



«El Camp de Tarragona té una gran oportunitat per posicionar-se com una de les grans àrees metropolitanes del Mediterrani»

Ara bé, també hem d'actuar amb rapidesa en matèria d'habitatge i de planificació territorial perquè el Camp de Tarragona viu una transformació econòmica molt important i hem d'estar preparats per gestionar aquest creixement de manera equilibrada i sostenible.

La futura àrea metropolitana també pot ser una eina per retenir talent i generar noves oportunitats econòmiques al territori?

Sense cap dubte. El Camp de Tarragona té un enorme potencial industrial, logístic, turístic i universitari. Si som capaços d'ordenar el territori de manera intel·ligent i treballar conjuntament, podem generar un ecosistema molt atractiu per al talent, la innovació i les noves inversions.

La clau és oferir qualitat de vida, bones connexions, habitatge accessible i oportunitats professionals. Tenim actius molt potents com el Port, la indústria química, els centres tecnològics o la Universitat Rovira i Virgili, i el projecte metropolità ens ha d'ajudar a connectar millor tots aquests elements.

L'associació ja treballa en projectes compartits com aplicacions de mobilitat, seguretat o serveis comuns entre municipis. Quin impacte real poden tenir aquestes iniciatives en el dia a dia de la ciutadania?

Poden tenir un impacte molt directe i tangible. Quan compartim serveis, tecnologia o recursos, aconseguim més eficiència i una millor resposta a les necessitats de la ciutadania.

Per exemple, eines compartides de mobilitat poden facilitar els desplaçaments quotidians; la coordinació en seguretat pot millorar la prevenció i la capacitat de resposta; i la digitalització conjunta pot simplificar molts tràmits

administratius. El ciutadà potser no sempre percebrà l'estructura institucional que hi ha al darrere, però sí notarà una millora en els serveis.

En els últims mesos s'ha reforçat el treball conjunt amb la Generalitat, la URV, cambres de comerç i altres agents del territori. Fins a quin punt és important generar grans consensos perquè el projecte avanci?

És absolutament imprescindible. Un projecte metropolità només pot avançar des del consens i la suma de complicitats. Necessitem que les institucions, el món empresarial, l'àmbit universitari i els agents socials comparteixin una mateixa visió de futur.

El Camp de Tarragona té una gran oportunitat al davant i hem d'afrontar-la amb generositat i mirada llarga. Quan el territori treballa unit, és molt més fàcil defensar inversions, captar recursos i impulsar projectes transformadors.

Quins haurien de ser, al seu parer, els primers grans projectes metropolitans tangibles que la ciutadania pugui començar a percebre durant els pròxims anys?

La ciutadania ha de començar a percebre millores reals especialment en mobilitat i serveis compartits. Crec que és fonamental avançar cap a una xarxa de transport metropolità més integrada i eficient, així com impulsar plataformes digitals comunes que simplifiquin la relació amb les administracions.

També serà important desenvolupar projectes vinculats a la sostenibilitat, la gestió energètica i la planificació conjunta d'habitatge i activitat econòmica. Els primers grans projectes han de demostrar que la cooperació metropolitana és útil, pràctica i beneficiosa per al conjunt del territori.



Un projecte que vol transformar el territori

Fa anys que el Camp de Tarragona funciona com una única realitat econòmica i social. Milers de persones viuen en un municipi, treballen en un altre, estudien en un tercer i consumeixen, fan esport o gaudeixen del seu temps lliure en diferents punts del territori. Aquesta mobilitat quotidiana ha avançat molt més ràpid que les estructures administratives encarregades de gestionar-la.

Ara, l'Associació per a l'Impuls de l'Àrea Metropolitana del Camp de Tarragona vol convertir aquesta realitat de facto en una estratègia compartida de futur. El projecte aspira a dotar el territori d'una visió conjunta per afrontar reptes que cap ciutat pot resoldre sola: la mobilitat, l'habitatge, la captació d'inversions, la transició energètica, la innovació o la disponibilitat de talent.

Més que una nova estructura administrativa, la iniciativa pretén consolidar una manera diferent d'entendre el territori i passar de la suma de municipis a una regió urbana capaç de competir, planificar i projectar-se de manera conjunta.

Una realitat metropolitana que ja existeix

Per als alcaldes d'algunes de les principals ciutats del Camp de Tarragona, la qüestió no és si existeix una realitat metropolitana, sinó com gestionar-la millor. L'alcalde de Reus, Sandra Guaita, considera que el projecte respon a una evidència que fa anys que s'ha consolidat. «La realitat metropolitana ja existeix. El que cal és dotar-nos d'eines per gestionar-la millor i aprofitar les oportunitats que genera», defensa.

Una visió similar comparteix l'alcalde de Tarragona, Rubén Viñuales, que considera que el Camp de Tarragona ha assolit una dimensió econòmica i poblacional suficient per actuar com una gran regió urbana. En aquest sentit, assenyalava que «Tenim infraestructures estratègiques, una potent base industrial, universitats, centres de recerca, turisme i una posició geogràfica privilegiada. Però sovint no actuem amb una veu única».

Des de Valls, l'alcalde Dolors Farré recorda que les relacions entre municipis fa temps que superen les fronte-



Presentació de l'Associació, l'octubre de 2025

res administratives: “La ciutadania es mou constantment entre municipis per treballar, estudiar o accedir a serveis. Hem de ser capaços de donar resposta a aquesta realitat”. També l'alcalde de Cambrils, Oliver Klein, posa l'accent en aquesta interdependència. “Les relacions econòmiques, comercials i socials entre els municipis són cada vegada més intenses. La cooperació ja no és una opció; és una necessitat”, comenta.

Per la seva banda, els coalcaldes d'Altafulla, Jordi Molineira i Alba Muntadas, subratllen que el projecte només tindrà sentit si incorpora la mirada dels municipis mitjans i petits. Ambdós argumenten que “la realitat metropolitana no és només la de les grans ciutats. També és la dels pobles que formen part d'aquest ecosistema i que contribueixen al seu desenvolupament”.

La mobilitat, el gran repte pendent

Si hi ha una qüestió que genera unanimitat entre els representants municipals és la necessitat de millorar la mobilitat. La diagnosi elaborada en el marc de l'estratègia metropolitana identifica les connexions internes com un dels principals reptes per al desenvolupament del territori. Tot i disposar d'infraestructures estratègiques com el Port de Tarragona, l'aeroport de Reus o la futura estació intermodal, la connexió entre municipis continua sent una de les grans assignatures pendents.

Per a Dolors Farré, aquesta és probablement la prioritat més urgent: “Necessitem un transport públic adaptat a les necessitats reals de la població i unes connexions més eficients entre municipis”. Sandra Guaita coincideix que la fragmentació actual dificulta els desplaçaments quotidians. Davant d'aquest context, afirma que “tenim línies poc coordinades, operadors diferents i problemes de connexió entre municipis veïns. La ciutadania neces-

sita un sistema pensat des del territori i no des de compartiments administratius”.

L'alcalde de Tarragona defensa que la mobilitat és l'eix sobre el qual es construeixen moltes altres polítiques públiques i considera que “si millorem la mobilitat, també facilitem l'accés a l'habitatge, al treball i als serveis”. Des de Cambrils, Oliver Klein considera que una veritable àrea metropolitana només serà possible amb una xarxa de transport públic moderna i competitiva i que “sense una mobilitat eficient és molt difícil construir una realitat metropolitana sòlida”.

A Altafulla, el desplegament del TramCamp apareix com una de les grans prioritats. Molinera i Muntadas reclamen que el futur sistema no es limiti als principals eixos urbans sinó que garanteixi la connexió amb els municipis més petits i amb l'interior del territori.

Habitatge: un problema compartit

L'accés a l'habitatge és un altre dels grans desafiaments identificats per l'estratègia metropolitana. L'augment dels preus, les dificultats per accedir a l'habitatge assequible i la pressió derivada de determinades activitats econòmiques afecten pràcticament tots els municipis del Camp de Tarragona, encara que amb intensitats diferents.

La mobilitat, l'habitatge i la captació de talent es perfilen com els grans reptes l'Àrea Metropolitana.

Rubén Viñuales considera que aquest és un dels àmbits on la coordinació metropolitana pot aportar més valor i assegura que “cap ciutat pot afrontar sola el repte de l'habitatge. Necessitem una visió conjunta que permeti planificar millor l'oferta residencial”. Dolors Farré comparteix aquest diagnòstic i defensa que la cooperació és imprescindible per evitar desequilibris territorials. A la costa, la problemàtica adquireix matisos propis. Els representants d'Altafulla alerten de l'impacte que tenen les segones residències i la pressió turística sobre el mercat immobiliari local, una situació que també comparteixen altres municipis del litoral.

L'objectiu de l'estratègia metropolitana és avançar cap a una planificació coordinada que permeti garantir habitatge assequible sense comprometre l'equilibri territorial ni la qualitat de vida dels municipis.

Competir en un món global

L'Àrea Metropolitana neix per generar oportunitats. En un context de competència global entre territoris, les ciutats mitjanes tenen cada vegada més dificultats per captar inversions, retenir talent i accedir a determinats recursos si actuen de manera aïllada.

L'estratègia aposta per presentar el Camp de Tarragona com una única regió econòmica capaç de competir amb altres àrees metropolitanes de l'Estat i del sud d'Europa. “Quan treballem conjuntament tenim més força per defensar infraestructures, captar inversions i fer sentir la nostra veu davant altres administracions”, afirma Dolors Farré.

Sandra Guaita considera que una de les principals debilitats actuals és la manca d'estructures permanents de

Les Cambres de Comerç s'incorporen a l'impuls metropolità per reforçar la connexió entre les polítiques territorials i les necessitats del teixit empresarial.

coordinació: “Moltes vegades no perdem oportunitats perquè ens falti potencial, sinó perquè ens falta capacitat organitzativa per presentar projectes compartits i captar finançament”. Paral·lelament, Viñuales defensa que la dimensió metropolitana permetrà reforçar el posicionament internacional del territori i incrementar la seva capacitat d'influència.

Cambrils aporta a aquesta estratègia una de les principals potències turístiques del país. Oliver Klein considera que el futur passa per integrar millor els sectors industrial, logístic, tecnològic i turístic dins d'una mateixa estratègia econòmica.

Talent, innovació i transició energètica

L'estratègia metropolitana també mira cap als grans canvis que marcaran l'economia de les pròximes dècades. La transformació digital, la transició energètica, la indústria 4.0 o la necessitat de disposar de personal qualificat apareixen com alguns dels grans reptes de futur.

El Camp de Tarragona compta amb actius diferencials com la Universitat Rovira i Virgili, els centres de recerca, el complex petroquímic més important del sud d'Europa, el



Acord amb cambres de comerç, el maig de 2026

Port de Tarragona o l'aeroport de Reus. Però els responsables municipals coincideixen que cal reforçar les connexions entre aquests actius per generar més valor afegit.

La capacitat per retenir talent jove és una altra de les preocupacions compartides. Els alcaldes coincideixen que disposar d'habitatge assequible, bona mobilitat, oportunitats laborals i qualitat de vida serà determinant per competir amb altres territoris.

Cooperar sense perdre identitat

Una de les qüestions que apareixen de manera recurrent quan es parla d'àrees metropolitanes és el temor que les ciutats més grans acabin imposant-se sobre la resta. En aquest sentit, els alcaldes rebutgen aquesta visió. Dolors Farré defensa que el projecte només tindrà èxit si es construeix des del consens i la cooperació. “No pot ser una batalla de campanars”, rebla. Des d'Altafulla, Jordi Molineira i Alba Muntadas reclamen que les capitals exerceixin un lideratge integrador i que els municipis petits participin activament en la definició de les polítiques metropolitanes. Per la seva banda, Sandra Guaita considera que els municipis han entès que els grans reptes actuals exigeixen sumar esforços i explica que “cooperar no debilita ningú; al contrari, ens fa més forts”.

Rubén Viñuales insisteix que la diversitat territorial és un dels principals actius del projecte: “No es tracta de renunciar a la identitat de cada municipi, sinó de veure què podem fer millor junts”. Així mateix, Oliver Klein afegeix que la pluralitat és precisament una de les forteses del Camp de Tarragona, on conviuen municipis industrials, turístics, agrícoles i residencials.

El Camp de Tarragona de 2035

Quan se'ls pregunta als alcaldes com imaginen el territori d'aquí a deu anys, les respostes dels alcaldes presenten matisos diferents però comparteixen un mateix horitzó.

Dolors Farré visualitza un Camp de Tarragona més cohesionat i competitiu, capaç de generar oportunitats per a tota la població. Sandra Guaita imagina una regió més preparada per afrontar els grans reptes globals gràcies a una millor coordinació i una major capacitat d'actuació conjunta. Rubén Viñuales parla d'un espai metropolità reconegut, amb veu pròpia i capacitat de lideratge dins de Catalunya, mentre que Oliver Klein imagina un territori modern, ben connectat i capaç de retenir talent sense perdre la seva qualitat de vida. Per últim, Jordi Molinera i Alba Muntadas aspiren a una metròpoli equilibrada, on grans ciutats i petits municipis avancin en la mateixa direcció sense perdre

la seva personalitat.

L'Àrea Metropolitana del Camp de Tarragona és encara un projecte en construcció. Però la seva filosofia és clara: els grans reptes del futur ja no entenen de límits municipals.

El paper de les cambres de comerç

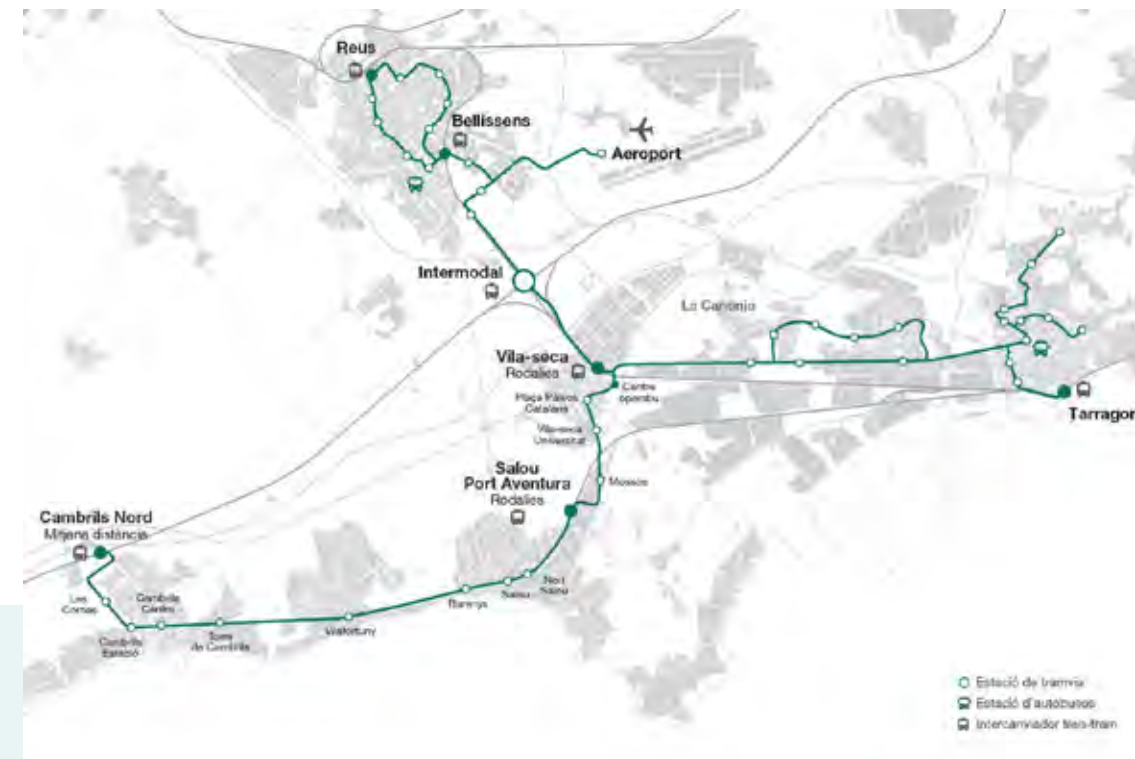
D'altra banda, l'Associació per l'Impuls Metropolità del Camp de Tarragona ha signat recentment un conveni amb les Cambres de Comerç de Valls, Tarragona i Reus. Un dels objectius clau de l'acord és crear aliances que permetin desenvolupar accions concretes de manera coordinada, a través de les ponències sectorials en àmbits com l'urbanisme, la mobilitat, la cultura i les infraestructures verdes, entre altres.

A través d'aquest protocol, les Cambres de Comerç podran actuar com a agents actius en l'impuls d'accions que afavoreixin la promoció del territori metropolità, actuant com a elements de cohesió amb criteris d'equilibri territorial. Per la seva part, l'Associació per l'Impuls Metropolità desenvoluparà accions dins del seu pla de treball anual amb la col·laboració activa de les Cambres de Comerç.

La presidenta de la Cambra de Comerç de Tarragona, Laura Roigé, ha destacat la voluntat de l'entitat “de formar part activa del projecte metropolità aportant la seva experiència per afavorir la cohesió territorial”. Tot i reconèixer que encara s'estan fent els primers passos, ha remarcat que cal temps i participació per consolidar la iniciativa i ha expressat “el desig que la il·lusió actual es tradueixi en un projecte sòlid per al conjunt del Camp de Tarragona”. Roigé també ha subratllat la importància de sumar esforços entre administracions, empreses i entitats “per construir una estratègia compartida que doni resposta als reptes del territori”.

En la mateixa línia, el president de la Cambra de Comerç de Valls, Josep Maria Rovira, ha assegurat que “des de l'entitat sempre han cregut en la seriositat del projecte” i ha defensat la necessitat que totes les institucions avancin en

El projecte aposta per superar la lògica municipal i consolidar el Camp de Tarragona com una regió urbana capaç de competir i planificar de manera coordinada.



El projecte vol donar una visió conjunta al territori.

una mateixa direcció. Rovira ha reivindicat el paper que ha de tenir el teixit empresarial dins l'àrea metropolitana, recordant que les cambres “representen treballadors, empreses i directius”.

A més, Rovira ha apuntat que la seva aportació serà “decidida i proactiva”, i ha defensat que la veu de les empreses ha de ser present no només en matèria de mobilitat, sinó també en qüestions relacionades amb la simplificació administrativa i la competitivitat econòmica.

Per la seva banda, el president de la Cambra de Comerç de Reus, Mario Basora, ha posat l'accent en la necessitat de construir una xarxa de mobilitat realment interconnectada que connecti els principals centres de població, els polígons industrials, les zones d'activitat econòmica i infraestructures estratègiques com el Port de Tarragona, l'Aeroport de Reus, el TramCamp o l'Estació Intermodal.

Segons Basora, aquesta connexió “és fonamental tant per a la competitivitat empresarial com per a la cohesió soci-

al, ja que facilita l'accés als llocs de treball, als serveis i a les oportunitats que ofereix el territori”. El president de la Cambra de Reus també ha defensat que el paper de les cambres dins el projecte metropolità ha de ser “estable i efectiu”, aportant coneixement directe del teixit empresarial, experiència en competitivitat i internacionalització i una visió territorial àmplia.

En aquest sentit, ha assenyalat la importància de contribuir a la creació d'un entorn empresarial previsible i jurídicament segur, participant en els debats sobre sòl industrial, infraestructures econòmiques, simplificació administrativa i criteris per a noves implantacions empresarials.

Si l'estratègia arriba a consolidar-se, el Camp de Tarragona podria convertir-se en una de les grans àrees metropolitanes emergents del sud d'Europa, amb capacitat per competir globalment sense renunciar a la seva diversitat i identitat territorial.



Una qüestió prioritària és adaptar el transport públic a les necessitats del territori.