

VIVIR



Yoko Ono,
reconocida como
coautora del
himno 'Imagine'

PÁGINA 6

Viernes, 16 de junio de 2017



ROSER VILALLONGA

Sigue la alerta por el calor y aumenta la contaminación

Protección Civil mantiene activada la alerta por la ola de calor, ante las previsiones de que “el episodio de temperaturas extremas” se mantenga al menos hasta hoy. La canícula, que llega cuando aún no ha comenzado el verano, ha propiciado campañas institucionales y de entidades altruistas para proteger de las altas temperaturas a las personas más vulnerables, los ancianos que viven solos. El calor coincide con un incremento de la polución. El Govern también ha activado un aviso preventivo por contaminación en 40 municipios de la capital y de la conurbación de Barcelona, desde Castelldefels hasta Ripollet o Sabadell, entre otras ciudades. Se trata del paso previo a la declaración de episodio ambiental y tiene por finalidad tratar de reducir la emisión de contaminantes para no alcanzar la siguiente fase.

Barcelona reinventa su marca para evitar que sea sólo turística

La ciudad redefine su estrategia de promoción internacional 25 años después de los Juegos

RAMON SUÑÉ
Barcelona

Veinticinco años después de los Juegos Olímpicos de 1992, y unos cuantos menos desde su transformación en una de las nuevas metrópolis globales, Barcelona ha decidido que ha llegado la hora de redefinir su exitosa marca de ciudad, la que comenzó a diseñar precisamente con motivo de la cita olímpica, para evitar que acabe convirtiéndose únicamente en una potente marca turística.

El objetivo, en palabras del director general de la asociación Barcelona Global, Mateu Hernández, es pasar de ser vista en el mundo sólo como una bonita “postcard” (una postal) para, sin dejar de ser eso, aspirar a identificarse también como una “business card”, una tarjeta de visita, una ciudad *friendly* en todos los aspectos, buena para ser visitada pero también para vivir en ella y atraer

talento e inversión. Esa es la meta que se ha marcado el Ayuntamiento, por mediación del segundo teniente de alcalde, el socialista Jaume Collboni, y Barcelona Global, la plataforma de empresarios y profesionales distribuidos por el mundo con la finalidad de captar talento, y en definitiva negocio, para la capital catalana.

Una jornada sobre “identidad y reputación de ciudad” organizada por el Ayuntamiento y Barcelona Global dio ayer el pistoletazo de salida al proceso de reinención de la marca Barcelona, un proceso que, a juzgar por cuáles son los socios en esta aventura, revisará la tradicional alianza entre las instituciones públicas y el sector privado que ha impregnado el modelo de transformación al menos en los últimos 30 años.

Al encuentro, celebrado en el multifuncional edificio MediaTic del distrito tecnológico 22@, fueron invitados representantes de

siete ciudades comparables a Barcelona –Londres, París, Nueva York, Tokio... juegan en otra división– con una buena reputación, habilidad para promocionarse internacionalmente y para captar talento (han creado ecosistemas favorables a la creación *start-ups*) y que, en definitiva, cuentan

con marcas consolidadas. Directores de las oficinas de promoción de Oslo, Amsterdam, Estocolmo, Berlín, Viena, Milán y Tel Aviv explicaron cómo estas ciudades, muy diferentes entre ellas, se han convertido en poderosos imanes de innovación y de inversión. Todas tienen un denominador co-

mún: la presencia de una oficina, agencia o departamento encargado de gestionar la marca y la promoción económica, algo de lo que carece Barcelona.

La capital catalana está, no obstante, en camino de corregir esta anomalía. Así lo confirmó ayer a *La Vanguardia* el teniente de alcalde de Promoción Económica, Jaume Collboni. De momento ya se ha constituido un pequeño grupo de trabajo, a modo de consejo social de promoción de la ciudad, que será el embrión de un organismo del que todavía no se ha decidido qué fórmula tendrá, si una agencia, una fundación, quizás un instituto. En este grupo fundador que coordina Consol Vancells, miembro del equipo de promoción de la ciudad que dirige Mario Rubert, están el presidente de Barcelona Global, Gonzalo Rodés; el economista y exconseller de la Generalitat An-

Alianza de ‘start-ups’ con París

A la misma hora que en el Poblenou comenzaba el proceso de repensar la marca Barcelona, en París representantes de las dos ciudades, entre ellos el teniente de alcalde Gerardo Pisarello, firmaban un acuerdo para un programa de intercambio de *start-ups*. Las empresas francesas invitadas por Barcelona Activa podrán alojarse en su

nueva incubadora tecnológica, situada en el edificio MediaTIC, y la capital francesa devolverá el gesto acogiendo a empresas barcelonesas (sobre todo del ámbito de la creación digital) en sus instalaciones de Paris&Co. Estas estancias, que permitirán tejer redes con los respectivos ecosistemas locales, tendrán una duración de cuatro semanas.

CONTINÚA EN LA PÁGINA SIGUIENTE >>>

INFRAESTRUCTURAS

La Cambra dice que el plan de Rodalies es “inasumible”

La institución económica no ve viable cumplir las inversiones anunciadas por Rajoy ante el retraso en la adjudicación de obras

DAVID GUERRERO
Barcelona

El plan de Rodalies anunciado por Mariano Rajoy en su visita a Barcelona a finales de marzo es “inviable e inasumible”, según el presidente de la Cambra de Comerç de Barcelona, Miquel Valls. La institución ha contrapuesto las cifras de inversión divulgadas con la capacidad presupuestaria del Gobierno y ve imposible que se puedan ejecutar los 4.185 millones de euros prometidos en los próximos cuatro años, de los cuales 1.800 corresponderían a Rodalies. “El plan tiene un exceso de voluntarismo y una falta de análisis en profundidad”, resumió Valls.

Las restricciones de déficit público impuestas por la Unión Europea complican aún más el cumplimiento de las promesas de inversión. Pero, más allá de la cuestión económica, los responsables de la Cambra aseguran que hay un problema burocrático. “Hay un cuello de botella en la tramitación administrativa de los expedientes y en la gestión de contratos que lo retrasa todo aún más”, denunció ayer Valls. Puso como ejemplo la licitación del estudio informativo del cuarto cinturón entre Terrassa y Granollers. El contrato se anunció en junio del año pasado, pero no se ha adjudicado hasta un año después.

Además de mostrar incredulidad ante las promesas de Mariano Rajoy que se deberían materializar entre 2017 y 2020, la Cambra de Comerç critica que el plan conste de “múltiples pequeñas ac-



El soterramiento de las vías a su paso por l'Hospitalet es uno de los proyectos comprometidos

Reprobación del Parlament por las colas en El Prat

El pleno del Parlament reprobó ayer la “absoluta falta de previsión, de maquinaria y de recursos humanos” del Gobierno en los controles de pasaportes del aeropuerto de El Prat. El texto denuncia que “no había ni tan siquiera los recursos mínimos” para afrontar las nuevas necesidades generadas por la entrada en vigor de la normativa que hace más exhaustivos los controles por motivos de seguridad antiterrorista al entrar y salir de la zona Schengen.

La moción, presentada por Junts pel Sí, se aprobó con el voto favorable de todos los partidos excepto el PP. Las colas de más de tres horas registradas hace un mes y medio se dan por resueltas tras la llegada de 20 aparatos verificadores de pasaportes nuevos y decenas de agentes de la Policía Nacional. El Gobierno, Aena, la Generalitat y el resto de las administraciones implicadas mantienen un comité de seguimiento semanal de la crisis

desde hace tres semanas. El compromiso es mantener el tiempo de espera medio por debajo de los estándares europeos –20 minutos en las salidas y 40 en las llegadas–, unos límites que durante los últimos días se están cumpliendo excepto en momentos muy ocasionales. Antes de final de mes se esperan 30 aparatos más y la incorporación de nuevos agentes hasta alcanzar los 144 acordados para afrontar con garantías la temporada de verano.

ciones y una única gran obra, el tren lanzadera al aeropuerto”. Sobre dicha actuación, incluso expresan sus dudas porque de momento se está construyendo el túnel, pero se desconoce cuándo y cómo se licitará la segunda fase, consistente en la construcción de la estructura ferroviaria y la explotación del servicio, para la cual se ha postulado Ferrocarrils de la Generalitat (FGC) aunque es el Ministerio de Fomento el que tiene el poder de decisión.

Miquel Valls cargó ayer contra el Ministerio de Fomento, aunque tampoco se ahorró críticas a la Generalitat. “Piden el traspaso, pero se pierden en el discurso de quién debe gestionar y nadie explica un plan concreto de funcionamiento en el futuro”, denunció el presidente de la Cambra tras lamentar que “ni unos ni otros han explicado el modelo que quieren para la red de Rodalies. Lo que hace falta de verdad son visiones compartidas que dejen clara la foto final”.

La Generalitat recibe críticas por limitarse a pedir el traspaso sin explicar su modelo de funcionamiento

La Cambra considera como actuaciones estratégicas la finalización de la estación intermodal de la Sagrera y los túneles ferroviarios de Montcada y l'Hospitalet. Sobre estas dos obras, que comportan el soterramiento para dar respuesta a las reivindicaciones vecinales en las ciudades afectadas, la Cambra advierte de las numerosas incertidumbres que las rodean. “Sin dinero y sin papeles, las expectativas están destinadas a generar frustración”, alertó Valls.

El presidente de la institución reclama revisar la contratación del sector público y hacer efectiva una mayor coordinación de las diferentes administraciones a nivel ejecutivo para avanzar en proyectos importantes como los accesos al puerto de Barcelona. La Cambra también apuesta por la colaboración entre el sector público y el privado bajo esquemas de pago por disponibilidad o por uso para poder sacar adelante proyectos que requieren gran inversión.●

Una marca fuerte y reconocida pero carente de gestión

>>> VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

dreu Mas-Colell; la directora general del grupo Random House, Núria Cabotí, y Verónica Tan, integrante también del equipo de promoción de Barcelona.

Ya en el anterior mandato, con Xavier Trias en la alcaldía, el Ayuntamiento trató de comenzar a impulsar esta renovación de la marca Barcelona, tal y como reconoció ayer públicamente y en términos elogiosos en las jornadas celebradas en el edificio MediaTic el propio Collboni. Esta cuestión desapareció, sin embargo, de la

agenda municipal tras las elecciones de mayo del 2015 y no volvió a entrar en ella hasta que no se produjo la reincorporación del PSC al gobierno de la ciudad. En la actualidad es una estrategia que, poco a poco, ha ido asumiendo también BComú, el socio mayoritario del gobierno de Ada Colau, y en especial miembros tan destacados del gabinete como el primer teniente de alcalde, Gerardo Pisarello, que está viviendo una apasionada luna de miel con el mundo de las startups tecnológicas.

En la estrategia de construcción de una nueva marca Barcelona que

vaya más allá del turismo son de capital importancia operaciones como la de la candidatura de la ciudad a albergar la Agencia Europea del Medicamento (EMA), un objetivo común de las tres administraciones públicas en el que Barcelona Global también está teniendo un papel destacado. Asimismo, como pusieron de relieve algunas de las ciudades invitadas al seminario celebrado ayer, una estrategia de marca y de promoción de una urbe como Barcelona no tiene sentido si no se contempla desde una óptica metropolitana. Precisamente, el organismo supramunicipal presidido por Ada Colau, y en el que Jaume Collboni ostenta una vicepresidencia, está vistiendo una agencia metropolitana de desarrollo económico en la que la cuestión de la marca será uno de los ejes centrales.

En la intervención inicial de la jornada, Gonzalo Rodés advirtió de la necesidad de gestionar ade-

EL DATO

Una iniciativa en los tribunales

El Ayuntamiento ha intentado varias veces registrar la marca Barcelona para evitar el mal uso que del nombre de la ciudad pudieran hacer empresas, productos o servicios. En el 2012 lo probó en el registro de patentes, pero la interposición de recursos judicializó el proceso, una de las razones que han propiciado un cambio de estrategia para tratar de gestionar la marca por otra vía. Con todo, la vía legal sigue abierta: el 25 de mayo el Supremo admitió un recurso de casación presentado por el Ayuntamiento.

cuadamente la marca Barcelona. “La marca Barcelona es fuerte, poderosa, reconocida en el mundo y altamente positiva. Pero esta marca, su reputación, no está siendo gestionada, y si una marca no es gestionada, hay un alto riesgo de perderla o de que pierda su poder de atracción”, señaló el presidente de Barcelona Global.

La jornada, con todas las intervenciones en inglés y con posterior excursión de los participantes al festival de música avanzada Sónar –citado, por cierto, como uno de los ejemplos de éxito *made in Barcelona*–, contó con la intervención estelar del profesor Greg Clark, presidente de Business of Cities, organización que efectúa análisis comparativos del desarrollo de las ciudades y auténtico gurú mundial de la globalización, la identidad y la planificación estratégica de las ciudades. Clark también aportará su sapiencia a la reinvencción de la marca Barcelona.●