



**IDAPA**

Institut per al Desenvolupament  
i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran  
*Institut entath Desvolopament  
e ara Promoció ceth Naut Pironèu e Aran*

# Primeres Jornades Econòmiques de l'Alt Pirineu i Aran

**3 de desembre  
de 2009**

Al CITA de Talarn  
(Pallars Jussà)

**L'economia pirinenca  
avui: oportunitats en  
temps de crisi**

**DOCUMENT DE  
CONCLUSIONS**



Generalitat de Catalunya  
Departament de Política Territorial  
i Obres Públiques

## **CONCLUSIONS DE LES PRIMERES JORNADES ECONÒMIQUES DE L'ALT PIRINEU I ARAN**

Promogudes per l'Institut pel Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA), les Primeres Jornades Econòmiques de l'Alt Pirineu i Aran es van celebrar el passat 3 de desembre de 2009, a l'edifici del CITA de Talarn. Van assistir-hi un centenar de persones, provinents de diferents punts del Pirineu.

El Sr. Lluís Caelles va desenvolupar les tasques de conducció i dinamització de les jornades.

Va obrir les Jornades el Sr. Arcadi Castelló, director de l'IDAPA, agraint a totes les persones la seva assistència i posant de manifest la necessitat i l'oportunitat de la celebració periòdica de jornades d'aquestes característiques, atesa la manca de punts de trobada i coneixement mutu entre els diferents agents econòmics del territori pirinenc, ja siguin de l'àmbit públic com del privat.

Tot seguit va prendre la paraula el Sr. Víctor Orrit, delegat del Govern a l'Alt Pirineu i Aran. En la seva intervenció va destacar les noves oportunitats de negoci en el territori, ja sigui per a la generació de noves activitats econòmiques alternatives o bé com la necessària reconversió d'alguns sectors tradicionals clau. En aquest sentit, va repassar les possibilitats a l'entorn del sector primari, la indústria, els pantans de cua, el sector elèctric, les ciències ambientals o de les influències de l'anella científica de Lleida.

### **Ponència-marc: L'economia pirinenca en el context de l'economia catalana**

Un cop inaugurada la jornada, el Dr. Romà Pujades va desenvolupar la ponència marc de la jornada. A continuació es resumeixen els punts més importants que va posar de manifest aquesta ponència:

- Mentre que l'anàlisi dels indicadors generals (població total, densitat de població, PIB total, ...) mostren un territori buit i poc poblat, les variables de **qualitat** (PIB per càpita, renda familiar disponible per habitant) demostren que es tracta d'un territori dinàmic i amb una elevada qualitat de vida, amb rendes superiors a les de qualsevol altre regió de Catalunya.
- No obstant això, el desenvolupament dels darrers anys ha tingut com a component bàsic la pressió urbanística més elevada que la mitjana de Catalunya, factor que ha tingut efectes negatius sobre el paisatge de molts indrets del Pirineu i, també, ha dut l'activitat econòmica a un cert acomodament en un sector de futur incert.
- El Pirineu és un territori molt heterogeni en diversos sentits:
  - Estructura territorial i paisatgística: les ciutats no tenen gran atractiu però juguen un paper fonamental en la qualitat de vida (proporcionen serveis sanitaris, educatius, comercials, ...) que ajuden a fixar la població al territori i, a més, generen la major part de llocs de treball. Els petits pobles, en canvi, aporten atractiu al territori i contribueixen a preservar el caràcter rural del Pirineu.
  - Social: l'arribada de grans contingents de persones estrangeres ha canviat el paisatge social del Pirineu, on les persones autòctones presenten una estructura social força envellida i les persones novingudes (tan estrangeres com les anomenades *neorurals*) han contribuït de manera decisiva al relleu generacional.

- Econòmic: cal partir del reconeixement del fet de què existeixen dues muntanyes. Per una banda, l'alta muntanya dinàmica, on la població va tocar fons a la dècada de 1980, amb una activitat econòmica important i una pressió urbanística molt forta, formada per les comarques de la Vall d'Aran, la Cerdanya i el Pallars Sobirà, que han cimentat aquesta tendència en el turisme de neu i en la construcció. De l'altra, la mitja muntanya, estancada socialment i amb una dinàmica demogràfica regressiva, aturada darrerament per la immigració estrangera, i amb molt poca pressió urbanística, formada per les comarques del Pallars Jussà, l'Alt Urgell i part de l'Alta Ribagorça.
- Aquesta heterogeneïtat de la regió pirinenca pot ser harmoniosa i podria suposar un impuls per a l'activitat econòmica i per incrementar el seu atractiu. Per aconseguir-ho, s'ha d'actuar en diversos fronts:
  - Preservar el patrimoni natural, paisatgístic i arquitectònic, i aprendre a explotar el seu poder econòmic.
  - Potenciar i recolzar l'artesanía, tant per la seva vessant econòmica com per la cultural, ja que prestigia el territori.
  - Potenciar el sector primari fomentant el tancament del cercle productiu i la producció de derivats.
  - Potenciar la construcció d'hotels de dimensió mitjana, de qualitat i aprofitar totes les vessants del turisme, conformant una oferta turística completa i de qualitat.
  - Atraure i fomentar la presència de generadors de treball (mitjana indústria) i impulsar la creació d'un districte industrial en aquells sectors on l'Alt Pirineu i Aran pugui obtenir avantatge competitiu.
  - Facilitar la innovació a la muntanya (com per exemple la iniciativa del Centre Tecnològic Forestal de Catalunya).
  - Aprofitar les telecomunicacions per localitzar llocs de treball qualificats: la revolució de les telecomunicacions allibera la petita indústria altament qualificada de localitzar-se en àrees molt urbanitzades.
  - Potenciar les infraestructures de comunicacions viàries i aeroportuàries.
  - Potenciar el desenvolupament endogen dels microterritoris fomentant la diversificació i complementarietat de l'activitat, com és el cas, de la Vall de Barcedana, al Pallars Jussà).
  - Fomentar la iniciativa privada.



Presentació de les jornades a càrrec del director de l'IDAPA



Ponència marc a càrrec del Dr. Romà Pujades

Finalitzada la presentació de la ponència-marc, es van realitzar, sota el títol “**L’economia pirinenca a debat**”, tres taules rodones que van abordar la situació del teixit empresarial, el paper del sector primari i el futur del sector turístic. A continuació es resumeixen les aportacions més importants de cada una de les tres taules:

**Primera taula rodona: El sector empresarial pirinenc, peça clau del redreçament en el marc de la nova economia.**

- Vanesa Freixa, consultora de l'empresa mOntanyanes.
- Michael Loughlin, gerent de Software & Sistemes MAP.
- Martí Batalla, conseller delegat de Grifone.

Els membres de la taula van coincidir en destacar exemples d'altres territoris aïllats i perifèrics com el Pirineu i que, en canvi, han sabut desenvolupar activitats econòmiques competitives a nivell mundial. Cal doncs, fomentar aquest esperit emprenedor i innovador i, sobretot, adoptar una actitud personal positiva. Per tal d'assolir aquest objectiu, es van assenyalar diversos reptes que el territori ha de superar:

- La dotació de xarxes tecnològiques similars assimilables a les que hi ha a les grans conurbacions urbanes (ADSL i GPRS). El Pirineu pot competir i, de fet ho fa, amb territoris de tot el món i en condicions d'igualtat competitiva. Fins ara s'han perdut oportunitats de desenvolupament a causa de la manca de prestacions de les telecomunicacions.
- La mentalitat, encara massa tancada i limitada d'algunes empreses a l'hora d'obrir nous mercats i competir en un mercat global. És molt necessari que es pensi en el mercat exterior i s'aprofitin les oportunitats.
- La manca d'una estratègia política i territorial de conjunt, amb la persistència de l'excessiva politització del territori i els localismes i comarcalismes, per impulsar l'activitat econòmica pirinenca.
- Les empreses dels Pirineus no es coneixen entre elles, cal impulsar les relacions interempresarial en el territori com a via per engegar projectes més rendibles i amb un impacte local superior.

D'altra banda, es va reclamar de les institucions públiques la seva intervenció per tal de facilitar i fomentar la creació de llocs de treball qualificats i l'assentament de noves empreses de qualitat. En aquest sentit, el Pirineu és un territori on difícilment s'instauraran empreses industrials extensives en ocupació, per aquest motiu cal apostar per ser una economia potent per la via de la qualitat i l'aprofitament dels recursos propis. La creació d'una borsa de treball a la zona es va considerar una acció desitjable per tal de contribuir a evitar la fugida del talent. Els ponents són un exemple que el talent es pot quedar a la zona si es fan servir les eines que la nova economia aporta.



Taula rodona 1: sector empresarial



Públic assistent a les jornades

### Segona taula rodona: Jardiners o productors? El paper estratègic del sector primari.

- Josep Bombardó, productor de vedella ecològica i membre d'Ecocerdanya.
- Jordi Planes, productor artesà i gerent d'Embotits Estamariu.
- Josep Durany, president de la Comunitat de Regants de la Conca de Tremp.
- Joan Travé, president de la Cooperativa Pirenaica.

El membres de la taula van coincidir en la idea que els productors del sector primari no han de ser "els jardiners de la muntanya", sinó que cal generar una dinàmica econòmica pròpia. En aquest sentit, es van formular diferents propostes relatives a la definició del model productiu del sector primari:

- La diferenciació i les petites produccions de gran qualitat funcionen, però cal recolzar-les i reclamar una normativa sanitària a mida d'aquestes petites produccions. En aquest sentit, la producció de carns de gran qualitat i ecològiques són algunes de les activitats del sector primari que estan experimentant un cert èxit en els darrers anys.
- La possibilitat de combinar la producció artesanal amb la industrial és una bona estratègia per a territoris de muntanya. La producció artesana és una bona presentació i una bona entrada al mercat que pot servir com a reclam, però a partir d'allà, i sense abandonar-la, cal afrontar processos industrials que generin un volum prou important com per viure de manera professionalitzada d'una activitat econòmica.
- Cal incorporar una visió més empresarial a les produccions agroalimentàries, fomentant el tancament del cercle productiu i reforçant la comercialització. Per això cal associar-se, fer empreses i explotacions més grans per rebaixar els costos i incrementar la capacitat competitiva i professional de les empreses.
- Pel que fa a l'agricultura ecològica, es va posar de manifest que és un sector estratègic amb importants potencialitats. Com a exemples, es va fer esment a la possibilitat de definir la Conca de Tremp com una àrea de producció agrícola ecològica, que permetria abastir tot el Pirineu (l'horta i el graner del Pirineu).

Quant al paper de l'administració, s'afirma que s'ha passat d'una consideració de marginalitat a una aposta per la seva reconversió, mitjançant l'increment de les dimensions i la competitivitat de les empreses. També es va assenyalar que cal condicionar els ajuts de l'administració a les empreses al compliment d'uns criteris d'eficàcia econòmica, eliminant progressivament les ajudes que es limiten a subsidiar, sense fomentar la millora de la productivitat.

Per últim, es va abordar la necessitat de crear i promoure una marca "Pirineus" en el context agroalimentari, i també en el context d'altres sectors productius. Tot i que no s'hi ha treballat, hi ha la consciència i el convenciment que la marca "Pirineus" és bona, està prestigiada i és coneguda. Caldria, però, articular-la, implicant-hi tots els sectors que se'n poden beneficiar. L'ús d'aquesta marca prestigiaria tota l'activitat econòmica de les empreses pirinenques i seria un reclam de qualitat.



Taula rodona 2: Jardiners o productors?



Taula rodona 3: Turisme, cap al monocultiu econòmic del Pirineu?

### Tercera taula rodona: Turisme, cap al monocultiu econòmic del Pirineu?

- Joaquim Alsina, director de l'Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Activitats de Muntanya (ACEM).
- Josep M<sup>a</sup> Roca, vicepresident de la Federació de turisme rural de les Terres de Lleida.
- David Isern, director de l'hotel Muntanya de Prullans.

Al llarg d'aquesta sessió, els ponents van fer diverses consideracions sobre el model turístic pirinenc. Així, es va reconèixer que les estacions d'esquí han estat i són un gran motor per a l'activitat turística del Pirineu, i proporcionen un gran nombre de llocs de treball. No obstant, la seva presència ha tingut algunes externalitats negatives a causa del seu fortíssim lligam amb la construcció de segones residències, el foment d'un cert acomodament de l'activitat econòmica i la generació de llocs de treball poc qualificats.

També es va fer esment als importants i cada vegada més ràpids canvis en el mercat degut a la major disponibilitat d'informació i el major nombre d'opcions disponibles. Cal adaptar-se, i en aquest sentit, es van assenyalar diversos elements clau:

- Cal oferir qualitat, no enganyar al client i cuidar-lo al màxim: s'ha acabat el turisme captiu i qui no s'adapti i enfoqui el seu negoci al client no té futur.
- La qualitat passa per oferir una relació qualitat preu adequada i donar una informació veraç i ajustada a la realitat. En aquest sentit, la categorització de les cases de turisme rural vol reforçar aquesta informació.
- En èpoques de crisi s'ha de potenciar el client de proximitat i mantenir l'estranger.

Pel que fa a l'impuls d'accions conjuntes per a la promoció turística, es va assenyalar que s'ha de començar com abans millor ja que la competència és molt feroç. En aquest sentit, van destacar dues propostes:

- L'administració ha de potenciar el moviment associatiu entre totes les empreses turístiques i amb aquells sectors amb lligams potencials. Sembla que el Pirineu compta amb sectors amb potencial de participar del conegut a com a "cercle virtuós"; és un concepte que aplicat en aquest cas faria referència a l'aprofitament de les sinergies existents entre tots els sectors per generar major valor afegit pel territori.
- Reforçant allò expressat en l'anterior taula rodona, cal promoure la marca "Pirineus", tot i que avui encara planteja una sèrie d'interrogants que cal resoldre: Qui l'ha de promocionar? Com es canalitza aquesta promoció perquè inclogui tots els sectors amb què compta el territori? Com es fa servir la marca quan es va a l'exterior? Es coneix la marca a l'estranger? Tot i així, és clar que la promoció del turisme tindrà molta més força si es fa conjuntament i no de manera fragmentada.

Per últim, es va abordar la possibilitat de generar activitat econòmica alternativa en el sector, vinculada a l'aparició d'un nou perfil de client potencial: els "nous urbanites"; persones que procedeixen de ciutats (no necessàriament Barcelona) més pròximes que tot i ser més propers al món rural, tenen comportament d'habitant de les grans conurbacions. Aquestes persones poden ser font de generació d'activitat?

### Ponència de clausura: El paisatge a la cassola

Un cop donats per tancats els debats i els corresponents torns de preguntes, va tenir lloc la segona ponència de la jornada, desenvolupada pel Sr. Enric Canut, que va analitzar els diferents productes agroalimentaris tradicionals que es poden trobar al Pirineu i la seva aplicació a la gastronomia del territori, tot aprofundint en les possibilitats que aquests ofereixen i reivindicant el seu ús.

La clausura oficial de les Jornades va córrer a càrrec del Sr. Arcadi Castilló, director de l'Idapa i del Sr. Jordi Mas, director dels serveis territorials del Departament de Política Territorial i Obres Públiques a l'Alt Pirineu i Aran.

Posteriorment, el Sr. Ramón Aytés, membre de l'Associació gastronòmica la Xicoia va presentar el menú que es va poder degustar, a continuació, i que intentava ser una traducció gastronòmica dels principis exposats pel Sr. Canut. Un cop acabat el dinar es varen donar per tancades les Primeres Jornades Econòmiques de l'Alt Pirineu i Aran.



Intervenció del Sr. Enric Canut



Presentació del menú de les Jornades, elaborat per l'Associació gastronòmica la Xicoia