

5centims.cat

Una visió analítica de l'economia catalana



[INICI](#) [QUÈ ÉS 5CENTIMS.CAT?](#) [POLÍTICA DE COMENTARIS](#) [QUI SOM?](#)

SOCIETAT CATALANA D'ECONOMIA

[Economia Pública](#) [Economia regional](#) [Geografia econòmica](#) [Medi ambient](#)

Per què ordenar i gestionar adequadament un paisatge és rendible econòmicament?



Pere Sala i Martí — 30 de setembre de 2021



Lectures 2037

 **Temps de lectura** 6 minuts

Ordenar, gestionar i protegir adequadament un paisatge, sigui urbà o rural, emblemàtic o quotidià, és rendible econòmicament.

L'alcaldeessa de Senan, Carme Ferrer, escriu al pròleg del catàleg *La pagesia i el paisatge ens alimenten*: "Menjar cada dia va més enllà de consumir simples aliments, asseure'ns a taula també és paisatge, biodiversitat, cultura, sobirania alimentària, economia local, reequilibri territorial i oportunitats de fixació de població al territori rural perquè aquest segueixi custodiat". La publicació s'inspira en la Carta del paisatge de la Conca de Barberà, aprovada el 2019, que aposta decididament per uns paisatges agrícoles que proveeixin de productes de qualitat, lligats al lloc, amb valor afegit, amb rostre humà, i que propiciïn un procés de canvi cap a un model de consum més conscient, responsable, equitatiu i saludable. L'objectiu és, al final, poder viure i produir en paisatges de qualitat.

Viatgem ara més cap a ponent. Una part del sector de l'oli de les Garrigues i del Segrià Sec, a través del projecte *Fòrum Verge Extra: Oli i Territori*, intenta que els cultius extensius d'oliveres, el ric patrimoni de pedra seca, o els valors de la humilitat, la pausa i la tranquil·litat, contribueixin al posicionament de l'oli d'oliva verge extra al mercat i esdevinguin, per tant, factors clau en la seva cadena de valor. L'objectiu és semblant al de l'exemple anterior: convertir el paisatge en un motor de canvi que generi valor i autoestima, des de la convicció que el producte -en aquest cas, l'oli- és indissociable del paisatge que el produeix i que és possible fer viable un sistema de producció que s'adeqüi a la idiosincràsia dels valors paisatgístics i patrimonials.

Des de Ponent, ens desplaçem cap al cor del Pallars. Allí l'associació Marques de Pastor ens demostra amb el projecte

Gratitud Pallars com només el turisme que s'alinea amb els valors dels paisatges locals i de la població pallaresa pot ser responsable i fins i tot regeneratiu. La fórmula és ben senzilla i innovadora al mateix temps: a través d'eines de micromecenatge i voluntariat, els visitants, les empreses, els ens locals i la població poden vincular-se i participar en la gestió, restauració i millora dels paisatges pallaresos (sobretot dels territoris que travessen la ruta circular El Cinquè Llac), a més a més de compensar la petjada ecològica de les persones que hi arriben des de diversos llocs del món.

I dels Pirineus, anem fins a l'Estartit, a la Costa Brava. Aquest indret entre el massís del Montgrí i la desembocadura del riu Ter és un clar exponent de com els territoris que aposten per dignificar-se, per ressaltar les seves principals fites patrimonials, naturals i culturals, per millorar la qualitat dels seus espais públics, es tornen més dinàmics i competitius. El projecte de desurbanització de la Pletera per acabar creant un paisatge de maresme (que ja des del primer moment ha esdevingut un nou patrimoni local i un nou referent cultural i social), n'és un excel·lent exemple, que l'Observatori del Paisatge ha recollit en el llibre (Des)fer paisatges. L'assessor turístic Josep Capellà, un dels seus principals artífexs, fa anys que recopila dades que demostren molt clarament com l'aposta per la preservació, millora i resignificació dels principals paisatges d'aquest racó de la costa gironina ha derivat en la creació de noves empreses, la diversificació d'activitats, la consolidació d'una nova demanda, la generació d'ingressos directes i de noves ocupacions, i l'extensió de la temporada turística en un territori marcat durant dècades per l'estacionalitat. Heus aquí un exemple de com la recuperació de la identitat local a través del seu patrimoni, l'aposta per la qualitat d'aquest tram de costa, per refer un paisatge que pretén endreçar-se, i per fer-ho acompanyat de pràctiques artístiques que busquen la restauració de la memòria del lloc, no només han estat peces essencials per capgirar les dinàmiques socials i econòmiques, sinó que ha aconseguit recuperar una singularitat i internacionalitzar-se. També demostra com el turisme de qualitat evita els paisatges malmesos i homogeneïtzats i busca la originalitat, l'autenticitat, i aquells indrets que estiguin ben cuidats.

Altres (24)
Banca i inversió (4)
Benestar (11)
Canvi climàtic (19)
Competència (6)
Conjuntura (1)
Covid-19 (14)
Criminalitat (3)
Cultura (8)
Demografia (3)
Desigualtat (40)
Economia del comportament (1)
Economia Ecològica (4)
Economia política (24)
Economia Pública (31)
Economia regional (22)
Economia Urbana (5)
Educació (25)
Empresa (12)
Energia (14)
Esport (4)
Estadística (8)

Què tenen en comú aquests quatre exemples? Doncs una evidència cada cop més compartida per les administracions públiques i pels sectors econòmics i socials: ordenar, gestionar i protegir adequadament un paisatge, sigui urbà o rural, emblemàtic o quotidià, és rendible econòmicament. Dit d'una altra manera, el paisatge –entès com el marc de vida de les persones que viuen en un territori- és cada cop més una peça clau del desenvolupament local i un recurs econòmic de primer ordre. Hi ha un munt d'iniciatives innovadores i emprenedores que són capaces de generar ocupació i que troben en el paisatge la seva font d'inspiració. En tots aquests llocs, el paisatge esdevé un capital territorial que no es pot deslocalitzar i que mereix una atenció preferent per a millorar i mantenir la competitivitat d'aquests territoris.

A més, la qualitat del paisatge també té una repercussió molt important en les polítiques de salut. L'ús de senders, vies verdes, camins i passeigs fluvials i costaners, boscos, parcs urbans, o dels nombrosos circuits de salut que abunden a les nostres ciutats, per exemple, pel fet de poder fer-hi activitat saludable de forma segura i responsable, a més de comportar una millora de la qualitat de vida de la població, acaba tenint unes conseqüències econòmiques rellevants. D'aquí la necessitat de destinar esforços per injectar qualitat en els paisatges quotidians del futur, incloent-hi sobretot els urbans i els que els envolten. En temps de pandèmia, aquest objectiu pren encara més sentit.

La qualitat del paisatge i de l'entorn és també un factor de competitivitat decisiu per a l'atracció d'empreses innovadores i de mà d'obra qualificada. Moltes empreses decideixen localitzar-se en un lloc –i no en un altre- perquè el seu paisatge dota de contingut i significació el seu producte i atorga qualitat de vida a uns treballadors qualificats que cada cop la valoren més. En el seminari internacional "Paisatge, economia i empresa", que l'Observatori va organitzar a Barcelona l'any 2015 i publicat posteriorment en forma de llibre, vam veure com algunes empreses vetllen pel manteniment i la millora de la singularitat del paisatge on s'ubiquen perquè són conscients que l'excel·lència del seu producte no seria possible en un territori desendreçat i de poca qualitat.

Així mateix, cada vegada apareixen més exemples de com un

Família (9)

Gènere (11)

Geografia econòmica (12)

Habitatge (18)

Hisenda (14)

Història Econòmica (14)

Immigració (11)

Indústria (9)

Llengua (5)

Macroeconomia (11)

Medi ambient (24)

Mercat de treball (31)

Pensions (4)

Polítiques Públiques (55)

Preus (3)

Salut (29)

Sostenibilitat (19)

Tecnologia (5)

Transport i mobilitat (24)

Turisme (13)

Paraules Clau

paisatge singular i de qualitat té un impacte positiu en sectors estratègics tan diversos com el cinema, la publicitat, la moda, la gastronomia, o el disseny, entre altres. Aquests sectors usen el paisatge i els seus valors inherents per transmetre una idea, un concepte, un producte.

Tot això ens obliga, per tant, a perseguir la qualitat en qualsevol política de desenvolupament, tal i com passa des de fa molt temps als Països Baixos, Noruega, Suïssa, Escòcia, o regions europees com Provença, o Toscana, on un entorn de qualitat és considerat a més un actiu imprescindible que reforça l'autoestima pel lloc i condiona la pròpia imatge que projecten. Del que es tracta, en definitiva, és d'apostar per un paisatge de qualitat que repercuteixi positivament en el benestar de la població, generi oportunitats econòmiques, dinamitzi culturalment i socialment un territori i, al capdavall, esdevingui alhora una carta de presentació de Catalunya al món.



About Post Author

Pere Sala i Martí

Pere Sala i Martí és el director de l'Observatori del Paisatge de Catalunya. El seu treball es focalitza en la integració del paisatge en les polítiques públiques, la implementació de polítiques de paisatge a Europa, la relació entre paisatge i desenvolupament, així com en els paisatges emergents. També assessora el Consell d'Europa, és professor associat a la Universitat Pompeu Fabra i col·labora en altres cursos i postgraus universitaris.

Aeroport

Avaluació

Avaluació Econòmica

Canvi Climàtic

Competència

Contaminació

COVID

Crisi Econòmica

Dades

Desigualtat

Economia Circular

Economia Política

Educació

Energia

Família

Finançament Autòmic

Habitatge

Història Econòmica

Immigració

Impacte Econòmic

Impacte Mediambiental