

COMPETITIVITAT Recerca, cohesió social i la marca Catalunya són objectius bàsics

Autoestima per situar Catalunya al món

JOVES EMPRESARIS • Un grup d'homes d'empresa i executius ha creat FemCat, una fundació privada per al progrés econòmic i social del país **LLARG TERMINI** • L'entitat treballa amb l'horitzó d'una dècada per obtenir resultats valuables sobre competitivitat, cohesió social i projecció

Marga Moreno
BARCELONA

J. F. Kennedy té, entre moltes altres, una frase cèlebre: "No preguntis què pot fer el país per tu, sinó què pots fer tu pel teu país". Aquest seria el *leit motiv* que inspira els membres de FemCat. La fundació va néixer ara fa poc més d'un any per iniciativa d'un grup de joves —entre 35 i 55 anys— empresaris i executius catalans que, tal com explica a l'AVUI el seu president, Joaquim Boixareu, tenien des de fa temps el "neguit individual" de fer alguna cosa pel país superant l'àmbit de la creació de riquesa inherent a la seva feina, i també depassant la mera generació de debat que caracteritza algunes institucions.

Totes les comarques

El perfil de les persones de FemCat demostra que no vol ser una institució únicament barcelonina, sinó que sigui representativa del territori. Així, hi consten, per exemple, Ramon Roca, president de Ros Roca, de Tàrraga; Adriana Casademont, vicepresidenta del grup homònim de Girona, o Lluís Rullan, president de Port Aventura, a més dels que participen en la conversa, Boixareu, president de la fundació, el secretari, Xavier Cambra, i dos dels vicepresidents, Albert Esteve, vicepresident d'Esteve, i Josep Mateu, director general del RACC.

"Detectem —comenta Boixareu—, una certa manca d'ambició i de mobilització de la societat civil". Amb aquest ànim, pretenen "fixar objectius a llarg termini, defugint el regat curt", amb un període de deu anys des del seu naixement, és a dir, amb el 2014 com a horitzó.

La fundació s'articula sobre quatre eixos: innovació, competitivitat, cohesió social i projecció de Catalunya al món, més enllà de la comparació estèril entre Barcelona i Madrid o de Catalunya amb la resta d'Espanya. Sobre els quatre eixos esmentats pivoten uns 25 objectius bàsics, molt definits i quantificats: "Per exemple, no és el mateix dir que cal parlar més anglès que definir a quina edat s'hauria de tenir un determinat nivell o el certificat Proficiency".

D'entrada, per a aquest any, s'han triat set àmbits d'actuació per anar-hi treballant: infraestructures; convergència horària amb la UE, idiomes, internacionalització d'universi-



Joaquim Boixareu (dreta), president de FemCat, junt amb Josep Mateu, Xavier Cambra i Albert Esteve, patrons de la fundació ■ JOSEP LOSADA

23 patrons és el nombre d'adherits actualment a la fundació FemCat. L'objectiu per als pròxims mesos és arribar a ser-ne un centenar.

tats i recerca, internacionalització de les empreses, projecció de "Catalònia" com a marca i, finalment, el tema més social: integració laboral de la immigració i de la gent gran "que encara pot oferir la seva experiència".

Independència

FemCat es defineix com a "independent" de qualsevol grup polític, per la qual cosa no volen entrar a fer valoracions "sobre temes com el Pacte de Competitivitat o l'Estatut". Amb tot, sí que subscriuen i s'afegeixen a les iniciatives que ja estan en marxa i que connecten amb la seva filosofia.

El president de FemCat insisteix que no tenen afany de protagonisme. Com a exemple, parla del que han après de la Fundación Independiente, de Madrid, presidida pel reusenc Ignasi Boqueras, que ha fet informes al voltant de la repercussió en tots els àmbits de l'adaptació d'horaris als europeus. "Si hi ha una iniciativa com aquesta, el que no farem serà duplicats, la secundarem i hi donarem suport". Per això, ja han sugge-

rit al president del Parlament de Catalunya la creació d'una comissió parlamentària que estudiï la convergència horària amb Europa, "en la qual Catalunya hauria de ser capdavantera", assegura Boixareu.

Altres propostes innovadores de FemCat respecte al que ja han suggerit per a la competitivitat catalana institucions com la Cambra o el Cercle d'Economia (infraestructures vià-

Una de les propostes per a la competitivitat és mirar de tendir cap a la convergència horària amb Europa

ries, formació, etc.), incideixen en la necessitat, per exemple, de vetllar per altres infraestructures que queden eclipsades per les viàries, per exemple, les de telecomunicacions o les relacionades amb l'aigua.

Vendre Catalunya com a marca és una altra de les seves apostes, al voltant de la qual minimitzen circumstàncies com el boicot als productes

catalans promogut des d'alguns sectors espanyols. És una qüestió de seguretat: "Convé apujar l'autoestima del país, Catalunya té un potencial enorme, i no ho diem tan sols per estimació patriòtica sinó perquè n'estem convençuts", argumenta Boixareu. En aquesta línia, a FemCat defugen les visions catastrofistes o exageradament crítiques amb la situació actual i opten per valorar circumstàncies de tot tipus, des de la puixança catalana en l'esport, encapçalada pel Barça, al fet que Catalunya compta amb dues de les millors escoles de negocis del món, amb quatre dels 25 primers científics mundials o que Barcelona és la cinquena ciutat per fer negocis a Europa, segons diversos estudis.

Amb aquesta autoestima com a bagatge, Boixareu suggereix mirar cap als països que han sabut superar els seus propis handicaps i han passat de ser cuers dels rànquings a capdavanters a emular, com Irlanda o la petita Finlàndia. "Hem d'estar convençuts que podem fer moltes coses fantàstiques", s'entusiasma. ■