir estratègies per a potenciar la instal·lació i ús de les calderes de biomassa en nous habitatges o en rehabilitacions.
- Aconseguir que instal·ladors, tècnics i arquitectes siguin conscients dels beneficis de potenciar aquesta font energètica.
- Dissenyar formació específica per aquests perfils tècnics per tal de que integrin aquest tipus de calderes en els seus projectes.
- Impulsar l'ús de la biomassa en ajuntaments i equipaments públics (veure l'ACTUACIÓ 44).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica

INDICADORS	
• Pressupost aconseguit i invertit en la redacció d'un **pla d'implantació i foment de la biomassa**. • Empreses de serveis energètics contactades per portar a terme aquest pla. • Nombre d'accions derivades de l'estudi implementades. • % d'actuacions portades a terme / total d'actuacions del pla. • Nombre de campanyes impulsades per detectar potencials consumidors a la zona / comarca.	• Nombre de sessions de formació o reunions portades a terme amb instal·ladors, tècnics i arquitectes, per la potenciació de la biomassa. • Nombre de reunions i accions mantingudes amb ajuntaments, per tal de Impulsar l'ús de la biomassa en ajuntaments i equipaments públics). • Nombre d'accions executades en equipaments públics. • Costos i estalvi econòmic derivat d'aquests canvis d'energia.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • LEADER • Consell Comarcal • Ajuntaments • Empreses de serveis energètics • Centre Tecnològic Forestal de Catalunya • Propietaris forestals
AGENTS IMPLICATS	• Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci Leader (GAL) • Propietaris • Empreses de serveis energètics • Centre Tecnològic Forestal de Catalunya • Centre de la Propietat Forestal (CPF)
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 17**:** Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal • ACTUACIÓ 43: Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos • ACTUACIÓ 44: Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals

ACTUACIÓ 19

Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de minimitzar el risc d'incendis forestals a les superfícies boscoses de la zona MBC, i per tal de complementar els processos de gestió forestal que es contemplen en aquest Pla d'Acció, es planteja la necessitat de posar les bases per impulsar la ramaderia extensiva en aquestes superfícies, que ajudi a disminuir la càrrega de combustible present en les masses boscoses i alhora garanteixi el rendiment forestal futur. Aquesta activitat esdevé una mesura eficient, econòmica i ecològica per garantir la preservació i millora d'hàbitats, en la conservació de la biodiversitat i en la funcionalitat dels ecosistemes.

Cal dir que des del Consorci de la Serra de Llaberia ja s'han plantejat actuacions per tal de potenciar (i alhora gestionar i controlar) aquesta activitat. Per exemple el Consorci és una entitat col·laboradora de l'Escola de Pastors de Catalunya del Projecte Grípia (projecte que té el suport del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, el Departament de Territori i Sostenibilitat, l'Obra Social "la Caixa" i el Departament d'Empresa en el marc del "Pla de Garantia Juvenil"), i en l'edició de 2015 d'aquesta escola, ofereix la possibilitat d'acollir els alumnes d'aquesta escola per fer-hi les pràctiques.

L'Escola doncs dóna una formació força completa de l'activitat, que es complementa amb la realització d'unes pràctiques al territori. Per tant seria interessant treballar en dues direccions: ampliar la superfície de boscos susceptibles de rebre aquests alumnes en pràctiques i, en segon lloc, fomentar que joves del territori vegin aquesta activitat com una sortida professional real, i que es plantegin formar-se i dedicar-s'hi professionalment.

Per donar visió global i integrada, i alhora continuïtat, a totes aquestes actuacions, es proposa realitzar un **pla per a la implantació i gestió de pastures**, a través del qual es fomenti la captació i assessorament a nous pastors, i per tal de que l'activitat de que aquests nous pastors estigui supervisada i en consonància amb les necessitats del territori en aquest sentit.

Igualment és important recordar que la implantació d'aquesta activitat porta associada una activitat de transformació agroalimentària (carn, formatges, etc) a la qual també s'ha de donar suport i potenciació (a través dels ajuts LEADER).

Per tot el que s'ha exposat, es planteja:

- Impulsar la realització d'un **Pla per a la implantació i gestió de pastures**.
- A través de les accions que derivin d'aquest pla, aconseguir l'objectiu de captar i assessorar nous pastors.
- Possibilitar que més terrenys i zones de la comarca puguin rebre alumnes del Projecte Grípia, i per tant donar a conèixer el territori també a potencials nouvinguts, en base a aquesta activitat.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
ACTUACIÓ	Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis

- Coordinar la implantació d'aquesta activitat en el territori.
- Consensuar **entre els ens de gestió dels espais naturals** polítiques de foment d'aquesta activitat.
- Assessorar i acompanyar els pastors en les potencialitats i opcions que ofereix la seva activitat (apostar també per les activitats de transformació i comercialització – per exemple, a través del suport dels ajuts Leader).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Pressupost aconseguit i invertit en la redacció d'un **Pla per a la implantació i gestió de pastures**.
- Nombre d'accions derivades de l pla implementades.
- % d'actuacions portades a terme / total d'actuacions del pla.
- Nombre de pastors o potencials pastors assessorats.
- Nombre de pastors o potencials pastors captats per portar a terme la seva activitat a la comarca.

- Nombre de reunions amb propietaris forestals.
- Superfície i nombre de finques de la comarca participants en projectes de foment de la ramaderia.
- Nombre de pastors assessorats per portar a terme accions de transformació i/o comercialització de productes.
- Inversió generada en activitats de transformació i/o comercialització de productes.
- Nombre de reunions portades a terme entre ajuntaments i els ens de gestió dels espais naturals.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- LEADER
- Ajuntaments
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades

AGENTS IMPLICATS

- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consorci Leader (GAL)
- Propietaris
- Centre Tecnològic Forestal de Catalunya
- Centre de la Propietat Forestal (CPF)

	LÍNIA ESTRATÈGICA	**PRESERVACIÓ, VALORITZACIÓ I APROFITAMENT DE L'ENTORN I EL PAISATGE**
	PROGRAMA	**PROMOCIÓ DE LA GESTIÓ ACTIVA DELS ESPAIS FORESTALS PER GARANTIR-NE LA SEVA SOSTENIBILITAT**
	ACTUACIÓ	Fomentar l'activitat ramadera extensiva de forma integral, com a aliada en la lluita contra els incendis
	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat)	
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 6: Consolidar el Consorci de la Serra de Llaberia, i augment dels seus recursos econòmics, tècnics, de gestió, humans i materials • ACTUACIÓ 7**:** Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades	

PROGRAMA

TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT

ACTUACIÓ 20

Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Amb la intenció de **fomentar accions de mobilitat sostenible** a la zona, que ajudessin a **reduir l'ús dels vehicles privats i a tendir a propiciar l'ús del transport públic** en desplaçaments quotidians i/o de visitants i turistes, es proposa la redacció d'un **Pla Comarcal de Mobilitat Sostenible.**

És necessari que aquest Pla que integri en primera instància i principalment **un estudi per la millora del transport públic de la zona**, amb accions a implementar per millorar el servei i que alhora **fomenti la integració dels diferents tipus de transport públic,** tenint en compte tant les necessitats dels residents (i horaris laborals, comercials, etc) com les dels turistes i visitants, entre d'altres accions.

Aquest Pla haurà d'integrar els objectius, necessitats i accions que deriven de la redacció i implementació de **Plans d'Acollida Turística** i de redistribució de fluxos (ACTUACIÓ 26). A més, evidentment, com a part integrant d'aquest document, o com a document a banda, haurà d'incloure el **Pla de Senyalització** (ACTUACIÓ 7).

També en aquest sentit, és important incidir, en la creació de productes turístics, en la conveniència de fomentar la utilització del transport públic combinat amb l'estada a la destinació.

També en aquest sentit, per exemple, serà important incidir en productes turístics en els quals la mobilitat hi té un paper fonamental (touring, miradors, etc), en els quals cal fomentar la utilització del transport públic / col·lectiu.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció del Pla.
- Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics / entitats per concretar les accions del Pla.
- Nombre d'accions previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació.

- Evolució en el nombre de desplaçaments amb transport privat / transport públic.
- Evolució en les freqüències del transport públic.
- Nombre d'usuaris del transport públic abans i després de la implementació del Pla.
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels turistes en relació al transport públic de la comarca.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Territori i Sostenibilitat • Consell Comarcal • Ajuntaments • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Departament de Territori i Sostenibilitat • Ministeri de Foment • Diputació de Tarragona • ADIF • Consell Comarcal • Ajuntaments • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 24: Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística • ACTUACIÓ 25: Millora de les freqüències i de les condicions generals del servei ferroviari • ACTUACIÓ 26: Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos • ACTUACIÓ 27: Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius • ACTUACIÓ 36: Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis

ACTUACIÓ 21

Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les Muntanyes del Baix Camp són un territori que presenta, a nivell general, i com molts altres territoris rurals de Catalunya, una senyalització poc integrada, amb notables deficiències i amb àmplia capacitat de millora. Pocs municipis disposen d'una senyalització actualitzada, moderna i clarificadora per a visitants i turistes. Durant els darrers anys, i en molts casos coincidint amb els objectius i actuacions del Pla de Foment, es va portar a terme una senyalització molt vàlida en els nuclis i en la xarxa de senders de la zona. En aquest sentit concret, el territori sí que disposa d'una senyalització adequada (tot i que evidentment cal destinar esforços continus de millora i conservació). Però per exemple la senyalització en carreteres presenta mancances importants.

Per tant la prioritat a dia d'avui és impulsar la redacció d'un **Pla de Senyalització**, que integri les necessitats de senyalització tant en les carreteres com en nuclis urbans de la zona. Cal que el Consell Comarcal lideri el projecte per tal de que la vertebració i el grau de consens sobre el Pla sigui el més ampli possible.

Així, es considera fonamental el treball coordinat entre agents públics i privat per tal de que aquest Pla sigui útil, eficient i eficaç. En aquests treballs l'administració ha de ser qui vertebri i lideri el pla de senyalització, per tal de garantir la homogeneïtzació d'aquesta senyalització a tot el territori, però es considera fonamental articular mecanismes per tal de fomentar la participació dels agents econòmics de la zona, ja sigui a través de la **Taula de Turisme** (ACTUACIÓ 73), **o l'Associació de Comerços** (ACTUACIÓ 93), per exemple. Així mateix, es considera important que el **sector privat assumeixi part dels costos materials d'aquest Pla**.

Aquest pla haurà de recollir les següents temàtiques:

- Inventari dels elements a senyalitzar.
- Proposta dels llocs d'ubicació dels senyals.
- Proposta de senyalització, a nivell de disseny dels senyals
- Participar en la coordinació de l'execució d'aquestes propostes sobre el territori.

A nivell de carreteres, evidentment caldrà seguir mantenint diàleg amb el Departament de Territori i Sostenibilitat per millorar aquesta senyalització i per influir en els criteris que permetin la seva instal·lació sempre que es consideri adequat des del punt de vista paisatgístic i socioeconòmic.

Aquesta actuació té relació directa amb l'ACTUACIÓ 35, de senyalització turística i amb l'ACTUACIÓ 97, de senyalització comercial, i de manera indirecta, amb moltes altres d'aquest Pla d'Acció (que apareixen llistades en aquesta fitxa).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció del Pla.
- Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics / agents privats per concretar les accions del Pla.
- Nombre d'accions previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació.
- Nombre de km de vies senyalitzades.

- Nombre de rutes senyalitzades.
- % de pressupost públic / privat.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels usuaris / turistes en relació a la senyalització de la comarca.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament de Territori i Sostenibilitat
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consells Reguladors
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Establiments turístics, comercials, etc.

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Consells Reguladors
- Empresaris turístics
- Associacions de comerciants
- Departament de Territori i Sostenibilitat
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Departament d'Empresa i Ocupació

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 3**:** Conservar, valoritzar i potenciar els mosaics que conformen el paisatge agrícola
- ACTUACIÓ 4: Recuperar, adequar i potenciar el patrimoni de pedra seca
- ACTUACIÓ 5: Millorar de forma contínua la xarxa de camins agraris
- ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure
- ACTUACIÓ 16: Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals
- ACTUACIÓ 20**:** Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible
- ACTUACIÓ 23: Adequar de manera continuada la xarxa de camins
- ACTUACIÓ 27: Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius
- ACTUACIÓ 32: Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis
- ACTUACIÓ 35: Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada
- ACTUACIÓ 36: Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis
- ACTUACIÓ 58: Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local
- ACTUACIÓ 68: Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins
- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
- ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants
- ACTUACIÓ 97: Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis

ACTUACIÓ 22

Garantir la millora contínua en la xarxa de carreteres

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Garantir la millora contínua en la xarxa de carreteres

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que la xarxa de carreteres de la zona presenta a dia d'avui un bon estat general, la millora contínua en aquestes vies és important per tal de possibilitar una correcta cohesió territorial i social de tots els nuclis i habitants de la zona. Així, tot i que l'estat general de les vies ha millorat notablement en els darrers anys, també trobem a la zona algunes destacades excepcions. Un cas a remarcar, per exemple, és el de la C-242 entre les Borges del Camp (Baix Camp) i Torrebesses (Segrià), en la qual hi havia prevista una millora integral del seu recorregut i en la qual s'hi han anat fent només millores en llocs molt puntuals, tot i ser un eix vertebrador de la zona Cornudella – Ulldemolins - Prades. Cal tenir en compte que aquesta via és la que ha de donar vertebració al futur conglomerat PN Muntanyes de Prades i PN Serra de Montsant.

Un dels altres eixos de la zona és la N-420. En aquesta via principalment cal encarar i reemprendre el projecte de la variant de Riudecols (que fins i tot disposava de partida per a la seva execució en els Pressupostos Generals de l'Estat, a través del Ministeri de Foment), i que actualment es troba aturat justament per manca de finançament.

En general doncs, en cap cas s'està parlant de fer una renovació total de la xarxa sinó de **garantir a la població la millora constant de les vies** en mal estat o que presenten punts crítics, ja sigui a nivell de ferm, amplada, mala visibilitat, o revolts perillosos.

Evidentment cal que aquestes actuacions de millora respectin i s'integrin en el territori i tinguin el mínim impacte ambiental possible. En tot cas, disposar d'una bona i regularment revisada xarxa de vies és un dels factors més importants per tal de possibilitar als habitants de la zona (avesats la majoria a haver de fer molts desplaçaments), i als visitants i turistes, a disposar d'una major seguretat en els diferents trajectes a realitzar, ja siguin fets en cotxe particular o transport públic, i alhora ajuda a augmentar l'accessibilitat a determinats municipis / zones.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de trams amb deficiències detectats.
- Km de carreteres millorats.
- Pressupost de les millores efectuades.
- Nombre de reunions efectuades entre administracions (local, catalana, central), per concretar accions de millora.
- Evolució en el nombre de vehicles que transiten en les vies millorades.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Garantir la millora contínua en la xarxa de carreteres

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Territori i Sostenibilitat • Ministeri de Foment • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament de Territori i Sostenibilitat • Diputació de Tarragona • Ministeri de Foment • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 20: Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori

ACTUACIÓ 23

Adequar de manera continuada la xarxa de camins

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Adequar de manera continuada la xarxa de camins

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els camins del Baix Camp configuren una xarxa de vertebració de bona part del territori, que complementa la xarxa de carreteres. Aquesta xarxa de camins ha de ser millorada de manera regular i contínua, bàsicament a nivell de **millora de ferms i amplades**, sempre tenint en compte la configuració i respecte per l'entorn i, per tant, evitant impactes ambientals agressius.

Convé **prioritzar la millora dels camins que esdevinguin connexions entre nuclis, els camins agraris de major utilització i l'accés als punts d'interès turístic i/o patrimonial. A més, cal millorar / unificar la senyalització en aquestes vies i garantir la qualitat paisatgística del propi traçat, i identificant i potenciant possibles punts d'interès paisatgístic** al llarg dels seus recorreguts que puguin esdevenir miradors per valoritzar el paisatge.

És important tenir en compte la possibilitat que deriva de l'operació 4.3.01 del PDR, que fa referència a Infraestructures rurals: concentració parcel·laria i camins rurals, i a través de la qual, tant l'administració local com els propietaris particulars poden optar a ajudes per finançar actuacions en aquest sentit, així com fer els estudis i/o inventaris previs per a la projecció i execució de les obres, l'actualització i revisió del catàleg o plans de camins i redacció dels projectes d'execució d'aquestes actuacions.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de trams de camins amb deficiències detectats.
- Km de camins millorats.
- Pressupost de les millores efectuades.
- Nombre de reunions efectuades entre administracions i agents per concretar i prioritzar accions de millora.

- Evolució en el nombre d'usuaris que utilitzen aquests camins millorats.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Grau de satisfacció de la població / usuaris respecte les actuacions portades a terme.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Adequar de manera continuada la xarxa de camins

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Departament de Territori i Sostenibilitat • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Ajuntaments • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament de Territori i Sostenibilitat • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Consell Comarcal • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 16: Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 67: Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics • ACTUACIÓ 68: Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins

ACTUACIÓ 24

Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Poder disposar d'un transport públic de qualitat és fonamental per a qualsevol societat. Les oportunitats que deriven del fet de disposar d'una xarxa ben estructurada, les opcions que ofereix a pobladors actuals o potencials i a visitants, esdevenen pilars sobre els quals estructurar un model de desenvolupament territorial. Per tant, és imprescindible seguir apostant i incidint en la millora d'una xarxa que a dia d'avui és totalment insuficient i inconnexa, i que no permet esdevenir una alternativa real a l'ús majoritari del vehicle privat.

Així, cal d'una banda pressionar les administracions públiques competents (Departament de Territori i Sostenibilitat) a portar a terme les inversions i millores d'estructura que la zona requereix, per comunicar-la de la manera més vertebrada possible amb la zona de costa, i amb Reus / aeroport / AVE). S'hauria d'aconseguir que aquest Departament realitzés un ***Estudi de Millora del Transport Públic a la comarca del Baix Camp (o zona MBC)***, en el qual es detallessin les actuacions de millora necessaris per fer d'aquest sistema de transport públic un sistema adequat als temps i entorn que ens toca viure i que s'hi assumissin els compromisos corresponents en base a la implementació d'aquestes actuacions i inversions.

En aquest sentit, caldria que aquest estudi integrés les següents qüestions:

- Increment de serveis de transport de línia regular.
- Nous serveis de transport a la demanda.
- Millora dels serveis ferroviaris (ACTUACIÓ 25, de millores del servei ferroviari).
- Millores i integracions tarifàries
- Millora global de la informació: Millora de la informació a les parades i edició d'una guia del transport públic de la zona/ comarca.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Evolució en el nombre d'usuaris del transport públic.
- Evolució en les freqüències i serveis de transport públic.
- Evolució en el servei a demanda de transport públic.
- Nombre de millores efectuades en parades.
- Nombre de campanyes de sensibilització d'ús del transport públic i material gràfic de difusió editat.
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels turistes en relació al transport públic de la zona.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Territori i Sostenibilitat • Ministeri de Foment (RENFE / ADIF) • Consell Comarcal • Departament d'Ensenyament
AGENTS IMPLICATS	• Departament de Territori i Sostenibilitat • Ministeri de Foment (RENFE / ADIF) • Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament d'Ensenyament • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 20: Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible • ACTUACIÓ 25: Millora de les freqüències i de les condicions generals del servei ferroviari • ACTUACIÓ 27: Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius

ACTUACIÓ 25

Millora de les freqüències i de les condicions generals del servei ferroviari

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Millora de les freqüències i de les condicions generals del servei ferroviari

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per la zona centre-sud de la zona MBC hi transcorre la línia ferroviària de Barcelona a Saragossa per Móra i Casp, amb diverses parades a la zona, com són les Borges del Camp, Botarell – Riudecanyes i Duesaigües – l'Argentera. Actualment la ruta ferroviària que ofereix servei a aquestes estacions és l'anomenada R-15 de Regionals de Catalunya que connecta Barcelona amb Riba-roja d'Ebre, passant per Tarragona i Reus. L'R15 ofereix serveis de tipus Regional, Regional Exprés i Catalunya Exprés.

A dia d'avui però, el nombre de trens que fan parada a la zona és certament reduït, també degut en part del poc ús que es fa d'aquest mitjà, per la popularització (i necessitat) de l'ús del vehicle privat.

Tal com s'ha comentat en l'ACTUACIÓ 24, de consolidar l'oferta de transport públic, la realització d'un ***Estudi de Millora de Transport Públic***, en el qual es detallessin les actuacions a portar a terme en aquest àmbit, podria ser un pas important en vitalitzar i donar millor cobertura i servei pel que fa al transport públic i, per tant també, al ferroviari.

Com ja s'ha dit, és important vetllar perquè les propostes que deriven d'aquest estudi siguin implementades. En el cas concret del servei ferroviari, caldria incidir en que l'estudi fes referència a les següents qüestions:

- Millorar la fiabilitat dels serveis (actuacions per a la millora de la seguretat, funcionalitat i fiabilitat del servei de Rodalies de Catalunya (línia R15).
- Substitució dels actuals trens per unitats remodelades: Cal dir que en el marc del contracte de servei públic per a la prestació dels serveis ferroviaris de rodalies i regionals de titularitat de la Generalitat de Catalunya sobre la xarxa ferroviària d'interès general es preveu la substitució de les unitats 470 de la línia R15 per unitats 447 remodelades.
- Millora en l'oferta de serveis: La millora dels serveis ferroviaris a la zona s'analitzarà en el marc de l'estudi de reconfiguració de la xarxa de Rodalies de Catalunya que impulsa el DTES.

Tal com es veu, aquestes **qüestions requeriran de seguiment per a la seva aplicació i implementació**. Per aquest motiu, les **administracions del territori han de seguir posant mitjans i fent pressió política per tractar d'augmentar el nombre de trens que fan parada a la zona**, tant per afavorir els desplaçaments dels habitants actuals, com per atraure nous pobladors als municipis propers a les estacions, com per facilitar l'arribada de turistes a través d'aquest mitjà de transport, que a dia d'avui és minoritària.

Disposar d'aquest mitjà de transport ha de poder ser aprofitat en major mesura i ha de poder ser una via d'entrada de visitants a la zona molt major a la que ho és actualment. Per això es requereix una **millora de la xarxa i del servei ferroviari, però també una aposta de vertebració del transport públic i la de poder oferir serveis associats de transfer / taxi** a turistes un cop arribats a l'estació. I per això es requereix **millorar les infraestructures de rebuda i millorar-hi la informació existent en les estacions**.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Millora de les freqüències i de les condicions generals del servei ferroviari

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS	
• Evolució en les freqüències del serveis de transport ferroviari. • Evolució en el nombre d'usuaris del transport ferroviari. • Nombre i pressupost de les millores efectuades en parades.	• Nombre de campanyes de sensibilització d'ús del transport ferroviari i material gràfic de difusió editat. • Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme. • Grau de satisfacció dels turistes en relació al transport ferroviari a la comarca.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ministeri de Foment (RENFE / ADIF) • Departament de Territori i Sostenibilitat
AGENTS IMPLICATS	• Ministeri de Foment (RENFE / ADIF) • Departament de Territori i Sostenibilitat • Ajuntaments • Consell Comarcal • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 20: Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible • ACTUACIÓ 24: Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística

ACTUACIÓ 26

Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que a dia d'avui no hi ha acusats problemes d'hiperfreqüentació als municipis de les MBC, és important que la zona comenci a posar les bases per gestionar d'una forma acurada l'acollida dels turistes que arriben, la seva mobilitat pel territori i el seu flux pels principals pols i atractius turístics. Així, la zona pot anticipar-se a potencials dinàmiques no positives futures, i per tant preveure-les i evitar que es desenvolupin.

El turisme a les MBC no és, actualment, un fenomen massificat però cal tenir molt en compte que un dels seus grans atractius és precisament aquest fet, la possibilitat de gaudir d'un territori i de la seva riquesa amb tranquil·litat. Aquest és un dels principals actius turístics de la zona i per tant cal preservar-lo.

Per tant, encara que l'afluència turística no sigui massiva, cal gestionar-la molt bé per tal d'evitar que les dificultats de mobilitat, de gaudi del territori, de visites tranquil·les i enriquidores deixin de ser-ho i esdevinguin una experiència negativa, fet que aniria, sens dubte, en contra del prestigi de la zona. La finalitat última dels gestors turístics hauria de ser que l'experiència del viatge de cadascun d'aquests visitants sigui plaent i positiva, i també beneficiosa pel propi territori i la seva gent.

Cal, doncs, evitar situacions incòmodes entre els propis turistes, o fins i tot entre el ciutadans, i per això és necessària una planificació que vetlli per l'encaix del turisme i dels turistes a la zona, i que ajudi a redistribuir el flux de visitants de la millora manera possible entre els recursos turístics existents. Així, cal dur a terme també mesures per segmentar els turistes per centre d'interès de la zona. A partir d'aquí cal millorar i agilitzar el flux de visitants pels diferents espais turístics.

Per tot això, es proposa portar a terme les accions que tot seguit es detallen:

- Analitzar la capacitat d'acollida i atenció turística de la zona d'acord amb les característiques del territori i en relació als impactes generats pel turisme, en forma de **Pla/ns d'Acollida Turística**.
- Implementar les accions que derivin d'aquest/s pla/ns, per tal de garantir una distribució de fluxos turístics satisfactòria per al visitant.
- Integrar els **Plans d'Acollida** amb les accions derivades del **Pla Comarcal de Mobilitat Sostenible** (ACTUACIÓ 20).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos

INDICADORS	
• Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció del/s Pla/ns. • Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics / entitats per concretar l'abast del/s Pla/ns. • % pressupost públic / privat.	• Nombre d'accions previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació. • Evolució en la freqüentació i dels fluxos de turistes en els espais més visitats. • Evolució en el grau de satisfacció de l'experiència turística dels visitants.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Empresa i Ocupació • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Consell Comarcal • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Parc Científic Tecnològic de Turisme i Oci -URV • Departament d'Empresa i Ocupació • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Diputació de Tarragona
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 8: Valoritzar i potenciar les Zones d'Interès Paisatgístic (ZIP) • ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure • ACTUACIÓ 20: Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible • ACTUACIÓ 45: Millorar la recollida i la gestió dels residus en els punts de major freqüentació turística

ACTUACIÓ 27

Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les Muntanyes del Baix Camp (potenciades turísticament sota la marca Muntanyes del Baix Camp) són una zona que treballa per esdevenir una destinació turística atractiva i de qualitat lligada a una imatge de respecte pel medi ambient, de sensibilització envers l'entorn natural i amb una clara vocació per fer del seu paisatge i tot allò que l'envolta i que s'hi interrelaciona, el seu element essencial identitat i, alhora, d'atractiu turístic.

És en aquest sentit que cal que es treballi en accions cada vegada més avançades per a la preservació del medi i per fomentar una descoberta de la zona lligada a aquest respecte per la natura. Per tal d'aconseguir aquests objectius es treballarà per posar en marxa accions que permetin assolir aquests objectius:

- Elaborar un llistat de recomanacions, basat en el **Pla de Mobilitat Sostenible** (veure ACTUACIÓ 20), disponible a internet i a establiments i espais turístics.
- Elaborar material de sensibilització sobre el transport no contaminant disponible a internet i a establiments i espais turístics.

Cal tenir en compte que per possibilitar aquesta descoberta del territori en base a aquests mitjans, cal possibilitar el desenvolupament d'altres actuacions, també recollides en aquest document, com per exemple:

- Fer tasques de manteniment i de millora a la xarxa de camins que permet unir tots els pobles per camins tradicionals (ACTUACIÓ 23), i la millora dels senders (ACTUACIÓ 68)
- Millorar la senyalització turística de la xarxa de camins, a través d'un **Pla de Senyalització** (ACTUACIÓ 21).
- Millorar les comunicacions amb transport públic amb zones més poblades del país per permetre l'arribada de turistes a través d'aquest transport (ACTUACIÓ 24).
- Millorar la freqüentació i l'arribada de transport públic als municipis de la zona i als principals espais d'interès turístic, cultural i natural (ACTUACIÓ 24).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**TENDIR CAP A UN MODEL SOSTENIBLE I INTEGRAT DE MOBILITAT**
ACTUACIÓ	Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius

INDICADORS	
• Nombre de recomanacions realitzades per a la millora de la mobilitat. • Nombre de material de sensibilització i informació sobre el transport no contaminant editat. • Nombre d'accions de manteniment i millora de la Xarxa de Camins i pressupost d'aquestes accions. • Nombre de senyals de la xarxa de camins canviats i arreglats.	• Km de camins habilitats per facilitar la comunicació a peu, en bicicleta o en altres mitjans poc contaminants. • Nombre de rutes creades i millorades. • Evolució en les freqüències dels serveis de transport públic i nombre d'accions per a la combinació d'aquestes freqüències amb l'inici de rutes en bicicleta, a peu, etc. • Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme. • Grau de satisfacció dels turistes en relació al transport ferroviari a la comarca.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament de Territori i Sostenibilitat
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 20: Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 24: Consolidar l'adequació de l'oferta de transport públic a les necessitats de la població i de la demanda turística • ACTUACIÓ 68: Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins

LÍNIA ESTRATÈGICA 2

L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR

PROGRAMA

MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT

ACTUACIÓ 28

Garantir la connectivitat i les cobertures de les tecnologies de la informació

LÍNIA ESTRATÈGICA	ORDENACIÓ D'UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT
PROGRAMA	MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT
ACTUACIÓ	Garantir la connectivitat i les cobertures de les tecnologies de la informació

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

A dia d'avui, per tal de poder fer que els municipis de les MBC siguin més atractius i competitius a nivell econòmic, per afavorir la implantació de noves activitats i per millorar la qualitat de vida de la població, és totalment imprescindible millorar la xarxa de telecomunicacions d'aquesta zona.

Tot i que al llarg dels darrers anys s'han portat a terme actuacions de millora en aquesta xarxa i que molts municipis han apostat per oferir serveis d'aquests tipus a les seves poblacions (p.e. wifi), a dia d'avui aquests serveis encara presenten a nivell global moltes mancances (en el document de diagnosi es detallen les cobertures de banda ampla i telefonia mòbil a la zona).

Per tot això seria important **tenir ben reportades i actualitzades aquestes mancances** bàsicament a nivell de banda ampla i de cobertura de telefonia mòbil al territori i tractar de solventar-les a través d'**acords amb la Direcció General de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya**.

Paral·lelament, per compensar la dificultat de que les operadores de telefonia s'implantin al territori ja que busquen rendibilitats en les seves inversions que malauradament els territoris rurals no sempre els hi poden oferir, des de les pròpies institucions del territori es podria impulsar la redacció d'un **estudi que recollís les inversions a realitzar** per tal de **facilitar el desplegament d'aquestes operadores al territori, i que pugui ser el propi territori qui ofereixi les infraestructures bàsiques** per aquest desplegament.

Evidentment, caldria instar a que aquestes instal·lacions complissin i garantissin el màxim nombre de criteris de minimització d'impacte paisatgístic possible.

El desenvolupament econòmic i social de la zona passa en gran mesura per poder disposar d'aquests serveis i més si es té en compte que la connectivitat és un factor clau en el sector turístic i en les possibilitats de generar noves vies o opcions de negoci (per exemple, veure ACTUACIÓ 86, Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori) i en l'expansió o creixement de les que ja estan establertes al territori.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ORDENACIÓ D'UN TERRITORI QUE VOL PRESERVAR I POTENCIAR LA SEVA IDENTITAT**
PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
ACTUACIÓ	Garantir la connectivitat i les cobertures de les tecnologies de la informació

INDICADORS	
• Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció de l'**estudi d'inversions a realitzar**. • Nombre de reunions efectuades entre agents locals i companyies de telecomunicacions / telefòniques. • Nombre d'accions previstes en el l'estudi, i pressupost necessari per a la seva implementació. • Nombre d'accions portades a terme.	• Evolució en la distribució de superfícies i zones amb increment de cobertura i connectivitat. • Evolució en el nombre d'usuaris en TIC. • Grau de satisfacció de la població /usuaris respecte les millores realitzades. • Grau de satisfacció dels visitants / turistes en relació a la connectivitat i cobertures a la comarca.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Direcció General de Telecomunicacions i Societat de la Informació • Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació de la Generalitat de Catalunya (CTTI) • Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme -Secretaria d'Estat de telecomunicacions i societat de la informació- • Empreses de telecomunicacions • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	• Direcció General de Telecomunicacions i Societat de la Informació • Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació de la Generalitat de Catalunya (CTTI) • Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme -Secretaria d'Estat de telecomunicacions i societat de la informació- • Empreses de telecomunicacions • Consell Comarcal • Ajuntaments • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 86: Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori

ACTUACIÓ 29

Seguir incidint en la millora de les xarxes i infraestructures de serveis bàsics

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
ACTUACIÓ	Seguir incidint en la millora de les xarxes i infraestructures de serveis bàsics

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de garantir una bona i adequada qualitat de vida als habitants dels pobles, i als seus visitants, és important disposar d'unes xarxes i infraestructures de serveis (aigua, sanejament, depuració, etc) en bon estat i que garanteixin un servei regular i fiable.

En aquest sentit, és important seguir **incidint en la millora de l'abastament d'aigua** en els municipis que tenen mancances. Així, , caldrà **vetllar perquè l'ACA posi remei a aquestes deficiències**, i alhora, els propis municipis, a través d'inversions municipals evidentment hauran d'anar millorant aquestes instal·lacions. Així, cal dir que darrerament s'han **projectat diverses actuacions de millora de les condicions d'abastament i del sistema de distribució d'aigua** (bàsicament a través de les subvencions del PUOSC), que suposaran millores en aquesta xarxa. Caldrà **estar atents a la disposició d'aquest finançament per poder executar el total d'aquestes actuacions previstes**.

Un altre tema sensible i que també cal afrontar és el de la millora en la **xarxa de depuradores dels municipis**. En aquest sentit, cal seguir instant a **l'ACA perquè faci front a l'execució de la totalitat de les instal·lacions de depuració que es requereixen (algunes ja previstes) a la zona.** Val a dir que El Pla de Gestió, que actualment es troba en informació pública, contempla per al període 2016-21 noves inversions per a dur a terme 2 actuacions de sanejament a la zona, concretament a Botarell i Riudecanyes.

A nivell municipal, cal seguir portant a terme **accions per garantir el servei d'abastament d'aigua principalment durant l'estiu, amb la millora i/o ampliació de dipòsits municipals i de projectes de bombeig i canalització d'aigua**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions efectuades entre administracions (locals / catalana).
- Pressupost invertit en la millora d'aquestes xarxes.
- Nombre d'actuacions previstes que s'han pogut finalment executar (ACA).
- Nombre d'accions portades a terme.

- Nombre de municipis en els quals s'ha incidit.
- Evolució en el nombre d'incidències detectats.
- Evolució en el nombre d'usuaris que han patit deficiències en els serveis.
- Grau de satisfacció referent a la solució de deficiències dels usuaris.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
ACTUACIÓ	Seguir incidint en la millora de les xarxes i infraestructures de serveis bàsics

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Agència Catalana de l'Aigua • PUOSC -Departament de Governació i Relacions Institucionals • Diputació de Tarragona • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Agència Catalana de l'Aigua • Ajuntaments • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	

ACTUACIÓ 30

Planificar les implantacions energètiques amb criteris d'integració paisatgística

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
ACTUACIÓ	Planificar les implantacions energètiques amb criteris d'integració paisatgística

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que a dia d'avui aquest tema implica importants dosis de susceptibilitat, és necessari recollir en aquest document la possibilitat de que aquestes situacions es produeixin.

D'aquesta manera, convé deixar per escrit que és important que les implantacions energètiques que es plantegin a la zona en els propers anys compleixin criteris d'integració paisatgística amb els elements preexistents que configuren el paisatge actual. Aquestes infraestructures (ja siguin centrals eòliques o solars fotovoltaiques) hauran d'estar ubicades en localitzacions amb absència o baixa presència de valors naturals i paisatgístics rellevants.

Per tot això cal tenir recollits aquests principis en forma de normes en els plans d'ordenació urbanística municipal (ja siguin nous o en la revisió dels vigents).

Així, seguint algunes recomanacions que deriven del Catàleg del Paisatge del Camp de Tarragona, aquesta planificació haurà de respectar, entre d'altres, els següents criteris:

- Evitar instal·lacions en emplaçaments que alterin els fons escènics identitaris i de qualitat, en miradors reconeguts o en els principals elements paisatgístics de valor.
- Minimitzar els moviments de terres a realitzar, així com l'obertura de nous accessos o eixamplament de camins existents.
- Revegetar totes les superfícies denudades a base d'espècies autòctones i amb patrons de plantació similars a les formacions presents a l'entorn i pròpies del paisatge de la zona.
- Prioritzar les instal·lacions solars en cobertes d'edificacions existents i futures i els de majors dimensions en sectors amb poca visibilitat i pocs observadors potencials.
- Situar els elements que constitueixen el parc solar de la manera més regular, ordenada, compacta i pròxima a les edificacions possible.
- Ubicar els equips necessaris per al funcionament de les instal·lacions de parcs solars en el mínim nombre de construccions possible, preferiblement en una única.
- Contemplar la possibilitat que els beneficis d'aquestes instal·lacions reverteixin en la millora i restauració dels paisatges que envolten els parcs eòlics i solars, o bé en la provisió de serveis i equipaments per als municipis de la zona.
- Prioritzar projectes cooperatius liderats per agents del propi territori i/o a aquells en què participin ajuntaments de l'entorn.
- Evitar l'afectació i desboscament de masses forestals i de conreus agrícoles arboris per a la implantació d'instal·lacions.
- Considerar els trets estructurals del paisatge (geometria del parcel·lari, orografia, camins, xarxa hidrogràfica, vies de comunicació, marges de pedra seca, formacions vegetals d'interès ecològic o paisatgístic, patrimoni construït, i demés elements de valor històric, natural, estètic, simbòlic i espiritual) en el disseny de les instal·lacions.

En aquest sentit doncs, **caldria determinar quin ens hauria de vetllar per la correcta implantació d'aquestes instal·lacions**, a nivell supralocal, i amb capacitat suficient per vetllar pel correcte seguiment d'aquest llistat de recomanacions.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
ACTUACIÓ	Planificar les implantacions energètiques amb criteris d'integració paisatgística

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS	
• Evolució en el nombre de sol·licituds d'implantacions energètiques. • Nombre de criteris d'integració paisatgística definits per a aquestes implantacions.	• Abast territorial d'aquestes implantacions (nombre de municipis).

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades • Observatori del Paisatge de Catalunya • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 10: Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat

ACTUACIÓ 31

Seguir apostant per mancomunar serveis i inversions entre poblacions

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
ACTUACIÓ	Seguir apostant per mancomunar serveis i inversions entre poblacions

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les reduïdes dimensions de la majoria dels municipis de la zona MBC i la dificultat que aquests tenen per poder disposar de recursos per garantir els serveis públics necessaris als seus habitants, fan que l'**aposta per mancomunar alguns d'aquests serveis sigui una solució molt efectiva i satisfactòria**. Mancomunar sovint representa tendir cap a la eficàcia i eficiència en la prestació de serveis públics, garanteix la millora efectiva del benestar de la població, i, en definitiva, significa aprofitar el potencial, recursos i infraestructures de diferents institucions locals per donar un servei ampli i de qualitat.

Així doncs, davant la realitat social, geogràfica i econòmica de la zona és imprescindible que els ajuntaments segueixin mantenint llaços de col·laboració entre ells, per seguir implementant solucions conjuntes a problemes comuns, fent front a les necessitats dels ciutadans. Cal que arribin a acords d'actuació que es materialitzin en una millora i una major eficàcia dels serveis que ha de rebre la societat. És en aquest sentit que cal apostar per mancomunar serveis i també per dedicar part del pressupost municipal a activitats i accions que reverteixin no només en un sol municipi sinó en el conjunt de municipis que participen dels diferents serveis a prestar.

Per tal d'aconseguir aquest objectiu cal dur a terme les següents accions:

- Detectar necessitats, nivells de coordinació i presa de decisions sobre potencials serveis (i/o infraestructures) que poden ser mancomunats entre municipis.
- Afavorir la contractació conjunta de personal, ja sigui per gestionar, coordinar i/o executar aquests serveis mancomunats.
- Avaluar les possibilitats de portar a terme compres agregades entre municipis per facilitar la gestió i estalviar costos.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de municipis que participen de serveis mancomunats.
- Serveis i accions mancomunades entre municipis.
- Inversió total dels municipis dirigides a serveis mancomunats.

- Nombre de persones contractades per a la gestió i execució d'aquests serveis.
- Evolució en el nombre de població atesa / beneficiària d'aquests serveis.
- Grau de satisfacció de la població en relació a la qualitat dels serveis rebut.

	LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
	PROGRAMA	**MILLORA CONTÍNUA D'INFRAESTRUCTURES BÀSIQUES PER AL DESENVOLUPAMENT**
	ACTUACIÓ	Seguir apostant per mancomunar serveis i inversions entre poblacions
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades	
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades	
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 102: Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia	

PROGRAMA

INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS

ACTUACIÓ 32

Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La tipologia i estructura de les poblacions de les MBC, els seus nuclis, esdevenen una part fonamental del seu paisatge. La seva trama urbana compacta, els seus carrers i places, els valors de l'arquitectura tradicional, les seves zones arbrades i els seus racons i fonts, per exemple, són elements que convé seguir conservant i valoritzant, a través d'accions de millora i d'adequació.

En aquest sentit cal seguir treballant en la **millora de carrers i places**, a través de canvis i intervencions en pavimentació i voreres, adequació de **zones verdes**, millores en enllumenat, en dotació de **mobiliari urbà**, **millores en enjardinament**, etc. A més, un punt específic a treballar té a veure amb la millora progressiva dels **accessos als nuclis urbans**. La impressió que es té d'un municipi està molt relacionada amb la imatge que transmeten els seus accessos, que sovint han rebut impactes i intervencions poc curoses i amb poca sensibilitat paisatgística. Poc a poc aquestes situacions s'han tendit a pal·liar, però tot i amb això cal seguir-hi incidint.

També seria interessant intentar engegar algun projecte d'embelliment de nuclis en el qual **els propis habitants de les poblacions hi tinguin participació**, com per exemple el de promoure la **presència de flors i plantes en els balcons** i finestres de les cases. En aquest cas es poden prendre nombrosos exemples de municipis que un o dos cops l'any regalen flors als seus veïns per tal de que les col·loquin en els respectius balcons. Són projectes que no tenen un cost massa elevat i que en canvi produeixen un notable impacte en l'autoestima local, i en el lluïment dels carrers i places (l'Argentera i Riudecanyes, per exemple, porten a terme iniciatives d'aquest tipus).

També en aquest sentit, destacar l'existència del projecte Viles Florides, que es plantejà a nivell català com un reconeixement a la tasca dels municipis per la millora de l'espai urbà, a través de l'actuació real, conscient i de llarga durada en matèria d'enjardinament. Totes elles són iniciatives de baix cost i que poden ajudar a potenciar la bellesa natural i autèntica que a dia d'avui ja tenen les poblacions.

Alhora, insistir en la conveniència de mantenir i, si escau, potenciar, els **ajuts a la rehabilitació d'habitatges** que des d'alguns municipis s'ofereixen, per tal de que propietaris i llogaters disposin d'un incentiu més a l'hora de millorar el seu habitatge, i per tant, el paisatge urbà (sempre atenent al compliment dels requeriments dels respectius plans/normes urbanístics/ques).

En resum doncs, dir aquesta actuació té un caràcter molt transversal i que, per tant, té relació amb moltes altres actuacions del present document, que es citen posteriorment.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis

INDICADORS	
• Nombre d'actuacions de millora o adequació realitzades. • Pressupost invertit total en aquestes millores. • Nombre d'actuacions / projectes de millora de l'enjardinament / flors en els habitatges. • Distribució territorial (per municipi) del nombre d'actuacions i del pressupost. • Accions de senyalització realitzades en nuclis, en relació al Pla de Senyalització (% de pressupost del Pla destinat a la senyalització d'aquests nuclis).	• Pressupost del programa d'ajuts a la rehabilitació d'habitatges. • Nombre d'usuaris atesos. • Nombre d'usuaris que han rebut l'ajut a la rehabilitació. • Grau de satisfacció de la població respecte les accions portades a terme.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • PUOSC -Departament de Governació i Relacions Institucionals- • FEDER / Departament de Governació i Relacions Institucionals- • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 33: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni • ACTUACIÓ 36: Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis • Amb tot el programa "IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES"

ACTUACIÓ 33

Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que pot semblar una actuació agosarada i amb un caràcter molt obert i ampli, es considera adequat incloure-la i abordar-la, ja que durant la fase de diagnosi prèvia a la redacció d'aquest Pla d'Acció, s'ha detectat que al llarg dels darrers anys, tot i que evidentment s'han portat a terme actuacions de rehabilitació i millora, s'han produït casos importants de degradació de patrimoni de diferent tipus i que, en alguns casos, els ha portat fins a un estat ruïnós actual.

Hi ha una part de patrimoni, que ben conservat, podria ser articulat en forma d'equipaments o convertir-se en atractius turístics, i que si no fan actuacions o s'hi plantegen projectes d'ús i utilització acabaran en un estat que llavors farà inviable la seva recuperació.

Per això, i amb l'objectiu de consolidar les accions de millora dels nuclis urbans, es considera oportú desenvolupar un **estudi bàsic de les necessitats de rehabilitació i valorització del patrimoni arquitectònic i cultural- etnològic dels municipis**, en el qual s'hi recullin per un costat els **costos aproximats de rehabilitació**, així com **possibles usos o possibilitats de posada en valor d'aquest patrimoni**, per tal de que el factor d'atractibilitat dels municipis augmenti. Evidentment, també caldrà incloure el patrimoni que es troba fora dels nuclis urbans i que disposa de gran valor en el context comarcal, com són ermites, castells, ponts, masos, molins o similars, etc.

Es tracta doncs ,per un costat, de salvaguardar els béns d'interès presents en els municipis (i que poden formar part del Catàleg de béns protegits del Departament de Cultura, així com els que es recullen en els PUOM dels municipis, també en forma de catàleg local de béns a protegir) i, per un altra, el tractar d'estructurar una oferta d'equipaments a nivell local i supralocal, que acabi vertebrant el territori i que afavoreixi tant la qualitat de vida dels propis habitants dels municipis com un major desenvolupament socioeconòmic de la zona i de cada un d'aquests nuclis.

Cal tenir en compte, per exemple, que l'operació 19.2.01 del PDR, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local (Leader), preveu poder subvencionar actuacions d'aquest tipus sempre i quan disposin d'aquesta vessant d'anar lligades al desenvolupament socioeconòmic dels municipis / comarca, ja que les defineix com "*actuacions en matèria de creació, ampliació o millora d'infraestructures públiques per a la mitigació i adaptació al canvi climàtic, infraestructures recreatives que generin activitat econòmica i ocupació, i recuperació i rehabilitació del patrimoni cultural i natural*".

En un altre sentit, també cal tenir en compte la possibilitat de **finançar** possibles costos de rehabilitació o millora d'aquest patrimoni a través d'**accions de micro-mecenatge**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció de l'**estudi bàsic de les necessitats de rehabilitació i valorització del patrimoni arquitectònic i cultural- etnològic dels municipis**.
- Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics per concretar les accions de l'estudi.
- Nombre d'accions previstes en l'estudi, i pressupost necessari per a la seva implementació.
- Nombre d'accions executades i pressupost d'execució.

- % de pressupost públic / privat.
- Pressupost aconseguit a través de la taxa turística.
- Projectes de micro-mecenatge iniciats i pressupost aconseguit a través d'aquests mitjans.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels turistes en relació als usos i serveis d'aquest patrimoni / equipaments.
- Grau de satisfacció dels usuaris (en relació al cost o taxa).

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- PUOSC
- FEDER
- LEADER
- Diputació de Tarragona
- Departament de Cultura
- Aportacions de privats / entitats

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Consorci Leader (GAL)
- Diputació de Tarragona
- Particulars
- Cooperatives agrícoles
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
- Departament de Cultura

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 32: Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis • ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents • ACTUACIÓ 66: Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 89: Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveis itinerants • ACTUACIÓ 84: Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos

ACTUACIÓ 34

Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Durant bona part de la primera dècada del segle XXI (anys 2000-2008), la societat catalana va viure immersa en una fase d'expansió real i aparent que va possibilitar que també les administracions locals es contagiessin d'aquesta bonança per planificar i executar inversions molt notables en la major part de municipis de Catalunya en general i de la zona en particular.

Estem parlant d'una fase de creixement en la qual hi havia disponibilitat econòmica per executar aquestes actuacions i fins i tot per a garantir-ne el seu funcionament i manteniment.

Tot això, però, va canviar de manera relativament ràpida, i a dia d'avui, passats uns anys d'aquella fase, el que cal assumir és que les dificultats reals dels municipis passen per mantenir i fer "viables" alguns d'aquests equipaments municipals.

Aquesta actuació fa referència a tot això. Es tracta de que a nivell general de la zona, s'articuli un **estudi, sectoritzat per zones i temàtiques, que tracti de donar alternatives i opcions d'ús i de gestió a equipaments** que poden estar tancats o infrautilitzats per manca de disponibilitat econòmica de les administracions.

Aquest estudi podria **incloure possibilitats de mancomunar serveis o mètodes de funcionament alternats entre municipis**, assumint despeses de personal de forma conjunta, o englobant diversos equipaments per poder-los oferir en forma de cessió a alguna persona o empresa que en pogués treure algun benefici. A més podria ajudar a **definir nous usos o noves vies per estimular i capgirar la viabilitat** d'aquests equipaments.

També caldria tenir en compte la **possibilitat de cedir equipaments entitats de caràcter associatiu del territori, per tal de que el dinamitzin i en facin ús**, o cedir-ne el seu ús per passar a configurar un dels espais de la **xarxa d'espais per a serveis ambulants** (veure ACTUACIÓ 89)

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció de **l'estudi per la millora i racionalització en la gestió d'equipaments públics**.

- Nombre d'equipaments analitzats i dels quals se n'ha fet una racionalització en la gestió / ús.
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents

• Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics per concretar les accions de l'estudi. • Nombre d'accions previstes en l'estudi i estalvis derivats de la implementació de les accions derivades de l'estudi.	• Grau de satisfacció dels turistes en relació als usos i serveis d'aquests equipaments.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Diputació de Tarragona
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 33: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni • ACTUACIÓ 66: Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 84: Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos • ACTUACIÓ 89: Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveis itinerants • ACTUACIÓ 116: Propiciar la creació i millora contínua de les instal·lacions esportives

ACTUACIÓ 35

Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Un territori guanya en qualitat quan facilita la descoberta dels seus atractius als visitants. Per a que això sigui possible, i tenint en compte que la zona, a dia d'avui és un territori que la majoria de visitants descobreixen pel seu compte, és important que la senyalització turística i comercial dels municipis doni aquesta sensació de seguretat i d'imatge global i unificada de destí.

Cal dir que a través del Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada, ja es va portar a terme una senyalització unitària de la zona, però evidentment aquestes actuacions requereixen de contínues revisions, i actualitzacions.

D'aquesta manera, per afavorir que aquest objectiu s'assoleixi, i tal com ja s'apunta en l'ACTUACIÓ 21, és important millorar la senyalització a nivell de zona MBC, de manera global i integrada. En aquest sentit, la citada actuació proposa la redacció d'un **Pla de Senyalització**, en el qual s'hi definirien les necessitats de senyalització dels municipis, tant a nivell d'elements culturals, patrimonials i de serveis dels municipis, per tal d'ajudar a crear una imatge d'ordre i qualitat a la zona i per fomentar i facilitar la visita d'aquests espais a la gent que està de pas o bé que hi passa uns dies.

A nivell de senyalització en nuclis, serà important que aquest Pla reculli la informació de tots els elements a senyalitzar (recursos turístics, elements patrimonials, culturals, serveis, etc), però també establiments turístics i comercials.

En relació a la senyalització d'establiments, el més important és que hi hagi un **treball de coordinació en la implantació d'aquesta senyalització**, i propiciant i buscant **fórmules perquè els costos d'aquesta senyalització siguin suportats, en part o totalment, per aquests agents privats implicats i alhora beneficiats**. L'Administració ha de posar les bases perquè aquesta senyalització compleixi totes les normatives tècniques, estètiques, d'integració paisatgística, d'impacte visual, de localització etc, i que sigui el **sector productiu privat qui en pugui suportar part dels costos**.

A més, cal que aquesta actuació tingui plena relació en la seva aplicació amb l'ACTUACIÓ 97, de senyalització comercial.

Per tant, com s'ha dit, és important que en totes les tasques de millora en la senyalització **hi participin els agents privats del territori**, ja sigui a través de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73), o través de la participació de la potencial **associació de comerços** (veure ACTUACIÓ 93).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció del Pla de Senyalització.
- Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics / agents privats per concretar les accions del Pla.
- Nombre d'accions de senyalització turística en municipis previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació.
- Nombre d'actuacions de col·locació de nous senyals o adequació dels existents.
- % de pressupost públic / privat.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels usuaris / turistes en relació a la senyalització de la zona.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Agents privats
- Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme
- PUOSC
- FEDER
- Diputació de Tarragona

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Agents privats
- Consells reguladors
- Cooperatives agrícoles
- Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori
- ACTUACIÓ 67: Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics
- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
- ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants
- ACTUACIÓ 97: Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis

ACTUACIÓ 36

Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La zona de les MBC, degut a la seva estructura, a la tipologia dels seus assentaments i a les seves característiques de la seva activitat socioeconòmica, té actualment una proporció de vehicles/habitants superior fins i tot a la mitjana catalana. Aquestes característiques pròpies del territori, la necessitat de desplaçaments en vehicle privat i la insuficiència de la xarxa de transport públic, així ho han propiciat. A més, a dia d'avui, la gran majoria de visitants i turistes que venen a la zona hi arriben i s'hi desplacen utilitzant aquest tipus de transport (ja sigui vehicle propi o de lloguer).

A tot això cal afegir-hi que la tipologia de la urbanització tradicional dels pobles, que alhora esdevé un dels majors atractius de la zona, generalment no està preparada per rebre la circulació de nous visitants amb els seus vehicles i que és important tenir prevista aquesta situació, sobretot en les zones de major afluència.

Per tot això és important que **els municipis tendeixin a planificar i articular aparcaments dissuasoris** a peu de carretera, a les entrades dels nuclis urbans. Aquests nuclis mereixen (i la seva morfologia així ho requereix) ser descoberts a peu (potser en alguns casos fins i tot en bicicleta), i els visitants han de poder tenir clara aquesta postura per part del territori. El visitant tindrà clar que ha d'aparcar el seu cotxe en aquests aparcaments, allí se li oferirà **informació dels serveis, equipaments i propostes lúdiques del municipi** en qüestió i, a través d'un acurada i actualitzada senyalització (dissenyada a través del **Pla de Senyalització**, ACTUACIÓ 21), aquest visitant podrà arribar i gaudir dels principals racons de cada població.

Cal dir que des del **sector turístic** dels municipis, també es veuria en bons ulls disposar d'un **punt de trobada amb els turistes** que s'han d'allotjar als pobles, ja que sovint intenten arribar fins els allotjaments amb cotxe i això acaba provocant-los males experiències, o bé aparquen sense saber-ho en llocs no adequats i a més han d'acabar passejar les maletes per tot el poble buscant l'allotjament.

Si el turisme ha de consolidar-se com un eix estratègic de desenvolupament econòmic, creiem que és del tot necessari abordar el **foment de l'aparcament públic i dissuasori** a l'entrada dels municipis. **Dotar els municipis de zones d'estacionament**, **dissenyades i executades d'acord a criteris funcionals** i, alhora, **estètics, i dotats d'informació de serveis, turística i comercial dels municipis, esdevé, per tant, una prioritat del territori.**

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació d'aparcaments dissuasoris a les entrades als municipis

INDICADORS	
• Nombre d'aparcaments dissuasoris creats. • Nombre d'aparcaments dissuasoris adequats o ampliats. • Nombre de places d'aparcament creades. • Nombre d'accions de senyalització previstes en aquests aparcaments (recollides en el Pla de Senyalització), i pressupost necessari per a la seva realització.	• % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics). • Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme. • Grau de satisfacció dels usuaris / turistes en relació a aquest tipus d'infraestructures i disponibilitat d'aparcament i el desplaçament a peu (senyalització) en els municipis.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • PUOSC • FEDER • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme (en la senyalització) • Agents privats (en la senyalització)
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Agents privats
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 20: Impulsar la redacció d'un Pla de Mobilitat Sostenible • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 32: Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis

ACTUACIÓ 37

Millorar la integració paisatgística i els impactes visuals de les zones de contenidors

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Millorar la integració paisatgística i els impactes visuals de les zones de contenidors

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Cal tendir, en la mesura del que sigui possible, a que aquest tipus d'instal·lacions siguin objecte de millores per tal de garantir la seva màxima integració paisatgística i a reduir el seu impacte visual.

A dia d'avui perduren a la zona nombrosos exemples d'instal·lacions d'aquest tipus que no garanteixen aquest fet, i que malmeten a nivell visual i paisatgístic el seu entorn més immediat. És important tractar d'anar incidint en la **millora de la localització d'algunes d'aquestes instal·lacions** (reubicant per exemple contenidors a zones amb menor impacte, sempre i quan es garanteixi la qualitat del servei de recollida), o en portar a terme petites **actuacions de millora visual d'aquests contenidors** (tanques de fusta, estructures combinades de fusta i vegetació, etc).

En els **casos de deixalleries i similars, cal seguir sent curosos en la neteja i manteniment dels seus entorns més immediats**, ja que en ocasions les deixalles s'expandeixen més enllà dels límits de l'equipament i ocupen zones properes i zones d'accés. Aquest fet és especialment important en punts en els quals aquesta infraestructura és propera o coincideix amb itineraris o senders que configuren la xarxa de camins que han de permetre descobrir el territori. Convé sobretot **tendir a que l'impacte paisatgístic d'aquestes instal·lacions sigui minimitzat al màxim**, i per tant, en molts casos cal portar a terme **accions periòdiques de millora en les tanques, enjardinaments i neteja constant del seu entorn** i, si escau, **estudiar canvis de localització**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'actuacions de millora en la localització de contenidors.
- Nombre d'actuacions de millora visual de contenidors i deixalleries.
- Nombre d'actuacions d'adequació de l'entorn d'aquestes instal·lacions.
- Pressupost previst / executat en el marc d'aquestes actuacions.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels usuaris / turistes en relació a aquest tipus d'infraestructures.
- Campanyes de sensibilització realitzades per a fomentar la utilització correcta d'aquestes instal·lacions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Departament de Territori i Sostenibilitat

	LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
	PROGRAMA	**INTERVENCIONS EN NUCLIS URBANS**
	ACTUACIÓ	Millorar la integració paisatgística i els impactes visuals de les zones de contenidors
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament de Territori i Sostenibilitat • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades	
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 10: Afavorir que les decisions tècniques i polítiques municipals integrin decididament criteris ambientals i de sostenibilitat	

PROGRAMA

IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES

ACTUACIÓ 38

Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'**Oficina Comarcal d'Habitatge** aglutina tots els serveis que ofereix el Consell Comarcal del Baix Camp en matèria d'habitatge, i ja actualment atén tant a les persones que busquen un habitatge de lloguer, com als propietaris d'habitatges buits que volen llogar-los, com a totes aquelles persones que requereixen assessorament tècnic i jurídic en matèria d'habitatge.

Així, tot i que aquesta Oficina ja porta a terme un gran nombre d'actuacions, degut al caràcter estratègic de la temàtica, tal com es comenta en la Diagnosi, i degut a que la situació dels habitatges en els nuclis és un problema que preocupa als habitants dels municipis i als seus representants, es considera interessant que aquesta **Oficina passi a tenir un paper** més actiu en la dinamització socioeconòmica del territori, i que esdevingui una **figura determinant per garantir la mobilització del parc vacant d'habitatges**, fomentar la **rehabilitació dels habitatges** que ho requereixin i per **impulsar noves formes d'ocupació i rehabilitació** d'aquests (p.e. masoveria urbana, veure ACTUACIÓ 41).

Alhora, l'oficina haurà d'intentar propiciar l'increment progressiu del nombre d'habitatges destinats a lloguer social, i vetllar per la gestió eficient en l'ocupació d'aquests habitatges.

Així seria interessant que desenvolupi accions per **millorar la captació d'habitatges per a la borsa**, **la difusió de l'oferta d'habitatges** inclosos a la mateixa, el **garantir el contacte entre propietaris i interessats en llogar o participar en projectes de masoveria urbana** (també tramitant la formalització d'aquests contractes de cessió i/o masoveria urbana), i la **gestió d'ajuts complementaris per a la rehabilitació**, etc.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Temps mitjà de tramitació/resposta dels assessoraments
- Cost econòmic del servei d'assessorament
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Nombre d'expedients iniciats
- Temps mitjà de tramitació dels expedients
- Cost mitjà de funcionament
- % de cofinançament extern
- Nombre de consultes ateses (per tipologia)
- Nombre d'incidències resoltes (per tipologia)
- Grau de satisfacció de les persones usuàries
- Nombre d'habitatges vacants captats
- % d'habitatges llogats respecte al total d'habitatges de la borsa
- Temps mitjà en que un habitatge s'ocupa des de la seva entrada a la borsa
- Grau de satisfacció de les persones usuàries del servei (propietaris i beneficiaris)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya Cal dir que les despeses de funcionament d'un punt d'assessorament varien en funció del tipus de serveis que s'hi presten, però principalment es corresponen a l'estructura organitzativa (bàsicament despeses de personal) i a campanyes de comunicació.
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya • Propietaris d'habitatges
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 32: Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis • ACTUACIÓ 39: Promoure la realització d'un estudi específic del parc d'habitatges amb necessitats de rehabilitació • ACTUACIÓ 40: Crear un cens d'habitatges vacants i establir els contactes entre propietaris i llogaters o compradors interessats • ACTUACIÓ 41: Fomentar la masoveria urbana com a forma de garantir la rehabilitació d'habitatges i l'atracció de nous pobladors als municipis • ACTUACIÓ 42: Portar a terme mesures de sensibilització per al manteniment, la rehabilitació i la millora d'edificis

ACTUACIÓ 39

Promoure la realització d'un estudi específic del parc d'habitatges amb necessitats de rehabilitació

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Promoure la realització d'un estudi específic del parc d'habitatges amb necessitats de rehabilitació

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que és un tema que presenta xifres molt desiguals en funció de cada un dels municipis, si tenim en compte les xifres del conjunt de la zona veiem que es tracta d'un tema que cal abordar de manera decidida. Aquestes dades del Cens d'edificis de l'INE, que recull l'Idescat, constaten que l'any 2011 a la zona hi havia 606 immobles en mal estat de conservació (ja sigui ruïnós, dolent o deficient). Es tracta d'una xifra notable tenint en compte les característiques del territori i del poc nombre de municipis del que estem parlant.

Per aquest motiu, i per poder aprofundir en el coneixement d'aquests edificis, immobles i/o habitatges, i poder tal de poder ajustar les polítiques de foment de la rehabilitació i manteniment dels edificis a les necessitats reals de cada municipi, es proposa l'elaboració d'un **estudi dirigit a conèixer les problemàtiques específiques de rehabilitació** d'aquest parc residencial, ja sigui per municipis, per patologies, per tipus de propietat, etc.

En funció de les necessitats i prioritats, pot comprendre, entre d'altres, els següents aspectes: l'anàlisi de la qualitat i problemàtica del parc existent i de les característiques socioeconòmiques de la població (propietaris i inquilins) a partir del tractament de dades secundàries i de treball de camp; la diagnosi (quantitativa i qualitativa) de les problemàtiques detectades; i la formulació, si s'escau de criteris, recomanacions i estratègies d'actuació.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que es poden portar a terme des de la redimensionada **Oficina Comarcal d'Habitatge** (veure ACTUACIÓ 38).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Temps de redacció de l'estudi
- Cost de redacció de l'estudi

- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics)
- % d'implantació de les mesures proposades en l'estudi (per tipologia)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Promoure la realització d'un estudi específic del parc d'habitatges amb necessitats de rehabilitació

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya • Propietaris d'habitatges
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 32: Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis • ACTUACIÓ 38: Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

ACTUACIÓ 40

Crear un cens d'habitatges vacants i establir els contactes entre propietaris i llogaters o compradors interessats

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Crear un cens d'habitatges vacants i establir els contactes entre propietaris i llogaters o compradors interessats

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Amb l'objectiu d'atraure població jove sobretot als municipis més petits i envellits de la zona,frenar i revertir aquest procés continuat d'envelliment de les poblacions, i evitar la degradació dels nuclis, es considera necessari portar a terme actuacions per estimular l'ocupació del parc vacant d'habitatges en els nuclis urbans d'aquests municipis.

Evidentment, perquè això sigui possible i per incidir en la mobilització d'aquests habitatges buits, és necessari en primer lloc conèixer les característiques d'aquest parc en cada municipi. Per aquest motiu es proposa crear un **cens d'habitatges vacants** que permeti aprofundir en el coneixement del volum, tipologia, característiques i, si s'escau, potencial d'optimització del parc vacant de cada municipi. A més, aquest cens hauria d'incloure informació sobre la propietat (particulars, entitats financeres) i les problemàtiques detectades en cada cas (necessitat de rehabilitació, etc).

Paral·lelament amb l'articulació d'aquest cens caldria doncs **identificar els propietaris** i posar-s'hi en contacte per **valorar l'interès i disponibilitat de llogar o vendre l'habitatge**, i posar-los en **contacte amb possibles arrendataris o compradors** o en persones interessades en **participar en un projecte de masoveria urbana**. Convé tenir en compte que l'elaboració d'aquest cens exigiria la recopilació, posada en comú i explotació de diversos sistemes d'informació i registres administratius (padrons municipals, cadastre, registre de la propietats, etc.), sent recomanable el seu contrast i validació mitjançant treball de camp. Igualment, requerirà molta cura en el compliment de la normativa de protecció de dades.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que es poden portar a terme des de la redimensionada **Oficina Comarcal d'Habitatge** (veure ACTUACIÓ 38).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Temps de creació del cens.
- Cost derivats de la creació del cens.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).

- Nombre d'habitatges inclosos en el cens.
- Nombre de propietaris, llogaters i/o compradors inclosos en el cens.
- Nombre d'expedients tramitats.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Crear un cens d'habitatges vacants i establir els contactes entre propietaris i llogaters o compradors interessats

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya • Propietaris d'habitatges
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 38: Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

ACTUACIÓ 41

Fomentar la masoveria urbana com a forma de garantir la rehabilitació d'habitatges i l'atracció de nous pobladors als municipis

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Fomentar la masoveria urbana com a forma de garantir la rehabilitació d'habitatges i l'atracció de nous pobladors als municipis

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els contractes de masoveria urbana, són aquells mitjançant els quals les persones propietàries d'habitatges que requereixin rehabilitació, en cedeixen l'ús, pel termini que s'acordi, a canvi de què les persones cessionàries assumeixin les obres de rehabilitació i manteniment.

Es contempla la possibilitat de fomentar aquesta forma de cessió dels habitatges per tal de fer front a algunes de les mancances o dificultats detectades en nombrosos municipis de la zona: nombre creixent d'habitatges buits, sense voluntat de venda o lloguer, però en constant procés de degradació i amb necessitats evidents de rehabilitació. Els propietaris no volen fer front a les despeses de rehabilitació per poder posar en lloguer l'habitatge ni estan disposats a vendre a segons quin preu aquelles propietats.

Fomentar aquesta figura pot ajudar a assolir diversos objectius:

- Rehabilitar habitatges, alguns amb risc de ruïna.
- Possibilitar l'arribada de nous pobladors a municipis normalment molt envellits.
- Repoblar carrers i nuclis antics dels municipis, ja que molts han sofert cert procés de despoblament.
- Superar la desconfiança que genera el lloguer en determinats perfils de propietaris.

La dificultat a superar és l'accés al crèdit per part dels cessionaris per portar a terme les obres de rehabilitació. Tot i amb això, cal dir que estem parlant d'inversions que normalment haurien de ser força menors a l'adquisició d'una vivenda i per tant molts nous perfils de família es poden plantejar aquesta figura d'accés a l'habitatge (ja que la feina feta pel propi cessionari també es contempla dins els costos de les obres).

Cal dir que la durada dels contractes de masoveria urbana s'ajusta al termini d'amortització de les obres i s'inicia en estendre's l'acta de final de l'obra. Per tal de determinar les obres de rehabilitació que siguin necessàries, la persona propietària i la interessada en la masoveria haurien d'encarregar un projecte i pressupost de rehabilitació que contempli les actuacions necessàries per tal que l'habitatge reuneixi les condicions mínimes d'habitabilitat exigides respecte de l'habitatge usat i obtingui la cèdula d'habitabilitat. Convingut el projecte de rehabilitació, el pressupost, la durada de les obres i la de la masoveria, es formalitzarà el contracte i es farà lliurament de l'habitatge al masover o masovera a fi de l'execució de les obres convingudes.

Per a que tots aquests processos siguin necessaris, des de **l'Oficina Comarcal d'Habitatge** (veure ACTUACIÓ 38), i en coordinació amb els serveis tècnics locals/comarcals, caldrà portar a terme actuacions de mediació entre propietaris d'habitatges buits amb necessitats de rehabilitació i la població demandant d'habitatge, en forma d'un programa que pot incloure les següents accions:

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Fomentar la masoveria urbana com a forma de garantir la rehabilitació d'habitatges i l'atracció de nous pobladors als municipis

- Informació dels objectius i avantatges del programa a propietaris.
- Assessorament jurídic i tècnic per la incorporació.
- Seguiment i manteniment de l'habitatge i/o finca en el programa; comprovació de la situació dels sol·licitants.
- Tramitació de la formalització dels contractes de cessió i/o masoveria urbana.
- Seguiment de la bona utilització de l'habitatge, el seguiment tècnic de les obres d'adequació de l'habitatge i el control dels pagaments.
- Tramitació de les diferents ajudes al lloguer i rehabilitació.

Cal dir que aquest tipus de contractes apareix regulat i establert en la disposició addicional cinquena del Pla territorial sectorial d'habitatge.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'expedients de masoveria urbana iniciats.
- Temps mitjà de tramitació dels expedients de masoveria urbana.
- Cost econòmic de la implementació de l'actuació.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Nombre de consultes ateses (per tipologia).
- Nombre de contractes de masoveria urbana signats (per tipologia d'habitatge i de llogater).
- Temps mitjà de vigència del contracte de masoveria urbana (per tipologia d'habitatge i de llogater).
- Nombre d'unitats de convivència/propietaris beneficiats.
- Grau de satisfacció dels usuaris del servei.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Iniciativa privada • Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Propietaris d'habitatges • Agència de l'Habitatge de Catalunya
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 38: Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

ACTUACIÓ 42

Portar a terme mesures de sensibilització per al manteniment, la rehabilitació i la millora d'edificis

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Portar a terme mesures de sensibilització per al manteniment, la rehabilitació i la millora d'edificis

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

De forma coordinada i paral·lela amb la resta d'actuacions descrites en aquest programa, es proposa que des de l'**Oficina Comarcal d'Habitatge** (ACTUACIÓ 38) i també des de cada Ajuntament es treballi de forma decidida en la sensibilització de la població, en relació a la **necessitat de rehabilitar o mantenir el parc d'habitatges en bones condicions**.

Cal **produir informació i que aquesta arribi a propietaris i llogaters**,. Cal que la població disposi d'aquesta informació relativa als recursos disponibles, als deures dels propietaris, a les accions i serveis impulsats pels ajuntaments i el Consell Comarcal en la matèria, etc.

Millorar els canals de comunicació i les tasques d'informació i sensibilització pot fer que la població prengui consciència de la necessitat de mantenir en condicions els habitatges i edificis i que conegui les possibilitats i serveis que des de l'administració se li ofereixen en aquest sentit.

Amb tot, aquesta actuació **també persegueix l'objectiu de mobilitzar el parc vacant, estimulant millores en els edificis que possibiliten o facin més reals les opcions de lloguer (o venda).**

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'accions de comunicació programades (per tipologia).
- Cost econòmic de les accions de comunicació.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- Impacte de les mesures (grau de coneixement de les accions, etc.).

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**IMPULSAR LA REHABILITACIÓ I MOBILITZACIÓ DEL PARC D'HABITATGES**
ACTUACIÓ	Portar a terme mesures de sensibilització per al manteniment, la rehabilitació i la millora d'edificis
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de l'Habitatge de Catalunya
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 32: Propiciar la millora i l'embelliment dels nuclis dels municipis • ACTUACIÓ 38: Dinamitzar i redimensionar l'Oficina Comarcal d'Habitatge, com a figura bàsica en el desenvolupament d'accions i assessorament

PROGRAMA

SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS

ACTUACIÓ 43

Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de garantir una gestió eficient dels recursos públics, i alhora per afavorir la sostenibilitat en la utilització de recursos energètics, es considera imprescindible que els Ajuntaments portin a terme processos i/o estudis d'auditoria energètica, que ajudin a aquestes administracions a fer un més bon ús d'aquests recursos i, per tant, a ser més eficients en aquest sentit.

Aquestes auditories identifiquen i comptabilitzen actuacions a portar a terme en instal·lacions i equipaments municipals per tal de que els costos i despesa energètica siguin menors. Per tant ajuden tant a reduir consums energètics com a plantejar canvis a d'altres tipus d'energia o a canvis tarifaris en subministraments actuals.

Evidentment algunes d'aquestes mesures poden implicar inversions a realitzar per part dels ajuntaments (per exemple substitució d'equips poc eficients per d'altres que consumeixen menys energia, millora de sistemes de calefacció o climatització, aïllaments, il·luminació, etc), però també s'hi inclouen, com s'ha dit, actuacions que no impliquen inversió i que només afecten a aspectes relatius a adequació de potències contractades en el cas elèctric o a canvis tarifaris, que poden ajudar als municipis a estalviar molts diners al cap de l'any. Per tant el fet de que els ajuntaments siguin conscients d'aquests fets i puguin portar a terme una comptabilitat energètica més enllà de pagar les factures ja esdevé un gran pas a realitzar.

A més, es considera molt interessant que aquestes auditories incloguessin un apartat específic dedicat a les energies renovables i, sobretot en el cas que ens ocupa, a la implantació de la biomassa com a font d'energia en les dependències municipals, lligant amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 44.

En resum doncs, es proposa:

- Fomentar l'elaboració i implementació d'auditories energètiques a càrrec dels ajuntaments de la comarca.
- Possibilitar que aquestes administracions facin un més bon ús dels recursos energètics i, per tant, a ser més eficients.
- Propiciar que aquestes auditories incloguin un apartat dedicat a estudiar les possibilitats d'implantar la biomassa com a font energètica en dependències i equipaments públics (veure ACTUACIÓ 44).
- Relacionar també aquesta actuació amb el **Pla d'implantació i foment de la biomassa**, que apareix citat en l'ACTUACIÓ 18.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos

INDICADORS	
• Nombre de reunions amb ajuntaments per implementar polítiques d'estalvi energètic. • Pressupost aconseguit i invertit en la realització i implementació d'auditories energètiques. • Nombre d'auditories energètiques realitzades. • Nombre d'accions derivades d'aquestes auditories implementades. • % d'actuacions portades a terme / total d'actuacions de les auditories.	• Nombre de sessions d'assessorament realitzades als ajuntaments per implementar les accions d'estalvi energètic. • Índex de consum energètic. • Grau d'abastament d'energies renovables. • Estalvis potencials i reals derivats de les accions detectades en les auditories energètiques.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Leader (cooperació) • ICAEN • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • ICAEN • IDAE • Consorci Leader
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 17: Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal • ACTUACIÓ 18: Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica • ACTUACIÓ 44: Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals

ACTUACIÓ 44

Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

És molt important, per tal de fomentar l'ús de recursos energètics locals, com és en aquest cas la biomassa, que els ajuntaments de la zona portin a terme tot un seguit de d'actuacions que siguin exemplificadores per al conjunt de la població. Aquesta actuació lliga plenament amb el que es proposa en l'ACTUACIÓ 18, que justament fa referència a la necessitat d'augmentar la demanda local de biomassa i a la redacció d'un **pla d'implantació i foment d'aquesta font energètica**.

En primer moment doncs seria interessant que aquest pla d'implantació **recollís un càlcul de costos i beneficis de la implantació de calderes i consum de biomassa** procedent d'estella forestal en les diferents instal·lacions i dependències municipals. És evident que en aquest cas cal **fer especial referència a beneficis indirectes**, ja que dins el cost s'hi inclouen els beneficis de tenir els boscos locals ben gestionats. A més cal que indiqui l'estalvi d'emissions de CO2 associat a aquest ús de biomassa.

Alhora és necessari que des de les entitats de gestió del territori (Consorci Serra Llaberia futur Parc Natural) es pugui garantir el subministrament d'aquesta biomassa a tots els ajuntaments interessats, ja que tot i que aquests ajuntaments puguin estar disposats a pagar un preu una mica més elevat per la matèria prima si és d'origen local, cal que se'ls garanteixi un subministrament continuat per poder fer front a les seves demandes i responsabilitats de servei públic. En aquest punt hi tindran una especial incidència els resultats i accions que derivin de l'**estudi sobre la viabilitat d'aprofitament i comercialització de la biomassa**, que apareix descrit en l'ACTUACIÓ 17.

Si els ajuntaments fan seva aquesta iniciativa i impulsen aquest canvi de model, la ciutadania, primer els més compromesos però després cada vegada més gent, no tindrà dubte en seguir-ne el seu exemple. La voluntat de gestionar de manera acurada i sostenible el territori segur que té la força suficient per generar aquesta demanda a la zona.

Per tot el que s'ha comentat, es proposa doncs, portar a terme les següents accions:

- Instar a que els ajuntaments de la zona optin, o almenys s'ho plantegin de manera real, a utilitzar la biomassa com a font energètica en les dependències municipals, ja sigui substituint o adaptant les actuals instal·lacions, o de cara a futures renovacions de dependències o construcció de nous equipaments. Per a fer-ho caldrà tenir molt en compte el que derivi del **pla d'implantació i foment d'aquesta font energètica** (ACTUACIÓ 18).
- Fer públics els resultats de l'**estudi sobre la viabilitat d'aprofitament i comercialització de la biomassa**, que apareix descrit en l'ACTUACIÓ 17, entre els representants locals, per tal de que es visualitzin les potencialitats reals de desenvolupament d'aquest recurs i dels beneficis territorials i socials que podria suposar aquest desenvolupament.
- Com s'ha descrit en l'ACTUACIÓ 43, propiciar que les auditories energètiques municipals incloguin un apartat dedicat a estudiar les possibilitats d'implantar la biomassa com a font energètica en dependències i equipaments públics.
- Sensibilitzar i/o formar tècnics comarcals / municipals en aquest sentit, i involucrar-los en aquests objectius.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Potenciar la utilització de la biomassa com a combustible en dependències municipals

- Fer visites a territoris en les quals aquesta font d'energia està molt més implantada, per tal de comprovar-ne de primera mà els potencials beneficis que podria suposar per la zona.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions amb ajuntaments per implementar canvis en la font energètica utilitzada en equipaments.
- Nombre d'accions implementades.
- Nombre de sessions d'assessorament i sensibilització fetes a tècnics i a representants municipals.
- Estalvis potencials i reals derivats de les accions detectades en les auditories energètiques.

- m2 / m3 de dependències municipals que han passat a utilitzar la biomassa com a font energètica.
- Evolució en la biomassa obtinguda / consumida a la zona.
- Evolució en el nombre d'empreses existents de serveis energètics / aprofitament forestal.
- Llocs de treball mantinguts / creats en el sector energètic i forestal.
- Evolució en la superfície forestal gestionada en base a aprofitaments forestals.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- ICAEN
- IDAE

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Empreses de serveis energètics

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 17: Elaborar un estudi sobre la disponibilitat i viabilitat d'aprofitament de la biomassa a nivell comarcal
- ACTUACIÓ 18: Augmentar la demanda local de biomassa com a font energètica
- ACTUACIÓ 43: Realitzar auditories energètiques municipals per tal de detectar potencials accions de reducció de consum i/o de costos

ACTUACIÓ 45

Millorar la recollida i la gestió dels residus en els punts de major freqüentació turística

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Millorar la recollida i la gestió dels residus en els punts de major freqüentació turística

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La compatibilitat entre les activitats turístiques i la generació de residus és un dels problemes ambientals més greus que han d'afrontar els municipis i/o zones amb major freqüentació. Les pròpies característiques del territori propicien condicionen que determinades àrees siguin més freqüentades, ja sigui per major atractabilitat o per majors facilitats en l'accés i, per tant, estiguin exposades a una major afluència de visitants i, conseqüentment, de potencials residus.

L'impacte ambiental que pot representar una mala gestió dels residus en aquests espais (i també en relació amb la imatge general de territori projectada sobre els visitants) pot ser molt important, i per tant cal vetllar perquè això no és produeixi.

En aquest sentit és evident que el millor residu és aquell que no s'arriba a generar, i per tant és convé també treballar en primera instància en la minimització dels residus generats, però alhora en potenciar el servei de recollida (selectiva) dels residus en aquestes àrees i el reciclatge d'aquests residus.

Especialment important és incrementar aquests serveis en els espais naturals protegits, però també en nuclis urbans que veuen incrementada la seva població de manera notable, o el nombre de visites, en determinades èpoques o períodes.

En concret doncs, aquesta actuació fa referència a:

- Fer front a la necessitat d'incrementar els serveis de recollida de residus en zones i espais naturals de la comarca que més ho requereixin.
- Identificar possibles punts de sobrefreqüentació, fet que es pot portar a terme a través de **Plans d'Acollida Turística**, ACTUACIÓ 26).
- Fomentar la recollida selectiva de residus, a través de campanyes d'informació i sensibilització.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**L'ESSÈNCIA D'UNS POBLES QUE CAL MANTENIR I POTENCIAR**
PROGRAMA	**SOSTENIBILITAT EN NUCLIS URBANS**
ACTUACIÓ	Millorar la recollida i la gestió dels residus en els punts de major freqüentació turística

INDICADORS	
• Nombre de punts identificats com de major freqüentació turística i amb necessitat de major dotació de servei de recollida. • Nombre d'accions portades a terme. • Pressupost invertit en la implementació de les accions de millora. • % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).	• Nombre de campanyes de sensibilització de la recollida selectiva portades a terme. • Grau de satisfacció dels usuaris i visitants. • Pressupost aconseguit i invertit total a través de la taxa turística. • Pressupost aconseguit i invertit a través dels donatius o aportacions dels visitants.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Agència de Residus de Catalunya • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia / Futur Parc Natural Muntanyes de Prades
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 12: Articular mecanismes per vehicular aportacions econòmiques dels visitants per al manteniment o rehabilitació d'espais • ACTUACIÓ 26: Redactar i implementar Pla/ns d'Acollida Turística i de redistribució de fluxos

LÍNIA ESTRATÈGICA 3

EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT

PROGRAMA

MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA

ACTUACIÓ 46

Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'oleïcultura és un sector que ha tingut tradicionalment un pes econòmic molt important a la zona. Actualment, i malauradament, aquest pes econòmic ja no és tan notable, però el seu pes i importància social i territorial continua sent molt elevat.

Així, tot i la importància i pes del sector a la zona, aquest encara té molta capacitat de millora i innovació, i per seguir augmentant el nivell de qualitat dels seus olis. Per tal que el sector pugui seguir evolucionant i sent un referent dins del món agrari, cal seguir propiciant millores en les explotacions, per una banda, i en els processos d'entrada de l'oliva als molins i els diferents passos de transformació, per una altra.

En aquest sentit cal fer un esforç per mantenir les produccions actuals d'olivera, evitant el descens de terreny conreat i mirant, si és possible, d'augmentar-ne la seva extensió. D'aquesta manera, aquestes accions farien referència al que des del PDR 2014-2020 s'anomena "millora de la competitivitat de les explotacions agràries" (operació 4.1.01), inclosa en la sub-mesura 4.1, d'ajuda a les inversions en explotacions agrícoles.

Per altra banda també seria aconsellable seguir fomentant la producció ecològica de l'olivera, per donar un valor afegit a la producció i a l'oli que es derivi d'aquestes produccions ecològiques, i aprofitant els incentius i eines que es recull en forma d'operació en el citat PDR (operació 11.1.01 d'agricultura ecològica, per a productors certificats pel CCPAE).

Pel que fa a les instal·lacions de molins i cooperatives, cal seguir incidint en l'aposta per fomentar les inversions de creació o millora d'aquestes instal·lacions de transformació i/o comercialització. La presència novament d'incentius econòmics del PDR (segons tipus d'inversió), i també els ajuts LEADER (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot fomentar aquestes inversions.

En quant als processos de producció, cal seguir incidint en la tria correcta les olives a recollir, descartant les olives de menys qualitat, encaixant les olives recollides i portant-les ràpidament al molí per tal que no perdin dels propietats organolèptiques en el procés que va de la recol·lecció a l'entrada al molí.

Així doncs, per tal de donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions, de les instal·lacions de transformació i/o comercialització i dels processos d'entrada de producte als molins, es proposa dur a terme les següents accions:

- Ampliar (o almenys mantenir) la producció i l'extensió de conreus actual.
- Recolzar les inversions de creació o millora d'instal·lacions per a la transformació i/o comercialització.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins

- Millorar els sistemes de recol·lecció i tria de l'oliva, encaixat i trasllat al molí.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Evolució de l'extensió de conreus d'oliveres.
- Evolució en el nombre d'explotacions.
- Evolució de la producció total de la zona / per municipi.
- Evolució en els rendiments de la producció.
- Evolució mitjana de l'edat dels productors.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Propietaris d'explotacions oleícoles
- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- LEADER

AGENTS IMPLICATS

- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consorci Leader (GAL)
- Propietaris d'explotacions oleícoles
- Sindicats agraris
- Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 1: Fomentar el manteniment de les explotacions i millorar-ne la seva competitivitat
- ACTUACIÓ 47: Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

ACTUACIÓ 47

Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Es tracta d'una actuació en relació directa amb el que es detalla en l'operació 4.2.01, del PDR 2014-2020, referida a les inversions per a la transformació i comercialització, en concret al suport a inversions en transformació , comercialització i desenvolupament de productes agrícoles, per tal de fomentar els productes de qualitat i afavorir la modernització i la innovació del sector.

Aquesta actuació faria referència concreta a la **millora de les instal·lacions dels molins**, **instal·lació de noves tines d'acer inoxidable**, d'elements que permetin separar i **classificar partides d'oli**, **recipients estancs per sansa**, inversions en aspectes de **millora ambiental**, i foment de les **energies alternatives** en els projectes d'inversió.

Alhora, tota la maquinària necessària per **renovar els etiquetatges, envasats**, etc a les noves formes i demandes del mercat actual també tindrien cabuda en aquesta actuació (en relació amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 51).

En aquest sentit comentar que al llarg dels darrers anys nombroses cooperatives ja han anat realitzant inversions de millora en aquest sentit, però el sector, evidentment, requereix d'actualitzacions i millores constants de maquinària i processos, i per tant aquesta actuació continua tenint vigència i sentit.

Així, tal com fins en aquest moment, els projectes d'inversió referents a aquest tipus d'operacions, amb un import inferior a 250.000 euros, es podran seguir cobrint a través dels ajuts a les estratègies de desenvolupament local (ajuts LEADER).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Inversió total en creació de molins.
- Inversió total en millora / ampliació de molins existents.
- Subvenció sol·licitada / rebuda total.
- Inversió / subvenció per municipi.

- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves, menors de 40 anys, que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.
- Temps mitjà de tramitació dels expedients d'ajut.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Molins d'oli • Cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER)
AGENTS IMPLICATS	• Molins d'oli • Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER) • Consorci Leader (GAL) • Sindicats agraris
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 46: Donar continuïtat a les accions de millora de les explotacions i dels processos d'entrada de producte als molins • ACTUACIÓ 51: Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

ACTUACIÓ 48

Fomentar les activitats de formació contínua del sector

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Fomentar les activitats de formació contínua del sector

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La formació i professionalització dins l'àmbit de l'oleïcultura són elements clau que van directament lligats a la qualitat final del producte i a la eficiència i eficàcia de les estratègies de promoció i comercialització d'aquest producte. Per això els aspectes lligats a la formació, en diferents vessants i àmbits tècnics de la producció i comercialització de l'oli, es contemplen com a elements de competitivitat a potenciar.

El sector oleícola de la zona requereix una continuïtat i potenciació en les activitats de formació tècnica, que li permeti seguir implementant sistemes de producció i comercialització avançats que alhora garanteixin la qualitat del producte i accions de promoció i venda de l'oli eficaces.

Cal tenir en compte, a més, que la formació també pot contribuir a una major competitivitat del producte en els mercats, a una major repercussió dels productors i de les cooperatives com a elements de dinamisme econòmic del territori i, en definitiva, a una major qualitat de vida dels treballadors implicats en l'activitat oleícola i a unes millors perspectives de futur del sector en general.

Cal destacar, també, que **les necessitats de formació afecten a tots els àmbits i nivells dels agents implicats en el sector**, ja sigui en els propis productors, els moliners i treballadors de les cooperatives i molins, o als tècnics comercials encarregats dels sistemes de qualitat, de promoció i de comercialització.

Per tot el que s'ha exposat es proposa:

- Fomentar accions de formació en tots els àmbits i nivells de responsabilitat del procés de producció i comercialització de l'oli.
- Potenciar sinèrgies entre el sector oleícola, el DAAM i l'IRTA per tal d'articular noves accions de formació en l'àmbit científic, de producció i comercialització de l'oli.
- Organitzar jornades específiques de formació amb l'objectiu de cobrir necessitats formatives puntuals detectades, tant a nivell tècnic com a nivell gerencial.
- Visites i intercanvis d'experiències amb territoris que mantinguin similituds amb les MBC i que puguin ser un model de producció de l'oli i de promoció i comercialització del producte.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DELS PROCESSOS PRODUCTIUS DEL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Fomentar les activitats de formació contínua del sector

INDICADORS	
• Nombre d'accions de formació dutes a terme. • Nombre de participants en les accions formatives. • Acords realitzats amb l'IRTA o altres organitzacions o institucions per tal d'estructurar una oferta concreta d'activitats formatives.	• Nombre de visites i intercanvis d'experiències realitzats. • Nombre de participants en els intercanvis. • Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació i als viatges d'intercanvi d'experiències.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació • Cambra de Comerç • Sindicats agraris
AGENTS IMPLICATS	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Molins d'oli • Cooperatives agrícoles • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Sindicats agraris
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 50: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 53: Promoure la producció ecològica en el sector • ACTUACIÓ 56: Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

PROGRAMA

PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA

ACTUACIÓ 49

Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'oli de la zona (i de tot l'àmbit de la DO Siurana en general) ha patit deficiències en les estratègies de comercialització al llarg dels anys. Part de la venda de l'oli es feia en un mercat molt proper mentre que els excedents eren venuts a baix preu a empreses transformadores i comercialitzadores que el barrejaven amb olis d'altres zones. Aquesta estratègia, que com s'ha dit permetia eliminar excedents i per tant assegurava uns ingressos als pagesos, en canvi no permetia donar valor en el mercat ni notorietat al producte i al territori, ja que l'origen de la producció quedava sovint amagada sota marques forànies.

Tot i que durant els darrers anys s'han millorat sensiblement els processos i les estratègies de comercialització, cal fer seguir fent esforços per posar l'oli de la zona en el lloc que li pertoca (els guardons aconseguits en són una prova i garantia), seguint apostant per la qualitat del producte i del territori, alhora que tendint a millorar de forma progressiva i contínua el prestigi i la rendibilitat del producte.

En aquest sentit doncs es proposa desenvolupar un **estudi de mercat** que permeti detectar quins són els públics i clients objectius per als olis de la comarca, els mercats que millor poden absorbir aquesta producció, les característiques d'envasat necessàries per entrar en aquests mercats, les accions a emprendre en aquesta fase d'expansió, etc.

Per tant, cal que a partir de l'anàlisi dels mercats s'estableixin les estratègies de màrqueting i comercialització, que es defineixin els segments de mercats objectius i que a partir es portin a terme accions per tal de penetrar i consolidar-se en aquests mercats potencials. Cal que aquest estudi també inclogui un apartat dedicat a la comercialització i canals dels **olis de producció ecològica** (veure ACTUACIÓ 53).

Així doncs, per tal de materialitzar aquestes voluntats caldrà:

- Elaborar un **Estudi de Mercat** per als olis de la zona.
- **Consolidar el treball en xarxa** o de caràcter associatiu del sector, per tal de poder cobrir nous perfils de demanda i de mercats.
- **Establir estratègies de promoció i comercialització conjunta** de l'oli als públics i mercats detectats (veure ACTUACIÓ 50)

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció d'un estudi de mercat per als olis de la zona.
- Nombre d'accions previstes en l'estudi, i pressupost necessari per a la seva implementació.
- Nombre d'accions executades i pressupost d'execució.
- % de pressupost públic / privat en la redacció de l'estudi i en la implementació de les accions que d'ell en deriven.
- Variació del volum de vendes generades a partir de les accions derivades de l'estudi.
- Diferències entre els ingressos generats després d'aplicar les noves estratègies producció, cooperació en el sector i de màrqueting i comercialització.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 50: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 51: Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat • ACTUACIÓ 52: Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització • ACTUACIÓ 53: Promoure la producció ecològica en el sector

ACTUACIÓ 50

Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El sector oleícola del Baix Camp (i sobretot dels productors de la zona MBC) segueix requerint d'un impuls potent en quant a accions de promoció del producte, per fer-lo visible al consumidor, i per comunicar les seves qualitats, les seves característiques i els seus beneficis dietètics. Cal seguir treballant per posicionar aquest oli com un producte d'alta qualitat, en relació amb les propietats i beneficis de la dieta mediterrània.

S'ha de seguir posicionant el producte en base a atributs d'exclusivitat, de singularitat i de diferenciació, que el facin un producte més atractiu. Per tal d'aconseguir aquestes fites és essencial, alhora, que es segueixin engegant accions potents de comercialització i venda del producte. Cal donar-lo a conèixer, sortir a buscar nous mercats i, en definitiva, desenvolupar estratègies de comercialització que permetin que els productors assegurin la venda de les seves produccions a preus raonables que generin una dinàmica positiva en el sector, un sector que sovint s'ha sentit desanimat per sistemes de comercialització que han comportat preus baixos del producte i poca valorització del mateix. Per tot això, també és important seguir trencant certs estereotips fortament arrelats en el sector agrari, a través d'accions de comunicació externa però també interna, de cara al propi sector. De cara a la comunicació exterior cal insistir en accions clàssiques de promoció com la presència a fires, seguir amb la presentació d'olis a concursos nacionals i internacionals per donar a conèixer les seves característiques, i accions de sensibilització al públic en general sobre la cultura de l'oli.

També és important que el sector oleícola adapti sistemes de promoció i comunicació més innovadors, apostant per un embotellat i un packaging modern, atractiu i que transmeti la qualitat i la singularitat del producte (veure ACTUACIÓ 51). Cal que l'embotellat i l'etiquetat expliquin, a part de les seves característiques organolèptiques i químiques, altres valors com els sistemes tradicionals de collida de les olives, la procedència de les olives d'espais singulars dins de la zona, etc, tot creant un interès basat en aspectes intangibles.

Caldrà també estar atents i participar en la mesura del possible en el recentment iniciat projecte CoMeDPro: "Common Mediterranean Development Programme", de desenvolupament del sector de l'oli d'oliva i del vi a la Conca Mediterrània, projecte ENPI liderat pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural i finançat en un 90% per la UE. Es tracta d'un programa de cooperació transfronterera entre països de la Unió Europea i els països socis de regions situades al llarg de les costes del mar Mediterrani, en el qual també hi participa Sardenya i Israel. Els principals objectius d'aquest projecte són millorar la competitivitat de les empreses, fomentar la comercialització de proximitat, donar suport a la internacionalització, incentivar sinèrgies entre sectors i potenciar les relacions i les xarxes. Com és evident, tots ells són objectius que encaixen amb les necessitats del sector oleícola local i, per tant, com s'ha dit, serà important implicar-s'hi, si és el cas.

Per tal d'aconseguir aquests objectius seria convenient que, per exemple, des del Consell Regulador de la DO Siurana, es seguissin potenciant els processos de promoció i comercialització esmentats.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

Així, per tot l'exposat, es proposa implementar (en alguns casos seguir-ho fent, ja que es tracta de processos ja iniciats o fins i tot amb cert recorregut) les següents accions:

- **Potenciar les estructures de comercialització i promoció conjuntes**, per tal d'afavorir l'obertura del producte a nous mercats.
- Seguir insistint, a través de tècnics comercials, en les **tasques de distribució i venda del producte a nous països i mercats** (ACTUACIÓ 52), sense descuidar en cap cas la **promoció i comercialització de proximitat**, per anar tendint a la valorització del producte in situ.
- Propiciar la redacció d'un **pla de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting**.
- Realitzar accions de formació, sensibilització i professionalització dirigides als productors per tal de fer-los conscients de la necessitat de reorientar els sistemes i estratègies de promoció i venda de l'oli (ACTUACIÓ 48).
- Estar atents i participar en la mesura del possible en el projecte CoMeDPro: "Common Mediterranean Development Programme".
- Potenciar les vendes online a través de nous portals de venda.
- Insistir en lligar la promoció del producte amb la gastronomia i el sector de la restauració (ACTUACIÓ 60: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia).
- Donar suport a l'assistència a fires i a la presentació a concursos de qualitat de l'oli.
- Potenciar un embotellat i packaging modern i atractiu, i fomentar la comunicació dels atributs tangibles i intangibles de l'oli a través d'aquest etiquetatge i envasat (en relació amb l'ACTUACIÓ 51).
- Potenciar la "marca" DO Siurana, com a garant de la qualitat del producte. Remarcar els beneficis d'embotellar sota les garanties i marca de la DO, i afavorir que els productors que no ho fan ho acabin fent.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'activitats de promoció i comercialització conjuntes.
- Nombre de molins / cooperatives participants.
- % de producció venuda a través d'estratègies de promoció conjunta / % venda particular de cada molí / % venda directa.
- Pressupost invertit i mitjans necessaris en l'elaboració d'un promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting.
- Nombre de fires a les que s'ha assistit, contactes amb agents del sector i operacions de comunicació i venda tancades.
- Nombre de concursos als que s'ha presentat l'oli de les MBC i resultat dels mateixos.
- % de vendes realitzat a través de la venda on-line (nous portals propis, de tercers, etc).
- Accions de formació, sensibilització i professionalització realitzades als productors.
- Nombre d'assistents a aquestes sessions.
- Grau de satisfacció dels assistents.
- Nombre de mitjans que han publicat notícies o articles i impacte a d'aquestes aparicions.
- % pressupost públic / privat de les activitats realitzades.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta
	• Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Comarcal • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 48: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 49: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals • ACTUACIÓ 55: Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli de la zona a nivell intern • ACTUACIÓ 51: Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat • ACTUACIÓ 52: Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització • ACTUACIÓ 60: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia

ACTUACIÓ 51

Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les tècniques de promoció i comercialització de productes són cada cop més sofisticades i responen a una major exigència dels clients i també a una major segmentació del mercat. Tots els productes busquen destacar en l'amplíssima oferta comercial que existeix avui en dia i sovint, a banda de la qualitat del propi producte, hi entren en joc molts altres factors importants que cal tenir en compte si no es vol quedar al marge dels circuits de mercat i si es vol aspirar a vendre els productes a uns preus raonables que aportin beneficis suficients per seguir creixent i evolucionant. Evidentment això també passa al sector de l'oli, un sector que, històricament, no ha tingut massa en compte elements estètics i de potenciació de imatge i de marca. Cal fer un canvi en aquest sentit, és imprescindible adoptar estratègies de comercialització i d'imatge que donin visibilitat al producte, que n'expliquin les seves característiques, la seva singularitat, que comuniquin qualitat i diferenciació i, en definitiva, que permetin mostrar tots els atributs, tan organolèptics, com de procedència, com de valors intangibles.

Una de les tasques que cal fer en aquest àmbit tan ample com és el de la imatge i la comercialització, és el de seguir millorant la imatge de marca de l'oli local a partir dels envasos i de materials de promoció. Cal insistir en donar-li a l'oli una estètica actual, atractiva i que comuniqui qualitat i especificitat, sempre lligada al territori i al paisatge, i per tant a la tradició. Cal que elements tan importants com són els envasos i l'etiquetatge de l'oli evolucionin d'una manera clara i decidida i amb una forta intenció d'explicar el producte i fer-lo atractiu al consumidor.

Cal adaptar envasos a diferents tipus de clients, a diferents tipus de mercats i a diferents tendències i gustos dels consumidors. Cal crear una línia estètica i d'imatge que permeti al consumidor identificar aquest producte com un producte atractiu. Cal crear uns envasats i un etiquetatge que tinguin capacitat de posicionar-se i esdevenir una imatge clara i identificable de territori i de qualitat.

Alhora, evidentment, cal adaptar aquests nous envasos i dissenys als requeriments normatius, per exemple als que afecten al servei de l'oli en el sector de la restauració (normativa del Ministeri).

Per tal d'aconseguir aquests objectius es duran a terme diverses accions:

- Atendre i portar a terme les línies d'actuació que derivin dels **Plans de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting** (ACTUACIÓ 50).
- Insistir en potenciar la imatge de marca de l'oli de la zona, a través d'una línia gràfica unificada a l'hora de crear envasos, etiquetatge i material de promoció (fulletons, línia gràfica a internet, etc).
- Realitzar accions de comunicació general de la imatge de marca a distribuïdors, comercialitzadors i al sector oleícola.
- Accions de promoció i comunicació (a mitjans generals i especialitzats, internet, xarxes socials) sobre els nous envasats i imatge de marca.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Seguir adequant el disseny i tipologia d'envasos a les preferències del mercat

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Pressupost destinat a aquestes accions de marketing.
- % pressupost privat / públic.
- Nombre d'accions de comunicació realitzades.
- Impacte / visualitzacions d'aquestes accions de comunicació.

- Anàlisi dels impactes / aparicions / # / en xarxes socials.
- Nombre d'accions de difusió a distribuïdors, comercialitzadors i altres agents.
- Anàlisi de l'impacte de la campanya a través de les vendes.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

AGENTS IMPLICATS

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 47: Donar suport a les inversions en maquinària i obra civil, de millora dels processos de transformació i comercialització
- ACTUACIÓ 49: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals
- ACTUACIÓ 50: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

ACTUACIÓ 52

Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Cal que des del sector oleícola es duguin a terme accions per obrir nous mercats, buscar nous consumidors i per adaptar el producte a les tendències dels mercats nacional i internacional. En aquest sentit seria interessant disposar d'un **Pla de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting** (tal com s'ha comentat en l'ACTUACIÓ 50) per ajudar a orientar el potencial del producte i per propiciar l'obertura de nous mercats.

Caldria fer, doncs, una diagnosi de potencial d'exportació de l'oli, i en base als resultats d'aquests estudis i plans, elaborar un pla d'acció estratègica i d'orientació per a la implantació d'un producte a diferents mercats, adquirir assessorament jurídic sobre mercats internacionals, requeriments documentals o aranzelaris, informació sobre prospectives de mercats, etc.

Actualment ja s'estan duent a terme vàries accions en aquest sentit, però cal seguir-hi insistint i fins i tot potenciar-les, ja que el potencial de creixement és molt notable. Les missions empresarials en mercats de destí són una bona fórmula per promocionar el producte, i donen fruits visibles. Cal doncs propiciar i donar suport a aquestes missions, i també potenciar les missions inverses per tal de que distribuïdors, experts, periodistes, etc coneguin de primera mà el territori i el paisatge en el qual neix i es desenvolupa el producte.

Així doncs, per tal d'assolir aquest objectius es proposa dur a terme les següents accions:

- En base l'**Estudi de Mercat** (ACTUACIÓ 49), determinar els mercats objectius sobre els quals portar a terme les missions empresarials.
- Seguir les directrius del **pla de promoció, internacionalització, comunicació i màrqueting** (apareix citat en l'ACTUACIÓ 50), per tal de dissenyar l'estructura, tipus, temporalització, etc d'aquestes missions.
- Aconseguir assessorament sobre mercats internacionals a nivell jurídic i empresarial.
- Aprofundir en les sinèrgies amb el model i productors del vi, aprofitant els seus canals de comercialització.
- Desenvolupar missions empresarials inverses.
- Fomentar la cultura de l'oli en els mercats de destí.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Propiciar l'obertura a nous mercats i internacionalització

INDICADORS

- Evolució en el nombre i impactes de les missions comercials realitzades.
- Nombre d'accions realitzades i impacte d'aquestes.
- Nombre de molins / cooperatives participants en les activitats realitzades.
- Assistència a les diferents activitats proposades (públic en general, autoritats, administracions, impacte en mitjans, etc).
- Pressupost i mitjans utilitzats en l'elaboració efectiva d'un pla d'internacionalització.
- Nombre de sessions d'assessorament rebudes sobre mercats internacionals.
- Nombre i destinació de missions empresarials en mercats nacionals i internacionals.
- Impacte de les missions empresarials en base a contactes i operacions tancades.
- Evolució en les xifres de negoci en els mercats treballats.
- Evolució en el pressupost destinat a aquestes accions.
- Evolució de països als quals s'exporta
- % de finançament públic / privat.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Departament d'Empresa i Ocupació –Agència per a la Competitivitat de l'Empresa
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Cambra de Comerç

AGENTS IMPLICATS

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Cambra de Comerç

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 49: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals
- ACTUACIÓ 50: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta

ACTUACIÓ 53

Promoure la producció ecològica en el sector

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT
PROGRAMA	PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA
ACTUACIÓ	Promoure la producció ecològica en el sector

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les noves tendències de consum apunten a una gradual i major sensibilització envers els productes ecològics. És important que el sector oleícola tingui en compte aquest fet de cara a oferir un producte que sigui competitiu a tots els nivells i que, per tant, almenys una part d'ell, sigui competitiu en l'àmbit dels consumidors més sensibles a la relació d'allò que consumeixen amb el respecte al producte i al medi ambient. La producció que promou els mecanismes naturals de control de plagues, malalties i males herbes que poden afectar al cultiu de l'oliva té un sector de consumidors cada cop més ampli.

Val a dir que la producció integrada accepta la utilització de productes fitosanitaris de manera raonada, per cercar la mínima alteració possible dels ecosistemes i l'òptim rendiment de les collites, en línia amb els requeriments legals de la Unió Europea.

Per altra banda, la producció ecològica, també cada vegada amb més consumidors dins d'aquest àmbit, opta per consumir productes en el procés de producció dels quals no s'han utilitzat adobs químics de síntesi.

Cal fer un esforç per **introduir-se en aquests mercats** i adaptar-se a processos de transformació que satisfacin les expectatives dels consumidors de productes ecològics o de producció integrada. Cal potenciar entre els productors agraris el conreu d'acord a sistemes respectuosos amb el medi i l'entorn, i també cal que cooperatives i comercialitzadors tinguin en compte els aspectes de control de les aigües utilitzades, de sistemes d'emmagatzematge, de gestió dels envasos buits, etc.

És important fomentar en les noves generacions de productors el control de tots els processos i la derivació cap a sistemes cada vegada més propers a la producció lliure d'elements químics. Aquest és un mercat que va a l'alça i que cal tenir molt en compte. Per tot això, cal que l'**Estudi de Mercat** (veure ACTUACIÓ 49) és important que tingui un **apartat dedicat a aquest tipus de demanda**.

Aquesta actuació cal que sigui concretada a través d'**assessorament tècnic** a productors i sobretot a través de xerrades periòdiques i cursos concrets de formació, vehiculats ja sigui a través del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (informant també de les ajudes previstes en el PDR, en base l'operació 11.1.01 d'agricultura ecològica, per a productors certificats pel CCPAE), de la pròpia DO o de les entitats de gestió dels espais naturals (Consorci de la Serra de Llaberia).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Promoure la producció ecològica en el sector

INDICADORS	
• Nombre d'accions de formació, informació i/o sensibilització dutes a terme. • Nombre de participants en aquestes accions. • Acords realitzats amb el DAAM o altres institucions per tal d'estructurar una oferta concreta d'activitats formatives.	• Evolució en la superfície de producció ecològica. • Evolució en els kg de producció ecològica. • Evolució en el nombre de litres comercialitzats i preu de venda d'aquesta producció. • Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació i als assessoraments tècnics.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Propietaris d'explotacions oleícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • CCPAE • MAGRAMA
AGENTS IMPLICATS	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Propietaris d'explotacions oleícoles • Sindicats agraris • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • CCPAE
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 48: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 49: Aprofundir en el coneixement i anàlisi del mercat objectiu per als olis locals • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

PROGRAMA

POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME I LA CULTURA DE L'OLI

ACTUACIÓ 54

Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME**
ACTUACIÓ	Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'oli és un producte que ajuda a conformar i definir una identitat territorial, ja que aglutina conceptes com el paisatge, la tradició, la història, les persones que treballen la terra i que produeixen aliments, la dieta mediterrània, la salut i el patrimoni.

D'aquesta manera, doncs, cal entendre l'oli en la seva globalitat, com a element identitari del territori, ja que en destil·la seva essència. Cal ser-ne conscients, cal que la gent del territori ho vegi i és per això que cal reforçar la Cultura de l'Oli. Fer-ho reforçarà la cohesió social, el compromís dels ciutadans amb el lloc on viuen, la seva autoestima i reforçarà, també, al propi sector oleícola i la seva capacitat d'expandir-se i de millorar dia a dia.

A partir de tots aquests arguments, caldrà plantejar noves maneres de descobrir aquesta cultura al llarg de tot l'any, de conèixer i reconèixer el territori i de convertir-lo en un atractiu cultural, gastronòmic, paisatgístic i, en definitiva, turístic. Cal posar en valor la qualitat dels excel·lents olis que es produeixen a la zona, cal fer èmfasi en la innovació atès que tot i que l'oli és un producte mil·lenari té associada una forta component innovadora, que ve de la mà de la gastronomia i de la restauració.

Per tant, doncs, es proposa dur a terme una sèrie d'accions per reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta del producte al llarg de tot l'any. Serien les següents:

- Implicar en el foment de la Cultura de l'Oli tant al sector oleícola com als agents turístics, a restauradors i a l'administració (ACTUACIÓ 60).
- Editar material de promoció sobre la Cultura de l'Oli i la relació de l'oli amb el territori i tot allò que l'integra.
- Potenciar activitats gastronòmiques, experiències sensorials i de turisme vivencial al voltant de l'oli (en relació amb l'ACTUACIÓ 61)
- Potenciar i revitalitzar recorreguts turístics i rutes de l'oli (ACTUACIÓ 69), dels paisatges on es conrea, de les construccions de pedra seca sovint associades al seu conreu (marges, cabanes, etc.).
- Potenciar paquets turístics que consisteixin en collir olives, portar-les al molí i conèixer el procés de transformació.
- Organitzar maridatges gastronòmics, presentacions i tastos d'oli conjuntament amb d'altres productes del terra.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME**
ACTUACIÓ	Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any

INDICADORS

- Material de promoció sobre la Cultura de l'Oli editat (nombre d'exemplars).
- Nombre d'activitats gastronòmiques, experiències sensorials i de turisme vivencial al voltant de l'oli organitzades.
- Nombre de participants en les activitats dutes a terme.
- Evolució en el nombre de recorreguts turístics i rutes de l'oli.
- Evolució en el nombre de paquets turístics creats.
- Nombre d'agents implicats en el disseny de recorreguts, paquets, etc.
- Nombre de visitants i usuaris d'aquests productes i rutes.
- Grau de satisfacció dels usuaris.
- Evolució en el nombre de maridatges gastronòmics, presentacions i tastos d'oli realitzats.
- Impacte en els mitjans / xarxes socials d'aquestes activitats.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Consell Comarcal
- Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Diputació de Tarragona
- Departament d'empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme

AGENTS IMPLICATS

- Cooperatives agrícoles
- Molins d'oli
- Sindicats agraris
- Consell Comarcal
- Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Diputació de Tarragona
- Departament d'empresa i Ocupació –Direcció General de Turisme
- Empreses turístiques
- Establiments comercials

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 60: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia
- ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques
- ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori

ACTUACIÓ 55

Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli de la zona a nivell intern

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli de la zona a nivell intern

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El sector oleícola, tot i encara mantenir alguns vicis del passat, comença a ser conscient de la capacitat de creixement i d'expansió que té, fonamentades en la seva qualitat i especificitat. Tot i la presència d'aquestes característiques o atributs, encara esdevé necessari que la zona, i la comarca en general, **la seva població, conegui més a fons el producte**, que el valori més i, en definitiva, que **la pròpia gent i establiments del Baix Camp siguin els primers prescriptors de la qualitat de l'oli** que es fa a la zona. Aquest és un pas molt important per seguir posicionant aquest producte com un element de referència de la comarca.

A més, cal que aquesta sensibilització acabi derivant en **un increment en el consum del producte**, un consum que actualment encara no és generalitzat i que cal que esdevingui habitual entre la gent de la comarca. Això **reforçarà la capacitat d'expansió de l'oli i permetrà potenciar i impulsar econòmicament el sector** per tal que aquest pugui expandir-se a altres mercats. Fomentant el coneixement ("la Cultura de l'Oli") i la comercialització de proximitat, el sector veurà un retorn immediat a les seves tasques, i una visibilitat que li permetrà emprendre actuacions amb major dimensió.

En aquest sentit, és fonamental **insistir en les característiques de l'Oli DO Siurana**, per posicionar-lo davant altres olis competidors com són el de la DO Garrigues, que té un important potencial de venda a les comarques d'interior de Catalunya. Cal comunicar, en aquests mercats, les característiques i diferenciació de l'oli de la zona, així com les **millores tècniques i de qualitat** que van assolint els olis locals i les fites que s'aconsegueixen a nivell nacional i internacional a través dels concursos, reconeixements, augments de venda, etc.

Per tal d'aconseguir tot això caldrà fer una tasca de sensibilització sobre les propietats organolèptiques de l'oli, els beneficis que comporta per a la salut i el seu protagonisme dins de la dieta mediterrània, a diferents nivells i a diferents sectors de la població. Serien les següents:

- Impulsar **campanyes de consum d'oli d'oliva verge extra de la comarca / zona**, així com fer **tallers sobre les propietats i beneficis de l'oli**, als alumnes dels centres d'ensenyament de tota la comarca.
- Dissenyar noves (i si cal reiterades) campanyes de promoció d'ús de l'oli de la zona als propis restaurants, hotels, cases de turisme rural i agrobotigues (ACTUACIÓ 60).
- Suport en l'elaboració de cartes d'olis per als restaurants.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**PRODUCTE, COMERCIALITZACIÓ I MÀRQUETING EN EL SECTOR OLEÍCOLA**
ACTUACIÓ	Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli de la zona a nivell intern

INDICADORS	
• Nombre de campanyes de consum d'oli d'oliva verge extra realitzades. • Impacte a nivell de participants i d'aparició i difusió en mitjans d'aquestes campanyes. • Nombre de tallers realitzades als alumnes dels centres d'ensenyament, i nombre d'alumnes assistents.	• Nombre de reunions amb agents turístics per dissenyar les campanyes en restaurants, hotels, cases de turisme rural i agrobotigues, etc. • Nombre d'establiments turístics vinculats i participants en els campanyes. • Suport en l'elaboració de cartes d'olis per als restaurants. • Evolució en el consum intern de l'oli.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER – Cooperació) • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci Leader (GAL) • Consell Comarcal • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 50: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 60: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia

ACTUACIÓ 56

Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME**
ACTUACIÓ	Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Mentre en d'altres àmbits i sectors agrícoles (per exemple en el món del vi i l'enoturisme), s'estan desenvolupant moltes propostes de caire turístic (visites, experiències, configuració de paquets, etc.) en el sector de l'oli encara hi ha molt de camí per fer en aquest sentit. Cal dir que al territori ja hi trobem iniciatives il·lusionants en aquest sentir, és important que, a nivell general, el sector oleícola es replantegi la possibilitat de vertebrar una oferta turística que doni prestigi al producte i que alhora sigui atractiva i de qualitat. Per tal d'aconseguir aquest objectiu caldria tornar a promoure **accions de sensibilització al propi sector en el sentit de fer visible el potencial de l'oli i de la cultura de l'oli com a atractiu turístic**. També seria important, però, desenvolupar un programa o **accions de formació de cara a productors i tècnics de cooperatives i molins o empresaris oleícoles**. Cal que el sector es formi i tingui informació sobre les possibilitats del producte d'esdevenir un atractiu turístic potent i diferenciat.

Però a part del propi sector oleícola, també caldria **formar al propi sector turístic** ja que aquest no està acostumat a utilitzar l'oli com a recurs atractiu per crear paquets turístics. El sector turístic treballa intensament amb elements patrimonials, de natura, culturals i també amb el sector vinícola però la seva relació i el profit que es treu de l'oli com a element d'interès turístic és, encara, molt baix. Cal, doncs, que des de l'àmbit del turisme també es vegi la potencialitat de l'oli com a incentivador del viatge i l'experiència turística.

Alhora, a més de potenciar les accions de formació o sessions de treball per crear productes paquets turístics a l'entorn del món de l'oli, es proposa dur a terme accions específiques de formació que permetin als agents implicats gestionar aquests paquets turístics, la promoció i la seva comercialització d'una manera efectiva i rendible.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'accions de formació dutes a terme.
- Nombre de participants en les accions formatives.
- Evolució en el nombre de productes / paquets turístics relacionats amb l'òleoturisme.
- Evolució en el nombre d'empreses / cooperatives que ofereixen activitats d'òleoturisme.
- Empreses turístiques que formen part d'aquests paquets.
- Augment en el nombre de visitants / consumidors dels paquets turístics.
- Grau de satisfacció dels assistents a les sessions de formació.
- Grau de satisfacció dels turistes / visitants.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE L'ÒLEOTURISME**
ACTUACIÓ	Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació • Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Sindicats agraris • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Cooperatives agrícoles • Molins d'oli • Sindicats agraris • Consell Regulador Denominació d'Origen Protegida Siurana • Empreses turístiques • Establiments comercials
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 48: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

PROGRAMA

MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT

ACTUACIÓ 57

Crear una marca pròpia de comercialització dels productes agroalimentaris de les Muntanyes del Baix Camp

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Crear una marca pròpia de comercialització dels productes agroalimentaris de les Muntanyes del Baix Camp

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal d'incrementar les opcions de comercialització dels productors locals, es planteja la possibilitat de **crear una marca conjunta de comercialització**, sota la qual s'hi vinculin tota una sèrie de **productes de qualitat de la zona**. Parteix de la filosofia de crear una vinculació entre els productes, territori, paisatge, natura i també el turisme.

D'aquesta manera, la idea és que la creació d'aquesta marca no només beneficia als propis productors que s'hi emparen, sinó que vol ajudar a reforçar la idea de territori i paisatge de qualitat, i en definitiva a millorar la competitivitat i grau d'integració de tota la zona.

Es tractaria d'una marca de qualitat territorial, una qualitat que va més enllà de la qualitat reglamentada i de les denominacions d'origen i que afecta també a la territorialitat i la sostenibilitat i que ha de reforçar els llaços entre els homes, els territoris, els productes , els serveis (ja siguin agrícoles , artesanals, turístics o patrimonials), els productors i els consumidors.

A més, disposar d'aquesta marca afavoriria les sinèrgies entre els productors i entre aquests i la resta d'entitats del territori i de l'exterior de la zona (possibilitats de comercialització conjunta, lots, creació o venda en plataformes e-commerce, etc).

Trobem nombrosos exemples de creació de marques de qualitat territorial, i fins i tot un projecte de cooperació Leader que té aquest objectiu (http://www.calidadterritorial.com/).

Tot seguit doncs, s'exposen les potencials accions a desenvolupar en el marc d'aquesta actuació:

- Crear la marca o denominació, que integri els productes de qualitat de la comarca, seguint els paràmetres que el propi sector determini.
- Difondre la marca en fires locals i nacionals, jornades i altres espais i suports.
- Cooperar amb institucions o entitats pel desenvolupament i difusió d'aquesta marca.
- Implementar projectes conjunts.
- Cercar ajuts, subvencions i finançament per als associats i altres actors del sector.

Es considera que la figura / estructura que millor pot portar a terme i coordinar aquestes tasques és el **Consorci Leader**, ja sigui a través de vehicular ajuts en base a algun projecte de cooperació com de fer d'aglutinador d'aquestes tasques.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Crear una marca pròpia de comercialització dels productes agroalimentaris de les Muntanyes del Baix Camp

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Nombre de reunions i participants en la definició i concreció de la marca.
- Evolució en el nombre de productes i productors que han adoptat la marca.
- Nombre d'activitats de promoció i comercialització conjunta executats.
- Ajuts aconseguits per crear i vertebrar la marca i la seva promoció.
- Augment de vendes directament aplicable a aquesta nova denominació.
- Incidència i impacte en mitjans i xarxes socials.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Iniciativa privada
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural / LEADER (cooperació)
- Diputació de Tarragona

AGENTS IMPLICATS

- Productors
- Consell Comarcal
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Consorci Leader (GAL)
- Consorci de la Serra de Llaberia

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 58: Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local
- ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal

ACTUACIÓ 58

Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal d'afavorir l'augment del valor afegit dels productes agroalimentaris de la zona, la diversificació de les fonts d'ingressos de les persones que els produeixen i elaboren i per reduir els costos de trasllat, intermediació i venda d'aquests productes, en benefici dels propis productors i dels consumidors, es proposa incidir de manera decidida en el foment de la venda de proximitat dels productes agroalimentaris de qualitat de la zona.

Cal dir que es considera venda de proximitat la venda de productes agroalimentaris, procedents de la terra o de la ramaderia i/o resultat d'un procés d'elaboració o de transformació que es realitza en favor del consumidor/a final, ja sigui directament, o mitjançant la intervenció d'una persona intermediària, per part dels productors o agrupacions de productors agraris. La venda de proximitat inclou la venda directa i la venda en circuit curt. Aquest tipus de venda es regula a Catalunya a través del *Decret 24/2013, de 8 de gener*.

Aquest decret preveu un sistema d'acreditació voluntari per a les persones que vulguin realitzar la venda de proximitat i dels productes objecte d'aquests tipus de venda. La venda d'aquests productes, per tant, es pot realitzar en la mateixa explotació, en agrobotigues dels productors, en mercats locals, en fires mercats o en altres llocs que no siguin establiments comercials permanents. La venda en circuit curt, per la seva banda, es pot realitzar en establiments minoristes, agrobotigues de les agrupacions de productors agraris que actuen com a intermediàries, en establiments de turisme rural i en establiments de restauració, inclosos els establiments de restauració col·lectiva. Per tant un seria convenient **estimular als productors a adherir-se al sistema d'acreditació prevista en aquest decret i a participar d'aquesta xarxa de productors**.

A més, aquesta actuació ha de ser entesa, configurada i complementada en el marc de tot el programa de MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT, i de les actuacions que en ell s'hi inclouen, ja sigui la de creació d'una **marca pròpia** de productes locals (ACTUACIÓ 57), la de **potenciació de els agrobotigues** (ACTUACIÓ 59), la de **vinculació entre productes i gastronomia** (ACTUACIÓ 60), la de **creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques** (ACTUACIÓ 61) o la de **promoció i venda de productes locals en establiments de restauració** (ACTUACIÓ 62).

Alhora és important que la **senyalització** en nuclis i sobretot en carreteres pugui ser adequada a les finalitats del citat decret, ja que per poder portar a terme venda directa per exemple en les explotacions (incloent cellers, molins) és necessari que aquestes puguin ser fàcilment identificables des de les vies d'accés. En aquest sentit, el **Pla de Senyalització** (ACTUACIÓ 21) seria convenient que recollís aquesta necessitat territorial estratègica.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local

INDICADORS	
• Evolució en el nombre de productors acreditats per realitzar venda de proximitat (directa / de circuit curt). • Evolució en el nombre de productors totals de la zona (augment de llocs de treball en el sector, deguda a la major vertebració i sortida comercial dels productes). • Nombre d'activitats de promoció realitzades.	• Material de difusió editat (nombre d'exemplars, impacte). • Incidència i impacte en mitjans i xarxes socials. • Nombre de restaurants / agrobotigues participants en accions de promoció conjuntes.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Aportacions dels productors • Diputació de Tarragona • Consell Comarcal • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació -Direcció General de Comerç • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Productors • Consell Comarcal • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Sindicats agraris • Consells Reguladors • Consorci de la Serra de Llaberia • Empreses turístiques • Federació de comerços • Departament d'Empresa i Ocupació -Direcció General de Comerç • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • Tot el programa de MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT

ACTUACIÓ 59

Vertebrar i donar suport a les agrobotigues

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Vertebrar i donar suport a les agrobotigues

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les agrobotigues, així com bona part dels productes que en elles hi podem trobar , esdevenen uns elements primordials en la promoció, comercialització i vertebració de la comarca i del seu teixit productiu. Es tracta d'un format comercial lligat íntimament als productes de proximitat, normalment amb distintius de qualitat, i on sovint els propis productors posen a l'abast els seus productes sense la intervenció d'intermediaris.

A més, les agrobotigues possibiliten i han de seguir donant arguments a la funció lúdica en la compra, ja que molt sovint la compra de producte local que en elles s'hi realitza acaba esdevenint quelcom semblant a una "compra" del propi territori, de records, de marxandatge, etc, i per tant va més enllà del simple intercanvi diners-producte i es trasllada més a l'esfera de les emocions i els sentiments.

Per tot això, la següent proposta planteja la potenciació de les agrobotigues mitjançant les següents actuacions:

- Articular una **figura comercial comuna** (marca, portal web, etc) que possibiliti la **promoció i difusió de la xarxa d'agrobotigues** i de les diferents actuacions que desenvolupen.
- Organització d'**activitats lúdiques i de generació de bones sensacions de compra tipus mostres i tasts de productes** (en cap de setmana) i durant les èpoques amb una major atractivitat.
- Convertir les **agrobotigues en espais de promoció dels productes locals amb distintiu de qualitat** mitjançant la creació d'una campanya orientada a fomentar, entre les agrobotigues, la compra de regals, lots, etc. en relació als productes de qualitat de la zona.
- Crear una campanya per potenciar que les agrobotigues siguin el punt de referència i de parada obligada dels municipis (sobretot en aquells municipis que no disposin de punt d'informació), i que al mateix temps actuïn de motor de comunicació de les diferents rutes turístiques, oferta de productes artesanal, elements patrimonials, etc de la zona.
- Fomentar l'adequació dels seus horaris d'obertura a les característiques de la demanda.

En tot cas seria molt interessant que les agrobotigues (configurades o no en xarxa/subxarxa) acabin formant part de l'**Associació de comerços de les Muntanyes del Baix Camp** (ACTUACIÓ 93).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Vertebrar i donar suport a les agrobotigues

INDICADORS	
• Nombre de reunions realitzades i nombre de participants en elles, per tal de vertebrar la xarxa d'agrobotigues. • Nombre d'agrobotigues unides en xarxa. • Nombre d'activitats i promocions conjuntes realitzades. • Pressupost aconseguit pel desenvolupament d'activitats. • % finançament públic / privat (% ajuts aconseguits).	• Nombre d'agrobotigues que han adequat horaris comercials a les necessitats dels turistes / visitants. • Nombre d'agrobotigues que han optat per configurar-se de manera efectiva en punt d'informació turística d'un municipi / zona. • Nombre d'agrobotigues adherides a l'**Associació de comerços**. • Augment de vendes totals / augment de vendes de productes promocionats o sota campanya específica.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació -Direcció General de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Cooperatives agrícoles • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 58: Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local • ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 60

Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La cuina té la virtut de definir i explicar el caràcter d'aquells que la fan. I està associada als valors i caràcter d'un territori, a l'igual que ho estan els seus productes. És, per tant, un element que, a més de fer més atractiu el territori, l'explica i el revalora. I en el cas de les Muntanyes del Baix Camp, la cuina i els restaurants dels seus pobles han de continuar potenciant els següents productes: oli, avellanes, bolets, vi, etc.

En aquest sentit doncs, cal seguir insistint en que el **món gastronòmic sigui un dels primers ambaixadors dels productes locals**, potenciant al màxim la valorització i el coneixement dels productes de la zona.

Per a que això sigui possible **la formació pot ser un element primordial** (ACTUACIÓ 90), com també ho pot ser seguir oferint sessions o **opcions de maridatge entre certs productes**. També és important seguir creant arguments en forma de **jornades gastronòmiques temàtiques**, que integrin diversos productes en la seva oferta (veure ACTUACIÓ 61).

En el marc d'aquesta actuació, cal tenir en compte que els visitants atrets per l'òleoturisme acaben descobrint i experimentant els valors culturals del territori a través també de la seva cultura gastronòmica, i aquest fet cal que sigui propiciat i fomentat.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'activitats de maridatge de productes realitzades.
- Nombre de restaurants participants.
- Nombre de jornades gastronòmiques realitzades.
- Nombre de reunions amb restaurants per dissenyar les activitats.
- Impacte a nivell de participants i d'aparició i difusió en mitjans d'aquestes activitats.
- Nombre d'establiments turístics vinculats i participants en els campanyes.
- Sessions de formació realitzades a restauradors i a treballadors de restaurants.
- Evolució en el coneixement i notorietat dels productes locals i els seus productors.
- Evolució en el consum dels productes locals.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Consell Comarcal • Iniciativa privada • Cooperatives agrícoles • Consells Reguladors • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament d'Empresa i Ocupació -Direcció General de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Cooperatives agrícoles • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consells Reguladors • Empreses turístiques
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 50: Insistir en les actuacions de promoció i comercialització conjunta • ACTUACIÓ 55: Promoure el coneixement, valorització i consum de l'oli de la zona a nivell intern • ACTUACIÓ 54: Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any • ACTUACIÓ 58: Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local • ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

ACTUACIÓ 61

Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques

LÍNIA ESTRATÈGICA	EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT
PROGRAMA	MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT
ACTUACIÓ	Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de **millorar les opcions de comercialització dels productors locals**, i per **multiplicar la seva visibilitat** a nivell de comarca, és important que aquests puguin **disposar d'espais físics estables de promoció i venda dels seus productes**. A dia d'avui aquests espais són limitats, i és important que aquests productes puguin guanyar visibilitat i notorietat a través d'esdeveniments de caràcter periòdic (setmanal, mensual, anual) que es puguin desenvolupar en diversos municipis de la zona.

En aquest sentit, es considera important doncs incidir en la **potenciació de noves fires i mercats de producte local**, lligats amb la cultura Slow i Km0, que reuneixin a una representació important dels productors locals de la comarca. Seria aconsellable que aquests esdeveniments integressin primordialment els productors artesans que disposin del carnet d'artesà atorgat per Artesania de Catalunya.

També és important concretar una **oferta estructurada de festes gastronòmiques**. Les Muntanyes del Baix Camp són un territori ric gastronòmicament parlant i seria molt convenient valoritzar aquest patrimoni i donar-lo a conèixer.

Cal tenir en compte, que aquest tipus d'activitats acaben conformant una oferta lúdica i de vertebració de territori, ja que poden acabar configurant-se en actes amb notables nivells d'atracció de cara a visitants i/o turistes. D'aquesta manera, seria important que aquests esdeveniments gaudissin d'activitats complementàries, de caire lúdic, cultural, gastronòmic, etc, en el marc, per exemple de les festes dels municipis.

Es considera interessant que aquesta oferta sigui estructurada a través de la interacció de tots els agents implicats, tot i que el lideratge en aquesta vertebració hauria de recaure en l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82) conjuntament amb l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72), i si escau, amb la participació de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73), i de la potencial **Associació de comerços** (veure ACTUACIÓ 93).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques

INDICADORS	
• Nombre total d'esdeveniments creats. • Evolució en el nombre de visites / participants en els esdeveniments. • Nombre de productors que participen en aquests esdeveniments. • Nombre de restaurants participants en festes / jornades gastronòmiques. • Impacte a nivell d'aparició i difusió en mitjans d'aquestes activitats.	• Augment en les pernoctacions que deriven de l'assistència a aquests nous esdeveniments. • Evolució en el coneixement i notorietat dels productes locals i els seus productors. • Evolució en el consum dels productes locals.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Iniciativa privada • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural / LEADER - Cooperació • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Consells Reguladors • Cooperatives agrícoles • Establiments turístics • Federació de comerços • Consorci Leader (GAL) • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 54: Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any • ACTUACIÓ 58: Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local • ACTUACIÓ 60: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia • ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants • ACTUACIÓ 94: Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

ACTUACIÓ 62

Propiciar la presència d'espais de promoció i venda de productes locals en establiments de restauració

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Propiciar la presència d'espais de promoció i venda de productes locals en establiments de restauració

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La producció local i artesanal esdevé un **argument important de visita i compra** en un territori determinat. A més, l'aparició i desenvolupament de **nous hàbits de consum responsable** fan que, cada vegada més, una creixent part de la població s'interessi pels productes de qualitat i de proximitat.

És en aquest entorn doncs en el que esdevé important aprofitar les noves tendències en l'àmbit del consum per potenciar la promoció i venda dels productes locals de qualitat, també des d'una visió turística.

És un fet que la venda a turistes i visitants de productes locals agroalimentaris augmenta dia a dia. El turista normalment vol emportar-se al seu lloc d'origen un record de l'experiència viscuda, i els productes locals són el record ideal, ja que en essència són fruit i part del propi territori.

Així, l'augment del turisme experiencial (aquell que té per objectiu descobrir i conèixer els territoris a través de les experiències i sensacions que aquest li proporciona) pot ajudar a lligar totes aquestes tendències i potencialitats.

També el creixent interès pel món de la gastronomia i la seva representativitat com a part fonamental de la cultura dels territoris ha de poder ser aprofitat en aquest sentit. El turista que viu l'experiència gastronòmica en un dels restaurants d ela comarca ha de poder endur-se aquests sabors i recuperar aquesta sensacions, i potser fins i tot, acaba sent un fidelitzant la seva compra envers aquell producte.

És per tot el que s'ha exposat que es considera important reforçar la promoció dels productes i la seva presència en establiments de restauració (tot i que també s'obre aquesta possibilitat a d'altres establiments i equipaments turístics), a través d'espais específics de promoció en aquests establiments. En concret es proposa:

- Conscienciar als restauradors sobre la necessitat de promocionar els productes locals, de posar-los a la vista dels turistes i de facilitar-ne la compra.
- Condicionar espais, en els restaurants i en diferents establiments i equipaments turístics, per posar a la venda productes locals de qualitat.
- Consensuar acords entre productors i venedors sobre el preu dels productes per facilitar i promoure la seva venda.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**EL VALOR D'UNS PRODUCTES LOCALS DE RECONEGUDA QUALITAT**
PROGRAMA	**MILLORA DE LES OPCIONS DE PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ DELS PRODUCTES LOCALS DE QUALITAT**
ACTUACIÓ	Propiciar la presència d'espais de promoció i venda de productes locals en establiments de restauració

INDICADORS

- Nombre de sessions i nombre de participants en les sessions de sensibilització a restaurants.
- Nombre de restaurants que han habitat espais de promoció i venda de productes locals.
- Nombre total de productors participants.
- Nombre d'acords entre productors i restauradors en relació a aquests espais i a preus de venda promocionals.
- Vendes directes i indirectes relacionades amb aquests espais.
- Evolució en el coneixement i notorietat dels productes locals i els seus productors.
- Evolució en el consum dels productes locals.

FONTS DE FINANÇAMENT

- Iniciativa privada
- Cooperatives agrícoles
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- LEADER - Cooperació
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Empresa i Ocupació

AGENTS IMPLICATS

- Productors
- Cooperatives agrícoles
- Consells Reguladors
- Establiments turístics
- Consell Comarcal
- Consorci Leader

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 58: Potenciar la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i el consum local

LÍNIA ESTRATÈGICA 4

ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC

PROGRAMA

AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA

ACTUACIÓ 63

Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Actualment els municipis de les Muntanyes del Baix Camp disposen d'una oferta turística en establiments suficient per cobrir la demanda existent tot i que en alguns moments i llocs puntuals (zona Prades, per exemple) aquesta es pot veure superada. En general, però, l'oferta s'adapta a les necessitats del territori i al model turístic que existent i al que es vol seguir impulsant.

Aquesta presència d'establiments i serveis turístics amaga, però, certes desigualtats o disfuncionalitats de caire territorial, ja que en alguns municipis hi trobem molt poca oferta turística o, fins i tot en alguns casos, cap establiment de caire i vocació turística. Cal afrontar aquesta situació per tal de potenciar l'equilibri territorial i donar una sortida econòmica a aquests pobles més desafavorits en aquest sentit.

La presència novament d'incentius econòmics com els que representen els ajuts LEADER (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot fomentar la creació d'establiments en els municipis amb menys cobertura de serveis turístics i també són una eina útil per desenvolupar projectes de millora i ampliació d'establiments i empreses ja existents. Els ajuts LEADER poden representar un suport importat per emprenedors i empresaris a desenvolupar projectes i inversions de millora dels establiments, en base la qualitat.

Cal tenir en compte, també, alguns **projectes turístics de gran potencial que han quedat aturats** per manca de finançament. És important donar un impuls a aquest tipus d'iniciatives, donar opcions a aquells emprenedors o, fins i tot si és el cas, **buscar inversors amb capacitat de donar-los viabilitat**. En definitiva, cal potenciar la seva posada en marxa per oferir majors opcions i oferta a nivell d'establiments als visitants.

En aquest darrer sentit doncs, l'**Oficina de Promoció Comarcal** (ACTUACIÓ 82) podria ser l'encarregada de gestionar aquestes tasques, estratègiques en molts casos, de promocionar i buscar inversors (a través per exemple del **Fòrum Comarcal d'Inversors**, veure ACTUACIÓ 87), per a portar a terme aquests projectes de major envergadura.

Algunes de les accions que es proposa implementar, doncs, són les següents:

- Fomentar la creació o millora d'establiments turístics, que s'adeqüin al model turístic de la zona.
- Fomentar l'arribada, i assessorar, de possibles inversors / emprenedors, que vulguin crear establiments turístics en municipis en els quals actualment no n'hi ha.
- Cercar inversors per a desencallar projectes d'establiments turístics aturats o amb històriques potencialitats de desenvolupament. Propiciar que l'**Oficina de Promoció Comarcal** sigui l'encarregada de portar a terme aquestes tasques.
- Aprofitar els ajuts LEADER per dur a terme accions de millora i creació d'establiments turístics.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'establiments turístics creats / millorats.
- Nombre d'accions realitzades de cerca d'inversors per a projectes aturats per manca de finançament.
- Nombre d'assessoraments fets a possibles inversors i emprenedors interessats en dur a terme projectes a la comarca.
- Projectes d'establiments i serveis turístics recuperats i posats en marxa.
- Inversió / subvenció LEADER
- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Iniciativa privada
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER)

AGENTS IMPLICATS

- Empresaris turístics
- Consorci Leader
- Consell Comarcal

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 64: Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci
- ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal
- ACTUACIÓ 87: Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors

ACTUACIÓ 64

Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci

LÍNIA ESTRATÈGICA	ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC
PROGRAMA	AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA
ACTUACIÓ	Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Actualment als municipis de les MBC hi han 13 empreses que ofereixen activitats de turisme actiu, cultural i d'oci. Són bàsicament activitats de senderisme, hípica, rutes en BTT i lloguer de bicicletes. Algunes d'aquestes empreses no tenen la seva seu social a les MBC però desenvolupen part dels seus serveis a la zona.

Tot i la diversitat d'activitats i d'empreses que hi ha, l'oferta segueix sent relativament baixa i té molt de camp per recórrer i possibilitats de desenvolupar-se i de diversificar-se. Cal augmentar les opcions, diversificar les activitats i mirar de crear productes per arribar als diferents segments d'edats i a les diferents sensibilitats i interessos de la gent que visita el territori o que pot tenir interès en visitar-lo. En definitiva, **cal ampliar i enriquir l'oferta amb noves propostes** que abracin més àmbits i temàtiques.

Per altra banda seria important **dinamitzar els espais naturals per desenvolupar-hi noves activitats** que donin dinamisme a la zona. Així, cal vetllar pel desenvolupament i real posada en funcionament d'activitats com la pràctica del rem i les excursions amb kayaks en el marc del pantà de Riudecanyes, així com campionats de pesca, per exemple. També es pot estudiar la possibilitat d'impulsar més curses de muntanya i altres activitats en el medi natural que tenen un creixent atractiu per part del públic en general i molt especialment entre segments concrets que practiquen esports de resistència i ultraresistència en el medi natural. Les MBC té molt de potencial en aquest sentit, cal aprofitar-lo, regular-lo adequadament i treure'n profit.

Finalment seria interessant, també, potenciar el sorgiment d'empreses que **donessin serveis específics per a practicants de diverses modalitat de turisme actiu** (escalada, senderisme, BTT) tot plegat per millorar la oferta, segmentar els grups de possible clients i per oferir uns serveis atractius, de qualitat i plenament adaptats a les prioritats del territori.

En aquest cas també, la presència d'incentius econòmics com els que representen els ajuts LEADER pot ajudar a crear més oferta d'aquest tipus.

Algunes de les accions que es proposa portar a terme en el marc d'aquesta actuació són les següents:

- Recolzar l'oferta turística complementària, a través de la creació o millora d'empreses de serveis turístics (culturals, gastronòmics i de turisme actiu).
- Potenciar el sorgiment o presència de noves iniciatives d'articulació de l'oferta existent amb visió global.
- Organització, per part de l'administració o entitats empresarials o esportives, d'activitats amb potencial d'atracció turística i esportiva; curses de muntanya, campionats de pesca.
- Fomentar que els establiments turístics prestin serveis especialitzats per a segments concrets de turistes segons els seus interessos i motivacions (esportius culturals, gastronòmics...)

Cal tenir en compte que, tal com també es descrivia en l'ACTUACIÓ 63 (Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat), per tal de millorar aquesta oferta de serveis i empreses d'oci, cal que s'aprofitin els novament els incentius econòmics Leader (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'empreses d'activitats turístiques creades.
- Accions dutes a terme per fomentar la creació d'agències de viatges i/o plataformes de comercialització de productes turístics.
- Nombre d'empreses d'activitats turístiques millorades.
- Nombre de noves activitats comercialitzades
- Ocupació creada / mantinguda.
- Evolució de clients per modalitats.
- Nombre d'establiments d'allotjament que han adaptat els seus serveis a segments concrets de turistes.
- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Iniciativa privada
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER)

AGENTS IMPLICATS

- Empresaris turístics
- Consorci Leader (GAL)
- Ajuntaments
- Consell Comarcal

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 63: Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat
- ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori
- ACTUACIÓ 71: Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats

ACTUACIÓ 65

Impulsar mesures de foment de la qualitat en establiments turístics

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Impulsar mesures de foment de la qualitat en establiments turístics

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La qualitat és un element primordial que ha de regir les estratègies i actuacions, tant públiques com privades, que es desenvolupen en l'àmbit turístic. Així, aquest sector turístic, estratègic i cabdal per a l'economia de la zona, ha de participar plenament en un model de desenvolupament basat en la qualitat

Només si se segueix aquest camí, les MBC podran donar resposta a les necessitats dels seus visitants i turistes, residents o estrangers, conservant la personalitat i la identitat de la zona. Si volem reforçar el sector turístic amb la voluntat d'esdevenir un model competitiu, cal adoptar i incorporar els criteris que defineixen el turisme de qualitat i el turisme responsable, en la feina de cada dia.

Aquestes idees, aquest esperit, és el que cal fomentar en tot el sector i molt especialment en les diferents tipologies d'establiments que ofereixen serveis turístics com són els allotjaments i restaurants però també en els artesans alimentaris i no alimentaris, en les agrobotigues o en les empreses de turisme actiu. Treballar conjuntament per assolir alts nivells de qualitat reforçarà la destinació turística alhora que cohesionarà al sector potenciant, d'aquesta manera, la seva capacitat d'acció i d'adaptació a les noves tendències turístiques.

D'aquesta manera es proposa apostar decididament per fomentar la millora general de la qualitat dels establiments i per tal que aquesta millora sigui tangible i clarament avaluable. En definitiva, doncs, és important implementar accions concretes que permetin assolir el nivell de qualitat al que es vol arribar.

Aquesta actuació també pot veure's beneficiada (tot i que segurament no en tots els casos i supòsits) de la presència dels ajuts LEADER a la zona.

En aquest sentit, doncs, algunes de les accions que es proposa implementar són les següents:

- Propiciar la implantació de **mesures de millora de l'accessibilitat** en els establiments turístics.
- Impulsar la **promoció específica d'empreses certificades amb segells de qualitat**.
- **Cobertura tècnica a empreses turístiques que es vulguin certificar amb marques de qualitat**.
- Crear un **manual de bones pràctiques** dels establiments per millorar l'acollida de turistes.
- Debatre la **possibilitat de crear un premi de qualitat a l'activitat turística**.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que es poden portar a terme a través de l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72), amb la col·laboració de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Impulsar mesures de foment de la qualitat en establiments turístics

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre i tipus d'accions dutes a terme per propiciar la implantació de mesures de millora de l'accessibilitat en els establiments turístics.
- Nombre d'establiments que han fet millores d'accessibilitat.
- Inversió en millores d'accessibilitat realitzades.
- Accions de promoció realitzades sobre les empreses certificades amb segells de qualitat.
- Nombre d'empreses a les que s'ha donat suport tècnic per a l'assoliment de certificacions de qualitat.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Iniciativa privada
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER)

AGENTS IMPLICATS

- Empresaris turístics
- Consorci Leader (GAL)
- Consell Comarcal

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

ACTUACIÓ 66

Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El turisme de qualitat ha de respondre d'una manera clara i efectiva a la demanda que hi ha per part dels turistes. Durant els anys anteriors a la crisi, es van crear una sèrie d'equipaments i infraestructures en alguns casos sobredimensionats ,que després han estat difícils de mantenir. Cal doncs, fer una reflexió profunda sobre la situació actual en la que es troben els diferents equipaments turístics per tal d'adaptar-los a les necessitats del territori, per donar un bon servei als turistes i per permetre'n un funcionament racional i, sobretot, de qualitat.

Cal doncs, adaptar les capacitats tècniques i econòmiques del territori a la demanda i fer-ho d'una manera racional i eficaç que permeti un servei de qualitat.

Cal treballar nous sistemes de gestió, promoció i informació sobre els recursos turístics de la comarca, s'ha de potenciar l'entrada d'empreses privades que treballin en aquest sentit i s'ha d'adoptar les noves tecnologies per fer arribar als turistes una informació atractiva, de qualitat, en idiomes i adaptada als interessos dels diferents segments.

En definitiva, per tant, és important implementar accions concretes que permetin assolir el nivell de racionalitat en la gestió d'equipaments turístics i en el nivell de qualitat dels serveis oferts. Les accions a implementar seran:

- Adoptar un nou model de gestió dels equipaments públics turístics de la comarca, que ha de poder ser definit en base a l'***Estudi per la millora i racionalització en la gestió d'equipaments públics*** (veure el que es descriu en l'ACTUACIÓ 34).
- Racionalitzar els horaris d'obertura dels equipaments turístics (Oficines de turisme, Centres d'Interpretació, etc).
- Dotar els equipaments turístics d'elements i material d'informació suficient i de qualitat (fulletons, plafons informatius, audiovisuals, etc).
- Utilitzar les noves tecnologies (APPs, pàgina web, xarxes socials) com a mitjans de comunicació i informació turística.
- Disposar d'informadors turístics amb domini d'idiomes.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Adequar el model de gestió dels equipaments turístics a les necessitats de la demanda i en base a la qualitat

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la redacció de l'estudi per la millora i racionalització en la gestió d'equipaments públics.
- Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics per concretar les accions de l'estudi.
- Nombre d'accions previstes en l'estudi i estalvis derivats de la implementació de les accions derivades de l'estudi.
- Nombre d'equipaments amb sistemes de qualitat homologats.
- Mesures d'accessibilitat implantades als equipaments turístics.
- Augment dels mitjans humans en els punts i oficines d'informació.
- Evolució en el nombre d'usuaris / turistes atesos.
- Horaris i dates d'obertura modificades o augmentades en equipaments públics.
- Qualitat del material informatiu dels equipaments públics.
- Nombre de sistemes de comunicació TIC posats en marxa.
- Grau de satisfacció de la població respecte les actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció dels usuaris en relació als serveis rebuts.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural (LEADER)
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Diputació de Tarragona

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Empresaris turístics
- Consorci Leader (GAL)
- Consorci de la Serra de Llaberia

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 33: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni
- ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents

ACTUACIÓ 67

Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Amb l'objectiu de consolidar l'oferta turística de la zona a nous perfils de demanda, és important tractar **d'adequar i millorar els accessos a espais naturals, equipaments i espais d'interès turístic**. Cal dur a terme accions de millora d'infraestructures per tal de facilitar-hi l'accés i per tal de fomentar la pràctica turística a tot tipus de visitants tenint en compte les diferents franges d'edat, les diverses condicions físiques dels turistes, etc.

En aquest sentit, per exemple, és important crear itineraris turístics pel medi natural adaptats a persones d'edat avançada, a gent amb mobilitat reduïda, itineraris per a famílies amb nens petits,etc per tal d'ampliar les possibilitats de descoberta del paisatge i dels seus diferents elements naturals, patrimonials i culturals d'interès. Millorant la qualitat de les infraestructures i facilitant la pràctica turística a tot tipus de gent i de totes les condicions físiques s'amplia enormement la qualitat de la destinació turística.

En definitiva, doncs, és important implementar accions concretes que permetin assolir alts nivells de qualitat en les infraestructures turístiques. Algunes de les accions que es proposa implementar són:

- Fomentar el turisme accessible a les infraestructures i equipaments turístics.
- Creació d'itineraris adaptats per a persones amb mobilitat reduïda.
- Editar un manual de bones pràctiques per millorar l'acollida de turistes a les infraestructures turístiques.
- Millora dels accessos a recursos turístics d'interès.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'infraestructures, equipaments i espais turístics adaptats amb mesures d'accessibilitat.
- Nombre d'accions de promoció d'infraestructures i equipaments i espais turístics dirigides a persones o col·lectius amb mobilitat reduïda.
- Nombre d'accessos a recursos turístics d'interès millorats.
- Inversió realitzada en la millora i adaptació d'infraestructures, equipaments i espais turístics
- Evolució en el nombre de turistes amb mobilitat reduïda que han visitat equipaments i espais turístics.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics

• Nombre d'itineraris creats o adaptats per a persones amb mobilitat reduïda. • Nombre d'exemplars, difusió i impacte del manual per millorar l'acollida de turistes a les infraestructures turístiques i nombre de bones pràctiques recollides.	• Grau de satisfacció dels usuaris en relació als serveis rebuts.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament d'Empresa i Ocupació • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 23: Adequar de manera continuada la xarxa de camins • ACTUACIÓ 35: Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada • ACTUACIÓ 68: Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins

ACTUACIÓ 68

Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins del Baix Camp

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins del Baix Camp

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Una de les principals infraestructures turístiques de les disposa la zona, és la seva xarxa de camins (formada per antics camins rals, camins de ferradura, senderes i també camins de carro i agrícoles més actuals). Una extensa **xarxa que va estructurar en sentit turístic el Consell Comarcal** ("Rutes a Peu pel Baix Camp"), i que permet endinsar-se en el territori i descobrir-lo a través de la pràctica del senderisme, el trail-running o també la BTT, i que també facilita i fomenta la descoberta dels productes agroalimentaris i la degustació de la gastronomia local, entre d'altres. És, per tant, una infraestructura que cal tractar amb molta cura i que **requereix, per tant, d'actuacions continuades d'arranjament, desbrossat, millora de ferms**, etc.

Aquesta **xarxa és la que pot permetre desenvolupar i crear nous productes i arguments de descoberta del territori**, en relació amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 69.

Val a dir que aquest tipus d'accions de millora també apareixen concretades en d'altres actuacions d'aquest Pla d'Acció, com per exemple en l'ACTUACIÓ 23, d'adequació de la xarxa de camins (d'acord a una visió més sectorial de l'activitat agrícola), i en l'ACTUACIÓ 16, de millores per a la previsió i extinció d'incendis forestals. Evidentment totes aquestes actuacions estan interrelacionades i busquen el mateix fi, però des d'angles o perspectives diferents. Per això s'ha considerat oportú presentar-les d'aquesta manera.

Comentar també que en moltes ocasions esdevé necessari **fer un manteniment de la senyalització de la xarxa** per evitar que els usuaris es perdin, provocant-los així una mala experiència, que pot anar en detriment de la imatge de territori a projectar.

En aquest sentit, i per tal de que aquestes actuacions de senyalització tinguin un caràcter integrat, cal que també estiguin recollides en el **Pla de Senyalització** (veure ACTUACIÓ 21).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Pressupost aconseguit i invertit en matèria de millora i manteniment de la xarxa de camins.
- Nombre d'accions de millora i manteniment realitzades.
- Nombre d'accions de senyalització realitzades, previstes en el Pla de Senyalització, i
- Nombre d'acords o convenis de col·laboració amb municipis o entitats locals per al manteniment dels camins i senyalització.
- Impacte en mitjans i xarxes socials d'aquetes accions de promoció.
- Grau de satisfacció de la població respecte a les millores en la xarxa de camins comarcals.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**AUGMENT QUALITATIU DE L'OFERTA**
ACTUACIÓ	Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins del Baix Camp

pressupost necessari per a la seva implementació. • Accions realitzades per a la promoció i dinamització del turisme a peu o en BTT. • Quilòmetres de camins senyalitzats.	• Grau de satisfacció dels senderistes.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Departament de Territori i Sostenibilitat (Medi Ambient i Sostenibilitat) • Departament d'Empresa i Ocupació • UE (FEDER) • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 16: Promoure millores en la previsió i extinció d'incendis forestals, a través d'accions en la xarxa de camins i pistes forestals • ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 23: Adequar de manera continuada la xarxa de camins • ACTUACIÓ 27: Potenciar la descoberta del territori a peu o mitjançant formes de transport no contaminants ni invasius • ACTUACIÓ 67: Impulsar millores en l'accessibilitat a recursos i equipaments turístics • ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori • ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

PROGRAMA

ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES

ACTUACIÓ 69

Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori

LÍNIA ESTRATÈGICA	ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC
PROGRAMA	ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES
ACTUACIÓ	Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Durant els darrers anys, des del Patronat de Turisme del Baix Camp s'ha treballat bàsicament la creació de productes turístics basats principalment en la descoberta del territori, a través d'activitats de senderisme o de BTT. Es tracta d'un territori en el qual s'hi combinen el paisatge agrari, els espais forestals i uns pobles que mantenen entramats urbans tradicionals.

Tot i amb això el nivell d'atractabilitat del territori no ha experimentat un notable augment. Per això, caldrà seguir reforçant i **innovant en paquets turístics** que, a través de la descoberta de l'entorn i el paisatge, fomentin el desenvolupament de diferents subsectors econòmics comarcals, com són el món de l'oli, el del turisme actiu, el del turisme de natura, el comerç local, etc.

Cal fer millores i adaptar espais i equipaments per aconseguir ingressos a partir de visites a finques, molins d'oli, espais naturals, patrimoni arquitectònic, i també a través des serveis de visites guiades, de la venda de productes locals de qualitat, d'activitats d'interpretació del territori, de tast de productes, etc. Cal, doncs, fer un esforç per **crear noves propostes i millorar els serveis** i, sobretot, per posar a disposició del turista uns **productes turístics de qualitat que es basin i expliquin el territori** i tot el que això inclou i comporta.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que cal que es portin a terme a través de l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72), amb la participació de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73), i dels ens de gestió dels espais naturals (el **Consorci de la Serra de Llaberia,** ACTUACIÓ 6).

Per tot el que s'ha comentat, es proposa dur a terme les següents accions:

- Articular nous itineraris i propostes, aprofitant el format de la xarxa de camins del Baix Camp (veure ACTUACIÓ 68), insistint en **propostes de diversos dies**, per exemple.
- Replantejar els itineraris circulars, per fomentar la descoberta dels seus principals elements, adaptant-los a diferents segments de visitants potencials (també dotar-los de material divulgatiu).
- Crear nous productes turístics relacionats amb la Cultura de l'Oli (veure ACTUACIÓ 54).
- Aconseguir que totes les rutes de descoberta de la xarxa de camins disposin de material gràfic (fulletó o guia).
- Impulsar el Baix Camp com una destinació d'escalada de primer ordre mundial.
- Revisar i crear nous productes de turisme de natura i turisme actiu, de cultura, història i tradicions (en relació amb l'ACTUACIÓ 83).
- Disseny de la ruta "Les grans panoràmiques de la Costa Daurada" i dotar de contingut i valor (en relació amb l'ACTUACIÓ 9).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES**
ACTUACIÓ	Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de noves propostes i itineraris creats aprofitant la Xarxa de Camins.
- Nombre d'itineraris creats d'un dia, de cap de setmana o de diversos dies
- Materials creats per a la promoció de les rutes i itineraris de descoberta del territori.
- Públics a les quals s'adrecen les campanyes de promoció dels itineraris.
- Difusió i impacte d'aquesta promoció.
- Nombre i nivell d'innovació dels nous productes turístics de la Cultura de l'Oli.
- Nombre d'accions desenvolupades per a la promoció de l'escalada al territori.
- Nombre d'accions dutes a terme per a la millora de les condicions del territori per a la pràctica i recepció i prestació de serveis als escaladors i pressupost invertit.
- Nombre de nous productes creats en l'àmbit del turisme de natura i turisme actiu.
- Finançament aconseguit i inversió realitzada en la creació de la ruta "Les grans panoràmiques de la Costa Daurada".
- Inversió realitzada per a la promoció de la ruta "Les grans panoràmiques de la Costa Daurada".
- Difusió i impacte d'aquesta promoció.
- Nombre i tipus de nous productes de turisme de cultura, història i tradicions creats.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Empreses turístiques
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Departament d'Empresa i Ocupació
- UE (FEDER)
- Diputació de Tarragona

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Empreses turístiques
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Diputació de Tarragona

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 9: Planificar i estructurar una xarxa de miradors i d'àrees de lleure
- ACTUACIÓ 54: Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any
- ACTUACIÓ 64: Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci
- ACTUACIÓ 68: Propiciar la millora contínua de la Xarxa de Camins
- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
- ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

ACTUACIÓ 70

Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers

LÍNIA ESTRATÈGICA	ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC
PROGRAMA	ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES
ACTUACIÓ	Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les motivacions turístiques canvien o varien segons la procedència dels clients. La qualitat, el respecte pel medi ambient i la sostenibilitat, les propostes que s'ofereixen, les temàtiques turístiques i culturals que predominen en una destinació turística són elements que tenen més o menys pes en la tria final depenent, en molts casos, de la procedència del visitant. És important que s' analitzin a fons les motivacions principals que porten turistes al territori, o com comunicar els valors del territori per tal que potencials turistes i visitants acabin triant les MBC com a destinació turística. Tenir aquesta informació facilitaria la feina a l'hora d'estructurar paquets turístics, a l'hora de donar serveis, a l'hora de crear campanyes de comunicació i promoció turística i a l'hora d'entrar en contacte amb operadors de diferents procedències per oferir-los productes i establiments adaptats a les seves necessitats a les dels seus clients.

Les destinacions turístiques de qualitat han de tendir a la proposta de paquets i productes turístics segmentats i ben orientats a la demanda, productes diversos i amb capacitat d'adaptar-se a les exigències canviants segons tendències del moment i procedència dels turistes. Per tant es proposa que es duguin a terme accions en aquest sentit:

- Analitzar les preferències en quant a serveis i atractius turístics segons països, i perfils.
- Compartir informació entre empreses privades i l'administració local.
- Elaborar propostes i paquets turístics en base a aquestes especificitats locals.
- Adaptar, tant com sigui possible, els establiments i les infraestructures turístiques a les diverses motivacions de viatge.
- Fer campanyes específiques amb discursos i argumentaris adaptats als interessos dels destinataris de les mateixes.

En un altre ordre de coses, cal recordar que l'**estacionalitat de la temporada turística és un dels principals problemes del sector** a nivell global. Cada vegada més les destinacions turístiques treballen per crear productes de fora de temporada per equilibrar l'afluència de visitants i assegurar, tant com sigui possible, uns ingressos regulars que permeti mantenir el sector amb un dinamisme acceptable al llarg de tot l'any i per tal que això reverteixi en els empresaris turístics però també en la societat i els territoris on es troben.

Així, cal que es treballi en favor de **crear una oferta turística atractiva adaptada a cada època de l'any**, que enfoqui els seus esforços per fer propostes atractives i de qualitat adaptades als diferents períodes i estacions de l'any i als diferents atractius de la zona. Cal **variar i enriquir l'oferta, buscar nous productes i estructurar-los de manera que tinguin interès i demanda al llarg de tot l'any**.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que cal que es portin a terme a través de l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72), amb la participació de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES**
ACTUACIÓ	Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers

Per tal d'aconseguir aquests objectius es proposen les següents accions:

- Elaboració d'un calendari de productes de temàtiques desestacionalitzadores: escalada, senderisme, producte gastronòmic.
- Fer campanyes consensuades entre administració i empresaris per potenciar elements desestacionalitzadors.
- Fer propostes d'ofertes de paquets turístics en temporada de menys demanda per tal de fomentar l'augment de visites.
- Posar en valor els recursos i productes menys valoritzats d'un territori amb l'objectiu d'evitar una oferta concentrada i estacionalitzada.
- Innovar en productes i serveis turístics mitjançant el disseny de nous paquets turístics i la realització de *benchmarking* (avaluació contínua dels productes, serveis, processos, etc.).
- Obrir nous mercats i diversificar els canals de venda a través d'estratègies comercials adequades.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de països i zones geogràfiques analitzades.
- Nombre i tipus de propostes i paquets turístics creats.
- Establiments i infraestructures turístiques que han fet modificacions i millores per adaptar-se a les motivacions turístiques de turistes de diferents països.
- Difusió i impacte de les campanyes específiques realitzades utilitzant discursos i argumentaris adaptats als interessos dels destinataris de les mateixes.

- Tipus de temàtiques desestacionalitzadores promocionades.
- Nombre de nous productes posats en valor per evitar la concentració de l'oferta.
- Nombre d'accions de promoció i pressupost invertit en nous mercats.
- % pressupost públic / privat de les accions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Empresaris turístics / turisme actiu
- Cooperatives
- Artesans, productors, comerços
- Ajuntaments (equipaments)
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Diputació de Tarragona

AGENTS IMPLICATS

- Empresaris turístics / turisme actiu
- Cooperatives
- Artesans, productors, comerços
- Ajuntaments

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES**
ACTUACIÓ	Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers

	• Consell Comarcal • Consorci de la Serra de Llaberia
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 77: Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció

ACTUACIÓ 71

Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES**
ACTUACIÓ	Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que s'han portat a terme en el territori certes iniciatives en aquest sentit (algunes ja no tenen continuïtat), cal seguir propiciant que el sector turístic es vertebri i treballi en xarxa. És necessari que l'oferta turística de la zona contempli diferents propostes d'activitats i que aquestes propostes estiguin formades per la suma de diferents serveis turístics prestats per empreses privades i, si és necessari i possible, també amb la participació de l'administració o entitats locals.

Sovint ens trobem que, per manca d'una oferta ben estructurada, el turista confecciona la seva estada a través del contracte de diferents serveis per separat. Per aquest mateix motiu i també per la manca d'informació, sovint aquells que visiten les MBC no poden gaudir de molts dels atractius turístics que ofereix. La manca de propostes combinades que s'adaptin als seus gustos i necessitats o bé la dificultat de trobar-les a través de la xarxa o bé un cop és a la destinació, provoquen aquesta situació.

Així doncs, cal fer un esforç per facilitar una estada plena als visitants potencials i, alhora, per dinamitzar d'una manera més eficient i beneficiosa per als agents interessats, el sector turístic d'aquests municipis. Això es pot fer a través de la col·laboració i coordinació entre establiments d'allotjament, empreses d'activitats i sector receptiu o agències de viatges. Cal que hi hagi empreses que paquetitzin propostes combinades amb la participació d'allotjaments, empreses d'activitats, etc. Cal, també, que treballin per captar clients potencials i, finalment, per gestionar i la coordinació dels serveis turístics.

Destacar, novament en el marc d'aquesta actuació, que la presència dels ajuts LEADER (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot fomentar la creació de noves empreses al territori, ja siguin agències de viatges, o que treballin en la gestió de paquets i en la recepció de turistes a la zona.

En aquest sentit doncs, es proposa portar a terme les següents accions:

- Potenciar la col·laboració entre establiments turístics per a la creació d'una oferta estructurada.
- Afavorir les associacions sectorials i el treballs en xarxa entre el sector i les administracions públiques (veure ACTUACIÓ 73).
- Potenciar la creació d'agències de viatges locals que gestionin una oferta turística de forma integral i coherent amb els valors del territori.
- Suport a emprenedors i empreses que vulguin treballar en la gestió de paquets i en la recepció de turistes.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**ESTRUCTURACIÓ DE L'OFERTA I CREACIÓ DE NOUS PRODUCTES**
ACTUACIÓ	Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats

INDICADORS

- Nombre de paquets turístics sorgits de la col·laboració entre empreses de serveis turístics.
- Evolució en el nombre d'agències de viatges locals que gestionin una oferta turística coherent amb els valors del territori.
- Evolució en el nombre i tipologia de visitants / pernoctacions a la zona.
- Evolució en el % d'ocupació dels establiments.
- Nombre d'accions realitzades per fomentar la creació d'agències de viatges que gestionin una oferta turística de forma integral i coherent amb els valors del territori.
- Nombre d'emprenedors i empreses turístiques a les que s'ha donat suport tècnic, des de l'administració, per a desenvolupar paquets turístics i projectes de recepció de turistes.
- Inversió / subvenció LEADER duta a terme per emprenedors dedicats a la gestió de paquets turístics.
- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.

FONTS DE FINANÇAMENT	• Empresaris turístics / turisme actiu • LEADER • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Empresaris turístics / turisme actiu • Cooperatives • Artesans, productors, comerços • Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci Leader (GAL) • Consorci de la Serra de Llaberia
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 64: Donar recolzament a la creació d'una major oferta d'activitats i/o empreses de turisme actiu i oci • ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

PROGRAMA

POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA

ACTUACIÓ 72

Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El Consell Comarcal del Baix Camp disposa, actualment, d'un únic tècnica de turisme que ha de gestionar tots els aspectes relacionats amb aquest àmbit a nivell supralocal. El tècnic de turisme ha de fer tasques de dinamització del sector, de coordinació d'activitats i esdeveniments turístics, ha de cercar consensos i voluntats per desenvolupar projectes, ha de gestionar els propis projectes i ha de cercar i justificar ajuts i subvencions. També li correspon desenvolupar campanyes de comunicació, definir estratègies i metodologies de promoció i comercialització turística, estar en permanent contacte amb el sector per trobar solucions i sortides a les noves tendències i situacions turístiques que els propi sector va creant, etc. Tots aquests aspectes i encara d'altres són amb els que s'ha d'enfrontar un tècnic de turisme avui en dia.

Òbviament **el fet que una sola persona hagi de gestionar tots aquests reptes i tasques és un handicap**, i més si tenim en compte que les Muntanyes de la Costa Daurada és una marca que requereix d'una **gestió tècnica complexa i constant,** per tal que el sector disposi d'un pilar en el qual recolzar-se.

Cal, doncs, **ampliar l'equip tècnic de turisme que coordina i implementa les polítiques i els projectes turístics** i que gestiona les demandes que li arriben tant dels municipis com des de l'empresa privada. Cal crear un **equip suficient que pugui treballar amb garanties** per abarcar totes les seves obligacions i per trobar solucions a les mancances i necessitats del sector. Cal, en definitiva, crear i consolidar un equip tècnic que pugui afrontar amb garanties d'eficiència i qualitat tots els reptes que se li presentin a nivell de desenvolupament turístic, i capaç de coordinar els sectors públic i privat, implicats en aquest àmbit.

Cal a més, i si l'equip es consolida, que **aquesta estructura tingui un paper central en la dinamització turística de tots els municipis de la zona**, i per tant que tingui una **relació molt més directa i intensa amb els tècnics i** ajuntaments i amb entitats que també porten a terme accions de promoció econòmica i turística. Actualment, tot i que la relació és més o menys constant i fluida, cal **potenciar-la i crear i liderar alguna mena de fòrum o grup virtual i també, amb caràcter periòdic, presencial, que reunís els diferents tècnics de la zona i de la comarca per tal d'unificar propostes i generar projectes compartits**. Cal treballar en xarxa i multiplicar les opcions de desenvolupament i de vertebració del territori. És per això que aquestes trobades (virtuals i presencials) potenciarien molt aquest fet.

A més, com s'ha comentat **resulta imprescindible que el sector privat participi** amb aquest equip tècnic de gestió turística a través d'alguna **figura de participació** (**taula de turisme**, per exemple, tal com es proposa en l'ACTUACIÓ 73).

Per tot això es proposa desenvolupar les següents accions:

- Recerca de línies de finançament a través de projectes o ajuts directes per creació de noves places de tècnics de turisme.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística

- Treballar el diàleg i el consens entre diferents administracions (ajuntaments, Consell Comarcal, Diputació, etc) que derivi en aportacions econòmiques per cobrir el sou o part del sou dels tècnics de turisme.
- Seleccionar la/es persona/es que hagin d'integrar l'equip tècnic de turisme en base a les capacitats i coneixements tècnics per desenvolupar la seva feina.
- Adoptar fórmules que permetin consolidar i assegurar la continuïtat en el temps d'un equip tècnic mínim per desenvolupar amb garanties la gestió turística del territori.
- Promoure la presència del sector privat en l'articulació d'estratègies, a través d'una figura de participació que integri empreses, entitats i administració, per millorar i buscar noves fórmules de promoció turística del territori (**taula de turisme**, veure ACTUACIÓ 73).
- **Crear i liderar un fòrum virtual i també, amb caràcter periòdic, presencial, que reuneixi els diferents tècnics en turisme de** la zona, de la comarca i de zones properes, per tal d'unificar propostes i generar projectes compartits.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Evolució en els mitjans humans dels que disposa l'equip tècnic.
- Evolució en el pressupost de funcionament de l'equip.
- % del pressupost procedent de línies de subvencions o projecte / % d'aportacions econòmiques d'ajuntaments, Consell Comarcal o altres entitats.
- Nombre de reunions i participants del fòrum de tècnics de turisme.
- Projectes i activitats compartides sorgides arran d'aquest fòrum.
- Evolució en el nombre d'actuacions portades a terme.
- Grau de satisfacció de la població en general i el sector en particular de les actuacions portades a terme per l'equip tècnic.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Empresa i Ocupació

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Empresaris turístics

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL

- ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques
- ACTUACIÓ 65: Impulsar mesures de foment de la qualitat en establiments turístics

	LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
	PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
	ACTUACIÓ	Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
PLA	• ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori • ACTUACIÓ 70: Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers • ACTUACIÓ 71: Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 75: Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic • ACTUACIÓ 76: Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització • ACTUACIÓ 77: Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció • ACTUACIÓ 81: Millorar la competitivitat de promoció i comercialització digital de les empreses • ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants	

ACTUACIÓ 73

Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que ja es va intentar en un passat no massa llunyà i la iniciativa, poc a poc, va anar perdent força, dinamisme i capacitat d'acció, és important que des de l'administració local i des del propi sector turístic de la zona es faci un **esforç per treballar de manera conjunta**. I això es pot portar a terme a través de la creació i dinamització d'una **taula de treball** que aglutini representats de tot l'àmbit turístic, que generi debat, tracti problemàtiques, aporti solucions i generi estratègies i propostes d'accions que permetin a les MBC esdevenir una destinació turística adaptada als nous temps i als interessos i a les motivacions canviants dels visitats i turistes del segle XXI.

La **Taula de Turisme** ha de ser, doncs, una plataforma d'interlocució amb el sector, on tots els agents que incideixen en l'activitat turística dels municipis de les MBC hi participin de forma estable i permanent.

Aquesta eina ha d'afavorir la col·laboració i la cooperació entre els agents públics i privats, la compartició de coneixement, l'ús eficient dels recursos disponibles i l'adopció de mesures de millora de la competitivitat del sector turístic. Ha de constituir, per tant, un nou marc d'actuació, integrador i flexible, que propiciï la màxima cooperació i cor responsabilitat público-privada per fer front als reptes que es plantegen en l'ordenació, programació, coneixement, estratègia, qualitat i innovació en el sector turístic de la zona.

En aquesta taula, també hi haurien de participar els ens de gestió dels espais naturals, associacions sectorials, etc.

Aquesta **Taula de Turisme** podrà treballar en base les següents funcions:

- Cooperar en la definició i l'execució de les polítiques turístiques.
- Proposar la creació de nous productes turístics i de definició de la política d'informació, difusió i atenció turística.
- Analitzar l'impacte de normes que incideixin sobre els establiments i les activitats turístiques.
- Col·laborar en la implantació i el desplegament de sistemes de millora de la qualitat turística i dels processos i projectes que se'n derivin.
- Recomanar i proposar actuacions en l'àmbit de la formació turística.
- Proposar línies prioritàries d'anàlisi, investigació i innovació.
- Estudiar, promoure i impulsar accions susceptibles d'incrementar l'afluència d'usuaris turístics i visitants en el territori.
- Impulsar l'emprenedoria i el creixement empresarial.
- Promoure la qualitat de l'ocupació en el sector turístic.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions / periodicitat de les reunions de la Taula de Turisme.
- Nombre de subsectors i ens representats i distribució de la representació.
- Nombre i tipus d'actuacions turístiques estratègiques acordades i executades.
- Grau d'execució de les actuacions acordades.
- Nombre de productes turístics sorgits.
- Nombre i tipus de polítiques d'informació, difusió i atenció turística definides.
- Nombre i tipus de sistemes de millora de la qualitat turística desplegats.
- Nombre i tipus d'actuacions proposades / executades en relació a la formació turística.
- Nombre de cursos de formació turística realitzats.
- Nombre d'accions impulsades per incrementar l'afluència de visitants al territori.
- Nombre d'accions impulsades per promoure la qualitat de l'ocupació en el sector.
- % pressupost públic / privat de les accions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Empresaris turístics
- Altres agents que participin de l'activitat turística
- Ajuntaments
- Consell Comarcal

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Empresaris turístics / Associacions
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Consells Reguladors

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori
- ACTUACIÓ 35: Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada
- ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques
- ACTUACIÓ 65: Impulsar mesures de foment de la qualitat en establiments turístics
- ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori
- ACTUACIÓ 70: Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers
- ACTUACIÓ 71: Fomentar i estructurar la col·laboració entre els establiments d'allotjament i el sector receptiu i d'activitats

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 75: Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic
- ACTUACIÓ 77: Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció
- ACTUACIÓ 78: Transformar les dades estadístiques en coneixement per a la presa de decisions estratègiques
- ACTUACIÓ 79: Treballar en un sistema d'intel·ligència de mercat
- ACTUACIÓ 80: Revisar les necessitats formatives del sector turístic
- ACTUACIÓ 81: Millorar la competitivitat de promoció i comercialització digital de les empreses
- ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants
- ACTUACIÓ 88: Fomentar, potenciar i donar major visibilitat a les activitats artesanals del territori

ACTUACIÓ 74

Consolidar la marca Muntanyes de la Costa Daurada

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Consolidar la marca Muntanyes de la Costa Daurada

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

En els últims anys, des del Consell Comarcal, a través del seu Patronat de Turisme, s'ha estructurat i promocionat la marca Muntanyes de la Costa Daurada. Una marca que transmet una imatge de muntanya mediterrània, propera al mar, de petits pobles amb encant i de tranquil·litat tot i la proximitat a la costa i a grans ciutats. En definitiva, un racó encara per descobrir.

Tot i amb això, la notorietat de la marca té molt de camí per recórrer i per augmentar. Per això, cal fer un esforç per integrar a la marca més conceptes de cultura, de tradició, d'identitat, de respecte pel medi ambient i, en definitiva, de territori de qualitat. Cal doncs, desenvolupar accions per reforçar la imatge de marca i és necessari que tant des de l'administració com des de les entitats empresarials, socials, des de l'empresa privada i des de la pròpia societat, en general, hi hagi vocació i voluntat per reforçar aquesta imatge de territori.

Per tot això, les accions que es proposen són les següents:

- Elaborar una estratègia de promoció turística i argumentari turístic per a la zona MBC – Muntanyes de la Costa Daurada (veure ACTUACIÓ 75 i ACTUACIÓ 76).
- Elaborar nou material d'informació, sobretot a través d'un Catàleg de Prestigi de destinació.
- Posar en valor recursos turístics intangibles (històrics, culturals, tradicions, etc).

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que cal que es portin a terme a través de es de l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72) i de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Pressupost / mitjans tècnics invertits en la definició d'estratègies (Pla de Màrqueting).
- Nombre de reunions efectuades per concretar les accions de l'estudi.
- Nombre d'accions previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació.
- Grau d'utilitat a nivell de captació i d'utilitat informativa del material promocional.
- Difusió i impacte de campanyes en xarxes socials.
- Nombre de recursos turístics intangibles posats en valor.
- Grau d'interès / valoració dels visitants en relació als recursos intangibles.
- % pressupost públic / privat de les accions.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Consolidar la marca Muntanyes de la Costa Daurada

• Nombre d'accions executades i pressupost d'execució. • Materials de promoció creats / difusió i impacte d'aquest material.	
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empresaris turístics • Consells Reguladors • Consell Comarcal • Departament d'Empresa i Ocupació • Diputació de Tarragona • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
AGENTS IMPLICATS	• Empresaris turístics • Productors, comerç, artesania • Consell Comarcal • Ajuntaments • Consells Reguladors • Consorci de la Serra de Llaberia • Diputació de Tarragona
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 75: Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic • ACTUACIÓ 76: Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització

ACTUACIÓ 75

Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Un **pla de màrqueting turístic** és una eina bàsica per a enfortir la marca turística d'un territori i per incrementar la rendibilitat del turisme que el visita. Cal adaptar-se a les noves necessitats i demandes del consumidor, cada cop més sofisticades i exigents. Si un territori no s'adapta a aquesta nova situació (caracteritzada alhora per la seva constant evolució) pot perdre ràpidament atractiu i competitivitat turística, mentre que si coneix les noves tendències i les afronta, en pot sortir molt beneficiat i reforçat. Un pla de màrqueting turístic ha de ser l'eina que doni resposta i que guiï les polítiques i les accions per a la millora turística de la comarca i per fer front als reptes que comporta el sector.

Cal crear noves maneres de **posicionar-se en el mapa turístic**, cal crear valor i competir amb els mercats de manera eficaç. El pla de màrqueting ha de ser **una eina que faciliti l'equilibri territorial, que fomenti la professionalització del sector, que identifiqui noves oportunitats per crear productes atractius per a nous segments de turistes**, per reinventar metodologies i per importar les bones pràctiques d'altres experiències turístiques ja siguin locals o d'altres àmbits geogràfics o culturals. El pla de màrqueting ha d'ajudar a crear negoci, per atraure el turista que interessa al territori, a trobar la manera de retenir-lo i convertir-lo en un turista fidel i prescriptor. A més, ha de ser l'eina per **establir relacions personals i emocionals amb el turista**, fidelitzar-lo i convertir-lo en un aliat.

Per tots aquests motius, per afrontar la realitat canviant, per posar en marxa metodologies i estratègies adaptades a aquesta realitat, és imprescindible que des de l'administració i des de les entitats i empreses privades del sector s'impulsi la redacció d'un pla de màrqueting que permeti assolir els objectius esmentats. Amb aquestes voluntats es duran a terme les següents accions:

- Elaborar les bases pera la redacció d'un **pla de màrqueting turístic**.
- Fer un concurs públic per a la contractació de l'empresa encarregada de definir i redactar el document.
- Impulsar un debat públic d'idees per tal que siguin integrades dins del pla de màrqueting.
- Redacció d'una proposta de document.
- Exposició pública de la proposta de document per a fer-ne valoració i noves propostes.
- Redacció del document definitiu.
- Campanya informativa sobre el contingut final del document.
- Campanya de sensibilització al sector empresarial i al conjunt de la població per al seguiment de les propostes i de la filosofia marcada en el pla de màrqueting.
- Execució de les accions proposades en el pla de màrqueting.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que cal que es portin a terme a través de l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72), però també amb la participació i aportacions de la **Taula de Turisme** (ACTUACIÓ 73).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Nivell de participació, per part de l'àmbit públic i privat, en la definició de les bases per a la redacció del Pla de Màrqueting.
- Pressupost de redacció del Pla.
- Nombre d'accions previstes en el Pla, i pressupost necessari per a la seva implementació.
- Nombre d'accions executades i pressupost d'execució.
- Grau d'execució de les accions (previst / executat)

- Abast de la campanya informativa sobre el contingut del document.
- Abast de la campanya de sensibilització per al seguiment de les propostes i de la filosofia marcada en el pla de màrqueting.
- % de desviació respecte al previst (temps/recursos econòmics).
- % pressupost públic / privat de les accions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Empresaris turístics
- Consell Comarcal
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

AGENTS IMPLICATS

- Empresaris turístics
- Productors, comerç, artesania
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consells Reguladors
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Diputació de Tarragona

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
- ACTUACIÓ 74: Consolidar la marca Muntanyes de la Costa Daurada
- ACTUACIÓ 76: Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització

ACTUACIÓ 76

Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La zona MBC (les "Muntanyes de la Costa Daurada") ha de fer un esforç per posar-se al dia en qüestions de promoció i comercialització turística. És important adaptar les estratègies i les accions de comunicació als nous temps, creant nous formats, actualitzant els que s'utilitzen actualment i fent-los més eficaços davant la forta competència amb altres destinacions turístiques. En aquest moment l'estratègia de promoció de la comarca rau en elements clàssics de promoció com el portal web, els fulletons turístics, campanyes puntuals a mitjans de comunicació i assistència a algunes fires.

Cal fer un pas més i apostar pels nous formats de promoció turística. Cal incidir en una reestructuració de la informació mostrada a la web dels diferents recursos i oferta de la zona, mostrant una nova organització dels continguts en funció dels productes estratègics. La web ha de ser una eina de recerca d'informació per al turista i ha de permetre una major facilitat en l'accés de la informació que es busca. Cal apostar per la força de les xarxes socials, del màrqueting viral, dels materials de promoció enfocats a segments i temàtiques concretes i cal treballar per aconseguir una comunicació atractiva, àgil i eficaç.

Per aconseguir aquests objectius cal una feina de conjunt entre tot el sector (administració i empresa privada) per tal d'adoptar unes estratègies comunes que permetin tenir més força a l'hora d'assolir objectius.

Per tal d'aconseguir tot això s'incidirà en les següents accions:

- Engegar un programa de comunicació permanent amb el sector, amb la creació d'una newsletter i la celebració de reunions periòdiques.
- Definir l'estratègia de presència de les Muntanyes de la Costa Daurada a internet i a les xarxes socials i potenciar el seu posicionament.
- Actualitzar i modernitzar el portal web.
- Fomentar les campanyes de publicitat online i el màrqueting viral.
- Potenciar el màrqueting mòbil (APPs, realitat augmentada...).
- Analitzar nous mercats i destinar-hi campanyes específiques enfocades als seus interessos i motivacions turístiques.
- Editar material de promoció turística que sigui sensible amb el territori i que reflecteixi les seves necessitats i objectius de desenvolupament.
- Elaborar un material didàctic que reforci els atributs paisatgístics, de sostenibilitat i sensibilitat territorial entre els escolars locals i els visitants.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que cal que es portin a terme a través de es de l'**equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72).i o bé es pot estudiar la viabilitat i opcions de que sigui una empresa externa especialitzada en comunicació, que porti a terme aquestes tasques especialitzades.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**POTENCIACIÓ DE LES ESTRUCTURES DE DINAMITZACIÓ I PROMOCIÓ TURÍSTICA**
ACTUACIÓ	Adaptar les estratègies de promoció a les noves tendències i opcions de promoció i comercialització

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de subscrits a la newsletter.
- Nombre i periodicitat de les reunions de comunicació amb el sector i nombre de participants.
- Nombre i tipus d'accions definides per reforçar la presència de la marca a internet i a les xarxes socials.
- Grau d'execució i impacte de les accions de presència a internet i a les xarxes socials.
- Nivell de regularitat en l'actualització del portal web.
- Nombre, tipus i impacte de campanyes de publicitat online i el màrqueting viral realitzades.
- Nombre, tipus i impacte d'accions realitzades per potenciar el màrqueting mòbil.
- Nous mercats analitzats i campanyes definides.
- Grau d'execució d'accions de màrqueting per a nous mercats.
- Difusió i impacte del material editat per a la promoció turística sensible amb el territori.
- Difusió i impacte del material didàctic editat.
- Grau de valoració i satisfacció per part del professorat dels materials realitzats.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Empresaris turístics
- Consell Comarcal
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural

AGENTS IMPLICATS

- Empresaris turístics
- Productors, comerç, artesania
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consells Reguladors
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Diputació de Tarragona

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística
- ACTUACIÓ 74: Consolidar la marca Muntanyes de la Costa Daurada
- ACTUACIÓ 75: Definir el full de ruta de la promoció turística a través de la redacció d'un Pla de Màrqueting Turístic

PROGRAMA

CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS

ACTUACIÓ 77

Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS**
ACTUACIÓ	Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El coneixement dels client / de la demanda és un element imprescindible per estructurar i desenvolupar una estratègia de planificació turística i,en aquest cas concret, per augmentar tant l'eficàcia de les accions de promoció i màrqueting turístic com les accions de comercialització dels productes turístics que es puguin portar a terme des del territori.

Tot i que evidentment tant entitats com empreses disposen de nombroses dades en aquest sentit, a nivell general, el coneixement que es té, en aquests moments, dels turistes que visiten la comarca i dels seus hàbits de consum és força incomplert, i per tant es considera important desenvolupar accions que permetin la caracterització d'aquests turistes i visitants.

Aquesta més complerta caracterització pot permetre identificar noves tendències turístiques, les necessitats dels clients i les motivacions que fan que un turista triï les Muntanyes de la Costa Daurada com a destinació. Tot això permetrà enfocar d'una manera més acurada les accions de promoció i comercialització turística i permetrà, també, crear productes turístics més adients als interessos dels visitants (veure ACTUACIÓ 70).

Per altra banda, donarà als establiments turístics pautes a seguir per adaptar-se als gustos i interessos dels seus clients, per ampliar el seu potencial de servei turístic i la diversitat de segments de clients potencials.

Per tot això, es proposa dur a terme les següents accions:

- Fer enquestes als turistes per conèixer les seves característiques, exigències i expectatives i per identificar nous mercats.
- Avaluar la satisfacció del turista a partir del resultats de les enquestes.
- Utilitzar les dades d'impacte sobre els turistes de les opinions fetes a les xarxes socials.
- Creuar i analitzar les dades obtingudes per elaborar estratègies de promoció, comunicació i comercialització turística.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS**
ACTUACIÓ	Millorar el coneixement que es té dels clients per tal d'articular accions per augmentar el seu grau de satisfacció

INDICADORS	
• Nombre d'enquestes realitzades als turistes. • Grau de satisfacció del turista respecte a la destinació. • Nombre d'estratègies de promoció, comunicació i comercialització turística definides en base a les dades obtingudes. • Nombre i tipus d'accions derivades de les estratègies de promoció.	• Grau d'execució de les accions de promoció comunicació i comercialització turística. • Pressupost obtingut i invertit per a emprendre aquest tipus d'accions. • % pressupost públic / privat. • Impacte de les accions realitzades. • Comparativa del grau de satisfacció dels turistes abans i després de les accions de promoció comunicació i comercialització turística realitzades.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empreses turístiques • Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació • Consorci de la Serra de Llaberia
AGENTS IMPLICATS	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística (molins, comerç, etc). • Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci de la Serra de Llaberia • Diputació de Tarragona
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 70: Crear productes específics atenent a diversos perfils de viatgers • ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

ACTUACIÓ 78

Transformar les dades estadístiques en coneixement per a la presa de decisions estratègiques

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS**
ACTUACIÓ	Transformar les dades estadístiques en coneixement per a la presa de decisions estratègiques

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El coneixement dels agents turístics i dels prestadors de serveis turístics de la zona és un element essencial a tenir en compte a l'hora de crear estratègies de millora de la qualitat turística, de desenvolupament del sector i a l'hora d'implementar accions de promoció i comercialització. Sovint ens trobem que des de l'administració es creen plans, estratègies o directrius turístiques que pateixen d'un cert academicisme que si bé en alguns casos és molt necessari, en d'altres queda una mica allunyat de la realitat de la gestió del dia a dia que viuen les empreses turístiques i els tècnics de la zona.

L'experiència del contacte directe dels agents amb el turista és molt important, ja sigui propiciat en el marc d'un allotjament o restaurant o d'un equipament turístic. D'aquesta experiència en la gestió, en el tracte directe amb el turista/client, se'n poden extreure dades i coneixements que seran molt útils per a la millora de la qualitat turística i per a l'èxit de les accions i estratègies de promoció i comercialització que en puguin derivar.

Cal saber, també, quina és la satisfacció d'empresaris i prestadors de serveis turístics en relació al seu entorn, a les polítiques turístiques que es desenvolupen, a les seves condicions de treball, etc. Tot plegat ens aportarà una informació que ens permetrà programar accions consensuades entre empresaris i administració per a la millora de la promoció i comercialització turística.

Tal com també es destaca en l'ACTUACIÓ 79, el Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci disposa d'eines plantejades per oferir suport en la gestió de dades d'ocupació (Tourism Data System), però cal seguir insistint i treballant en aquest sentit per disposar del màxim coneixement possible dels visitants i, sobretot, per articular estratègies en base a aquest coneixement.

Les accions que es proposa implementar en aquests sentit són, doncs:

- Treballar el sistema de coneixement dels clients / visitants de manera integrada (insistir en la vinculació i el treball coordinat entre agents del sector públic i privat, a través de la **Taula de Turisme**, veure ACTUACIÓ 73).
- Fer enquestes a empresaris i prestadors de serveis turístics per conèixer les seves experiències, els seus punts de vista, les seves exigències i expectatives.
- Avaluar la satisfacció dels empresaris i prestadors de serveis turístics respecte de les polítiques i estratègies turístiques locals a partir del resultats de les enquestes.
- Creuar i analitzar les dades obtingudes per elaborar estratègies de promoció , comunicació i comercialització turística.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS**
ACTUACIÓ	Transformar les dades estadístiques en coneixement per a la presa de decisions estratègiques

INDICADORS	
• Nombre d'agents públics i privats implicats en la transformació de dades estadístiques en coneixement/ nombre de reunions realitzades. • Nombre d'enquestes realitzades a empresaris i prestadors de serveis turístics. • Grau de satisfacció dels empresaris i prestadors de serveis turístics respecte de les polítiques i estratègies turístiques locals. • Nombre d'estratègies de promoció, comunicació i comercialització turística sorgides del creuament de dades.	• Nombre d'accions de promoció, comunicació i comercialització turística extretes de les línies estratègiques. • Grau d'execució de les accions de promoció, comunicació i comercialització turística extretes de les línies estratègiques. • Pressupost obtingut i invertit per a emprendre aquest tipus d'accions. • % pressupost públic / privat. • Impacte de les accions realitzades.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística (molins, comerç, etc). • Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació
AGENTS IMPLICATS	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística (molins, comerç, etc). • Consell Comarcal • Ajuntaments • Parc Científic Tecnològic de Turisme i Oci-URV • Diputació de Tarragona
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 79: Treballar en un sistema d'intel·ligència de mercat

ACTUACIÓ 79

Treballar en un sistema d'intel·ligència de mercat

LÍNIA ESTRATÈGICA	ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC
PROGRAMA	CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS
ACTUACIÓ	Treballar en un sistema d'intel·ligència de mercat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les Muntanyes de la Costa Daurada han de ser capaces de crear un producte, adaptar-lo i renovar-lo per satisfer la demanda. Aquest és un element bàsic per a l'èxit d'un model turístic.

Des d'aquesta perspectiva, i per tal d'afrontar aquest repte amb èxit, es fa imprescindible disposar d'un sistema d'intel·ligència turística, d'un **sistema d'intel·ligència de mercat**. La informació és un element clau en la presa de decisions, i en el desenvolupament d'estratègies territorials i/o empresarials. El coneixement del mercat és, avui en dia, gairebé tan important com la promoció del producte, en tant que aquest producte es crea, s'estructura, es promociona i es comercialitza en base als interessos dels nous turistes i a les noves tendències turístiques. Aquests interessos i aquestes tendències es fan evidents una vegada analitzats des d'una perspectiva d'intel·ligència de mercat. És en aquest sentit que es dóna una clara prioritat al fet de treballar en favor de recaptar, analitzar i extreure conclusions de la informació que es pugui treure dels diferents mercats turístics.

Cal, conèixer, amb suficient antelació, les preferències del turista per tal de poder dissenyar, estructurar i proveir els serveis desitjats; però també cal fer-ne un ampli seguiment en el procés de consum i una rigorosa avaluació posterior de l'experiència percebuda pel client. Caldrà, també que la gestió d'aquesta informació sigui assumida bé per instàncies públiques o bé per associacions empresarials del sector, donada la complexitat de la recaptació i anàlisi de dades.

A dia d'avui el Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci ja disposa d'una eina que pot ajudar en aquest sentit (Tourism Data System, sistemes de coneixement basats en dades d'ocupació del sector allotjament), però cal potenciar aquests sistemes i, sobretot, implementar accions basades en el coneixement que en derivi.

En aquest sentit, es proposa doncs dur a terme les següents accions:

- Potenciar la col·laboració amb l'Observatori de Turisme de Costa Daurada i el Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci, per treballar conjuntament en un sistema d'intel·ligència de mercat que doni un major nombre d'eines al sector. Segurament es podria tractar només de millorar els actuals sistemes (Tourism Data System).
- Implicar tots els agents turístics en desenvolupar aquestes eines, sobretot garantint i fomentant la participació de la **Taula de Turisme** (ACTUACIÓ 73) en el seu desenvolupament.
- Utilització de la informació generada per millorar el coneixement i satisfacció de turistes, empresaris i gestors del territori.
- Realitzar accions de millora turística en base als resultats obtinguts.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	**Baixa**	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**CONEIXEMENT I SATISFACCIÓ DELS CLIENTS**
ACTUACIÓ	Treballar en un sistema d'intel·ligència de mercat

INDICADORS	
• Nombre de reunions realitzades i grau d'implicació de l'Observatori de Turisme de Costa Daurada i el Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci en el desenvolupament d'un sistema d'intel·ligència de mercat. • Grau d'implicació dels agents turístics en el desenvolupament d'un sistema d'intel·ligència de mercat • Evolució en el nivell de coneixement del grau de satisfacció / preferències dels turistes.	• Grau de millora del coneixement del nivell de satisfacció dels empresaris i gestors del territori. • Grau d'execució de les accions de millora turística en base als resultats obtinguts. • Pressupost obtingut i invertit per a emprendre aquest tipus d'accions. • % pressupost públic / privat.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística (molins, comerç, etc). • Ajuntaments • Consell Comarcal • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació
AGENTS IMPLICATS	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística (molins, comerç, etc). • Consell Comarcal • Ajuntaments • Parc Científic Tecnològic de Turisme i Oci-URV • Diputació de Tarragona
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 78: Transformar les dades estadístiques en coneixement per a la presa de decisions estratègiques

PROGRAMA

MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES

ACTUACIÓ 80

Revisar les necessitats formatives del sector turístic

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES**
ACTUACIÓ	Revisar les necessitats formatives del sector turístic

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Atesa la importància estratègica del sector i atesos els canvis que s'hi han produït durant els darrers anys, la formació de les persones que treballen en l'àmbit turístic esdevé un element clau per superar amb èxit els reptes als que ha de fer front. La formació i professionalització en l'àmbit del turisme són elements clau que acaben tenint un relació directa amb la satisfacció i l'experiència dels turistes que visiten la zona.

La formació també estimula una major estabilitat de l'ocupació, fet que contribueix a una major competitivitat de les empreses i a una major qualitat de vida dels treballadors implicats en l'activitat turística. En aquest sentit, cal posar èmfasi tant en les necessitats de formació a nivell general del personal de base que està en contacte directe amb el visitant, com de comandaments superiors i intermedis de les empreses.

Alhora, la formació dels responsables públics, tècnics i polítics, relacionats amb el turisme, també és molt important i sovint no rep l'atenció que requeriria. Així doncs, es proposa estructurar i professionalitzar la gestió i promoció turística, fomentar la competitivitat de les empreses turístiques, fomentar la col·laboració pública-privada i, en definitiva, capacitar el sector per fer front als canvis, evolucions i reptes als que fa front dia a dia.

Per tot això es proposa implementar les següents accions:

- Dissenyar formació específica de promoció i comercialització turística per a prestataris de serveis turístics.
- Estructurar formació específica de gestió de destinacions per a tècnics turístics del territori.
- Realitzar cursos de formació específica de gestió per a directius i propietaris d'empreses turístiques (en coordinació i supervisió de la **Taula de Turisme** ACTUACIÓ 73).
- Organitzar jornades específiques de formació amb l'objectiu de cobrir necessitats formatives puntuals detectades, tant a nivell tècnic com a nivell gerencial.
- Articular visites i intercanvis d'experiències amb territoris que mantinguin similituds amb les MBC i que puguin ser un model de gestió i promoció.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC**
PROGRAMA	**MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES**
ACTUACIÓ	Revisar les necessitats formatives del sector turístic

INDICADORS	
• Nombre de cursos i nombre de tècnics i representants del sector turístic formats. • Nombre i participants en els cursos per a prestataris de serveis turístics. • Nombre d'inscrits en el curs per a prestataris de serveis turístics. • Nombre de cursos, i de participants, en gestió per a directius i propietaris d'empreses turístiques.	• Nombre de visites i intercanvis d'experiències realitzats. • Nombre d'assistents a les visites i intercanvis d'experiències amb altres territoris turístics • Grau de satisfacció dels assistents als cursos. • Pressupost obtingut i invertit per a emprendre aquest tipus d'accions. • % pressupost públic / privat.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística • Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament d'Empresa i Ocupació • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
AGENTS IMPLICATS	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística • Consell Comarcal • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

ACTUACIÓ 81

Millorar la competitivitat de promoció i comercialització digital de les empreses

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC SOSTENIBLE**
PROGRAMA	**MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES**
ACTUACIÓ	Millorar la competitivitat de promoció i comercialització digital de les empreses

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El creixent desenvolupament d'Internet, i les moltes possibilitats que ofereix, ha configurat un escenari que afecta tots els àmbits i, d'una manera més directa, a la indústria del turisme i els viatges. La xarxa s'ha consolidat com la principal font d'informació turística i actualment els serveis i productes turístics són els béns més comprats per Internet. La necessitat d'una estratègia de posicionament turístic dels municipis i de les Muntanyes de la Costa Daurada en genera, però també de tots i cadascun dels establiments i empreses turístiques de la zona, és indispensable degut al creixement considerable del nombre de destinacions que estan a disposició del turista per la seva elecció. Per tant cal fomentar i donar suport a les empreses perquè treballin i facin front a la necessitat d'actualització i d'adaptació a les noves necessitats que planteja l'àmbit de les noves tecnologies. Una bona feina conjunta dels empresaris turístics facilitarà, alhora, la definició d'una imatge i d'una estratègia de posicionament eficaç que permeti la diferenciació de la zona respecte a d'altres destinacions competidores.

És important que establiments i empreses turístiques treballin per un millor posicionament, una millor promoció i una millor gestió del seu potencial d'atracció, que ha d'anar lligat alhora a la visió i estratègies territorials. En aquest sentit doncs cal aconseguir que tant les associacions sectorials, com la **Taula de Turisme** (ACTUACIÓ 73) s'impliquin en aquestes fites i les difonguin a tots els establiments i serveis del territori.

Cal doncs, fer un esforç per propiciar la implementació de les accions següents:

- Millorar la imatge i estratègia comercial de les pàgines web dels establiments.
- Recerca de possibles fonts de finançament i assessorament a empresaris que vulguin incorporar aquestes mesures als seus establiments.
- Potenciació de la presència a Internet de les empreses turístiques.
- Fomentar un bon posicionament de les webs a Internet.
- Sensibilitzar al sector sobre la tasca de gestió de la reputació en línia.
- Donar suport a l'augment de la interactivitat de les pàgines web turístiques en consonància amb els canvis de comportament dels consumidors.
- Impulsar la innovació en les estratègies de comercialització en línia.
- Desenvolupar i elaborar un manual per la implementació de les noves tecnologies dels subsectors del turisme.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**ARTICULACIÓ D'UN MODEL INTEGRAT DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC SOSTENIBLE**
PROGRAMA	**MILLORA DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES**
ACTUACIÓ	Millorar la competitivitat de promoció i comercialització digital de les empreses

INDICADORS	
• Nombre d'accions de sensibilització realitzades de cara a la millora de la imatge i de l'estratègia comercial de les pàgines web dels establiments. • Nombre d'empresaris turístics assessorats en matèria de millora de la imatge i l'estratègia comercial de la web. • Nombre d'establiments turístics que han canviat el disseny i la imatge de la seva web. • Nombre d'establiments turístics que han fet canvis per millorar altres elements de l'estratègia comercial a través de la pàgina web. • Nombre de línies d'ajuts i subvencions susceptibles d'aportar finançament per a la millora de la web d'establiments turístics.	• Nombre i impacte de les accions de sensibilització realitzades de cara a fomentar un bon posicionament de la pàgina web i de la de gestió de la reputació en línia / sobre la necessitat d'implantació de webs 2.0 i d'estratègies d'interactivitat amb els clients o turistes potencials • Nombre d'empresaris turístics assessorats de cara a fomentar un bon posicionament de la pàgina web i de la de gestió de la reputació en línia. • Grau de millora de posicionament de les pàgines web dels establiments turístics.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística • Consell Comarcal • Departament d'Empresa i Ocupació
AGENTS IMPLICATS	• Empreses turístiques • Altres agents que participen de l'activitat turística
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística • ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística

LÍNIA ESTRATÈGICA 5

DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS

PROGRAMA

REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS

ACTUACIÓ 82

Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de que els municipis de les MBC puguin fer front als reptes als quals s'enfronten en aquests propers anys (possibilitar un desenvolupament econòmic basat en el turisme de qualitat, els productes locals i la descoberta del territori), es considera necessari que **a nivell comarcal es vertebri una estructura forta i ben dotada de promoció**.

Evidentment **l'embrió d'aquesta oficina podria ser l'Àrea de Promoció Econòmica del Consell Comarcal**, tot i que **la dimensió d'aquesta oficina hauria de superar la que ja té assumida**, superant les atribucions i tasques que ja porta a terme actualment. I per a que això sigui possible, es **necessiten recursos i implicació**. I bona predisposició per part de tots els agents del territori (el Consell Comarcal al capdavant, però també ajuntaments, entitats de representativitat sectorial, etc.).

Com s'ha comentat, actualment l'Àrea de Promoció Econòmica porta a terme diverses actuacions, basades fonamentalment en l'assessorament a emprenedors, però cal que hi hagi una **Oficina de Promoció** que es faci càrrec i sigui responsable de **dissenyar i implementar projectes estratègics de dinamització supralocal que ajudin a potenciar la comarca i a fer créixer el seu poder d'atracció econòmica, social i turística, sempre en relació amb les necessitats i participació del agents privats del territori.** És important que l'Oficina detecti les necessitats i potencialitats del sector econòmic comarcal i promogui l'atracció del territori envers noves empreses que es vulguin assentar al territori i, a més, portar a terme un seguiment a les empreses un cop creades.

EN aquest sentit, una de les noves atribucions de l'Oficina podria ser crear i gestionar el **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87), per donar resposta a les necessitats de finançament dels emprenedors i per fer aflorar el talent i la innovació de la població.

Evidentment, per assegurar un adequat nivell de desenvolupament i desplegament de noves funcions, caldrà **negociar una estructura de personal bàsic**a, i plantejar una especialització sectorial dels tècnics (promoció externa de la comarca, a nivell de disseny de nous esdeveniments i reinvenció dels actuals, especialització en desenvolupament econòmic, del sector comercial i turístic, agroalimentari, de valorització dels paisatge, etc).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal

INDICADORS

- Cost de funcionament de l'Oficina
- Nombre de tècnics que formen l'equip de treball de l'Oficina.
- Tipus de serveis d'assessorament, informació, etc. que s'hi presten.
- Nombre de projectes estratègics de dinamització engegats i coordinats.
- % d'actuacions iniciades / actuacions portades a terme.
- Pressupost aconseguit i invertit en el seu marc d'actuació.
- % de finançament intern (Consell Comarcal, ajuntaments).
- % de finançament extern.
- Nombre d'emprenedors, empresaris atesos a l'Oficina.
- Grau de satisfacció dels ajuntaments i tècnics en relació al funcionament de l'Oficina.
- Grau de valoració, per part dels empresaris locals i de la població en general.
- Inversions, millores i nivell de desenvolupament aconseguit arran de la creació de l'Oficina de Promoció Comarcal.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Departament d'Empresa i Ocupació / SOC
- Diputació de Tarragona

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consells Reguladors
- Associacions sectorials

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 33: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni
- ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents
- ACTUACIÓ 57: Crear una marca pròpia de comercialització dels productes agroalimentaris de les Muntanyes del Baix Camp
- ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques
- ACTUACIÓ 63: Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat
- ACTUACIÓ 92: Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics
- ACTUACIÓ 101: Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants
- ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants
- ACTUACIÓ 85: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori
- ACTUACIÓ 84: Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos
- ACTUACIÓ 87: Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors
- ACTUACIÓ 89: Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveis itinerants
- ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori
- ACTUACIÓ 118: Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent

ACTUACIÓ 83

Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que el litoral de la comarca i, també durant els darrers anys, Reus, atrauen un gran nombre de visitants, els municipis d'interior del Baix Camp no han acabat d'aconseguir un notable nombre de visites i pernoctacions (tot i que evidentment hi ha excepcions en èpoques i municipis molt concrets).

En aquest sentit doncs, el territori té molt de camp per córrer, per diversificar l'oferta turística i per seguir creant propostes que desestacionalitzin els fluxos de visitants. Per tot això, és important que des de l'administració, i des del sector privat, es treballi per crear nous esdeveniments per tal d'atraure més visitants i per tal d'atraure'ls, també, d'una manera més homogènia al llarg de l'any, trencant així les majors concentracions i ocupacions estiuenques i de caps de setmana, per tal de fer més viables els establiments i equipaments.

Cal, doncs, oferir opcions als visitants en temporada baixa i fer propostes atractives i de qualitat. Aquestes opcions poden ser, per exemple, esdeveniments gastronòmics, culturals i/o de turisme actiu, que atraguin visitants que ja coneixen la zona o bé d'altres que trobin en les noves propostes i activitats un atractiu especial que motivi la tria de les Muntanyes de la Costa Daurada com a destinació turística.

En base aquests arguments, es proposa **articular una major oferta d'actes i esdeveniments amb capacitat per atraure visitants**, per generar una major visibilitat externa de la zona. En concret, i sense intensió de ser exhaustiva o excloent, podrien tenir a veure amb les següents temàtiques:

- Els productes locals de qualitat (noves fires, festes, mercats, jornades gastronòmiques, etc.). Veure ACTUACIÓ 61.
- Activitats a la natura, de coneixement del territori, de recreació històrica i de caire cultural (música, art, teatre, etc).
- Artesania (veure també ACTUACIÓ 88).
- Activitats i competicions de caràcter esportiu (trail, curses de resistència i ultra resistència, pesca, etc). Veure ACTUACIÓ 115:Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada.

Val a dir que aquesta és una de les actuacions que es proposa que es portin a terme des de l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82), juntament amb l' **equip tècnic de gestió turística** (veure ACTUACIÓ 72) i de la **Taula de Turisme** (veure ACTUACIÓ 73).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

INDICADORS

- Nombre total de nous esdeveniments creats.
- Tipologies i temàtiques dels esdeveniments creats.
- Nombre i tipus d'esdeveniments gastronòmics, culturals, esportius creats.
- Pressupost destinat a aquestes accions.
- % pressupost públic / privat.
- Grau d'implicació pública i privada en els esdeveniments creats.
- Valoració del volum de visitants en els diferents esdeveniments celebrats.
- Nombre i tipus de propostes de millora dels esdeveniments creats.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Departament de Cultura
- Secretaria General de l'Esport
- Consells Reguladors
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Cambra de Comerç

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consells Reguladors
- Consorci de la Serra de Llaberia
- Empreses turístiques / Establiments comercials
- Cooperatives agrícoles
- Cambra de Comerç

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 54: Reforçar i potenciar la Cultura de l'Oli, i plantejar nous arguments de descoberta al llarg de tot l'any
- ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques
- ACTUACIÓ 69: Dissenyar noves rutes i itineraris de descoberta del territori
- ACTUACIÓ 72: Consolidar un equip tècnic de gestió i planificació turística

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
- ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal
- ACTUACIÓ 88: Fomentar, potenciar i donar major visibilitat a les activitats artesanals del territori
- ACTUACIÓ 112: Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció
- ACTUACIÓ 114: Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials
- ACTUACIÓ 115:Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada

ACTUACIÓ 84

Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Com es comenta en el document de Diagnosi, l'antic campament militar de Los Castillejos, abandonat des de l'any 2001, presenta un greu estat de degradació, accentuat per bretolades diverses i per la celebració de festes multitudinàries. Es tracta d'un espai emblemàtic del territori, amb un gran potencial, que tot i amb això no acaba de ser aprofitat. Així, al cap dels anys, la seva adequació ha passat a ser una reclamació recurrent de la ciutadania de la zona, que veu com passen els anys i no s'hi fa cap inversió ni cap actuació de millora.

El setembre de 2003 el Ministeri de Defensa, propietari del conjunt format per les instal·lacions militars i la finca, va arribar a un acord amb la Generalitat de Catalunya, que passà a ser, des de llavors, la propietària dels terrenys (Institut Català del Sòl, Incasol). Quan l'Incasol va comprar els terrenys **hi havia un pla per recuperar la finca**, que constava de tres fases. La primera l'enderrocament d'alguns dels edificis, que ja es va complir, i una segona i tercera que eren la **neteja de les runes i la reforestació amb espècies de la zona**, respectivament que no s'han complert. Tampoc es té coneixement de que s'hagi efectuat la descontaminació complerta i neteja de projectils a les 16ha que restaven del camp de tir.

A dia d'avui doncs **cal acabar d'implementar aquell pla inicial per recuperar la finca i, a més, redactar un pla integral per dinamitzar tot aquell espai**, que detalli i integri les diverses tasques a realitzar-hi, des de diversos punts de vista. Segons diverses fonts, el Govern està preparant la redacció d'un **Pla d'Ordenació Forestal a la zona** i segons sembla l'Institut Català del Sòl (Incasol), **està buscant operadors, en règim de lloguer, que hi puguin desenvolupar diferents activitats**.

En un altre ordre de coses, durant el mes de març de 2014, el Conseller de Territori i Sostenibilitat va presentar en seu parlamentària la **planificació estratègica dels espais naturals protegits de Catalunya en la qual hi ha previst per al primer període 2014-2017 el nou Parc Natural de les Muntanyes de Prades**, del qual Castillejos pot acabar sent un equipament de dinamització i preservació, o fins i tot, a mitjà-llarg termini, el centre i ens de gestió del Parc.

En definitiva, en relació a aquest espai, es proposa portar a terme les següents accions:

- Constituir un **ens gestor de l'antic campament format pels 4 ajuntaments que hi tenen terrenys (Arbolí,Alforja, la Febró i Vilaplana), el Consell Comarcal del Baix Camp, la Diputació de Tarragona i la Generalitat,** que **vetllés per la seva gestió i correcte ús dels espais**, explorant diferents **possibilitats d'utilització de les instal·lacions existents (p.e. refugi i/o alberg de muntanya, escola de natura, centre de colònies, seu de tallers per a joves artesans, etc.)**, tant des de la iniciativa pública o privada.
- Redactar un **pla integral d'usos per recuperar l'espai i per potenciar-hi activitats** de diferent tipologia, o integrar aquestes tasques de planificació en els estudis també previstos / proposats en aquest Pla d'Acció.
- Aprofitar l'existència del **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87) per tal de tractar de generar concursos d'idees d'aprofitament dels espais, a través de la presentació de plans de negoci, que podrien obtenir finançament a través del Fòrum.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos

- Impulsar l'elaboració del **Pla d'Ordenació Forestal** de la zona, a consensuar amb els municipis d'Arbolí, Alforja, Vilaplana i La Febró i el Consell Comarcal del Baix Camp.
- Reclamar al Ministerio de Defensa les **tasques pendents de neteja de les runes, neteja i descontaminació del sòl** de les restes d'armament (si és el cas).
- Donar opcions a l'INCASOL en la gestió / cessió dels espais, oferint-li opcions reals i viables d'ús.
- Vetllar per la declaració del **Parc Natural de les Muntanyes de Prades**, i integrar Castillejos com un dels principals i estratègics equipaments del Parc.

Cal vetllar doncs perquè amb aquests usos es garanteixi un ús sostenible de l'espai, i per tal de que els equipaments que s'hi planifiquin acabin convertint-lo, a més, en un dels **principals focus de desenvolupament i dinamització socioeconòmica de la zona**.

Val a dir que, a dia d'avui i a l'espera de la declaració del Parc Natural de les Muntanyes de Prades, aquesta és una de les actuacions que es proposa que es portin a terme des de l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions realitzades per tal de crear un ens gestor.
- Pressupost per la redacció del pla integral d'usos de l'espai.
- Nombre d'actuacions previstes.
- Pressupost de les actuacions. Vies de finançament.

- Nombre de projectes presentats / finançats a través del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Inversió procedent del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Grau d'execució de les actuacions previstes.
- Nombre d'iniciatives portades a terme en l'espai.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- INCASOL
- Consell Comarcal
- Ajuntaments (Arbolí,Alforja, la Febró i Vilaplana)
- Diputació de Tarragona
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- LEADER
- FEDER
- PUOSC
- Departament de Cultura
- Potencials emprenedors / projectes privats

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos

AGENTS IMPLICATS	• INCASOL • Consell Comarcal • Ajuntaments (Arbolí,Alforja, la Febró i Vilaplana) • Diputació de Tarragona • Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural • Consorci Leader (GAL) • Emprenedors • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 7**:** Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades • ACTUACIÓ 33: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni • ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 87: Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors

ACTUACIÓ 85

Difondre, fomentar i donar suport a la cultura emprenedora

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Difondre, fomentar i donar suport a la cultura emprenedora

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El foment de la cultura emprenedora entre la població dels municipis de les MBC (sobretot la més jove) és un element molt necessari per a la dinamització econòmica del territori. Així, al llarg de la fase de diagnosi, s'ha detectat en molts municipis de la comarca, la presència de joves sense estudis i que no disposen de la suficient formació, facilitats o empenta que els impulsi a tenir present la possibilitat de crear una nova empresa o almenys el seu propi lloc de treball. S'ha detectat, per tant, una manca evident de cultura emprenedora entre aquests col·lectius.

Per tant cal sensibilitzar a la població en general, però en especial als joves, en matèria de creació d'empreses i en el foment de l'esperit emprenedor amb l'objectiu d'augmentar, a llarg termini, el nombre de persones amb voluntat de crear empresa i reduir a curt i mig termini les dificultats i els possibles obstacles de la gent que, amb una certa voluntat o inclinació cap a la creació d'empreses, no s'hagin plantejat aquesta possibilitat seriosament. Hi ha diferents àmbits i sectors econòmics que ofereixen notables possibilitats de desenvolupament, sobretot les relacionades amb l'àmbit turístic i comercial però també amb la dels productes agroalimentaris de qualitat. Cal detectar quins són els filons amb una major projecció de desenvolupament econòmic a la zona i, sobretot, cal fer emergir entre la població de la zona i sobretot entre els joves, aquells que tinguin un major interès i capacitat per tirar endavant empreses.

En aquest sentit, dir que el **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87) pot contribuir també a fer aflorar aquest talent i aquest esperit emprenedor i innovador.

Així, per tot el que s'ha exposat, es proposa desenvolupar les següents accions:

- Dissenyar i portar a terme jornades, seminaris i d'altres activitats presencials de curta durada, directament adreçades a inculcar en certs perfils de població l'esperit emprenedor, així com donar eines par facilitar la creació d'empreses.
- Disseny de campanyes de foment de l'esperit emprenedor a centres educatius de la zona.
- Edició de materials. Disseny i edició de materials en suport paper, electrònic o d'altra mena que puguin ser distribuïts entre la població per tal de motivar en l'àmbit de la creació d'empreses: fulletons, quaderns, vídeos, etc.
- Organització de premis a les millors iniciatives empresarials als que es podrien presentar persones emprenedores amb el seu projecte empresarial i en els que es premiaren diversos elements relacionats amb la qualitat del projecte: innovació, potencial d'èxit, presència de determinats col·lectius en el projecte, aprofitament de recursos, etc.
- Altres iniciatives i accions que contribueixin a la difusió de l'esperit emprenedor i a la creació d'empreses.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Difondre, fomentar i donar suport a la cultura emprenedora

INDICADORS

- Nombre de jornades, seminaris i d'altres activitats realitzades per sensibilitzar la població sobre la cultura emprenedora.
- Nombre d'assistents / destinataris de les campanyes de sensibilització.
- Impacte / grau d'interès generat en la població jove a través de les campanyes.
- Tiratge, difusió impacte dels materials editats.
- Grau d'impacte (impressions de pantalla, interaccions, lectures, etc) de les accions de sensibilització sobre l'emprenedoria realitzades a través de les xarxes socials.
- Nombre d'emprenedors presentats als premis a les millors iniciatives empresarials i qualitat dels projectes.
- Pressupost destinat a aquestes accions.
- % pressupost públic / privat.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Empresa i Ocupació / SOC
- PIMEC
- LEADER (cooperació)
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Cambra de Comerç

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consorci Leader (GAL)
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Cambra de Comerç

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal
- ACTUACIÓ 87: Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors
- ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori
- ACTUACIÓ 118: Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent

ACTUACIÓ 86

Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

A dia d'avui, l'activitat econòmica i empresarial viu immersa en un procés de renovació contínua que afecta els seus propis fonaments i les dinàmiques de comportament del conjunt d'agents econòmics. A grans trets, aquest procés es fonamenta en el poder transformador que ha representat i està representant la revolució tecnològica. Així, les noves tecnologies de la informació i la comunicació esdevenen els instruments bàsics per a la construcció d'un canvi estratègic i organitzatiu de les empreses i institucions, i que possibiliten que aquestes tinguin més fàcil l'accés a una demanda global. Per tot això, és important que el territori posi les bases per adaptar-se plenament a aquest canvi.

Aquestes noves formes de treballar, basades en aquestes tecnologies, suposen una oportunitat per a la comarca en tant que creen oportunitats i expectatives laborals que poden ajudar a frenar el despoblament i facilitar el manteniment d'una acceptable dinàmica econòmica i social dels pobles. La flexibilitat que donen les TIC per triar el lloc en el qual viure i treballar pot representar un punt important en l'estratègia per dinamitzar de pobles i/o zones en declivi i el rejoveniment de determinades comunitats. Així doncs, les TIC poden contribuir a facilitar la fixació de determinats col·lectius al territori i a possibilitar el desenvolupament d'àmbits econòmics diversos, sobretot en alguns dels que major potencial tenen a la zona, com és el turístic.

Cal, doncs, fomentar i posar les bases per possibilitar el teletreball a la zona, i potenciar l'emprenedoria que aprofita i es basa en les noves tecnologies. Cal, també, apropar les noves tecnologies als ciutadans del medi rural, no només a nivell de coneixements i formació, sinó que també és important, com es comenta en l'ACTUACIÓ 28, disposar de les mesures tècniques necessàries per tal que aquesta població i les empreses de tots els pobles de les MBC tinguin una connexió correcta a la xarxa.

A més, la presència del **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87) pot contribuir a potenciar el desenvolupament de projectes innovadors en aquest sentit.

Per tal d'aconseguir tot això és proposa dur a terme diverses accions:

- Millora de la cobertura i la fiabilitat de l'accés a les TIC (veure ACTUACIÓ 28).
- Recolzament tècnic en aquells emprenedors disposats a fer ús de les TIC per treballar / teletreballar.
- Recerca d'ajuts per als nous emprenedors online.
- **Estudiar la possibilitat d'habilitar espais de coworking** amb bon accés a la xarxa per fomentar l'intercanvi d'idees empresarials. Aquests espais poden ser tant **de titularitat pública com privada**. En tot cas són una bona opció per facilitar la creació i establiment de noves empreses al territori (i/o per impedir que professionals formats marxin).
- Oferir als emprenedors la possibilitat d'aconseguir finançament a través del **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87).
- Impuls de cursos i jornades tècniques de formació i actualització de coneixements en relació al treball i emprenedoria online i teletreball.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori

- Realització de jornades de sensibilització i formació específica destinades a joves i nous emprenedors.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de nous emprenedors assessorats des de l'administració en temes de teletreball.
- Evolució en el nombre de nous emprenedors que utilitzen el teletreball com a forma d'ocupació.
- Inversió per part de nous emprenedors per iniciar negocis online.
- Inversió procedent del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Nombre de projectes presentats / finançats a través del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Nombre de municipis i zones fosques que han millorat les seves condicions d'accés a les TIC.
- Nombre d'espais habilitats com a vivers d'empreses i zones de coworking.
- Capacitat d'acollida de teletreballadors en els espais de coworking.
- Nombre de cursos realitzats i assistents.
- Grau de satisfacció dels assistents.
- Pressupost destinat a aquestes accions.
- % pressupost públic / privat.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada • LEADER • Departament d'Empresa i Ocupació • Consell Comarcal • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci Leader (GAL) • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 28: Garantir la connectivitat i les cobertures de les tecnologies de la informació • ACTUACIÓ 87: Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

ACTUACIÓ 87

Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Amb la intenció d'oferir **majors opcions i facilitats en l'obtenció de finançament** (capital necessari per dur a terme la iniciativa) als potencials emprenedors/es de la comarca, es proposa la idea d'impulsar la creació d'un **Fòrum Comarcal d'Inversors**, concebut amb el propòsit de donar **suport i estímul financer a iniciatives empresarials** que vulguin desenvolupar-se a la zona.

Així, tractaria de **donar resposta a les necessitat de finançament que tenen molts emprenedors** i per **fer aflorar el talent i la capacitat innovadora** de la població.

El Fòrum estaria doncs format bàsicament per **inversors, ciutadans a títol particular, que estarien disposats a donar suport financer, de petita o mitjana quantia** (caldria determinar les quantitats però podrien ser de 5.000 a 100.000 €, per exemple) a emprenedors per a desenvolupar nous projectes en el territori. Aquest no es concep com un espai restringit, sinó que es planteja obert a totes les persones que vulguin fer **aportacions a alguna de les noves iniciatives empresarials** que es planteja desenvolupar a la comarca. En tot cas , aquests inversors hauran de definir les seves preferències d'inversió (sector, activitat, quantia de la inversió, etc), per tal de fer més àgil i eficaç l'estructura.

Paral·lelament, el Fòrum **estarà obert a emprenedors, que hauran de presentar els seus plans de negoci** al Fòrum per tal de poder ser seleccionats.

La intenció és que **les bones idees i el valor afegit es quedin al territori**, i que es possibiliti a joves (o no tan joves) emprenedors el desenvolupament del seu projecte.

En aquest sentit, es proposa que sigui l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82) qui creï i gestioni aquest Fòrum i qui validi els projectes que posteriorment es posaran a l'abast dels inversors.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	**Baixa**	**Única**	Anual	Contínua

INDICADORS

- Nombre d'inversors donats d'alta al Fòrum.
- Nivell d'inversió / finançament disponible.
- Nombre d'emprenedors que han presentat el seu pla de negoci.
- Nombre de plans de negoci seleccionats.
- Inversió procedent del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Inversió per part de nous emprenedors.
- Grau de satisfacció dels inversors / emprenedors (resposta a les seves expectatives.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada • Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament d'Empresa i Ocupació / ACCIÓ (agència per la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya) • Catalunya Emprèn
AGENTS IMPLICATS	• Inversió privada • Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament d'Empresa i Ocupació / ACCIÓ (agència per la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya) • Catalunya Emprèn
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 63: Fomentar la creació i/o millora d'establiments turístics, per tal de consolidar una oferta integral basada en la qualitat • ACTUACIÓ 92: Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 85: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori • ACTUACIÓ 84: Possibilitar l'adequació i ús del complex i terrenys de l'antic campament de Castillejos • ACTUACIÓ 86: Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori

ACTUACIÓ 88

Fomentar, potenciar i donar major visibilitat a les activitats artesanals del territori

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Fomentar, potenciar i donar major visibilitat a les activitats artesanals del territori

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'artesania és una expressió, una síntesi, de la cultura, del paisatge i de la identitat d'un territori. Es tracta d'una activitat de producció o transformació de productes que es realitza a través de processos en els quals la intervenció personal i el coneixement tècnic constitueixen factors predominants i que donen com a resultat l'obtenció d'un producte final individualitzat, i que acostuma a ser un **producte de qualitat** i, per tant, que pot ser **representatiu del territori** en el qual es produeix.

A dia d'avui, tot i l'existència a la zona d'un sector artesanal (en el sentit més ampli, incloent la seva vessant artística i també els oficis tradicionals) que poc a poc es va donant a conèixer, els limitats canals de comunicació i comercialització dels quals disposa fan que es consideri necessari **articular mecanismes per promocionar-lo i potenciar-lo**.

Cal doncs fomentar les activitats artesanals, promocionar-les, i facilitar-ne el seu coneixement. Seria important incidir en el sector per tal de que **fessin els seus tallers visitables**, que donessin a conèixer aquesta vessant, i **passessin a formar part, en definitiva, de l'oferta turístico-comercial dels municipis** en els quals s'ubiquen. Actualment alguns artesans ja tenen aquesta vocació i porten a terme aquestes activitats, però la majoria encara no tenen adequat un punt de venda o per rebre visites en condicions.

La presència novament d'incentius econòmics com els que representen els ajuts LEADER (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot fomentar la creació de nous tallers artesanals, o poden ajudar també per fer millores a les activitats ja en funcionament.

En aquest sentit, també seria interessant que aquests artesans s'involucressin en la concepció, disseny i alhora en la participació activa, de noves activitats a la zona (ja siguin fires, jornades, etc.) en les quals es promocioni la producció artesana local (en el marc del que es comenta per exemple en l'ACTUACIÓ 83), i que ajudin a configurar una major oferta lúdico-cultural i, paral·lelament, la millora dels canals de difusió i comercialització per als seus productes.

A dia d'avui ja es celebren fires artesanes i d'oficis tradicionals en alguns municipis. És important seguir-les oferint i, sobretot, potenciar-les però sense desvirtuar-les, i garantint en tot moment l'origen artesà dels productes que s'hi exposen.

En darrer terme, tot i que la vertebració del sector pot ser complexa, seria interessant que aquests artesans **poguessin disposar d'algun tipus de figura de representació**, o almenys vetllar perquè aquest sector pogués estar representat de manera contínua o puntual (en funció de les temàtiques a tractar / esdeveniments a organitzar) en la **Taula de Turisme** (ACTUACIÓ 73).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Fomentar, potenciar i donar major visibilitat a les activitats artesanals del territori

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre i tipus d'accions dutes a terme per fomentar les activitats artesanals.
- Evolució en el nombre d'artesans que treballen a la zona.
- Nombre d'artesans que permeten la visita als seus tallers i obradors.
- Nombre de visitants als tallers oberts al públic.
- Grau d'increment o disminució del nombre de visitants.
- Nombre de tallers artesans inclosos en inventaris de recursos turístics, en paquets turístics, al portal web de turisme Muntanyes de la Costa Daurada, etc.
- Nombre d'artesans que han participat en la concepció i disseny de noves activitats per configurar una major oferta lúdico-cultural.
- Nombre i tipus de millores en els canals de difusió i comercialització de productes artesans.
- Nombre d'artesans associats o agrupats en una figura de representació.
- Participació efectiva i nivell de participació del sector artesanal en la Taula de Turisme.
- Inversió / subvenció LEADER per a la creació o millora de tallers d'artesania.
- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Inversió privada
- LEADER
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

AGENTS IMPLICATS

- Artesans
- Consorci Leader (GAL)
- Consell Comarcal
- Ajuntaments

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 73: Impulsar una Taula de Turisme, público-privada, per definir i implementar estratègies de planificació turística
- ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants

ACTUACIÓ 89

Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveis itinerants

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveis itinerants

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de facilitar l'accés dels habitants dels municipis de les Muntanyes del Baix Camp a serveis dels que sí que disposen els habitants de les ciutats, per tal de que la gent que viu als pobles no hagi de fer desplaçaments sinó que siguin **aquests serveis els que s'apropin a la clientela potencial**, i alhora **per oferir a professionals i emprenedors una nova via i possibilitat de generar activitat econòmica**, es planteja crear una xarxa de serveis o professionals itinerants.

No es tracta d'inventar res. Simplement **facilitar les coses a potencials emprenedors** que vulguin portar a terme una activitat a la zona però que, degut als seu perfil professional (serveis a les persones, comerç, etc.) **és difícil, si som realistes, que actualment obrin un negoci ubicat en un local fix en algun dels municipis** de la zona. La fuga de persones joves amb estudis a treballar (i en molts casos també a viure) fora dels pobles és notable. I es tracta de fer alguna cosa en aquest sentit, per tal de generar oportunitats per a aquests professionals.

Així, si ens plantegem aquesta situació, podrem fer-nos ressò que la clientela potencial que suposen 18 pobles sencers pot ser fins i tot major que la que suposaria el fet d'establir-se en una ciutat (atenent també a la major competència). Però això és el que acaben fent aquests emprenedors, ja que no visualitzen una opció real de treballar "per tota una zona / territori".

Per concretar doncs, el que aquí es proposa és treballar per **vertebrar una xarxa d'espais públics**, **habilitats amb totes les condicions necessàries**, per tal de que **professionals itinerants els utilitzessin, a canvi d'un lloguer**. Per tant seria una mena de **"mix" entre un viver d'empreses** (s'ofereix local de treball a un emprenedor/professional, tot i que en aquest cas seria un local a cada municipi adherit a la xarxa) **i d'un co-working,** perquè aquests professionals compartirien espais. Tot i amb això la filosofia d'aquesta xarxa no és tan la innovació com la de facilitar el treball a professionals que a dia d'avui marxarien fora la zona a prestar els seus serveis, i la de donar cobertura a les necessitats dels habitants dels municipis.

Evidentment caldria **concretar quins municipis estarien disposats a oferir, o a treballar per adequar, espais d'aquest tipus**, i un cop coneguda aquesta disponibilitat, articular un projecte per tal de que aquests espais es posin a disposició dels emprenedors i siguin ocupats de manera coordinada.

L'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82) haurà de treballar en aquest sentit, per vertebrar aquesta xarxa, però és evident que l'esforç més important l'hauran d'assumir els municipis ja que hauran d'apostar per una **nova inversió pública, que pretén contrarestar la manca d'inversió privada** en determinats sectors, i que de ben segur però potenciarà la cohesió i la vertebració social dels pobles de la zona (per aquest motiu, aquesta actuació podria haver estat inclosa també en la línia estratègica LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL).

Així doncs, per implementar aquesta actuació caldrà dur a terme diferent accions:

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació d'una xarxa d'espais per a serveis itinerants

- Anàlisi de l'interès i disponibilitat dels municipis per acollir aquest tipus d'activitats.
- Adequació dels espais, en funció dels perfils professionals que es proposi potenciar (detectar per tant es mancances i necessitats dels municipis).
- Articular un projecte per vertebrar aquests espais en forma de xarxa i fer-ne difusió.
- Oferir aquests espais a professionals, emprenedors, etc.
- Articulació d'un calendari dels serveis oferts a cada municipi (o també possibilitat d'oferir serveis a demanda).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de municipis interessats en acollir diferents tipus de serveis itinerants.
- Tipus de serveis que es prioritzen en els municipis interessats.
- Nombre d'espais municipals disponibles / ocupats per a la prestació dels serveis.
- Nombre i tipus de serveis itinerants que es presten.
- Nombre i tipus d'accions de promoció de la xarxa de serveis itinerants.
- Nombre d'usuaris dels diferents serveis itinerants.

- Valoració, per part dels usuaris, de la iniciativa i dels serveis prestats.
- Valoració, per part dels professionals itinerants, de la iniciativa i de les condicions dels espais on presten els serveis.
- Grau d'efectivitat de la xarxa d'espais, tant pel que fa a la distribució dels propis espais com als horaris de prestació del servei, a l'hora d'arribar al màxim de població de la comarca possible.
- Pressupost destinat a aquestes accions.

FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Empresa i Ocupació • Diputació de Tarragona • LEADER – Cooperació • PUOSC • Diputació de Tarragona	**AGENTS IMPLICATS**	• Ajuntaments • Emprenedors • Consell Comarcal • Consorci Leader (GAL)
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 33: Planificar i jerarquitzar les actuacions de rehabilitació i/o valorització del patrimoni • ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal		

ACTUACIÓ 90

Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els municipis d'interior del Baix Camp han de poder articular i/o disposar d'una oferta formativa que s'adapti a la realitat econòmica i social de la zona, a les necessitats i característiques de l'oferta i la demanda que genera el propi territori. És important que l'oferta formativa tingui en compte aquesta realitat per tal de contribuir a cobrir les necessitats existents, a donar oportunitats a la gent que aspira a tenir un lloc de treball o a millorar-lo i, en definitiva, contribuir a un encaix efectiu i eficient entre allò que l'àmbit laboral local demanda i allò que la societat i població de la zona poden oferir.

Així doncs, donada la situació actual, en la que el territori basa bona part del seu **dinamisme econòmic en l'àmbit del turisme, caldria estructurar una oferta formativa que miri de donar resposta a les potencialitats que aquest àmbit ofereix**. També caldria **crear oferta formativa relativa a les noves tecnologies i sobretot a la creació d'empreses**, entre d'altres. Amb tot, estem parlant d'una oferta dirigida en bona part a joves sense massa formació prèvia i, per tant, ha de ser una formació que no sigui molt complexa però sí molt encarada a la creació d'activitat i de nous negocis. A més, cal incidir de manera molt decidida en **estendre entre la gent jove i no tan jove del territori, la cultura emprenedora**, la possibilitat de crear-te noves opcions laborals en base les potencialitats del territori i de la pròpia persona. Aquesta **és una forta mancança o debilitat del territori**, detectada en la fase de diagnosi i tractada en una actuació específica (veure l'ACTUACIÓ 85).

Caldria que aquesta formació també servís per **completar l'experiència adquirida per treballadors** al llarg de la seva carrera professional millorant la qualitat del servei a oferir. Es tracta, doncs, d'afavorir la formació en oficis concrets que poden gaudir d'una projecció significativa en el territori. Cal tenir en compte que l'ensenyament secundari i l'ensenyament universitari sovint deixen descoberts alguns aspectes molt útils en el dia a dia de molts oficis. D'aquesta manera, estructurar una oferta que atengui a les necessitats i característiques del territori pot afavorir la modernització del mercat de treball i la fixació de la població jove al territori.

S'entén que l'adequació d'aquesta oferta formativa s'hauria de dur a terme mitjançant la coordinació de l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82).

Per tot el que s'ha comentat, el que es proposa és desenvolupar una oferta formativa que respongui a les següents necessitats:

- Que pugui captar l'atenció i cobrir les necessitats dels joves amb pocs estudis, i estigui principalment centrada en la creació d'activitats i de nous negocis.
- Que estigui molt basada en aspectes relacionats amb la informàtica aplicada i les TIC per a la gestió i creació de petites empreses.
- En turisme, que tracti temes de qualitat i excel·lència. I que possibiliti fomentar el coneixement i potencialitats del binomi productes locals – gastronomia (ACTUACIÓ 60).
- Que tracti d'aportar noves opcions o formes de desenvolupament del sector comercial (en consonància amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 101).
- Que pugui tenir oferta en referència a les energies renovables (aplicació sobre el territori, qüestions tècniques, encarada a la creació d'activitats i negoci en aquest àmbit, etc.).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

Val a dir que algunes de les principals temàtiques sobre les quals aquesta oferta formativa ha d'incidir apareixen descrites en actuacions concretes d'aquest Pla d'Acció, i aquestes actuacions es llisten en l'apartat VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA d'aquesta mateixa fitxa.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions entre agents per tal de dissenyar una oferta formativa adequada a les necessitats reals del territori.
- Nombre i tipus de cursos, jornades, etc organitzats.
- Nombre d'assistents i tipologia.
- Nivell de distribució territorial / zonal dels cursos i procedència dels seus assistents.
- Grau de satisfacció i acollida de l'oferta formativa per part de potencials usuaris i sectors i sobretot per part dels joves.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Consell Comarcal
- Departament d'Empresa i Ocupació / SOC
- Departament d'Ensenyament
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- PIMEC
- UE (Fons Social)

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Consells Reguladors
- Empreses turístiques
- Sector comercial
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Departament d'Ensenyament
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- Cambra de Comerç

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS**
ACTUACIÓ	Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 48: Fomentar les activitats de formació contínua del sector • ACTUACIÓ 53: Promoure la producció ecològica en el sector (oli) • ACTUACIÓ 56: Insistir en les accions formatives específiques per al desenvolupament de l'òleoturisme • ACTUACIÓ 60: Insistir en la vinculació entre els productes locals i la gastronomia • ACTUACIÓ 80: Revisar les necessitats formatives del sector turístic • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 86: Potenciar l'ocupació basada en les TIC i el teletreball, garantint les condicions per al seu desenvolupament real al territori • ACTUACIÓ 99: Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc) • ACTUACIÓ 101: Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants

PROGRAMA

PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL

ACTUACIÓ 91

Impulsar la creació de nous establiments comercials i adequació i millora dels existents

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació de nous establiments comercials i adequació i millora dels existents

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El comerç en els municipis de les MBC és un sector bàsicament encarat a l'autoabastament de productes bàsics i poc dinàmic a nivell d'adequació a nous perfils de demanda. Els hàbits de compra han canviat, els desplaçaments a supermercats de Reus, Riudoms o a centres comercials i/o grans superfícies del Camp de Tarragona, provoquen que el comerç tradicional cada vegada tingui més difícil el seu encaix si no sap adaptar-se als canvis.

Cal, doncs, que el comerç tradicional es reinventi per tal d'atraure nous clients i cercar noves vies de negoci. El teixit comercial ha d'aprofitar les possibilitats que ha generat el desenvolupament turístic i l'atractiu creixent de la zona interior de la comarca. Cal reorientar aquests establiments cap a la venda de productes amb valor afegit, productes locals de qualitat. És necessari que noves generacions d'emprenedors apostin pel sector del comerç, afavorint el recanvi generacional i aportant noves fórmules de venda i propostes més adaptades als nous temps.

Cal que des de l'administració s'impulsi la creació de nous comerços, que es doni facilitats per a l'obertura de nous establiments i que es posin les condicions necessàries per afavorir la dinamització del sector.

La presència novament d'incentius econòmics com els que representen els ajuts LEADER (el PDR 2014-2020 els recull dins l'operació 19.2.01, d'implementació d'estratègies de desenvolupament local) pot **fomentar la creació d'establiments en els municipis, i poden servir també per millorar l'oferta existent** o per possibilitar que alguns potencials tancaments anunciats acabin derivant en traspassos o reobertures.

Aquesta actuació té plena relació amb el que es descriu en l'ACTUACIÓ 92, de continuïtat dels comerços.

Tanmateix també es proposa estudiar la possibilitat, per part dels ajuntaments, **de fomentar la implantació de nous comerços en els municipis, a través de majors bonificacions** en tributs i impostos.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Impulsar la creació de nous establiments comercials i adequació i millora dels existents

INDICADORS

- Nombre d'establiments comercials creats / millorats.
- Evolució en el nombre d'obertures / tancaments de comerços.
- Evolució en l'edat mitjana dels propietaris dels establiments.

- Inversió / subvenció LEADER
- Nombre de dones que han portat a terme aquestes inversions.
- Nombre de joves menors de 40 anys que han portat a terme aquestes inversions.
- Llocs de treballs creats / consolidats amb aquestes inversions.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada • LEADER • Departament d'Empresa i Ocupació. (Direcció General de Comerç)
AGENTS IMPLICATS	• Particulars - Establiments comercials - emprenedors • Consorci Leader (GAL) • Ajuntaments • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 92: Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics

ACTUACIÓ 92

Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

A dia d'avui, una de les principals problemàtiques de molts dels municipis de la zona MBC és el tancament progressiu de petits comerços i serveis. Molts dels comerços existents fa uns anys han anat tancant sense cap mena de relleu, per manca de continuïtat generacional o per manca de perspectives de futur.

Les noves generacions no han agafat el testimoni i experiència (i fins i tot locals o maquinària i equipament) d'aquestes petites empreses per tal de forjar opcions de nous negoci basats en aquells. El petit comerç local està en risc de desaparició. I això ha de ser evitat.

Cal portar a terme una **gestió activa per avançar-se als fets, preveient situacions de possible no-continuïtat de negocis** que preveuen tancar (jubilacions, etc), i intentant **oferir alternatives a aquest tancament** (canvi de model de negoci, d'ubicació, cerca de nous perfils de demanda, formació, cerca de noves persones que puguin estar interessades en tenir algun negoci d'aquest tipus, etc). Aquest assessorament, en molts casos, cal que es focalitzi molt en orientar als nous comerciants / emprenedors en definir el tipus d'oferta sobre el qual treballar, o en buscar segments de demanda que superin els habitants del municipi i que, per tant, assegurin la viabilitat dels negocis (complementar amb venda on-line, transport a domicili de productes, orientació d'horaris i serveis a visitants i turistes, etc).

A més, cal portar a terme actuacions decidides de per tal de recuperar locals buits, per tal d'incentivar la creació de nous establiments comercials o de serveis. I alhora cal seguir donant suport als comerços actuals i a les noves generacions per tal de poder assegurar una oferta que doni servei a habitants i visitants dels municipis.

No es tracta de que els ajuntaments o el Consell Comarcal facin tasques d'agència immobiliària (funcions que no li pertoquen), sinó de que a través d'un **coneixement i suport en la gestió d'aquestes situacions, es puguin preveure casos de tancament definitiu i oferir alternatives** a aquesta opció. Tot i amb això, a la pràctica, l'estructura del servei seria quelcom semblant a un "**Banc de Traspàs de comerços / empreses"**, però amb una carta de serveis afegits molt àmplia.

Es proposa que totes aquestes propostes es gestionin a través de l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82). En aquest marc, disposar del **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87) pot contribuir també a donar noves opcions i alternatives a certs locals / negocis.

En definitiva, doncs, és necessari que des de l'administració es prenguin mesures per tal de gestionar els locals buits, per fomentar-ne el lloguer o la venda i per fomentar la continuïtat dels comerços.

En aquest sentit es proposa la implementació de les següents accions:

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics

- Articular mecanismes per conèixer de primera mà situacions de possible tancament de negocis / comerços als municipis de les MBC.
- Anticipar-se a aquest tancament intentant oferir el traspàs d'aquest negoci a joves o persones sense feina (intentant fer una transició / aprenentatge de l'ofici) si cal.
- Informar de possibles ajuts o avantatges als emprenedors de l'àmbit comercial.
- Assessorar als nous emprenedors en matèria de creació de comerços.
- Donar suport específic al propietaris de locals que els volen vendre o llogar.
- Realització de campanyes de promoció dels nous comerços.
- Facilitar, per part des ajuntaments o entitats locals, l'ús temporal i alternatiu dels locals buits per mantenir el continu comercial de certs municipis.
- Oferir als nous emprenedors la possibilitat d'aconseguir finançament a través del **Fòrum Comarcal d'Inversors** (veure ACTUACIÓ 87).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre i tipus de mecanismes posats en marxa per conèixer situacions de possible tancament de negocis / comerços als municipis.
- Nombre de traspassos de negocis a punt de tancar oferts a joves o persones sense feina.
- Nombre d'emprenedors informats i assessorats sobre ajuts i avantatges fiscals/impositius en l'àmbit del comerç.
- Nombre d'emprenedors informats i assessorats en matèria de creació de comerços.
- Nombre i tipus de suport i assessorament ofert a propietaris de locals que se'ls volen vendre o traspassar.

- Inversió procedent del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Nombre de projectes presentats / finançats a través del **Fòrum Comarcal d'Inversors**.
- Nombre i grau d'impacte de les campanyes de promoció dels nous comerços.
- Nombre de locals buits oferts temporalment per ajuntaments o ens locals a emprenedors comercials per mantenir el continu comercial de certs municipis.
- Nombre d'accions dutes a terme per fomentar l'ús del programa Reempresa per fomentar els traspassos.
- Nombre de cessions de comerços entre empresaris i reemprenedors realitzats per assegurar el futur del sector comercial a la zona.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Inversió privada
- LEADER
- Departament d'Empresa i Ocupació. (Direcció General de Comerç)
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Diputació de Tarragona

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Garantir la continuïtat dels comerços, a través de suport i serveis específics

AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials • Ajuntaments • Consell Comarcal • Consorci Leader (GAL) • Departament d'Empresa i Ocupació. (Direcció General de Comerç)
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 91: Impulsar la creació de nous establiments comercials i adequació i millora dels existents • ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal • ACTUACIÓ 87: Crear el Fòrum Comarcal d'Inversors

ACTUACIÓ 93

Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

L'interior del Baix Camp, a l'igual que d'altres indrets rurals de Catalunya, ha experimentat profundes transformacions al llarg dels darrers anys en l'àmbit comercial. La pèrdua de població dels municipis, la baixa rendibilitat d'alguns comerços en aquestes zones o la proliferació de les grans superfícies comercials en àmbits propers i l'ús de noves i millors tecnologies per part dels comerços més potents han contribuït a generar una pèrdua de competitivitat del teixit comercial. Els més afectats han estat els sectors que no s'han plantejat la millora o l'adaptació als nous requeriments competitius del mercat, ja sigui pel que fa a les infraestructures físiques d'aquests establiments, la formació del capital humà, l'aplicació de noves tecnologies o pels nous mètodes de gestió comercial.

Per altra banda, el sector comercial d'aquests municipis ha patit una manca de projecte comú, que ha agreujat la crisi general del sector. Així doncs es planteja fomentar el moviment associatiu dels comerciants per tal de disposar d'una estructura organitzativa i dinamitzadora del sector que li permeti fer passos endavant, posar-se al dia en quant a noves tendències, a noves fórmules de comercialització, etc. És important dinamitzar el contacte entre comerciants i la posada en comú d'interessos per desenvolupar i tirar endavant accions de promoció del sector i per poder articular accions de manera coordinada i consensuada amb l'administració.

És important que els comerciants més dinàmics arrosseguin als que no ho són tant i és important que el sector desenvolupi accions conjuntes que afavoreixin al comerç i de retruc a tot el territori. Cal crear mecanismes de col·laboració entre els comerciants, a través de crear una associació supramunicipal que vetlli per impulsar accions de foment i dinamització dels sector comercial de la zona.

En aquest sentit, doncs, les accions que es proposa desenvolupar serien:

- Creació de l'**Associació de Comerços de les Muntanyes del Baix Camp.**
- Fer de l'associació de comerços un interlocutor vàlid i potent davant ajuntaments i l'administració.
- Disseny i creació d'un element identificador dels comerços adherits a l'associació de comerç.
- Creació d'un díptic amb els diferents productes locals i propis dels què disposen els comerços associats.
- Aconseguir subvencions i POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT per a les seves activitats.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

INDICADORS	
• Nombre de reunions i sessions de treball i sensibilització efectuades per impulsar el treball en xarxa i la vertebració del sector a través d'una Associació de Comerços. • Nombre d'associats a l'Associació de comerços. • Nombre d'actuacions articulades i executades.	• Pressupost aconseguit / invertit en l'execució de les actuacions. • Pressupost públic / privat. • Establiments adherits a la potencial marca de comerç. • Campanyes executades i impacte d'aquestes en base a nivell de coneixement i notorietat i d'augment de vendes.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada • Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament d'Empresa i Ocupació. (Direcció General de Comerç)
AGENTS IMPLICATS	• Particulars – Establiments comercials • Consell Comarcal • Ajuntaments • Establiments comercials • Cooperatives agrícoles
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 35: Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada • ACTUACIÓ 59: Vertebrar i donar suport a les agrobotigues • ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques • ACTUACIÓ 94: Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic • ACTUACIÓ 95: Crear i potenciar una marca del comerç de les Muntanyes del Baix Camp • ACTUACIÓ 96: Consensuar i articular accions de comunicació i promoció del comerç local • ACTUACIÓ 97: Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis • ACTUACIÓ 98: Articular mecanismes per fidelitzar els clients del comerç local associat • ACTUACIÓ 99: Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc) • ACTUACIÓ 100: Crear mecanismes i/o esdeveniments de motivació per al sector comercial • ACTUACIÓ 101: Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants

ACTUACIÓ 94

Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Com es comenta en d'altres actuacions i com es detalla en la diagnosi i en la DAFO, el sector comercial dels municipis de les MBC és, actualment, un sector força dispers, en el qual els comerços actuen en el territori d'una manera molt individualtzada, sense un projecte clar i comú i sense unes línies estratègiques que li permetin incidir realment en la dinamització del propi sector i esdevenir un element essencial del desenvolupament econòmic de la zona. Cal, doncs, buscar fórmules d'actuació que aglutinin la força dels petits comerços, que coordinin i estructurin accions de promoció i de comercialització, cal que tot el sector tingui un mateix objectiu i unes similars metodologies per assolir-lo. Cal dinamitzar el sector amb una visió coordinada i amb la implicació del major nombre possible d'establiments, cooperatives, entitats diverses i organismes públics.

Cal, també, unir esforços amb el sector turístic, molt proper al comercial, i organitzar i executar accions conjuntes que beneficiïn a ambdues parts i, sobretot, al territori. Així, en els pobles que no disposen d'oficines de turisme, el comerç hauria de poder ser un dels principals punts d'acollida i informació dels visitants, a més de ser un lloc en el qual aquests compren i tasten els productes locals de qualitat que es produeixen a la zona i que esdevenen els seus principals elements de marxandatge i/o souvenir.

El comerç ha de poder ser un actor principal del desenvolupament de la zona, i ha de saber posicionar-se com a pilar fonamental de la descoberta i de l'experiència que els visitants tenen a aquests municipis. Només així la seva supervivència i creixement podrà ser una realitat. Per tant, per tal d'assolir aquest objectiu cal treballar per tal de possibilitar que la major part de comerços, però sobretot aquells que comercien amb productes locals de qualitat i als artesans alimentaris i no alimentaris, esdevinguin també punts d'informació i experiència turística, a través d'una acció tan propera com és comprar i a través de la interacció client-comerciant.

Evidentment aquesta actuació ha de comptar amb la participació i decidida implicació del sector, a través de **l'Associació de Comerços**, que es proposa crear (veure ACTUACIÓ 93).

La gent del sector ha de preparar-se per tenir capacitats suficients per donar la informació sobre els seus productes, però també sobre el territori, i per poder transmetre l'atractiu i l' interès dels recursos tangibles i intangibles que la zona pot oferir. Cal que el sector comercial i el sector turístic treballin en una mateixa direcció i oferint una mateixa visió i un mateix relat sobre el territori i tot allò que l'integra. També han de treballar conjuntament per augmentar la despesa neta d'aquest segment en compres i restauració.

Aquesta actuació ha de permetre generar i reforçar les sinèrgies entre les activitats turístiques i comercials/restauració, coordinar les actuacions de promoció entre els dos sectors, millorar el posicionament dels "actius comercials-turístics" i potenciar programes conjunts entre els actius turístics i el comerç/restauració del seu entorn, a través de les següents accions:

- Elaboració d'un **catàleg global de promoció de l'oferta comercial**, que es pugui complementar amb continguts de caràcter turístic.
- Adaptació dels horaris i de les dates d'obertura dels comerços a la major presència de turistes i visitants per millorar el rendiment dels establiments i també per millorar la imatge del

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic

sector i del territori.

- Plantejar mercats de productes autòctons que puguin ser un element d'atracció de visitants (veure ACTUACIÓ 61).
- Programes de venta conjunta o creuada (per exemple, un abonament de compra conjunta d'entrades a equipaments i degustacions de productes locals).
- Programes de promoció i descomptes creuats (descomptes creuats o entrega de cupons recíprocament).
- Programes de fidelització creuada.
- En totes aquestes iniciatives, l'existència d'una organització comercial forta i representativa és determinant per a la seva viabilitat.

També seria interessant crear rutes turístico-comercials en les que es combini la visita a recursos turístics o molins d'oli, per exemple, i a comerços en els que es venen altres productes locals,típics de la zona. Algunes d'aquestes rutes podrien ser:

- Ruta de comerços emblemàtics.
- Ruta de la gastronomia local (amb degustacions en botigues – artesans - restaurants adherits).
- Ruta del comerç de producte local i artesanal.

El desenvolupament d'aquestes rutes va intrínsecament lligat a desenvolupar també el suport tecnològic per a la seva difusió, especialment els aplicacions per a mòbils i en la promoció a través de les xarxes socials.

El desenvolupament d'aquestes rutes va intrínsecament lligat a disposar dels suports tecnològics adequats per a la seva difusió, especialment els aplicacions per a mòbils i en la promoció a través de les xarxes socials.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Tiratge i impacte del catàleg global de promoció de l'oferta comercial.
- Nombre d'accions realitzades de forma coordinada entre els diferents agents del sector comercial i turístic.
- Nombre d'establiments participats en els programes de venda conjunta.
- Programes de fidelització creuada realitzats amb el sector turístic.
- Nombre de cupons lliurats i de descomptes fets en els diferents comerços.
- Nombre i tipus de rutes turístico-comercials creades.
- Nombre d'establiments que formen part de les rutes creades.
- Nombre de visites fetes als establiments inclosos a les rutes.

- Nombre d'establiments que hagin canviat els seus horaris d'obertura per adaptar-los a les necessitats i hàbits de visitants i turistes.
- Nombre d'accions o programes de fidelització duts a terme.
- Evolució en el nombre de mercats de productes autòctons realitzats.
- Grau de satisfacció dels clients / visitants.
- Grau de satisfacció dels establiments.
- Pressupost aconseguit per desenvolupar aquestes actuacions.
- % pressupost públic / privat.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Dinamitzar el comerç amb una visió coordinada amb el sector turístic

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Empreses turístiques • Establiments comercials • Consell Comarcal • Departament d'Empresa i Ocupació • LEADER
AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials • Empreses turístiques • Consells Reguladors • Consell Comarcal • Ajuntaments • Consorci Leader (GAL) • Cooperatives agrícoles
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 61: Impulsar la creació de nous mercats, fires de productes locals i festes gastronòmiques • ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 95

Crear i potenciar una marca del comerç de les Muntanyes del Baix Camp

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Crear i potenciar una marca del comerç de les Muntanyes del Baix Camp

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Una marca de comerç pot esdevenir, ben gestionada i comunicada, un revulsiu per a la dinamització comercial d'aquests municipis ,al donar-los una imatge amable i captivadora que facilita la interacció amb els consumidors i de retruc, un augment de les vendes.

Així doncs, en aquesta actuació es proposa crear una marca per al comerç al detall de la zona, una marca que ha de ser un reflex del tipus de comerç que hi ha als petits municipis de l'interior del Baix Camp, un reflex del tracte familiar i proper que hi trobaran els consumidors, el reflex dels productes de qualitat de la zona i, en definitiva, vol ser el reflex de la pròpia zona comercialment compromesa amb el territori, amb la gent, amb el paisatge i, sobretot, amb la qualitat.

La marca pot contenir tots aquests atributs que, en certa manera trobem en el propi nom, però que s'hi han d'anar afegint a través del disseny gràfic, a través de campanyes de comunicació i promoció, a través d'un clar compromís amb la qualitat del servei i dels productes comercialitzats i a través de la relació del comerç local amb una imatge de proximitat lligada a territori.

A l'igual que l'anterior, aquesta actuació requereix de la participació i decidida implicació del sector, a través de **l'Associació de Comerços**, que es proposa crear (veure ACTUACIÓ 93).

En resum, es proposa implementar les següents accions:

- Crear una marca comercial amb capacitat explicativa, integradora i suggeridora.
- Dotar la marca d'un logotip, uns símbols i uns elements d'imatge propis que permetin identificar les qualitats i els atributs del comerç local.
- Crear un eslògan comercial atractiu.
- Edició anual de determinats elements de marxandatge comercial.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Crear i potenciar una marca del comerç de les Muntanyes del Baix Camp

INDICADORS	
• Reunions efectuades per impulsar la creació de la marca comercial. • Nombre de comerços que l'han adoptat en la seva difusió. • Nivell d'utilització de la marca. Campanyes, promocions, impactes de la marca.	• Nombre i tipus de materials de marxandatge creats. • Pressupost destinat a aquestes accions. • Evolució en el nivell de vendes dels comerços. • Grau de satisfacció dels comerciants amb els materials creats.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada - comerços • Departament d'Empresa i Ocupació. (Direcció General de Comerç)Consell Comarcal • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials • Consell Comarcal • Ajuntaments • Cooperatives agrícoles
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 96

Consensuar i articular accions de comunicació i promoció del comerç local

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Consensuar i articular accions de comunicació i promoció del comerç local

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El establiments comercials dels municipis d'interior del Baix Camp han de posar al dia els seus sistemes i estratègies de comercialització i comunicació. Un pas fonamental en aquest sentit és el d'entrar en el món del màrqueting i en el món de les noves tecnologies, de les xarxes socials, etc. Aquests elements són essencials avui en dia per garantir una mínima presència en l'àmbit del comerç i per donar a conèixer els productes tan específics i de tanta qualitat del territori. Si bé els espais físics de venda poden ser, i segurament han de seguir sent, els espais actuals, cal que el comerç de la zona s'obri al món i adopti metodologies noves que permeten arribar, a part de als clients locals, a clients que poques vegades van a la zona o que potser no hi han estat mai i també a aquells que hi van sovint i compren presencialment els productes.

Per tal d'aconseguir tot això cal que hi hagi un projecte comú i una clara col·laboració entre establiments i els diversos subsectors del comerç. Cal elaborar campanyes de publicitat conjuntes, ben estructurades i amb capacitat d'impactar en el consumidor. Cal que aquestes campanyes es puguin fer de forma clàssica però també potenciar-les i publicitar-les a les xarxes socials i a internet per tal de fer-les arribar a un mercat més ampli. Cal utilitzar i aprofitar aquestes xarxes sobretot per apropar-se als consumidors que potser no tenim cada dia al poble, però que tenen una certa sensibilitat pels productes de qualitat o interès pel territori. Cal utilitzar noves tecnologies com les aplicacions per a mòbils o el comerç electrònic per facilitar la informació als consumidors i la comercialització a distància.

Convé, en definitiva, posar-se al dia i donar més oportunitats al sector, potenciar-lo i garantir-ne la continuïtat. Les noves tecnologies són una eina clau en aquest sentit, cal aprofitar-les, potenciar-les, donar-les a conèixer entre els comerços locals i implantar el seu ús per tal de dinamitzar i desenvolupar comercialment la zona.

És important disposar de la implicació del sector, ja sigui a través de **l'Associació de Comerços**, que es proposa crear (veure ACTUACIÓ 93).

Així, per tal d'aconseguir aquestes fites es proposa dur a terme diverses accions:

- Creació d'una pàgina web de comerç dels municipis de les MBC que inclogui un directori dels comerços i on s'hi comuniqui informació referent a aquest sector.
- A més cal afavorir el trànsit cap a aquesta pàgina des del portal web turístic de les Muntanyes de la Costa Daurada.
- Cal també que, a més del link a aquesta pàgina web, el portal turístic tingui llistats de comerços i un apartat específic a aquesta oferta.
- Millora de la comunicació externa i interna en el sector comercial a través d'una newsletter.
- Creació d'una App per a mòbils amb directori de comerços i serveis, per a fer promocions comercials i per a fer compra electrònica.
- Realització de campanyes comercial en èpoques tradicionals i de major afluència de visitants.
- Creació i dinamització de perfils a les principals xarxes socials (Facebook, Twitter i Instagram) de promoció del comerç.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Consensuar i articular accions de comunicació i promoció del comerç local

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Pressupost aconseguit i invertit en el desenvolupament de les accions.
- % pressupost públic / privat.
- Nombre de visitants de la pàgina web / % de visitants provinents del portal web de turisme.
- Periodicitat de publicació i nombre de subscriptors de la newsletter.
- Nombre de descàrregues de l'App i nombre d'usuaris.
- Nombre d'ofertes i promocions comercials fetes a través de l'App.
- Nombre de gestions fetes pels consumidors des de l'App.
- Grau d'acceptació i d'afluència de públic i consumidors.
- Nombre de seguidors als perfils de les diferents xarxes socials.
- Nombre d'interaccions i impressions de les publicacions fetes en els perfils de les diferents xarxes socials.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Inversió privada
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Departament d'Empresa i Ocupació. (Direcció General de Comerç)

AGENTS IMPLICATS

- Establiments comercials
- Cooperatives agrícoles
- Consell Comarcal
- Ajuntaments

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 97

Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Actualment els comerços de la zona tenen una limitada visibilitat per als turistes i visitants. En els pobles més petits, els pocs comerços existents i sovint la seva dispersió o difícil localització dins d'un poble, provoca que aquests establiments tinguin un baix potencial comercial i poca capacitat per captar al turista o visitant.

És important doncs, donar projecció als comerços per tal que aquells que visiten la zona puguin esdevenir consumidors i generadors de riquesa. Una manera de treballar en aquest sentit és incorporant informació sobre els comerços en les senyalitzacions municipals / turístiques.

Dirigir i orientar els compradors potencials a les zones o carrers on hi ha botigues, tant des de fora dels municipis com en l'aproximació o dins els mateixos nuclis és una actuació que pot millorar notablement l'afluència de compradors. Mitjançant aquesta actuació, doncs, es pretén crear i consolidar un sistema de senyalització comercial que guiï als clients cap als comerços i/o serveis, i que al mateix temps li proporcioni informació sobre tota l'oferta comercial en una àrea o municipi i n'augmenti la seva atractivitat.

Aquest sistema d'identificació i senyalització, amb la possible admissió de particularitats diferenciadores en la imatge segons tipus de comerços, de municipis, etc, pot afirmar i comunicar les característiques comercials de la zona en general i dels municipis en concret. Plafons i senyalitzacions verticals col·locats en llocs estratègics poden fer que la informació comercial sigui visible per al màxim nombre de persones i poden fer augmentar el rendiment comercial. També es poden utilitzar banderoles amb disseny unificat per identificar les façanes amb comerç.

Cal que totes aquestes possibles accions i especificitats es tinguin en compte en el **Pla de Senyalització**, tal com es descriu en l'ACTUACIÓ 21 d'aquest document.

Convé remarcar que per portar a terme aquesta actuació concreta es **requereix d'un treball coordinat entre agents públics i privats**, en el qual l'administració ha de ser qui vertebri i lideri el projecte de senyalització, i el faci extensiu i homogeni a tots els pobles, i en el qual **el sector privat n'ha de poder assumir part dels costos materials**.

Per tot això, es proposa portar a terme les accions que tot seguit es detallen:

- Implicar les figures associatives del sector (**Associació de Comerços** que es proposa crear,veure ACTUACIÓ 93) en aquest procés de senyalització.
- Fer un inventari dels comerços de la comarca.
- Prioritzar o decidir quins tipus de comerços cal incloure a la senyalització.
- Definir una imatge gràfica de la senyalització i, si cal, diferenciar-ho per tipus de comerç, etc.
- Articular el sistema de senyalització i d'informació. Es proposa utilitzar 2 principals formats de senyalització diferenciats segons la seva finalitat principal:

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Incorporar informació dels comerços en les senyalitzacions dels municipis

- Els panells de senyalització direccional d'aproximació comercial genèrica, amb la inscripció de diferents punts d'interès comercial del municipi (agrobotigues, artesans, etc).
- Els tòtems o monòlits, ubicats a les principals entrades/sortides dels municipis o de l'àmbit comercial.

- Cercar línies de finançament per dur a terme l'actuació, ja sigui en forma de subvencions d'altres administracions, com a través de la participació dels propis comerços interessats i implicats.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions efectuades amb ajuntaments / tècnics / agents privats per concretar les accions de senyalització.
- Nombre de comerços inventariats / triats per a ser senyalitzats.
- Nombre de panells / senyals col·locats.
- Nombre de monòlits informatius col·locats.
- Finançament aconseguit i pressupost destinat a dur a terme aquesta actuació.

- % de pressupost públic / privat.
- % de desviament respecte al previst (temps/recursos econòmics)
- Nombre d'establiments que han fet aportacions econòmiques.
- Aportació econòmica feta per establiments.
- Grau de satisfacció del sector comercial amb la senyalització.
- Grau de satisfacció dels usuaris en relació a la senyalització.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada - comerços • Consell Comarcal • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials • Consell Comarcal • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 21: Redactar i implementar un Pla de Senyalització, per millorar de forma integral la senyalització del territori • ACTUACIÓ 35: Millorar la senyalització en els municipis de forma integral i coordinada • ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 98

Articular mecanismes per fidelitzar els clients del comerç local associat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Articular mecanismes per fidelitzar els clients del comerç local associat

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Cal aprofitar la qualitat dels productes locals, la singularitat dels comerços i del propi territori per atraure clients i cal que s'aprofiti, també, l'atractiu que té el territori per tal de dinamitzar i millorar el sector comercial. Hi ha diverses maneres i estratègies per aconseguir aquesta dinamització, i una d'elles passa per establir mecanismes de fidelització dels clients. Les noves tecnologies, per exemple, ens donen moltes oportunitats en aquest sentit al facilitar-nos l'apropament i el contacte directe amb el client. Es poden fer accions de promoció i màrqueting a través de mailings o dels perfils de les xarxes socials per tal de captar clients puntuals i aconseguir la seva fidelització. Si disposem, a més a més, d'algunes de les seves dades (correu electrònic, perfil de les xarxes socials, etc) se'ls pot tenir informats sobre el comerç local, sobre les ofertes del comerç a nivell de comerços concrets o a nivell de tot el sector, sobre promocions, activitats, fires i celebracions específiques, etc. Cal que el client se senti conegut i reconegut i hi ha molt de camp a córrer en aquest sentit gràcies a les noves tecnologies.

En l'àmbit de la vinculació del client envers al comerç associat, també es pot articular la implantació d'una campanya de fidelització del comerç a l'entorn d'una targeta que aporti avantatges (descomptes, promocions, regals, etc...) als clients (actuals i potencials) d'aquests comerços. Si un bon nombre de comerços de la zona col·laboren per tirar endavant aquesta iniciativa, la targeta de fidelització pot esdevenir una eina molt útil per captar i retenir clients. Amb tot, l'existència d'una targeta de fidelització comporta l'existència d'una associació de comerciants potent, capaç de dinamitzar el sector, de crear activitats, propostes atractives, un ens que sigui prou fort i dinàmic com dotar a la targeta de fidelització d'uns atractius que la facin viable i que aportin beneficis.

Evidentment aquesta actuació ha de comptar amb la participació i decidida implicació del sector, a través de les seves figures associatives (**Associació de Comerços** que es proposa crear, veure ACTUACIÓ 93).

Així doncs, per tal de fidelitzar els clients es proposen algunes accions:

- Campanyes de mailings als clients amb ofertes, informació sobre fires i esdeveniments, regals, etc.
- Campanyes específiques de fidelització de clients a través de les xarxes socials.
- Negociar l'obtenció de descomptes en benzina, preus de productes, regals, acumulació de punts, etc, pels clients que disposin de la targeta.
- Creació d'una targeta de fidelització.
- Realitzar una campanya de llançament de la targeta de fidelització.
- Posada en marxa una campanya conjuntament amb el sector de la restauració a través de la qual tots els clients que es donin d'alta amb la targeta client podran participar en el sorteig d'àpats en els restaurants associats.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Articular mecanismes per fidelitzar els clients del comerç local associat

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de campanyes de mailings realitzades. Impacte a les xarxes socials.
- Nombre de mails enviats en cada campanya.
- Nombre de campanyes realitzades a través de les xarxes socials.
- Grau d'impacte aconseguit per les campanyes a les xarxes socials (impressions de pantalla, interaccions, etc).
- Nombre d'establiments partícips en la targeta de fidelització.
- Nombre de targetes de fidelització fetes.
- Nombre de descomptes oferts pels diferents establiments a clients que disposin de la targeta de fidelització.
- Nombre de campanyes realitzades amb el sector de la restauració i amb el sector turístic.

FONTS DE FINANÇAMENT	• Inversió privada - comerços
AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials (associació de comerços) • Consell Comarcal • Ajuntaments • Empreses turístiques • Cooperatives agrícoles
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 99

Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc)

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Com s'ha comentat, el nombre de comerços a la zona MBC es troba immers en una dinàmica clarament negativa. Com es comenta en diverses de les actuacions del programa de **PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**, els pobles veuen com les seves **botigues tradicionals no tenen continuïtat i acaben tancant**.

Tot i que evidentment la proximitat a Reus, Tarragona, etc, i els canvis en el model i procés de compra, tenen un gran pes a l'hora d'entendre la situació actual dels comerços locals, també cal dir que a dia d'avui molts d'aquests **establiments estan encarats, bàsicament, a l'abastament de productes bàsics**, sent un sector poc dinàmic a nivell d'adequació a nous perfils de demanda o a les necessitats del mercat. **No s'ha fet un canvi de direcció i no s'han actualitzat les dinàmiques** per tal d'atraure nous clients i cercar noves vies de negoci.

Per exemple, en la majoria de casos no s'han aprofitat les possibilitats que ofereix el turisme i el seu desenvolupament, ni la força dels productes locals per comercialitzar-los d'una manera decidida i eficaç dins i fora de la zona, a través de sistemes i mitjans que siguin beneficiosos tant per als propis comerços com per a aquella gent que viu fora de la zona / comarca i que està sensibilitzada amb els productes de qualitat.

Convé doncs **oferir al sector nous sistemes de promoció, desenvolupament i comunicació**, que li permetin obrir-se a les **noves tendències de consum i de comercialització**. El comerç no disposa de les mateixes condicions per fer front als hàbits de consum actuals, i per tant ha d'**oferir quelcom diferent i amb major valor afegit**. Hauria d'aprofitar les possibilitats que ofereixen els nous canals de venda i que tenen un impacte creixent sobretot en les noves generacions.

L'actual consumidor utilitza diferents canals a l'hora de fer la compra, també per Internet, on augmenten també les formes i iniciatives de **compra col·lectiva** i **consum col·laboratiu** (grups de consumidors que realitzen compres conjuntes). Els comerços haurien d'estar disposats a fer **entregues a domicili o enviaments**.

Així, aquests nous canals o formes de comerç poden esdevenir per tant també filons d'ocupació que nous emprenedors comercials poden aprofitar per desenvolupar-se i créixer en vendes i públic potencial.

Per tot el que s'ha comentat, es proposa dur a terme diferents accions:

- Implementar una campanya de sensibilització entre els comerciants per al foment de noves estratègies de comercialització.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc)

- Desenvolupar un programa formatiu relacionat amb les noves formes del comerç i les opcions de desenvolupament que té (en relació amb l'ACTUACIÓ 101).
- Fomentar la creació de botigues virtuals i de l'e-commerce entre els comerços locals.
- Fomentar l'emprenedoria entre els joves en l'àmbit del comerç.
- Vetllar per la creació de grups de consum de productes de a zona, amb membres tant de dins com de fora de la comarca, i possibilitar que els comerços locals (i evidentment productors) en siguin els subministradors principals.

Evidentment aquesta actuació ha de comptar amb la participació del sector, a través de l'**Associació de Comerços**, que es proposa crear (veure ACTUACIÓ 93).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Participants en les campanyes de sensibilització per al foment de noves estratègies de comercialització.
- Pressupost destinat a aquestes accions.
- % pressupost públic / privat.
- Nombre de comerços que han adoptat noves estratègies de comercialització.
- Nivell de valoració, per part dels comerciants, dels beneficis de les estratègies de comercialització implementades.
- Tipus i nombre d'accions realitzades per al foment de botigues virtuals i de l'e-commerce entre els comerços locals.

- Nombre de botigues virtuals i de l'e-commerce creades.
- % en la variació de les vendes dels establiments que han creat botigues virtuals.
- Assistents al curs sobre les noves formes del comerç.
- Nombre de joves emprenedors que han començat negocis comercials.
- Nombre de grups de consum creats.
- Impacte econòmic de la creació dels grups de consum en els comerços de productes locals.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Inversió privada
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural
- LEADER
- Departament d'Empresa i Ocupació

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc)
AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials (associació de comerços) • Productors • Cooperatives agrícoles • Consorci Leader (GAL) • Consells Reguladors
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants • ACTUACIÓ 101: Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants • ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

ACTUACIÓ 100

Crear mecanismes i/o esdeveniments de motivació per al sector comercial

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Crear mecanismes i/o esdeveniments de motivació per al sector comercial

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

És important vertebrar i dinamitzar el teixit comercial de la comarca per tal de que esdevingui un agent important en la desenvolupament econòmic i social de cada un dels seus municipis. Cal que el sector sigui viu i dinàmic, que millori dia a dia i que mantingui uns nivells d'exigència i de qualitat que els permetin mantenir-se com a elements reals desenvolupament del territori.

Així, amb l'objectiu de fomentar l'emprenedoria i el dinamisme comercial a la comarca i per fer augmentar el grau de motivació d'aquest col·lectiu envers la millora contínua, es proposa crear els **Premis del Comerç Muntanyes del Baix Camp**.

Es tractaria d'un esdeveniment en què, amb caràcter anual, els diferents ajuntaments de la zona, l'**Associació de Comerços** (veure ACTUACIÓ 93), amb el suport del Consell Comarcal, fomentessin la millora competitiva dels comerços a través de l'atorgament d'uns premis. Tot i que aquests premis podrien basar-se en diferents aspectes i temàtiques tot seguit es fan algunes propostes: premi a la millor imatge comercial, premi a la millor iniciativa tecnològica i premi a la millor campanya comercial.

La comunicació de la convocatòria i les bases del concurs podria desenvolupar-se a través dels canals propis del Consell Comarcal i dels del propi sector i de les seves entitats associatives.

Amb tot, les accions a desenvolupar serien:

- Organització de la Jornada del Comerç; gala amb presència dels comerços de la zona que es consolidés com un punt de trobada anual de tot el sector, i en qual es lliuressin els premis.
- Lliurament dels diferents premis.
- Coordinar l'organització de l'acte amb alguna causa benèfica i de manera coordinada amb actuacions de caire cultural.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de comerços presents a Jornada del Comerç Muntanyes del Baix Camp.
- Nombre de comerços que s'han presentat als premis.
- Impacte mediàtic de la jornada.
- Variació percentual de nombre de comerços participants a la jornada respecte a l celebració de l'any anterior (a partir del 2n any).
- Pressupost destinat a aquestes accions.
- % pressupost públic / privat

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Crear mecanismes i/o esdeveniments de motivació per al sector comercial

FONTS DE FINANÇAMENT	• Establiments comercials (associació de comerços) • Diputació de Tarragona • Departament d'Empresa i Ocupació • Cambra de Comerç
AGENTS IMPLICATS	• Establiments comercials (associació de comerços) • Consell Comarcal • Ajuntaments • Cambra de Comerç
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants

ACTUACIÓ 101

Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Per tal de millorar el desenvolupament, la modernització i la competitivitat del comerç local és important dur a terme accions de formació per als propietaris i per als dependents dels comerços de la zona. La formació és un element fonamental per oferir serveis de qualitat als clients, per adquirir coneixements sobre gestió dels comerços, promoció de productes, tracte amb el client, etc. Tenir una xarxa comercial amb professionals formats i coneixedors de les noves tendències en productes, idiomes, eines de comunicació, etc, significa tenir un comerç de qualitat, atractiu i amb capacitat de dinamitzar econòmica i socialment el territori. La formació també estimula una major estabilitat de l'ocupació, fet que contribueix a una major competitivitat dels comerços i a una major qualitat de vida dels treballadors implicats a l'activitat comercial. Cal destacar, també, la necessitat d'oferir formació tant a nivell general de personal de base que està en contacte directe amb el client, com de propietaris i responsables dels establiments comercials.

En aquest sentit, es proposa la realització de **diferents actuacions de caràcter formatiu** que tractin temes com els idiomes, les noves tecnologies, el màrqueting i la comunicació i la gestió dels establiments, a part d'altres temàtiques que puguin anar sorgint i agafant força. Cal **detectar quines són les principals mancances del sector i preparar cursos de formació** per tractar-les. Amb tot, a efectes de generar una formació eficient i de qualitat, que pugui servir realment a la gent que realitzi els cursos, es poden dur a terme diferents formats de cursos i sessions formatives. Poden realitzar-se cursos sobre aspectes generals de l'àmbit del comerç i d'altres de més intensius i específics centrant la temàtica en aspectes concrets del sector. Evidentment, els cursos podran ser de més o menys durada, des de diversos dies fins a seminaris i sessions de diverses hores.

Tanmateix també es proposa l'**atenció individualitzada a comerços amb l'objectiu de tutelar de forma personalitzada a nous emprenedors o a comerciants** que vulguin millorar la **gestió del seu negoci**. Aquest assessorament podria ser dut a terme a través **d'una tutoria o acompanyament voluntari d'altres comerciants de la zona** sensibles a aquest tema i que hagin implementat i tinguin experiència en sistemes de gestió, comunicació i comercialització més actuals.

Com ja s'ha comentat en la majoria d'actuacions d'aquest programa, aquesta actuació també requereix da la participació i implicació del sector, a través de les seves figures associatives (**Associació de Comerços** que es proposa crear, veure ACTUACIÓ 93), sota coordinació de l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82).

Amb tot, les accions que es proposa dur a terme per desenvolupar la formació al sector comercial són:

- Detectar quines són les principals mancances del sector en l'àmbit de la formació.
- Realitzar cursos de formació a nivell de gestió dels establiments, tracte amb el client i promoció comercial.
- Formació en la creació de botigues virtuals i de l'e-commerce entre els comerços locals..
- Cerca de comerciants disposats a col·laborar i tutoritzar la millora o posada en marxa de comerços a la zona.
- Visites i intercanvis d'experiències amb territoris que mantinguin similituds amb les MBC i que puguin ser un model de gestió i promoció comercial.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS**
PROGRAMA	**PROMOCIÓ I DINAMITZACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**
ACTUACIÓ	Establir un programa específic d'accions formatives per a comerciants

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de cursos realitzats.
- Nombre d'inscrits.
- Grau de satisfacció dels assistents.
- Nombre de comerciants col·laboradors en la tutorització per a millora o posada en marxa de comerços.
- Nombre de sessions de tutoria realitzades.
- Grau de satisfacció dels nous emprenedors sobre les tutories i el recolzament rebut pels voluntaris.
- Nombre i nombre de participants en les visites i intercanvis d'experiències.
- Grau de satisfacció dels participants en les visites.
- Pressupost destinat a aquestes accions.
- % pressupost públic / privat.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Establiments comercials (associació, federació de comerços)
- Departament d'Empresa i Ocupació / SOC
- PIMEC
- Consell Comarcal
- UE (Fons Social)
- Cambra de Comerç

AGENTS IMPLICATS

- Establiments comercials (associació, federació de comerços)
- Consell Comarcal
- Ajuntaments
- Cooperatives agrícoles
- Cambra de Comerç

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 93: Fomentar el moviment associatiu dels comerciants
- ACTUACIÓ 99: Impulsar noves opcions de desenvolupament comercial (e-commerce, entregues a domicili, participació en grups de consum, etc)
- ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal
- ACTUACIÓ 90: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori

LÍNIA ESTRATÈGICA 6

LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL

PROGRAMA

MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ

ACTUACIÓ 102

Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ**
ACTUACIÓ	Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Una gran part dels seus municipis, i la zona de les Muntanyes del Baix Camp en conjunt, presenten un alt nivell d'envelliment, amb un percentatge molt important de gent d'edat avançada i que sovint no disposen del recolzament o les possibilitats econòmiques i/o humanes per garantir-se un benestar i una seguretat suficients en el seu dia a dia.

És important que des de les institucions, ajuntaments i Consell Comarcal, i amb el recolzament de l'administració catalana, es duguin a terme accions per millorar el benestar social de la gent gran. En aquest sentit la **creació d'espais d'atenció, però també de socialització i trobada, esdevé un tema molt important** per evitar que es produeixin situacions creixents de gent gran que potser viu sola i que pot tendir a l'aïllament i a la manca de cura i atenció personal. I **els centres de dia municipals o supramunicipals poden ser una bona opció per a algunes d'aquestes persones** (gent gran que viu, i vol seguir fent-ho, a casa seva, però que pot estar disposada a acudir a un centre en el qual es generen activitats de socialització i d'atenció a les persones que ho requereixen).

Cal tenir en compte que, ja sigui pel caràcter de la pròpia gent, com perquè una gran part de la gent gran de la zona té pensions agràries i, degut a la seva reduïda quantia, no tenen possibilitat de pagar una plaça en una residència privada, oferir la possibilitat de disposar d'uns serveis d'atenció en forma de centres de dia pot representar una bona opció sempre i quan es faci de **manera coordinada i estructurada i, per tant amb caràcter supramunicipal en molts casos**.

Tot i amb això, caldria també **estudiar la possibilitat d'oferir / crear llars assistides per la gent gran**, enteses com un servei d'acolliment residencial de caràcter temporal o permanent destinat a persones grans amb un grau d'autonomia suficient per a les activitats de la vida diària però que requereixen un determinat nivell d'organització i suport personal.

Per tal de garantir doncs aquestes millores en el benestar de la gent gran, es proposa dur a terme accions específiques, com ara:

- Fomentar el treball coordinat entre administracions per **planificar una xarxa adequada de centres de dia en els municipis / zones que no en disposen**.
- **Estudiar les possibilitats de desenvolupar aquest tipus d'equipaments en els municipis que hi estan interessats,** en base la **disponibilitat i adequació de locals municipals**.
- Buscar el finançament i impulsar un equip **professional itinerant d'assistència** als centres de dia municipals.
- Articular un **servei de transport entre aquests centres**, per tal de fer més eficient aquesta xarxa.
- Desenvolupar i **coordinar un programa d'activitats** regulars en els centres i espais de dia creats (gimnàstica, activitats de reforç de la memòria, activitats plàstiques, etc).
- Fomentar la complementarietat de l'atenció publica amb serveis privats per a activitats concretes de serveis de proximitat.
- **Estudiar la possibilitat d'oferir / crear llars assistides per la gent gran.**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ**
ACTUACIÓ	Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de reunions realitzades en la creació de la xarxa d'equipaments.
- Nombre de municipis interessats en potenciar aquests serveis / equipaments.
- Equipaments / locals disponibles en els municipis.
- Pressupost obtingut i invertit en l'adequació d'aquests locals.

- Nombre d'equipaments creats.
- Nombre d'usuaris / evolució.
- Nombre d'activitats ofertes en aquests centres.
- Grau de satisfacció dels usuaris i de les famílies.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament de Benestar Social i Família
- Departament de Salut
- Ajuntaments
- PUOSC

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Departament de Benestar Social i Família
- Departament de Salut

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 31: Seguir apostant per mancomunar serveis i inversions entre poblacions
- ACTUACIÓ 103: Potenciar els serveis d'ajut a domicili per a la gent gran
- ACTUACIÓ 104: Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població
- ACTUACIÓ 111: Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

ACTUACIÓ 103

Potenciar els serveis d'ajut a domicili per a la gent gran

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ
ACTUACIÓ	Potenciar els serveis d'ajut a domicili per a la gent gran

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

En relació amb l'actuació anterior, i de manera paral·lela o, en alguns casos, simultània, és seguir donant suport i potenciant en la mesura del possible les visites domiciliàries a la gent gran, dirigides a proporcionar atencions personals, atencions de caràcter urgent, ajuda a la llar i suport social a aquelles persones o famílies que ho requereixin i que es trobin en una situació més desafavorida, ja sigui per manca d'autonomia personal, per dificultats de desenvolupament o amb problemàtiques familiars especials (causes físiques, psíquiques o socioeconòmiques).

A dia d'avui, el **Servei d'Atenció Domiciliària** que es presta des de l'àrea de Serveis Socials del Consell Comarcal té un funcionament força correcte. Així doncs, en aquest cas, cal garantir aquest bon funcionament i **aconseguir recursos i mitjans per potenciar aquest servei en un escenari previst d'increment continuat d'usuaris** (major esperança de vida, etc). Alhora és important potenciar el servei de telealarma, que actualment també està ja en funcionament.

Dir també, en aquest sentit, que cal estar atents i portar a terme les gestions o pressions necessàries per propiciar, tant com sigui possible, el desplegament de la Llei de Dependència i l'atorgament dels ajuts econòmics que se'n deriven.

Amb tot doncs, caldrà vetllar per:

- Procurar un **nivell d'atencions o cures personals, de la llar, socials i tècniques, suficients per a proporcionar a la gent gran la possibilitat de romandre a la seva llar** i entorn social amb la millor qualitat de vida i autonomia possible.
- **Potenciar l'autonomia personal i la integració en el mitjà habitual de les persones usuàries** de la prestació estimulant l'adquisició de competències personals.
- **Prevenir situacions de crisi i de deteriorament** o disminució de la qualitat de vida de les persones.
- **Evitar o retardar els internaments en centres residencials** d'aquelles persones que a causa de mancances de tipus físic, psíquic o social no puguin continuar vivint en el seu domicili sense ajuda o suport i sense que això representi un risc per a elles.
- Donar **suport especialment a aquelles famílies que tenen al seu càrrec persones en situació de dependència**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ**
ACTUACIÓ	Potenciar els serveis d'ajut a domicili per a la gent gran

INDICADORS	
• Evolució en els mitjans tècnics i humans disponibles per oferir aquests serveis. • Nombre d'usuaris / evolució.	• Nombre de servies / any. • Grau de satisfacció dels usuaris i de les famílies.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Benestar Social i Família • Departament de Salut • Ajuntaments • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament de Benestar Social i Família • Departament de Salut
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 102: Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia • ACTUACIÓ 104: Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població • ACTUACIÓ 111: Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

ACTUACIÓ 104

Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ
ACTUACIÓ	Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Si tenim en compte i atenem als factors biològics, sociològics i psicològics de l'envelliment, entendrem la importància de poder oferir a la gent gran un conjunt d'activitats que l'ajudin a mantenir o millorar tant la seva salut (física i mental) com les seves relacions socials i familiars, ja sigui a través de tècniques d'animació i/o d'estimulació. Alhora, com a societat, hem de ser capaços de poder oferir a la gent gran l'oportunitat de formar-se i de potenciar les seves habilitats.

Aquest conjunt d'activitats, posades en pràctica a través d'unes o altres tècniques, hauran de perseguir sempre unes determinades finalitats terapèutiques, en funció de les persones o grups a les que vagin destinades. En aquest sentit, és important tant oferir **activitats que ajudin a la gent gran a mantenir la ment activa** (estimular l'activitat i capacitat mental, la cognició, etc), com **activitats de caire físic, d'interrelació social**, etc.

Aquestes activitats, per raons d'eficàcia i eficiència, **hauran de ser coordinades i oferides de manera supralocal**, i haurien de poder arribar **a tots els municipis de la zona**, en una o altra intensitat, i per tant en la mesura del possible, els municipis haurien de disposar d'alguns **espais adequats i condicionats amb aquesta finalitat**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'activitats proposades.
- Nombre de professionals que duen a terme aquests serveis i activitats.
- Nombre de municipis en els quals es presten aquests serveis / activitats.
- Nombre d'usuaris / evolució.

- Equipaments / locals disponibles en els municipis.
- Pressupost obtingut i invertit en l'adequació d'aquests locals.
- Grau de satisfacció dels usuaris.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**MILLORES EN EL BENESTAR SOCIAL DE LA POBLACIÓ**
ACTUACIÓ	Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Departament de Benestar Social i Família • Departament de Salut
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Consell Consultiu de la Gent Gran • Departament de Benestar Social i Família • Departament de Salut
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 102: Impulsar una xarxa d'equipaments amb serveis de centre de dia • ACTUACIÓ 103: Potenciar els serveis d'ajut a domicili per a la gent gran • ACTUACIÓ 109: Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris • ACTUACIÓ 111: Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

PROGRAMA

ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA

ACTUACIÓ 105

Garantir la continuïtat de les escoles als pobles

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Garantir la continuïtat de les escoles als pobles

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

És imprescindible per a una zona com les Muntanyes del Baix Camp, i els municipis que la formen, la continuïtat i supervivència de les escoles en ells. Cal valorar tota l'oferta educativa i s'ha de tenir en compte el sentit i la funció que tenen aquestes escoles en l'arrelament al territori.

Cal, doncs, mantenir o recuperar l'escola als pobles, mantenir una qualitat educativa acceptable i alhora racionalitzar els recursos, cosa que es pot aconseguir a través de **l'optimització de la distribució d'equips docents**. La coordinació del professorat hauria de **permetre consolidar l'equip d'atenció a la infància i l'adolescència** (EAIA), depenent del Consell Comarcal, i **l'equip d'assistents psicopedagògics per a les escoles** (depenent del Departament).

Caldria desenvolupar un servei de suport escolar conjunt (amb professors de reforç i repàs) que pugui cobrir el període estiuenc i caldria, també, tenir en compte els casos específics necessitats d'educació especial.

En aquest sentit doncs, i donada la importància estratègica, pel seu component transversal, de l'actuació, esdevé primordial que **des del territori (sobretot des dels ajuntaments) es lluiti per mantenir les escoles als pobles** i, de manera també territorial, **es vetlli per atraure població jove als municipis**, que pugui **garantir un relleu generacional en l'alumnat** i la continuïtat dels centres.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Evolució en el nombre de centres i places.
- Evolució en el nombre d'alumnes per curs.
- Evolució en els mitjans i dotació en els centres.
- Evolució global en els resultats educatius dels alumnes.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Ensenyament

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Garantir la continuïtat de les escoles als pobles

AGENTS IMPLICATS	• Departament d'Ensenyament • Ajuntaments • Consell Comarcal • AMPAs
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	Amb totes les d'aquest mateix programa.

ACTUACIÓ 106

Impulsar els serveis equivalents a escoles bressol

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA
ACTUACIÓ	Impulsar els serveis equivalents a escoles bressol

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

És important instar a què almenys els municipis més poblats de la zona disposin d'escoles bressol i/o de serveis equivalents. **No disposar d'aquests serveis és un handicap a l'hora de facilitar la fixació de població** en els pobles petits, dificulta que els joves de la zona, o d'altres zones, que s'hi volen instal·lar triïn certs municipis amb una clara manca de serveis com el de les escoles bressol.

La llar d'infants o escola bressol és actualment tan necessària als pobles com a la ciutat. Cal **preveure l'escola bressol com un equipament municipal prioritari** que compleix una doble funció; ésser un **element educatiu i també socialitzador**. Educatiu perquè és la pròpia essència de l'escola i socialitzador tant pel que fa a l'infant en relació als altres com també perquè ajuda a les famílies a conciliar la vida familiar i la vida laboral. E

ls ajuntaments i la pròpia comunitat educativa haurien de tenir clara la conveniència de **tenir llar d'infants al poble ja que assegura la continuïtat de l'escola i és també un puntal bàsic per facilitar la viabilitat i vitalitat dels propis municipis**.

Per tant s'hi hauria de prendre part activa estimulant i potenciant la creació d'escoles bressol o serveis equivalents. És una qüestió de qualitat de vida i una qüestió de vitalitat i dinamisme del territori.

Per aconseguir aquests objectius caldria dur a terme algunes accions:

- **Dinamitzar la comunitat de pares i mares per potenciar i coordinar la creació d'escoles bressol o serveis equivalents**.
- Cercar **finançament** per tal de cobrir les despeses de les persones encarregades de gestionar els serveis.
- Possibilitats d'implantar un **servei de mainaderes als municipis on hi hagi menys nens** (2 o 3).
- Cercar altres **alternatives com serveis de mainaderes itinerants**, etc.
- Propiciar l'assessorament sobre limitacions legals en quant a responsabilitats dels cuidadors, dels pares, i activitats a dur a terme, etc.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Impulsar els serveis equivalents a escoles bressol

INDICADORS	
• Nombre de reunions realitzades per la creació d'aquests serveis. • Nombre de municipis interessats en potenciar aquests serveis / equipaments. • Equipaments / locals disponibles en els municipis. • Pressupost obtingut i invertit en la prestació d'aquests serveis.	• Nombre d'equipaments creats. • Nombre d'usuaris / evolució. • Nombre d'activitats ofertes. • Grau de satisfacció de les famílies.
POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Benestar Social i Família • Departament d'Ensenyament • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• AMPAs • Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament de Benestar Social i Família • Departament d'Ensenyament
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	Amb totes les d'aquest mateix programa.

ACTUACIÓ 107

Augmentar l'oferta d'activitats extraescolars i de dinamització infantil

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Augmentar l'oferta d'activitats extraescolars i de dinamització infantil

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les activitats extraescolars són aquelles adreçades a l'alumnat que faciliten la seva formació en aspectes educatius mitjançant activitats socials, culturals, educatives i del lleure, sense relació directa ni necessària amb l'activitat pròpiament escolar. Es desenvolupen fora de l'horari i es programen per als dies lectius del curs escolar. Les activitats extraescolars són importants perquè asseguren atenció i protecció als infants quan l'escola ha tancat i la família no se'n pot fer càrrec ja sigui per qüestions de feina, per la necessitat de realitzar gestions personals o de caràcter familiar, etc. El fet que **molts pares treballin fora dels municipis on viuen i on tenen escolaritzats els seus fills pot complicar la conciliació dels horaris** i les activitats extraescolars, a més a més d'ajudar a la formació i socialització dels infants, posa un gra d'arena per facilitar aquesta conciliació horària. Per altra banda les activitats extraescolars també proporcionen als infants unes oportunitats educatives diferents i complementàries a l'escola i en alguns casos esdevenen una eina de compensació de les desigualtats socials, culturals i econòmiques.

Actualment les activitats extraescolars no compten amb una normativa específica que les reguli. Es mencionen a la "Llei d'Educació de Catalunya", que les considera part de les activitats de lleure. A més reconeix com a part de la comunitat educativa dels centres a "les entitats esportives escolars i els professionals, empreses i entitats de lleure i de serveis educatius". Cal coordinar les estratègies per fer possible l'accés dels nens i nenes de la zona a les activitats extraescolars. Hi ha escoles que ja ofereixen aquestes activitats però d'altres no s'ho poden permetre actualment.

En aquests sentit **és necessari plantejar-se la possibilitat de crear circuits d'activitats per a nens i la gestió d'aquestes activitats ja sigui a través de pares o mares voluntaris, d'entitats d'educació en el lleure i d'esplais**, etc. Cal potenciar, també, les activitats extraescolars fora del calendari escolar o sigui durant les festes de Nadal i les vacances d'estiu, per exemple, per seguir facilitant a les famílies la conciliació familiar.

Així doncs, per assolir aquestes objectius caldrà:

- Fomentar **l'organització i realització d'activitats extraescolars** en aquelles escoles on actualment no se n'ofereixen.
- **Ampliar i diversificar les activitats extraescolars actuals**.
- Coordinar la **gestió de les activitats a través del voluntariat o de les AMPAs**.
- Cercar **professionals o col·lectius** de voluntaris disposats a desenvolupar activitats extraescolars.
- Cercar **formes de finançament per cobrir despeses de personal** i material per dur a terme les activitats.
- Potenciar la realització d'**activitats extraescolars fora del calendari escolar** (Nadal, vacances d'estiu, etc.).

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Augmentar l'oferta d'activitats extraescolars i de dinamització infantil

PRIORITAT			**PERIODICITAT**		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS	
• Evolució en el nombre de centres que ofereixen activitats extraescolars. • Nombre d'activitats ofertes. • Nombre d'alumnes usuaris.	• Evolució en el nombre de mitjans humans dedicats a aquestes activitats. • Evolució d'activitats coordinades a través de voluntariat (i AMPAs). • Pressupost obtingut / cost del servei.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament d'Ensenyament • AMPAs • Consell Esportiu • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• AMPAs • Departament d'Ensenyament • Consell Comarcal • Consell Esportiu • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	Amb totes les d'aquest mateix programa.

ACTUACIÓ 108

Augmentar l'assessorament a les famílies a través d'Escoles de Pares i Mares

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Augmentar l'assessorament a les famílies a través d'Escoles de Pares i Mares

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

És evident que la tasca d'educar es fa cada vegada més complexa, d'acord a un context i realitat socioeconòmica cada vegada més canviant. En aquest sentit, donar eines i suport als pares en aquesta tasca resulta imprescindible.

Les **escoles de pares i mares** són espais d'informació, formació i suport a les famílies en l'educació dels seus fills. En el fons són espais on es fomenta i possibilita l'intercanvi d'experiències i la reflexió col·lectiva, i es donen eines per millorar la tasca educativa que porten a terme els pares i així contribuir a un desenvolupament integral dels fills en els aspectes físic, emocional, afectiu, social i escolar. Més que mai és notori que la participació i implicació de mares i pares ien el procés educatiu dels seus fills repercuteix directament en la seva autoestima i el seu rendiment escolar.

En aquest sentit doncs, és important **propiciar i potenciar que els centres educatius de la comarca impliquin als pares i mares en aquestes activitats**, ja siguin debats, mòduls formatius, tallers, etc, sempre en base als interessos i preocupacions d'aquest propi col·lectiu.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre d'Escoles de Pares i Mares creades.
- Nombre total d'inscrits a les Escoles de Pares i Mares.
- Nombre d'activitats realitzades

- Periodicitat de les sessions de formació.
- Grau de satisfacció dels participants a les Escoles de Pares i Mares.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament d'Ensenyament
- AMPAs
- Ajuntaments

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**ENSENYAMENT, EDUCACIÓ I FAMÍLIA**
ACTUACIÓ	Augmentar l'assessorament a les famílies a través d'Escoles de Pares i Mares

AGENTS IMPLICATS	• Departament d'ensenyament • Escoles i centres d'educació • AMPAs • Ajuntaments
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	Amb totes les d'aquest mateix programa.

PROGRAMA

SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS

ACTUACIÓ 109

Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS
ACTUACIÓ	Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La comarca del Baix Camp s'integra en l'anomenada Regió Sanitària del Camp de Tarragona. A la zona MBC només hi ha un centre d'atenció primària,a les Borges del Campi no hi ha cap centre hospitalari. Els centres hospitalaris de referència són l'Hospital Universitari Sant Joan de Reus i el Joan XXIII, a Tarragona.

Cal dir, però, que la major part dels municipis disposen de consultoris. Aquests, però, ofereixen un servei desigual i, en segons quins casos, irregular, ja sigui en horaris i/o dies d'obertura. En aquest sentit doncs, és important vetllar per **aconseguir més recursos humans i major disponibilitat**, per fer front al perfil de població que tenen els municipis (població cada cop més envellida i que necessita més atenció). En aquest cas, caldria fer un anàlisi exhaustiu per **detectar els municipis amb majors necessitats d'adequació** i millora d'aquests serveis.

A més, els **espais que molt sovint ocupen aquests consultoris mèdics són poc pràctics i en alguns casos de difícil accés**. Cal fer un esforç per ubicar els consultoris en llocs assequibles a tot tipus de pacients i seria bo, també, ampliar horaris i dies de visites en alguns pobles on aquesta possibilitat se centra en unes poques hores d'un o dos dies a la setmana.

A nivell del CAP, també és important poder disposar del personal necessari per tal de tendir a evitar, en la mesura del possible, excessives derivacions als hospitals de Tarragona o Reus.

En definitiva, doncs, caldria fer un esforç com a territori, **d'exigència a l'administració competent, per millorar els serveis sanitaris dels que actualment disposen els municipis** de la zona, per tal de concretar les següents accions:

- Impulsar **un anàlisi exhaustiu per detectar dels municipis amb majors necessitats d'adequació i millora** d'aquests serveis (dotacions i mitjans).
- En base els resultats, vetllar **per aconseguir més recursos humans** per donar servei a les poblacions que presenten majors mancances, i per **garantir el correcte servei i atenció al CAP** de les Borges del Camp.
- Seguir impulsant **millores i adequacions en les instal·lacions i espais que ocupen els consultoris mèdics**, fent-los més aptes per a l'activitat que s'hi desenvolupa i garantint un servei de qualitat a tota la població.
- Millorar de forma contínua l'accessibilitat a aquests equipaments.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS**
ACTUACIÓ	Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris

INDICADORS	
• Mitjans humans i tècnics destinats a realitzar l'anàlisi de les mancances. • Nombre de municipis amb majors mancances de serveis. • Evolució en la millora en la dotació de mitjans humans i tècnics a consultoris i CAP. • Evolució en el nombre de visites ateses.	• Inversió en la millora d'instal·lacions per a consultoris. • Evolució de la superfície d'atenció primària. • Pressupost destinat a millorar l'accessibilitat dels equipaments i nombre d'equipaments sobre els que s'han efectuat aquestes millores.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Salut • Ajuntaments • PUOSC
AGENTS IMPLICATS	• Departament de Salut • Ajuntaments • Consell Comarcal
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 104: Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població • ACTUACIÓ 110: Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves • ACTUACIÓ 111: Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

ACTUACIÓ 110

Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS**
ACTUACIÓ	Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Aquesta actuació fa referència a la necessitat de proporcionar eines formatives i habilitats socials al jovent sobre els aspectes relacionats amb la seva salut i les conductes de risc, per tal de disminuir els hàbits nocius i fomentar els saludables. Cal posar èmfasi en diverses temàtiques d'especial importància i alhora d'interès en la població jove, com són, per exemple:

- La sexualitat (anticonceptius, gaudir amb informació, infeccions i malalties de transmissió sexual, etc.).
- Els trastorns alimentaris (anorèxia, obesitat, bulímia, etc).
- Drogues i addiccions.
- Tatoo i pírcing.

Bàsicament doncs, es proposa seguir incidint en els tasques realitzades d'educació, informació i sensibilització en termes de salut, a través de **xerrades informatives**, **grups de discussió** i **suport individualitzat a través de l'Oficina Jove o a través dels centres educatius** (programes d'atenció individualitzat i íntim en centres d'educació secundària) o dels equipaments sanitaris, també amb la intenció de detectar precoçment, si es dóna el cas, problemes de salut d'aquests joves, a fi d'intervenir al més aviat possible.

Així, cal tenir present que part d'aquests programes podran estar inclosos en el Pla Comarcal de Joventut (veure ACTUACIÓ 117) o en els Plans Locals, en el cas que se'n desenvolupin, però que també poden desenvolupar-se fora d'aquests marcs estratègics (a través de programes del Departament de Salut per exemple).

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de xerrades informatives, grups de discussió i assessoraments individualitzats realitzats.
- Nombre d'assistents a aquestes diferents sessions i tipologia (edat, sexe, nivell d'estudis, etc) dels assistents.
- Nivell de distribució territorial / zonal dels actes realitzats i procedència dels seus assistents.
- Grau de satisfacció per part dels joves en relació al servei rebut.
- Evolució en la disminució en les conductes de risc (consums de drogues, sexualitat, etc.)

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS**
ACTUACIÓ	Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Salut • Departament de Benestar Social i Família (Direcció General de Joventut) • Consell Comarcal - Joventut • Ajuntaments • LEADER – Cooperació
AGENTS IMPLICATS	• Departament de Salut • Departament de Benestar Social i Família (Direcció General de Joventut) • Ajuntaments • Consell Comarcal – Joventut • Consorci Leader
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 109: Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris • ACTUACIÓ 117: Promoure la renovació del Pla Comarcal de Joventut i la realització de projectes de dinamització juvenil

ACTUACIÓ 111

Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS
ACTUACIÓ	Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Aquesta actuació té per objectiu incidir i potenciar l'educació i la promoció dels estils de vida saludables a la població de la zona. Tot i que es tracta, en principi, d'una actuació transversal per tota la població (també dirigida, per exemple, als joves, tot i que aquests ja disposen d'una actuació específica en aquest sentit, veure ACTUACIÓ 110), és d'especial interès potenciar la promoció de la salut entre uns col·lectius molt concrets i, segurament, més sensibles de la població de la comarca: la gent gran i les dones.

D'aquesta manera, es proposa dissenyar i executar campanyes de sensibilització, assessoraments, sessions grupals o participatives, xerrades monogràfiques, dirigides a cada un d'aquests perfils específics, per tal de millorar la salut i els hàbits saludables de les persones.

Les temàtiques a tractar són molt diverses però, per exemple, pel que fa a la gent gran, poden fer referència a com alimentar-se segons diferents patologies, a l'activitat física a la tercera edat, a la memòria, a la llei de la dependència, etc. Pel que fa a les dones en temes d'hàbits saludables, alimentació, exercici, malalties concretes, prevenció de riscos per a la seva salut, etc.

Val a dir que aquesta oferta de serveis i xerrades es pot oferir a través dels centres sanitaris (CAP / consultoris mèdics), en col·laboració amb la Federació de Dones del Baix Camp, les diferents associacions de dones municipals, i el Consell Consultiu de la Gent Gran.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de xerrades informatives, grups de discussió i assessoraments individualitzats realitzats.
- Nombre d'assistents a aquestes diferents sessions i tipologia (edat, sexe, nivell d'estudis, etc) dels assistents.
- Nivell de distribució territorial / zonal dels actes realitzats i procedència dels seus assistents.
- Grau de satisfacció en relació al servei / formació.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**SALUT, SERVEIS I EQUIPAMENTS SANITARIS**
ACTUACIÓ	Insistir en la promoció de la salut, especialment entre gent gran i dones

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Salut • Departament de Benestar Social i Família • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Consell Comarcal • Departament de Salut • Ajuntaments • Federació de Dones • Associacions de dones municipals • Consell Consultiu de la Gent Gran • Departament de Benestar Social i Família - Institut Català de les Dones
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 104: Donar opcions per a l'envelliment actiu i saludable de la població • ACTUACIÓ 109: Millorar el funcionament dels equipaments sanitaris • ACTUACIÓ 110: Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves

PROGRAMA

JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ

ACTUACIÓ 112

Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

La cultura és un element fonamental per a la generació de cohesió i inclusió social als territoris i representa, alhora, un recurs per a la dinamització socioeconòmica, la generació d'ocupació i l'atracció d'oportunitats. En aquest sentit**, la cultura també esdevé un actiu essencial per a la promoció i el posicionament dels territoris** afavorint, entre altres, la creació de relacions i d'intercanvis amb altres actors i institucions. En aquest context, cal que des de l'administració local, ajuntaments i també amb el suport d'entitats socials i culturals del territori i de l'empresa privada, s'impulsin **esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció per tal de convertir aquest àmbit en un element més de captació de visitants** però que siguin, també, activitats que fomentin la cohesió social de la zona i que generin dinàmiques econòmiques i de desenvolupament positives.

Per a municipis de dimensions reduïdes, **poder oferir esdeveniments culturals de qualitat, de caire periòdic, i amb una caràcter singular, esdevé un reclam i un argument de visita i de promoció** (per exemple, podríem citar el cas del festival de música i lletres MussArt, que es celebra a la Mussara).

Les MBC compten amb un important patrimoni cultural, un recurs preuat a l'hora de promoure un desenvolupament integral del territori i d'afavorir la captació d'oportunitats des dels diferents mercats turístics. En aquest sentit, convé recordar que el territori compta, per exemple, amb elements arquitectònics i culturals destacables, a més a més de preuats actius històrics i paisatgístics i d'una cultura popular i tradicions molt arrelades i de gran riquesa. Cal potenciar aquests elements i cal utilitzar-los com a pretext per **crear esdeveniments culturals que atraguin visitants** i que permetin explicar-los el caràcter i tradició de la zona.

Per aconseguir aquests objectius caldrà implementar algunes accions:

- A través de les estructures i entitats culturals de la zona, estudiar la possibilitat de crear una **comissió** que avaluï i proposi nous esdeveniments culturals de caire potencialment supramunicipal.
- Fomentar l'aparició d'**esdeveniments musicals amb poder d'atracció, però sostenibles en tots els sentits**, de caràcter periòdic.
- Propiciar l'aparició de **noves propostes culturals i nous formats, aprofitant la creativitat local i l'entorn**.
- Creació i potenciació d'un **festival o activitats teatralitzada sobre diferents temàtiques històriques** (per exemple bandolers, llegendes de Pratdip, etc).
- Creació de **jornades o esdeveniments històrico-culturals**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	Mitja	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció

INDICADORS

- Creació efectiva d'una comissió per avaluar i proposar esdeveniments culturals.
- Nombre i àmbits d'acció dels participants a la comissió d'avaluació i proposta d'esdeveniments.
- Nombre i tipus d'esdeveniments musicals periòdics creats i valoració d'assistència de públic a aquests festivals.
- Noves propostes i nous formats culturals creats al territori que incloguin temàtica i participants locals.
- Temàtica i procedència dels participants.
- Nombre i tipus de festivals o activitats teatralitzades creades.
- Nombre i tipus de jornades o esdeveniments històrico-culturals.
- Nombre de visitants a cadascun dels festivals, jornades o propostes dutes a terme
- Valoració, per part dels participants, sobre l'organització i l'impacte de les diferents propostes materialitzades.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Ajuntaments • Entitats culturals • Consell Comarcal • Departament de Cultura • Diputació de Tarragona • Patrocinis
AGENTS IMPLICATS	• Entitats culturals • Ajuntaments • Consell Comarcal • Departament de Cultura
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants • ACTUACIÓ 113: Elaborar un cens d'associacions i canals de comunicació permanents • ACTUACIÓ 114: Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials

ACTUACIÓ 113

Elaborar un cens d'associacions i canals de comunicació permanents

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ
ACTUACIÓ	Elaborar un cens d'associacions i canals de comunicació permanents

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

En els territoris petits i amb poca població, **la dinamització cultural i social és una necessitat vital per a mantenir els municipis vius**, las relació entre les persones, la cohesió social, i la identitat comú. Les petites societats necessiten mantenir una dinàmica permanent de contacte i d'intercanvi d'idees per tal de seguir sent actives, vitals i tenir una projecció de futur assegurada.

És molt important, doncs, que es fomenti aquest contacte, aquest estreta relació entre la gent del territori, entre els agents socials i econòmics, però també entre la gent no associada, la gent del carrer. Cal **fomentar la participació en actes festius, culturals, socials i cal crear o revitalitzar els canals de comunicació entre les persones**, una comunicació que ha de ser permanent i continuada.

D'aquest contacte, de la relació entre la gent del territori, de la comunicació entre ella, en sorgeixen noves idees, es reforça i es revalora la identitat local i s'estructuren els projectes de futur comuns. Cal, doncs, incidir i **posar les condicions necessàries per fomentar aquest contacte, aquesta comunicació, en definitiva, per assegurar aquest dinamisme social** que projecti a la societat de les MBC cap al futur.

Aquests arguments es proposa concretar-los a través de les següents accions:

- Elaborar **un cens d'associacions socials, culturals i empresarials** de la zona.
- Actualitzar de forma permanent les bases de dades.
- Establir, a través de la xarxa (web i xarxes socials) un **canal de comunicació permanent** amb les associacions i entitats del territori.
- Fomentar les dinàmiques de comunicació entre les entitats i associacions per conèixer les activitats que s'organitzen.
- Fomentar l'ús d'aquest canal de difusió de referència per part de totes les associacions, entitats i també per part de l'administració local.
- Fer arribar totes les activitats que s'impulsin des de les administracions públiques als representants de les associacions i entitats.
- Estructurar altres canals de comunicació tradicionals sobre les activitats a través de fulletons, pregons municipals, etc.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Elaborar un cens d'associacions i canals de comunicació permanents

INDICADORS	
• Elaboració efectiva d'un un cens d'associacions socials, culturals i empresarials. • Nombre d'associacions censades. • Tipus de canal o canals de comunicació amb les associacions i entitats del territori creats a través d'internet. • Periodicitat dels missatges de comunicació.	• Nombre d'activitats comunicades al llarg de l'any. • Nombre de lectures dels missatges i impacte dels mateixos en la comunitat virtual creada • Nombre d' activitats comunicades a través d'altres canals (fulletons, pregons, etc) • Valoració, per part dels responsables de les entitats, de la utilitat i idoneïtat del ces elaborat i dels canals de comunicació utilitzats.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Entitats i associacions • Ajuntaments • Consell Comarcal
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Consell Comarcal • Entitats i associacions
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 112: Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció • ACTUACIÓ 114: Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials

ACTUACIÓ 114

Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ
ACTUACIÓ	Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Les xarxes socials són un mitjà molt potent de comunicació i interacció entre les persones. És un mitjà que permet fer conèixer, de forma immediata, notícies, fets i esdeveniments de tot tipus. Les zones rurals poden treure molt de profit d'aquests mitjans si són utilitzats correctament. En relació a la comunicació d'activitats turístiques, culturals i socials és una eina que pot ajudar profundament a la promoció i a la participació dels habitants de la zona i també de gent de fora, en actes i esdeveniments diversos o donar a conèixer activitats que es puguin dur a terme al territori facilitant així la participació en les mateixes i, de retruc, la dinamització econòmica, socials i cultural dels municipis.

Actualment l'agenda de turisme de les Muntanyes de la Costa Daurada és força activa i s'actualitza molt regularment disposant sempre d'una informació actualitzada i atractiva. **Integrar de manera decidida l'agenda d'activitats dels municipis (festes, fires, actes, cites esportives, reunions, conferències, etc) a la turística beneficiaria i complementaria els dos àmbits** i és per això que es fa aquesta proposta.

Alhora també cal seguir insistint en fer sortir l'agenda del portal web i traslladar-la a les xarxes socials com serien, bàsicament, Twitter, Facebook i Instagram. Ser presents en aquestes xarxes socials i dinamitzar-les de forma regular i amb continguts de qualitat té una gran potència com a eina de comunicació, promoció i difusió de les activitats que es puguin fer al territori.

Amb tot, per tal d'aconseguir aquests objectius caldria:

- Aprofitar l'estructura del portal web de turisme de les Muntanyes de la Costa Daurada per donar més visibilitat i importància a l'agenda d'activitats dels municipis i als enllaços d'aquesta amb les xarxes socials.
- Instar i sensibilitzar als tècnics o treballadors municipals que transmetin regularment les activitats previstes.
- Establir un protocol de tramesa, per tal de fer sistemàtic aquest procés d'actualització contínua.
- Crear o impulsar els perfils a Twitter, Facebook i Instagram i gestionar-los de manera regular i professionalitzada per tal d'aconseguir un impacte important en quanta la promoció i difusió d'actes culturals.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Integrar les agendes d'activitats municipals amb l'agenda de turisme comarcal, i potenciar-les a través de les xarxes socials

INDICADORS	
• Nombre de reunions portades a terme per protocol·litzar la integració de les agendes. • Nombre de xarxes socials en les quals es publiquen els esdeveniments. • Impacte de les publicacions.	• Nombre de comunicacions fetes a través de les xarxes socials. • Nombre de seguidors dels perfils de les xarxes socials. • Mitjana mensual d'interaccions fetes pels seguidors.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Consell Comarcal • Ajuntaments • Diputació de Tarragona
AGENTS IMPLICATS	• Ajuntaments • Entitats i associacions • Consell Comarcal • DO's • Consorci de la Serra de Llaberia
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants • ACTUACIÓ 112: Impuls per a la realització d'esdeveniments culturals amb ressò i poder d'atracció • ACTUACIÓ 113: Elaborar un cens d'associacions i canals de comunicació permanents

ACTUACIÓ 115

Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els valors configuren el caràcter de la persona i, encara que són invisibles i intangibles, donen fortalesa i ens permeten desenvolupar-nos al llarg de la nostra vida. L'esport desenvolupa i fomenta nombrosos valors, com ara la recerca d'una millora constant, el domini de les emocions, el treball de preparació llarga i contínua per assolir un objectiu no immediat, la paciència, el sacrifici, la constància, la cooperació amb altres persones per assolir un objectiu comú, la renúncia al propi bé en benefici del grup, la solidaritat entre els companys, qualitats humanes indispensables per adquirir la maduresa necessària per viure una existència lliure, responsable i plena.

Alhora, moltes **pràctiques esportives permeten el contacte amb el territori i la seva descoberta**, ja sigui realitzada pels habitants de la zona, com per visitants i turistes, que aprofiten la seva estada (o la planifiquen ja tenint en compte aquesta possibilitat) per posar en comú el binomi esport-turisme.

És en aquest sentit que **cal donar un major suport a la pràctica de l'esport a la zona**, una pràctica que, ja sigui des de clubs o esportistes federats com no federats o visitants, fomenti els valors de superació, de col·laboració, de sacrifici i de solidaritat. Això és bo per als joves però també per a la societat en general ja que pot arribar a cohesionar-la en certs aspectes creant vincles de companyerisme, de col·laboració, d'amistat que reverteixen en ella mateixa i en com aquesta societat es projecta cap al futur i en com interrelaciona amb el seu entorn.

Així doncs, per tal de **fomentar i donar suport a la pràctica de l'esport per buscar l'objectiu de crear una societat sana, solidària i cohesionada** es duran a terme una sèrie d'accions:

- Donar suport per la **dinamització de l'esport als municipis i a les entitats esportives**.
- **Augmentar el nombre d'activitats esportives extraescolars** a les escoles.
- Sensibilitzar la població en relació a la salut i als beneficis de la pràctica de l'esport.
- **Donar a conèixer els recursos** que hi ha disponibles al municipi per a la pràctica de l'esport.
- **Integrar les agendes d'esdeveniments esportius dels municipis amb l'agenda de turisme** comarcal.
- Contribuir a la **millora de la formació dels agents esportius** locals.
- **Organitzar estades o concentracions esportives** de diferents equips o esportistes per reforçar la tècnica esportiva i la cohesió de grup.
- **Potenciar els esdeveniments esportius capaços d'atraure visitants** a la zona.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada

INDICADORS

- Nombre de noves activitats esportives extraescolars a les escoles.
- Inventari de recursos per a la pràctica esportiva.
- Mitjans i mètodes mitjançant els quals s'han donat a conèixer els recursos disponibles per ala pràctica d'esport, característiques, disponibilitat, horaris, etc.
- Nombre d'usuaris de les diferents infraestructures i recursos esportius.
- Accions desenvolupades per millorar la formació dels tècnics esportius.
- Nombre d'estades o concentracions esportives organitzades.
- Participació d'esportistes en les estades esportives.
- Nombre i tipus de competicions organitzades.
- Participants a les diferents competicions esportives.
- Valoració, per part dels tècnics esportius i dels mestres i educadors, de les accions realitzades per al foment de l'esport.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Secretaria General de l'Esport
- Consell Esportiu
- Ajuntaments
- Clubs esportius
- Departament de Salut
- Consell Comarcal

AGENTS IMPLICATS

- Secretaria General de l'Esport
- Ajuntaments
- Consell Comarcal - Consell Esportiu
- Clubs esportius
- Departament d'Ensenyament
- AMPAs
- Departament de Salut

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 83: Possibilitar la creació de nous esdeveniments per atraure visitants
- ACTUACIÓ 116: Propiciar la creació i millora contínua de les instal·lacions esportives

ACTUACIÓ 116

Propiciar la creació i millora contínua de les instal·lacions esportives

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ
ACTUACIÓ	Propiciar la creació i millora contínua de les instal·lacions esportives

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Els municipis de les MBC disposen d'un nombre considerable d'instal·lacions i espais adequats per a la pràctica de l'esport en les seves múltiples variants i modalitats. Són infraestructures que van des de camps de futbol, piscines municipals o pistes poliesportives, entre d'altres. En alguns casos s'han sobredimensionat la quantitat d'instal·lacions de que disposen alguns pobles i que són capaços de mantenir, amb les conseqüents dificultats per gestionar aquesta situació. D'altres municipis, però, necessiten posar en marxa més espais que facilitin la pràctica de l'esport, una activitat que com ja s'ha esmentat, reverteix en benefici de la salut de la persona que el practica però també en la seva relació amb els altres i amb el seu entorn, en l'adquisició de valors i en la cohesió de grups socials.

Cal, doncs, que els municipis de les MBC disposin d'instal·lacions esportives adequades i proporcionades a la capacitat de cada poble per mantenir-les econòmicament i per gestionar-les com a espais útils per a la societat.

Per tal d'aconseguir aquests objectius es dura a terme les següents accions:

- **Analitzar les deficiències de les instal·lacions esportives existents.**
- Analitzar les **mancances en quant a la disposició d'instal·lacions esportives en determinats municipis**.
- Cercar ajuts i subvencions per crear instal·lacions esportives necessàries.
- Cercar ajuts i subvencions per al manteniment i funcionament d'instal·lacions esportives.
- **Gestionar de manera eficient les instal·lacions esportives per tal de treure'ls el màxim rendiment i permetre'n, en part, el seu manteniment** (en relació amb el que es comenta en l'ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents).
- Elaborar un Pla de manteniment de les diferents instal·lacions esportives.
- **Promocionar la pràctica de l'esport** en les instal·lacions i infraestructures municipals.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Propiciar la creació i millora contínua de les instal·lacions esportives

INDICADORS

- Nombre de municipis dels que s'ha analitzat les deficiències de les instal·lacions esportives.
- Nombre de deficiències detectades en les instal·lacions esportives.
- Nombre de municipis dels que s'ha analitzat l'adequada disposició d'instal·lacions esportives.
- Nombre de municipis en els quals caldria crear alguna instal·lació esportiva.
- Finançament aconseguit per crear instal·lacions esportives, per cobrir part del seu manteniment i per al seu funcionament.
- Plans de gestió i manteniment d'instal·lacions esportives redactats.
- Nombre d'accions realitzades per a la promoció de la pràctica de l'esport en les instal·lacions i infraestructures esportives municipals.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Secretaria General de l'Esport
- Ajuntaments
- PUOSC
- FEDER

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Secretaria General de l 'Esport
- Consell Esportiu
- AMPAs
- Clubs esportius

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 34: Racionalitzar i redefinir l'ús d'equipaments i infraestructures públiques existents
- ACTUACIÓ 115:Fomentar i donar suport a la pràctica esportiva federada i no federada

ACTUACIÓ 117

Promoure la renovació del Pla Comarcal de Joventut i la realització de projectes de dinamització juvenil

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ
ACTUACIÓ	Promoure la renovació del Pla Comarcal de Joventut i la realització de projectes de dinamització juvenil

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

El Pla Comarcal de Joventut és una eina de planificació, actuació i avaluació que té per objectiu donar suport a les polítiques de joventut que pretenen ser aplicades a nivell comarcal i en els diferents municipis de la comarca a un escenari de 4 anys vista, i sempre tenint en compte les línies estratègiques que estableix, a nivell de tot Catalunya, el Pla Nacional de Joventut (PNJ).

La vigència de **l'actual Pla Comarcal està a punt de caducar** i, per tant, es fa necessari i imprescindible **impulsar la redacció d'un nou Pla** (document que inclou diferents apartats: diagnosi, detecció de necessitats, planificació i implementació dels diferents programes i serveis, avaluació, etc), en el qual s'establiran les actuacions **prioritàries a desenvolupar a la comarca en els 4 anys de vigència** dels que disposarà en l'àmbit de joventut.

És important disposar d'aquest Pla per poder optar als ajuts, per al desenvolupament i implementació dels diferents programes previstos, que preveu i publica la pròpia Direcció General de Joventut (DGJ), adscrita actualment al Departament de Benestar Social i Família, i que és l'organisme encarregat de definir, organitzar i impulsar les polítiques de joventut de la Generalitat.

Val a dir que **les prioritats de la DGJ són les polítiques d'emancipació juvenil, centrades en els eixos d'habitatge, treball i educació, així com la salut i la prevenció, la cultura, la participació juvenil o el foment de la cohesió social**.

Cal impulsar, doncs, la **renovació i actualització d'aquest Pla Comarcal**, en base els eixos que fixi el Pla Nacional de Joventut (PNJ), però **atenent fonamentalment a les necessitats de la pròpia comarca i dels joves de cada un dels seus municipis** (detectades en la fase de diagnosi del propi Pla), i possibilitar la realització de **projectes de dinamització juvenil** en els municipis que ho requereixin. En aquest sentit serà molt determinant i necessari **vetllar per la màxima participació possible de les entitats i joves del territori en els diferents grups de discussió que s'estableixin**, per tal de recollir la seva visió i propostes.

Alhora, a través de la pròpia **Oficina Jove del Consell Comarcal també caldrà donar suport a la redacció i implementació dels Plans Locals de Joventut** en aquells municipis que ho requereixin, a través de la figura/es dels tècnics mancomunats.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Promoure la renovació del Pla Comarcal de Joventut i la realització de projectes de dinamització juvenil

INDICADORS	
• Nombre de participats en els grups de debat per a la redacció del Plans Comarcal de Joventut. • Nombre i tipus d'accions previstes / executades. • Finançament aconseguit / executat per a la implementació de les diferents accions previstes.	• Joves beneficiats per les accions implementades. • Nombre de Plans Locals de Joventut redactats. • Valoració dels joves, mitjançant enquestes, de les accions realitzades.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT	• Departament de Benestar Social i Família - Secretaria General de Joventut • Consell Comarcal • Ajuntaments
AGENTS IMPLICATS	• Departament de Benestar Social i Família - Secretaria General de Joventut • Consell Comarcal • Ajuntaments • Associacions juvenils
VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA	• ACTUACIÓ 110: Reforçar els programes de salut i qualitat de vida dels adolescents i joves • ACTUACIÓ 118: Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent

ACTUACIÓ 118

Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ
ACTUACIÓ	Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Tot i que finalment s'ha decidit integrar-la en aquest programa de suport a la joventut, cal dir que aquesta actuació podria haver format part també del programa REDIMENSIÓ DE LA PROMOCIÓ, COMPETITIVITAT, ATRACCIÓ COMARCAL I FOMENT D'ACTIVITATS, inclòs en la línia estratègica DIVERSIFICACIÓ EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA PER GENERAR NOVES OPORTUNITATS

Així, aquesta actuació **té per objectiu potenciar el desenvolupament empresarial, creatiu i social de joves que ja estan portant a terme activitats professionals** a **la zona**. A dia d'avui, aquests joves, tot i disposar d'una xarxa personal de contactes i relacions per coordinar-se i treballar, no disposen d'un espai físic i/o virtual de trobada, de posada en comú de necessitats, de treball grupal en certs aspectes, etc.

En aquest sentit doncs, es proposa **vertebrar una xarxa** (que pot acabar en forma d'associació o no, en funció de les pròpies necessitats i inquietuds dels joves) **que uneixi i potenciï la relació, el coneixement i les possibilitats de difusió** d'aquests professionals. Alhora, evidentment, es persegueix fer aflorar i fer notori a ulls de la població en general i dels d'ells mateixos, el seu talent i creativitat, i per tant donar-los l'opció de créixer a nivell de visibilitat.

Ser emprenedor / autònom / creador / artista, etc. no és una tasca senzilla. A més de les habilitats, aptituds i actituds personals en el desenvolupament de la pròpia feina, es requereixen altres coneixements o tasques a fer (ja sigui de gestió, comptabilitat, difusió, promoció, etc). Vertebrar aquests joves en xarxa també els pot ajudar, entre uns i altres, i amb el suport de l'administració si és necessari, a **solucionar els seus dubtes i a treballar de manera coordinada per potenciar les seves virtuts** i per possibilitar, en darrer terme, que els joves amb esperit emprenedor, ganes i talent es quedin a viure als pobles i que es sentin segurs i acompanyats en el seu dia a dia professional.

Tot i que la idea és que sigui una xarxa autònoma, es proposa que de manera inicial l'**Oficina de Promoció Comarcal** (veure ACTUACIÓ 82) sigui l'encarregada de fer les tasques necessàries per tal d'iniciar el procés en la vertebració d'aquests professionals (reunir-los, sensibilitzar-los, donar-los suport, etc).

A més, aquesta actuació podria ser susceptible de rebre finançament i suport a través dels projectes de cooperació LEADER (per exemple a través de l'actual projecte "Odisseu, per al retorn i la inserció laboral dels i les joves al medi rural") i a través del **Pla Comarcal de Joventut**.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	**Única**	Anual	Contínua

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Vertebrar una xarxa de joves professionals i potenciar el seu talent

INDICADORS

- Nombre de joves participants en les reunions informatives.
- Nombre de joves professionals donats d'alta a la xarxa i evolució en el nombre.
- Nombre d'activitats realitzades.
- Pressupost aconseguit per portar a terme accions.
- Finançament aconseguit a través dels ajuts de cooperació LEADER.
- Impacte en mitjans i xarxes socials d'aquestes activitats i notorietat de la xarxa i els seus components.
- Grau de satisfacció dels joves en relació a aquesta iniciativa (resposta a les seves expectatives.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Departament de Benestar Social i Família - Secretaria General de Joventut
- Consell Comarcal
- Departament d'Empresa i Ocupació
- LEADER - Cooperació

AGENTS IMPLICATS

- Consell Comarcal
- Departament d'Empresa i Ocupació
- Departament de Benestar Social i Família - Secretaria General de Joventut
- Associacions de joves
- Consorci Leader

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 82: Estructurar una Oficina de Promoció Comarcal
- ACTUACIÓ 85: Adequar l'oferta formativa a les necessitats, característiques i potencialitats del propi territori
- ACTUACIÓ 117: Promoure la renovació del Pla Comarcal de Joventut i la realització de projectes de dinamització juvenil

ACTUACIÓ 119

Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials

LÍNIA ESTRATÈGICA	LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL
PROGRAMA	JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ
ACTUACIÓ	Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials

ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ

Hi ha bones **raons que justifiquen la participació ciutadana en processos de presa de decisions**, raons que tenen a veure amb la complexitat creixent del món que ens envolta i, per tant, amb la **necessitat d'intercanviar coneixements i recursos per fer-hi front**. Parlant és com es genera aprenentatge i innovació, com s'estableixen **complicitats i sinèrgies**, com se **sumen esforços per donar respostes que ens sobrepassen individualment**. El **diàleg és generador d'intel·ligència col·lectiva**, d'un coneixement al qual no es pot accedir individualment i que només es fa accessible com a grup. La participació **constitueix l'element fonamental d'un "nou" format de relació i responsabilitat entre l'Administració i els ciutadans**.

Estem en un moment en el qual **és necessari potenciar la participació ciutadana** en la presa de decisions que afecten al col·lectiu. A partir de **petites accions d'informació, cal atraure la ciutadania i integrar-la en decisions i projectes de futur** del territori. Evidentment esdevé desitjable aconseguir la participació del major nombre de població possible, i el més plural i representativa.

Avui en dia els **processos de participació són més fàcils de gestionar i dinamitzar gràcies a internet i a les xarxes socials**, que **permeten una comunicació constant i immediata i faciliten enormement la participació de la gent en processos de debat i d'aportació d'idees i visions.**

Val a dir que alguns municipis de la zona ja han desenvolupat processos d'aquest tipus per a finalitats i objectius diversos (redacció d'una Agenda 21, redacció d'ordenances cíviques, redacció de planejament urbanístic POUM, etc.). A dia d'avui, cal seguir insistint en difondre aquestes metodologies per tal de que els municipis de les MBC integrin de manera decidida aquests sistemes, mètodes i eines i així generar una dinàmica positiva d'implicació social i d'impuls de projectes de futur.

En aquest sentit podria ser interessant, i caldria estudiar-ho, **recuperar la figura de la Taula Comarcal de Participació Ciutadana del Baix Camp**, i aprofitar i p**otenciar la figura del tècnic de suport a la participació ciutadana** del Consell Comarcal, en aquestes tasques.

Per aconseguir tot això es duran a terme les accions següents:

- Propiciar que bàsicament les administracions locals (Consell, ajuntaments) i les entitats del territori adoptin metodologies de participació ciutadana en la seva presa de decisions, ja siguin estratègiques i estructurals, com de caire més periòdic.
- Portar a terme campanyes d'informació, a través de les quals s'informi sobre l'existència d'un procés participatiu o sobre les possibilitats d'aquesta metodologia.
- Organitzar campanyes de sensibilització, per tal de convèncer als ciutadans i les entitats de l'interès de participar en un procés participatiu.
- Adoptar instruments i mecanismes amb alta flexibilitat, per tal de garantir una alta participació en els processos iniciats.

LÍNIA ESTRATÈGICA	**LA IMPORTÀNCIA DEL BENESTAR DE LA POBLACIÓ I LA COHESIÓ SOCIAL**
PROGRAMA	**JOVENTUT, CULTURA, ESPORT I PARTICIPACIÓ**
ACTUACIÓ	Possibilitar i fomentar la participació en la presa de decisions territorials

- Garantir la formació als responsables dels processos, per a garantir que el procés participatiu sigui de qualitat.
- Estudiar la **possibilitat de recuperar la figura de la Taula Comarcal de Participació Ciutadana** del Baix Camp, i aprofitar i potenciar el tècnic de suport, que fomenti, coordini i gestioni la participació en aquests municipis.

PRIORITAT			PERIODICITAT		
Alta	**Mitja**	Baixa	Única	Anual	**Contínua**

INDICADORS

- Nombre de processos participatius iniciats.
- Nombre de participants en les activitats.
- Evolució en el nombre de municipis en els quals s'han adoptat mesures de participació en la presa de decisions.
- Tipologia de les temàtiques sobre les quals s'han organitzat els processos.

- Nombre i impacte de les campanyes d'informació realitzades.
- Nombre i impacte de les campanyes de sensibilització realitzades.
- Pressupost obtingut / invertit en les campanyes.
- Grau de satisfacció dels participants en els processos.
- Grau de coneixement de la població en relació a l'existència dels processos.

POSSIBLES FONTS DE FINANÇAMENT

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Departament de la Presidència

AGENTS IMPLICATS

- Ajuntaments
- Consell Comarcal
- Entitats de tot caire del territori

VINCULACIÓ AMB ALTRES ACTUACIONS DEL PLA

- ACTUACIÓ 7: Vetllar per la declaració definitiva del Parc Natural de les Muntanyes de Prades i Poblet i així consolidar un gran eix Montsant - Prades
- ACTUACIÓ 11: Limitar les activitats extractives que tenen un alt impacte ambiental i paisatgístic

VIII. ÍNDEX DE TAULES I FIGURES

TAULES

Taula 1: Indicadors geogràfics. Altitud i superfície 17
Taula 2: Dades bàsiques Dades bàsiques Baix Camp i Muntanyes del Baix Camp. 2014 17
Taula 3: Superfície PEIN per comarques. Any 2013 25
Taula 4: Espais inclosos en el Pla d'espais d'interès natural (PEIN) al Baix Camp. 2012 25
Taula 5: Superfície administrativa de PEIN per municipi i espai (Baix Camp) 26
Taula 6: Superfície administrativa de les Muntanyes de Prades 27
Taula 7: Usos del a les Muntanyes de Prades 29
Taula 8: Superfície administrativa de la Serra de Llaberia 30
Taula 9: Usos del a la Serra de Llaberia 30
Taula 10: Superfície administrativa de l'espai de la Mare de Déu de la Roca 33
Taula 11: Superfície administrativa de les Serres de Pradell-l'Argentera 33
Taula 12: Superfície administrativa de l'espai Riu Siurana i planes del Priorat 34
Taula 13: Superfície de Xarxa Natura 2000 35
Taula 14: Evolució de la població per municipis 1998-2014 40
Taula 15: Habitants. MBC. Sèrie temporal 40
Taula 16: Creixement intercensal de la població. 2001-2011 41
Taula 17: Habitants segons sexe. Distribució per municipis. Any 2014 42
Taula 18: Densitat de població per municipi 2014 42
Taula 19: Població MBC. Per grups d'edat. 2001, 2007 i 2013 44
Taula 20: Percentatge població MBC. Per grups d'edat. 2001, 2007 i 2013 44
Taula 21: Població per grans grups d'edat. Baix Camp i Catalunya. 2001 i 2013 44
Taula 22: Índexs d'envelliment Catalunya - Baix Camp - MBC 45
Taula 23: Creixement intercensal de la població, per components i sexe. 2006-2012 46
Taula 24: Creixement per mil habitants. MBC. Sèrie temporal 46
Taula 25: Població. Per lloc de naixement. 2013 46
Taula 26: Població. Per nacionalitat. 2013 47
Taula 27: Migracions internes. Saldos destinació - procedència. 2013 47
Taula 28: Migracions externes. 2013 47
Taula 29: Índexs d'estructura de la població. MBC. 2013, 2007 i 2001 48
Taula 30: Creixement de la població 48
Taula 31: Indicadors relatius a ocupacions d'alt contingut tecnològic 49
Taula 32: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica productiva (VAB pb) 50
Taula 33: Estructura per edats, envelliment i dependència. MBC. Any 2013, 2007 i 2001 51
Taula 34: Taxa de variació de les afiliacions a la SS per residència (des'13 vs març'08) 52
Taula 35: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica ocupacional. Afiliacions de persones amb residència a la comarca (totes les edats) 53
Taula 36: Afiliacions al règim general de la Seguretat Social. MBC. Per sectors d'activitat (%) 53
Taula 37: Variació d'afiliacions al règim general Seg. Social. Per sectors.2013-2008. MBC 53
Taula 38: Afiliacions al règim general de la Seguretat Social. MBC. Per sectors d'activitat i municipi (anys 2013, 2010 i 2008) 54
Taula 39: Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms. MBC. Per sectors d'activitat (%) 54
Taula 40: Variació d'afiliacions al règim especial de treballadors autònoms. Per sectors.2013-2008. MBC 54
Taula 41: Afiliacions al règim especial de treballadors autònoms). MBC. Per sectors d'activitat i municipi (anys 2013, 2010 i 2008) 55
Taula 42: Taxa d'atur registrat (a 31 de març) MBC. Distribució per municipis. Sèrie temporal 56
Taula 43: Atur registrat. Per sexe i edat. MBC 57
Taula 44: Indicadors d'atur registrat. Catalunya – Baix Camp 57
Taula 45: Atur registrat. Per sectors. Any 2013. Unitats: Mitjanes anuals 58
Taula 46: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica de l'atur registrat 58
Taula 47: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica del mercat de treball 59
Taula 48: Comarques amb més pèrdua d'afiliació a la SS – Efectes de la crisi en l'ocupació i l'atur 59
Taula 49: Població ocupada resident i llocs de treball localitzats. Baix Camp, Reus i Cambrils 60
Taula 50: Autocontenció i autoocupació. Baix Camp, Reus i Cambrils 61
Taula 51: Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis primaris. 2011. Per 100 habitants 61
Taula 52: Taxes específiques d'escolarització Taxes específiques per 100 hab. 2012 61
Taula 53: Població de 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris. Catalunya – Baix Camp. 2011 62
Taula 54: Població 15 a 64 anys que no ha assolit estudis secundaris postobligatoris. 62
Taula 55: Nivell d'instrucció de la població de 16 anys i més. 2011 (% respecte total d'àmbit) 62
Taula 56: Producte interior brut. Municipis petits del Baix Camp. 2008-2010 (en milers d'euros) 63
Taula 57: PIB per habitant Baix Camp i Catalunya 2001-2010 (en milers d'euros) 64
Taula 58: Taxa de variació del VAB pb. Catalunya – Baix Camp. (2012 vs 2007) 64
Taula 59: Indicadors sectorials d'estructura i dinàmica productiva (VAB pb) 65

Taula 60: Renda familiar disponible bruta (RFDB). 2008-2010. En milers d'euros i percentatge 65
Taula 61: Renda familiar disponible bruta (RFDB) per habitant. 2010. En milers 66
Taula 62: Renda familiar disponible bruta per habitant. Base 2008. Baix Camp 66
Taula 63: Índex de motorització. Parc de vehicles per 1000 hab. Any 2012 66
Taula 64: Afiliacions al règim d'autònoms de la S.S. a l'agricultura. MBC. Sèrie temporal 67
Taula 65: Explotacions agràries. Segons tinença de ramaderia. MBC. 2009 67
Taula 66: Nombre de caps per espècies i explotacions. MBC. Any 2009 68
Taula 67: Explotacions agràries. MBC. Segons tinença de terres. 2009 68
Taula 68: Superfície agrícola utilitzada (SAU). MBC. 2009 68
Taula 69: Distribució de la superfície agrària. MBC. 2009 (hectàrees) 69
Taula 70: Titulars d'explotacions agràries, per sexe. Any 2009 69
Taula 71: Terres llaurades. Per tipus de conreu. 2009 70
Taula 72: Conreus llenyosos: fruiters de fruits secs. Any 2009 71
Taula 73: Explotacions i hectàrees d'olivera segons municipi. 2009 73
Taula 74: Explotacions i hectàrees de vinya segons municipi. 2009 74
Taula 75: Població ocupada segons sectors d'activitat (2001 i 2011). Municipis menors del Baix Camp 79
Taula 76: Empreses Inscrites en el Registre d'Establiments Industrials de Catalunya (REIC), amb més de 5 treballadors. Consulta realitzada el gener de 2015 80
Taula 77: Estructura i dinàmica productiva (VAB pb) de la construcció 81
Taula 78: Estructura i dinàmica ocupacional (afiliació a la Seg. Soc.) de la construcció. Baix Camp 81
Taula 79: Habitatges registrats sense vendre per comarques. 2013 82
Taula 80: Estructura i dinàmica productiva (VAB pb) del sector serveis 83
Taula 81: Estructura i dinàmica ocupacional (afiliació a la Seguretat Social) del sector serveis 83
Taula 82: Allotjaments turístics MBC. Nombre i places. 2013 86
Taula 83: Establiments hotelers. Any 2013 86
Taula 84: Places hoteleres. Any 2013 87
Taula 85: Establiments i places de càmpings, segons categoria. Any 2013 87
Taula 86: Establiments de turisme rural. Any 2013 88
Taula 87: Restaurants per municipi. Any 2015 88
Taula 88: Empreses d'activitats turístiques. Any 2015 90
Taula 89: Empreses d'activitats turístiques. Any 2015 92
Taula 90: Característiques dels turistes amb motivacions de natura o cultura allotjats a Salou-Cambrils-La Pineda 101
Taula 91: Edificis amb habitatges i nombre d'immobles. 2011 110
Taula 92: Edificis amb habitatges. Per nombre de plantes sobre rasant. 2011 111
Taula 93: Edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011 112
Taula 94: Edificis destinats principalment a habitatge. Per any de construcció 112
Taula 95: Immobles en edificis destinats principalment a habitatge. Per estat de conservació. 2011 112
Taula 96: Habitatges principals segons la superfície útil i any de construcció. 1991 113
Taula 97: Llistat de carreteres de la Diputació de Tarragona a l'àmbit MBC 115
Taula 98: Depuradores a la zona MBC. 2015 119
Taula 99: Llistat de parcs eòlics en servei i en tràmit al Baix Camp 121
Taula 100: Cobertures de banda ampla i telefonia mòbil (112) 123
Taula 101: Instal·lacions per a la gestió de residus d'origen municipal al Baix Camp 125
Taula 102: Generació de residus i recollida selectiva segons fracció i municipi. Any 2013 (tones) 126
Taula 103: Implantació i model de Recollida Selectiva de la FORM (Fracció Orgànica Residus Municipals) 126
Taula 104: Equipaments mèdics a la zona MBC 129
Taula 105: Establiments i serveis d'atenció a la gent gran 129
Taula 106: Nombre de centres,segons tipus d'ensenyament. Any 2015 130
Taula 107: Biblioteques. 2015 131
Taula 108: Espais esportius. 2013 131
Taula 109: Estadístiques anuals de bombers. 2013 135
Taula 110: Salvaments al medi natural per municipi. 2014 135
Taula 111: Agrupacions de Defensa Forestal a la zona MBC 136
Taula 112: Protecció Civil. Estat de la planificació municipal 138
Taula 113: Distribució de la dotació econòmica PAM 2013-2016 141
Taula 114: PUOSC. Subvencions per a manteniment per a municipis (2014-2017) 142
Taula 115: PUOSC. Planificació inicial despeses corrents. Diputació de Tarragona 143
Taula 116: PUOSC. Planificació inicial línia manteniment Consells Comarcals 144
Taula 117: PUOSC 2013-2017. Planificació inicial del Programa d'Inversions de la Diputació de Tarragona, ... 144
Taula 118: Pla Únic d'Obres i Serveis de Catalunya. Planificació del període 2013-2017 (subvencions per a inversions de totes les línies i programes) 146
Taula 119: Número total de sol·licituds registrades durant tot el període per mesura i comarca 149
Taula 120: Inversió i subvenció sol·licitada per mesures 149
Taula 121: Número total de sol·licituds rebudes segons convocatòria, mesura i comarca 150
Taula 122: Import d'inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes segons convocatòria, mesura i comarca 150
Taula 123: Número total de sol·licituds aprovades durant tot el període per mesura i comarca 152
Taula 124: Inversió i subvenció dels expedients aprovats 152
Taula 125: LEADER. Inversió i subvenció aprovades segons municipi. MBC 153

Taula 126: Número total d'expedients aprovats, segons convocatòria, mesura i comarca. 154
Taula 127: Inversió i subvenció dels expedients aprovats segons convocatòria, mesura i comarca..... 154
Taula 128: Llistat d'expedients aprovats 2009-2014..... 160
Taula 129: Inversió i subvenció dels expedients certificats a data de redacció del present document, segons convocatòria, mesura i comarca 162
Taula 130: Dades bàsiques del projecte Gestió Sostenible Rural..... 165
Taula 131: Dades bàsiques del projecte + VINO, - CO2 166
Taula 132: Cooperació Catalana: inversió executada, projecte i participants per anualitats. 168
Taula 133: Dades bàsiques del projecte Odisseu 169
Taula 134: Dades bàsiques del projecte Gustum 170
Taula 135: Dades bàsiques del projecte Gestió Sostenible Rural. Consolidació de Territoris SMART..... 171
Taula 136: Dades bàsiques del projecte ENERGIA I FOREST..... 172
Taula 137: Dades bàsiques del projecte MASIES + SOSTENIBLES..... 173
Taula 138: Línies estratègiques i àmbits d'actuació 2007-2013 176
Taula 139: Xifres d'inversió i subvenció dels expedients Leader de les convocatòries 2009 a 2014, segons línia estratègica del GAL. 178

FIGURES

Figura 1: Fases de treball i estructura del document 12
Figura 2: Estructura detallada del document 12
Figura 3. Municipis de la zona "Muntanyes del Baix Camp" 15
Figura 4: Mapa de municipis segons subsistema 16
Figura 5: Mapa físic del Baix Camp.....18
Figura 6: Tipus de clima segons l'Índex d'humitat de Thornthwaite 19
Figura 7: Mapa d'amplitud tèrmica anual (ºC) 20
Figura 8: Dades climatològiques de l'Aeroport de Reus 20
Figura 9: Espais Naturals de Protecció Especial (abril 2008) 26
Figura 10: Espai PEIN de les Muntanyes de Prades.....27
Figura 11: Espai PEIN de la Serra de Llaberia 29
Figura 12: Àrees Xarxa Natura 2000 (LIC+ZEPA). Maig 2013.....34
Figura 13: Estat actual de les instal·lacions de Castillejos 37
Figura 14: Mapa de municipis d'Alt Risc d'Incendi: Decret 64/95, 7 de març 38
Figura 15: Mapa de perill bàsic d'incendi forestal.....38
Figura 16: Padró municipal d'habitants per sexe. MBC. 1998-2014 41
Figura 17: Evolució població comparativa MBC – Camp de Tarragona 1998-2014.....41
Figura 18: Densitat de població MBC. 2014 (hab./km2) 43
Figura 19: Població per sexe i edat quinquennal. MBC. 2013 44
Figura 20: Mapes d'indicadors d'envelliment i dependència senil per comarques. 2012 45
Figura 21: Mapes d'indicadors de dependència juvenil i global. 2012.....45
Figura 22: Saldos migratoris. Baix Camp. 2005-2013 47
Figura 23: Mapa de variació de l'ocupació d'alt contingut tecnològic 49
Figura 24: Evolució dels ocupats per sector 2001 - 2011 50
Figura 25: Variació intertrimestral de l'afiliació a la SS al territori (%) (2010-2013) i Variació interanual de l'afiliació a la SS (%) (2008-2013) 52
Figura 26: Mapa de distribució de l'atur registrat per comarques (desembre 2013) 55
Figura 27: Mapa de variació de l'atur registrat per comarques (des'13-des'07) 56
Figura 28: Variació intermensual de l'atur registrat al territori (%) (2010-2013) i variació interanual de l'atur registrat (%) (2008-2013) 58
Figura 29: PIB Baix Camp 2001-2010 (en milions d'euros).....63
Figura 30: PIB per habitant Baix Camp i Catalunya 2001-2010 (en milers d'euros) 64
Figura 31: Evolució interanual VAB pb (2003-2012) 64
Figura 32: Evolució de les afiliacions a la Seguretat Social. Agricultura. MBC. 2012-2014 67
Figura 33: Evolució de la SAU en hectàrees (1999-2009).....69
Figura 34: Nombre de titulars d'explotació agrària, segons rang d'edat 70

Figura 35: Terres llaurades. Per tipus de conreu. 2009 70
Figura 36: Places de turisme rural per municipi 87
Figura 37: Eixos de relació territorial dels recursos singulars 104
Figura 38: Mapa de la ZDP V – Ribera d'Ebre i Baix Camp 120
Figura 39: Mapa de localització de parcs eòlics en funcionament i en tràmit 121
Figura 40: Mapa de la implantació ambiental de l'energia eòlica a Catalunya (juny 2002) . 122
Figura 41: Cobertura banda ampla rural (cobertura dels centres emissors de BAR) 124
Figura 42: Cobertura de Telèfon mòbil – 112 124
Figura 43: Generació de residus municipals de la comarca de Baix Camp (kg/hab/any). 2013 125
Figura 44: Zonificació del territori català a efectes de gestió de residus 127
Figura 45: Mapa d'Agrupacions de Defensa Forestal del Baix Camp 136
Figura 46: Gràfic d'imports d'inversió i subvenció de les sol·licituds rebudes 151
Figura 47: Mapa de municipis del Baix Camp segons la subvenció aprovada LEADER 153
Figura 48: Gràfic d'imports d'inversió i subvenció. Expedients aprovats 155
Figura 49: Gràfic d'inversió i subvenció dels expedients aprovats, segons municipi. Baix Camp 156
Figura 50: Gràfic d'imports d'inversió i subvenció. Expedients certificats a data de redacció del present document 163

ÍNDEXS SEGONS NÚMERO D'ACTUACIÓ

ACTUACIÓ 1 217
ACTUACIÓ 2 219
ACTUACIÓ 3 221
ACTUACIÓ 4 223
ACTUACIÓ 5 225
ACTUACIÓ 6 229
ACTUACIÓ 7 231
ACTUACIÓ 8 235
ACTUACIÓ 9 237
ACTUACIÓ 10 241
ACTUACIÓ 11 243
ACTUACIÓ 12 245
ACTUACIÓ 13 249
ACTUACIÓ 14 253
ACTUACIÓ 15 255
ACTUACIÓ 16 257
ACTUACIÓ 17 259
ACTUACIÓ 18 263
ACTUACIÓ 19 265
ACTUACIÓ 20 271
ACTUACIÓ 21 273
ACTUACIÓ 22 277
ACTUACIÓ 23 279
ACTUACIÓ 24 281
ACTUACIÓ 25 283
ACTUACIÓ 26 285
ACTUACIÓ 27 287
ACTUACIÓ 28 293
ACTUACIÓ 29 295
ACTUACIÓ 30 297
ACTUACIÓ 31 299
ACTUACIÓ 32 303
ACTUACIÓ 33 305
ACTUACIÓ 34 309
ACTUACIÓ 35 311
ACTUACIÓ 36 313

ACTUACIÓ 37 315
ACTUACIÓ 38 319
ACTUACIÓ 39 321
ACTUACIÓ 40 323
ACTUACIÓ 41 325
ACTUACIÓ 42 327
ACTUACIÓ 43 331
ACTUACIÓ 44 333
ACTUACIÓ 45 335
ACTUACIÓ 46 341
ACTUACIÓ 47 343
ACTUACIÓ 48 345
ACTUACIÓ 49 349
ACTUACIÓ 50 351
ACTUACIÓ 51 355
ACTUACIÓ 52 357
ACTUACIÓ 53 359
ACTUACIÓ 54 363
ACTUACIÓ 55 365
ACTUACIÓ 56 367
ACTUACIÓ 57 371
ACTUACIÓ 58 373
ACTUACIÓ 59 375
ACTUACIÓ 60 377
ACTUACIÓ 61 379
ACTUACIÓ 62 381
ACTUACIÓ 63 387
ACTUACIÓ 64 389
ACTUACIÓ 65 391
ACTUACIÓ 66 393
ACTUACIÓ 67 395
ACTUACIÓ 68 397
ACTUACIÓ 69 401
ACTUACIÓ 70 403
ACTUACIÓ 71 407
ACTUACIÓ 72 411
ACTUACIÓ 73 415
ACTUACIÓ 74 419
ACTUACIÓ 75 421
ACTUACIÓ 76 423
ACTUACIÓ 77 427
ACTUACIÓ 78 429
ACTUACIÓ 79 431
ACTUACIÓ 80 435
ACTUACIÓ 81 437
ACTUACIÓ 82 443
ACTUACIÓ 83 445
ACTUACIÓ 84 449
ACTUACIÓ 85 453
ACTUACIÓ 86 455
ACTUACIÓ 87 457
ACTUACIÓ 88 459
ACTUACIÓ 89 461
ACTUACIÓ 90 463
ACTUACIÓ 91 469
ACTUACIÓ 92 471
ACTUACIÓ 93 475
ACTUACIÓ 94 477
ACTUACIÓ 95 481
ACTUACIÓ 96 483
ACTUACIÓ 97 485
ACTUACIÓ 98 487
ACTUACIÓ 99 489
ACTUACIÓ 100 493
ACTUACIÓ 101 495
ACTUACIÓ 102 501
ACTUACIÓ 103 503
ACTUACIÓ 104 505
ACTUACIÓ 105 509
ACTUACIÓ 106 511
ACTUACIÓ 107 513
ACTUACIÓ 108 515
ACTUACIÓ 109 519
ACTUACIÓ 110 521
ACTUACIÓ 111 523
ACTUACIÓ 112 527
ACTUACIÓ 113 529
ACTUACIÓ 114 531
ACTUACIÓ 115 533
ACTUACIÓ 116 535

ACTUACIÓ 117 537
ACTUACIÓ 118 539
ACTUACIÓ 119 541

IX. BIBLIOGRAFIA

- AENA. Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea. *AENA. Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea*. Consultat el 2015, a http://www.aena.es
- Agència Catalana de l'Aigua. *Agència Catalana de l'Aigua*. Consultat el Gener 2015, a http://aca-web.gencat.cat
- Associació Forestal de les Comarques de Tarragona. *Associació Forestal de les Comarques de Tarragona* . Consultat el 2015, a http://aforestar.org
- Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona. (2011). *Els recursos hídrics a Catalunya, dades i conceptes bàsics*.
- Cambra Oficial de Contractistes d'Obres de Catalunya. (2014). *La construcció a Catalunya 2013*. Previsions 2014.
- Catalunya Caixa. (2014). *Anuari Econòmic Comarcal 2014*.
- Celobert SCCL. (2014). *Estudi de formes alternatives d'accés i tinença de l'habitatge*.
- Celobert SCCL. (2014). *Models alternatius d'accés i tinença d'habitatge*. Consell Nacional de Joventut de Catalunya.
- Centre Tecnològic Forestal de Catalunya. (2011). *Pla d'acció per a l'aprofitament de biomassa per a usos tèrmics al Priorat i Ribera d'Ebre*.
- Centre Tecnològic Forestal de Catalunya. *Pla General de Política Forestal de Catalunya 2014 -2024*.
- Consell Comarcal del Baix Camp. *Consell Comarcal del Baix Camp*. Consultat el 2015, a http://www.baixcamp.cat/
- Consell Comarcal del Baix Camp. (2010). *Pla d'Assistència i Suport als Municipis del Baix Camp*.
- Consell Comarcal del Baix Camp. (2008). *Pla de Foment Turístic Muntanyes de la Costa Daurada*.
- Consell Regulador DO Avellana de Reus. *DO Avellana de Reus*. Consultat el Gener / 2015, a www.avellanadereus.cat
- Consorci Forestal de Catalunya. *Observatori Biomassa*. Consultat el 2015, a http://observatoribiomassa.forestal.cat
- Consorci per a la Protecció i la Gestió de l'Espai d'Interès Natural Serra de Llaberia. *Consorci de la Serra de Llaberia*. Recollit de www.serrallaberia.cat
- Consulting, M. M. (2009). *Pla de desenvolupament econòmic dels municipis de la Serra de Llaberia 2009–2013*. Encàrrec del Consorci de la Serra de Llaberia .
- Departament d'Economia i Empresa de PIMEC. (2013). *Anuari de la pime catalana*. 2012.
- Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. (2008). *Dossiers comarcals. El Baix Camp.*
- Departament de Medi Ambient i Habitatge. (2010). *Pla territorial sectorial d'habitatge*.
- *Departament de Salut*. Generalitat de Catalunya. Consultat el Gener / 2015, a canalsalut.gencat.cat
- Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya. *Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya*. Consultat el 2015, a http://mediambient.gencat.cat/
- Departament de Territori i Sostenibilitat. (2006). *Pla d'infraestructures del transport de Catalunya 2006-2026*.
- Departament de Territori i Sostenibilitat. *Registre de planejament urbanístic de Catalunya.* Consultat el Febrer / 2015, a http://ptop.gencat.net
- Departament de Territori i Sostenibilitat. *Zones especials de conservació*. Consultat el 2015, a http://www.zec.cat
- Departament d'Ensenyament. *Departament d'Ensenyament*. Consultat el Març/2015, a http://www10.gencat.net/pls/ense_ensenyam/p01.menu
- Diputació de Tarragona. *Catàleg general de carreteres*. Consultat el Febrer / 2015, a www.dipta.cat/ca/xarxa-de-carreteres
- Diputació de Tarragona. *Diputació de Tarragona. Seu electrònica*. Consultat el Febrer / 2015, a https://seuelectronica.dipta.cat
- Direcció General de Boscos i Biodiversitat. (2010). *Inventari de Zones Humides de Catalunya*. Generalitat de Catalunya, Departament de Medi Ambient i Habitatge, Barcelona.
- Direcció General de Telecomunicacions i Societat de la Informació. *Catalunya Connecta*. Consultat el 2015, a www.catalunyaconnecta.cat
- DOP Siurana. *Denominació d'Origen Protegida Siurana*. Consultat el 2015, a http://siurana.info
- ECO9, s. i. (2011). *Pla Estratègic d'Aprofitament Energètic de Biomassa Forestal per a la Mancomunitat d'Iniciatives pel Desenvolupament Integral del territori de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, Tivissa i Pratdip*.
- Focalizza. (2008). *Estudi pel desenvolupament del comerç dels petits municipis del Baix Camp*. Barcelona.
- Fundació d'Estudis Turístics. Observatori Costa Daurada. (2007). *Caracterització de la demanda turística al Baix Camp*.
- Generalitat de Catalunya. (Consultat el 2015). *Climatologia. El Baix Camp. 1961-1990.* Servei Meteorològic de Catalunya.

- Generalitat de Catalunya. *Departament de Benestar Social i Família*. Consultat el 2015, a http://benestar.gencat.cat/ca/
- Generalitat de Catalunya. *Departament de Territori i Sostenibilitat*. Consultat el Gener / 2015, a Medi Ambient i Sostenibilitat: http://mediambient.gencat.cat/
- Generalitat de Catalunya. *Departament de Territori i Sostenibilitat. Mobilitat*. Consultat el 2015, a http://mobilitat.gencat.cat/
- Generalitat de Catalunya. *Departament de Territori i Sostenibilitat. Territori*. Consultat el 2015, a http://territori.gencat.cat
- Generalitat de Catalunya. (2010). *Estadística de l'estructura de les explotacions agràries*. Institut d'Estadística de Catalunya.
- Generalitat de Catalunya. *Institut Català d'Energia.* Consultat el Febrer / 2015, a icaen.gencat.cat
- Generalitat de Catalunya. *Institut d'Estadística de Catalunya*. Recollit de http://www.idescat.cat/
- Generalitat de Catalunya. *Memòria del Mapa de Protecció Civil de Catalunya*. Direcció General de Protecció Civil, Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. *PLA D'EMERGÈNCIA ESPECIAL PER INUNDACIONS (INUNCAT)*. Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. *PLA D'EMERGÈNCIA EXTERIOR DEL SECTOR QUÍMIC DE CATALUNYA PLASEQCAT*. Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. (2012). *Pla de Determinació de les Zones de Desenvolupament Prioritari (ZDP) per a l'energia eòlica de Catalunya*. Direcció General d'Energia, Mines i Seguretat Industrial, Departament d'Empresa i Ocupació.
- Generalitat de Catalunya. (2015). *Pla de gestió d'espais naturals protegits de Catalunya 2015-2020*. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural.
- Generalitat de Catalunya. (2015). *Pla de gestió del districte de conca fluvial de Catalunya 2016-202*1. Agència Catalana de l'Aigua (ACA).
- Generalitat de Catalunya. (2011). *Pla de l'Energia i Canvi Climàtic de Catalunya 2012-2020*.
- Generalitat de Catalunya. (2014). *PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES PER ACCIDENTS EN EL TRANSPORT DE MERCADERIES PERILLOSES PER CARRETERA I FERROCARRIL A CATALUNYA (TRANSCAT)*. Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. (2014 (revisió)). *PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES PER INCENDIS FORESTALS DE CATALUNYA (INFOCAT)*. Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. (2014 (revisió)). *PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES PER NEVADES A CATALUNYA (NEUCAT)*. Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. (2014 (revisió)). *PLA ESPECIAL D'EMERGÈNCIES SÍSMIQUES A CATALUNYA (SISMICAT)*. Departament d'Interior.
- Generalitat de Catalunya. (2013). P*la Estratègic de Recerca, Innovació i Transferència Agroalimentàries de Catalunya 2013-2020*. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural.
- Generalitat de Catalunya. (2013). *Pla estratègic de turisme de Catalunya 2013 – 2016 i Directrius nacionals de turisme 2020*.
- Generalitat de Catalunya. (2014). *Pla general de política forestal de Catalunya 2014–2024. Memòria informativa*. Centre Tecnològic Forestal de Catalunya.
- Generalitat de Catalunya. (2014). *Pla Territorial Sectorial d'Infraestructures de Gestió de Residus Municipals de Catalunya 2013-2020 (PINFRECAT20)*. Departament de Territori i Sostenibilitat.
- Generalitat de Catalunya. (2014). *Programa de Desenvolupament Rural de Catalunya PDR 2014-2020*. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural.
- Generalitat de Catalunya. (2014). *Programa general de prevenció i gestió de residus i recursos a Catalunya 2013-2020 (PRECAT20)*. Departament de Territori i Sostenibilitat.
- Gran Enciclopèdia Catalana. *Gran Enciclopèdia Catalana*. (S. Enciclopèdia Catalana, Editor) Consultat el Gener / 2015, a www.enciclopedia.cat: http://www.enciclopedia.cat/
- Infoagro Systems, S.L. *Infoagro*. Consultat el Gener / 2015, a www.infoagro.com
- Infraestructures de la Generalitat de Catalunya S.A.U. *Infraestructures.cat.* Consultat el Febrer / 2015, a http://www.infraestructures.cat/
- Mas, X. (2014). *Pla Estratègic Prades 20.20*. Encàrrec de l'Ajuntament de Prades.
- Masses Tarragó, Josep Maria;. (Maig 2014). *Cooperació LEADER: Una eina clau per al desenvolupament dels territoris rurals*. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, Direcció General d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries. Dossier Tècnic núm. 70.
- Mayor Farguell, X. (Febrer 2014). *Evaluación Ambiental Estratégica. Informe de Sostenibilidad Ambiental Preliminar PDR 2014-2020*. Sabadell.
- Observatori d'Empresa i Ocupació. (2013). *Informe anual del sector del comerç detallista a Catalunya*. Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa i Ocupació.
- Observatori d'Empresa i Ocupació. (2014). *Comarques catalanes: indicadors bàsics de producció, ocupació i atur*. Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa i Ocupació.
- Parc Científic Tecnològic Turisme i Oci. (2015). *Conceptualització de productes turístics per a les Muntanyes de la Costa Daurada*. Vila-seca.
- Parlament de Catalunya. (19 / Novembre / 2014). *Comissió de Territori i Sostenibilitat*. Recollit de www.parlament.cat

- Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp. (s.f.). *Muntanyes de la Costa Daurada*. Gener de 2015, de www.muntanyescostadaurada.cat/
- Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp. *Patronat Comarcal de Turisme del Baix Camp*. Consultat el 2015, a http://www.muntanyescostadaurada.cat
- *Pla Territorial Sectorial d'Infraestructures de Gestió de Residus Municipals 2013-2020.*
- Refugi d'Arbolí. *Refugi d'Arbolí*. Consultat el Gener / 2015, a www.refugiarboli.cat
- Rural Smart Grids. (19 / Novembre / 2014). *3r Congrés Rural Smart Grids*. Recollit de www.ruralsmartgrids.cat
- Secretaria d'Habitatge i Millora Urbana, d. D. (2013). *Estudi sobre els estocs d'habitatges a Catalunya. Habitatges registrats sense vendre, inscrits als Registres de la Propietat i Mercantils de Catalunya*.
- Secretaria General de l'Esport. *Cens d'Equipaments Esportius de Catalunya*. (D. d. Presidència, Ed.) Consultat el 2015 / Febrer, a http://esports.gencat.cat/
- Secretaria per a la Planificació Territorial. (2010). *Pla territorial parcial del Camp de Tarragona*. Generalitat de Catalunya, Departament de Política Territorial i Obres Públiques. Barcelona: Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya .
- Secretariat de Federacions i ADF de Catalunya. *Secretariat de Federacions i ADF de Catalunya*. Consultat el 2015, a http://sfadf.org/
- Servei d'Instal·lacions i Equipaments Viaris. (2013). *Pla d'Aforaments 2012*. Departament de Territori i Sostenibilitat.
- Servei Meteorològic de Catalunya. (Gener / 2015). *Servei Meteorològic de Catalunya*. Recollit de http://www.meteo.cat/
- Societat Catalana d'Ordenació del Territori (SCOT). *Observatori de projectes i debats territorials de Catalunya*. Consultat el 2015, a http://territori.scot.cat
- Subdelegació del Govern a Tarragona. (2009). *PLA D'EMERGÈNCIA NUCLEAR EXTERIOR A LES CENTRALS NUCLEARS D'ASCÓ I VANDELLÒS (PENTA)*. Unitat de Protecció Civil.
- Universitat Autònoma de Barcelona. *CREAF*. Consultat el Gener / 2015, a www.creaf.cat
- Universitat Rovira i Virgili. (2008). *Pla Estratègic del Camp de Tarragona. Encàrrec de la Generalitat de Catalunya*.
- Universitat Rovira i Virgili. Grup de Recerca Anàlisi Territorial i Estudis Turístics. (2004). *Directrius per la dinamització turística dels municipis de muntanya del Baix Camp*. Per encàrrec del Consell Comarcal del Baix Camp.
- Viquipèdia. *Viquipèdia, l'enciclopèdia lliure*. Consultat el 2015, a http://ca.wikipedia.org