

GESOP

E N Q U E S T A

La imatge del món rural a Catalunya

## **Informe de resultats**

Desembre de 2005

# Í n d e x

Presentació i Fitxa tècnica	3
Població entrevistada	5
Imatge del món rural	9
Els productes catalans	15
La competitivitat dels productes catalans	20
Factors que influeixen en la decisió de compra	27
La compra en origen	34
Les noves activitats al mon rural	42
Els boscos	49
Conclusions	60



Presentació i Fitxa tècnica

El següent document presenta l'informe de resultats de l'enquesta "Imatge del món rural a Catalunya". Aquest estudi ha estat encarregat pel Congrés del Mon Rural de Catalunya amb l'objectiu de conèixer millor la imatge i la opinió que els catalans tenen del món rural.

La problemàtica que afecta al món rural és diversa i per tant també són diversos els continguts d'aquest estudi.

Concretament, els primer apartat fa una aproximació a la imatge que els catalans tenen del món rural, dels pagesos i de les activitats que aquests hi desenvolupen.

A continuació, els apartats dos, tres i quatre de l'estudi entren a avaluar qüestions relacionades amb els productes del món rural i la seva competitivitat. Així mateix també es fa una aproximació als diferents factors que influeixen en la decisió de compra, posant especial èmfasis al paper que juga l'origen dels productes.

També el cinquè apartat considera qüestions relacionades amb la compra. Més concretament es presenten dades relacionades amb la incidència de la compra en origen i quins són els productes que la protagonitzen.

El penúltim apartat incideix en qüestions relacionades amb les noves activitats que estant prenent cos ja fa anys al món rural: turisme rural, esports d'aventura i segones residències.

Finalment, clou aquest informe l'apartat dedicat a analitzar la percepció que es té de l'estat dels boscos i l'opinió dels entrevistats front la possibilitat de cobrar per alguns dels usos que se'n fa.

## FITXA TÈCNICA:

**Tècnica d'investigació:** Entrevista telefònica assistida per ordinador. **Àmbit geogràfic:** Catalunya. **Univers:** Població de 18 i més anys resident a Catalunya **Número d'entrevistes:** 1.202 entrevistes. **Error de la mostra:**  $\pm 3,36\%$  per un nivell de confiança del 95% i  $p=q=0,5$ . **Tipus de mostreig:** Mostra estratificada per dimensió de municipi. 800 entrevistes distribuïdes proporcionalment entre els diferents estrats i 400 distribuïdes també proporcionalment entre els dos estrats que agrupen els municipis de 5.000 i menys habitants.

Dimensió de municipi	Població 18 i més anys		Mostra			
	Absoluts	Percentatge	1a distribució	2a distribució	Entrevistes a realitzar	Entrevistes realitzades
Menys de 2000	321.541	5,7%	45	196	241	241
De 2 a 5000	336.236	5,9%	48	204	252	252
De 5 a 10 mil	453.050	8,0%	64		64	64
De 10 a 20 mil	564.406	10,0%	80		80	80
De 20 a 50 mil	762.920	13,5%	108		108	108
De 50 a 100 mil	769.738	13,6%	109		109	109
Més de 100 mil	1.098.198	19,4%	155		155	155
Barcelona ciutat	1.354.026	23,9%	191		191	193
<b>Total</b>	<b>5.660.113</b>	<b>100,0%</b>	<b>800</b>	<b>400</b>	<b>1.200</b>	<b>1.202</b>

S'han fixat quotes de sexe i edat dins de cada estrat. Per l'obtenció dels resultats la mostra s'ha ponderat d'acord al pes real de cada estrat dins del conjunt de la població.

**El treball de camp** s'ha dut a terme entre els dies 23 de novembre i 1 de desembre 2005.

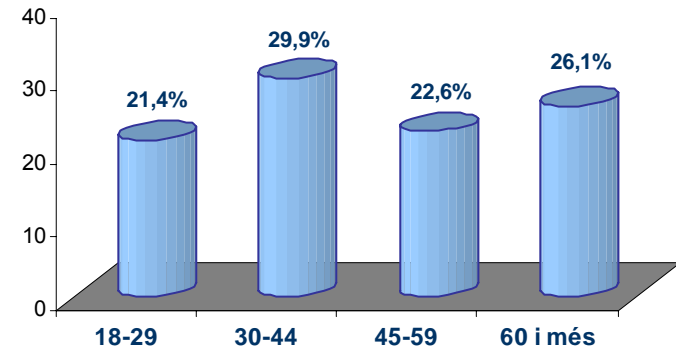


Població entrevistada

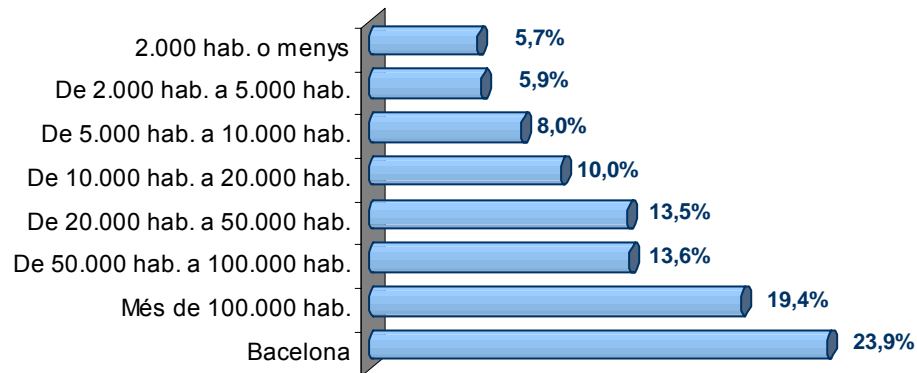
## Sexe



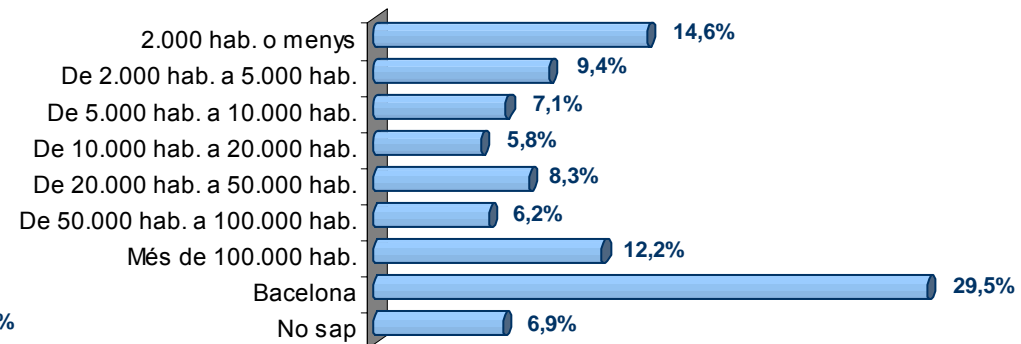
## Edat



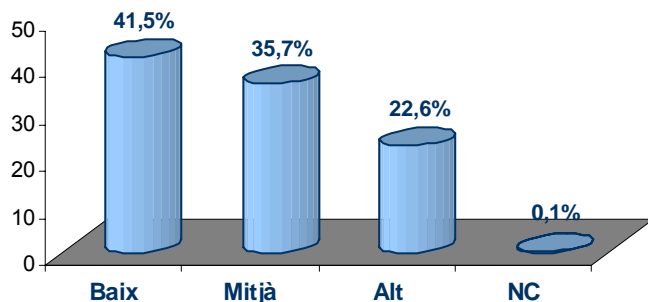
## Dimensió municipi residència



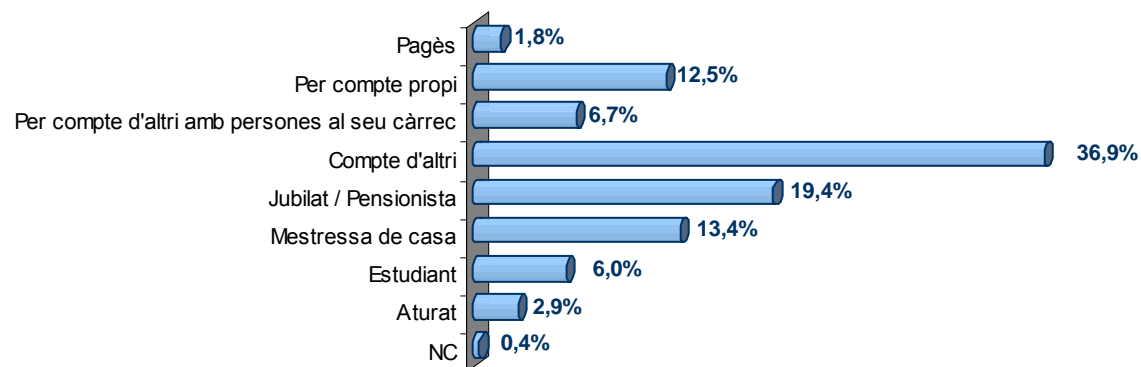
## Dimensió municipi naixement



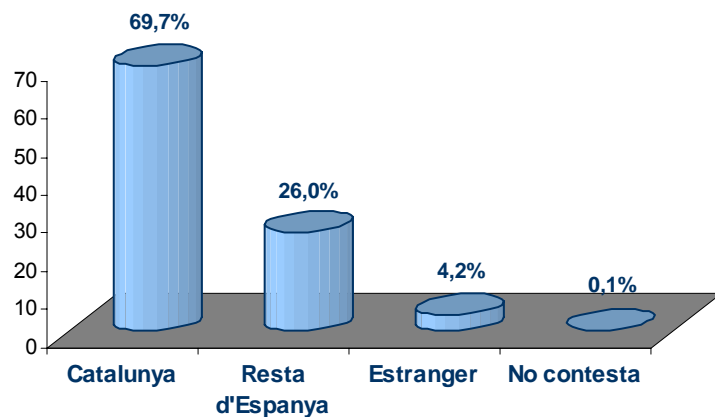
## Nivell estudis de l'entrevistat



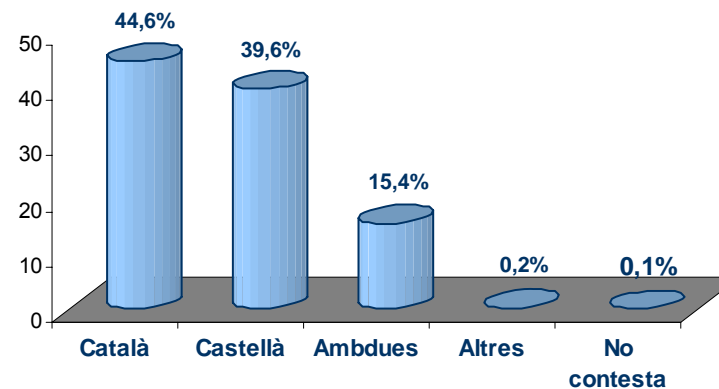
## Activitat de l'entrevistat (1)



## Lloc de naixement

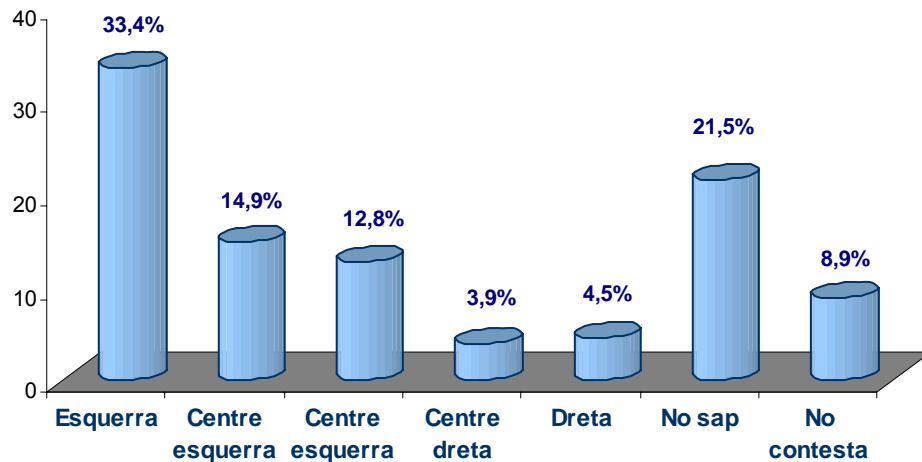


## Llengua habitual

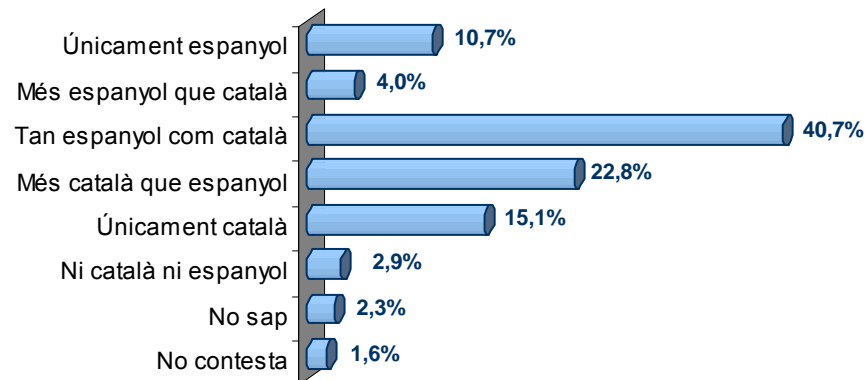


(1) Dins la categoria *Pagès* s'hi inclouen els treballadors per compte propi amb o sense treballadors contractats i també els treballadors del camp per compte aliena

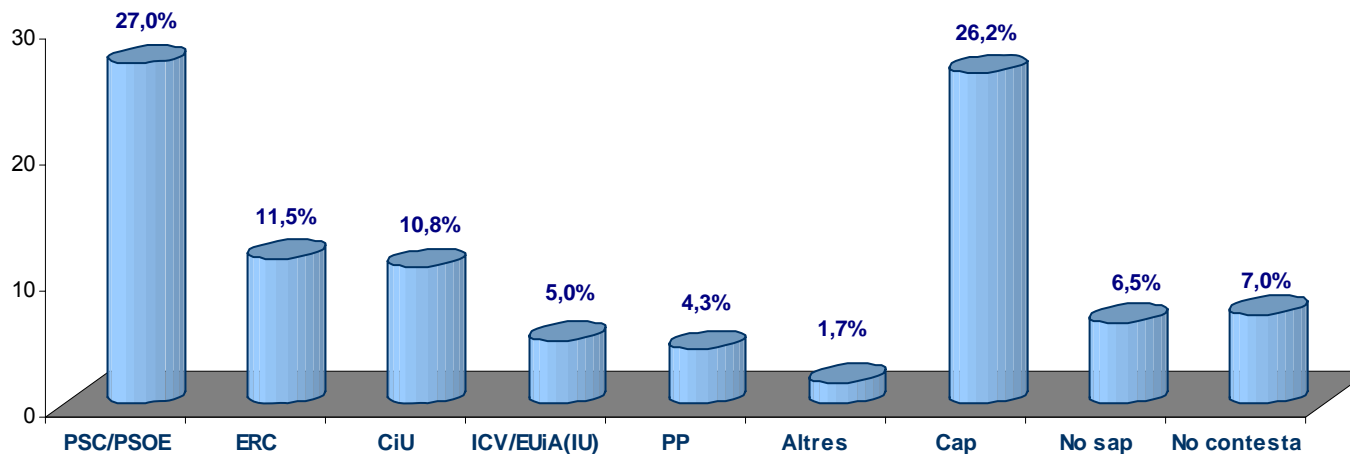
## Ideologia



## Sentiment de pertinença



## Simpatia de partit





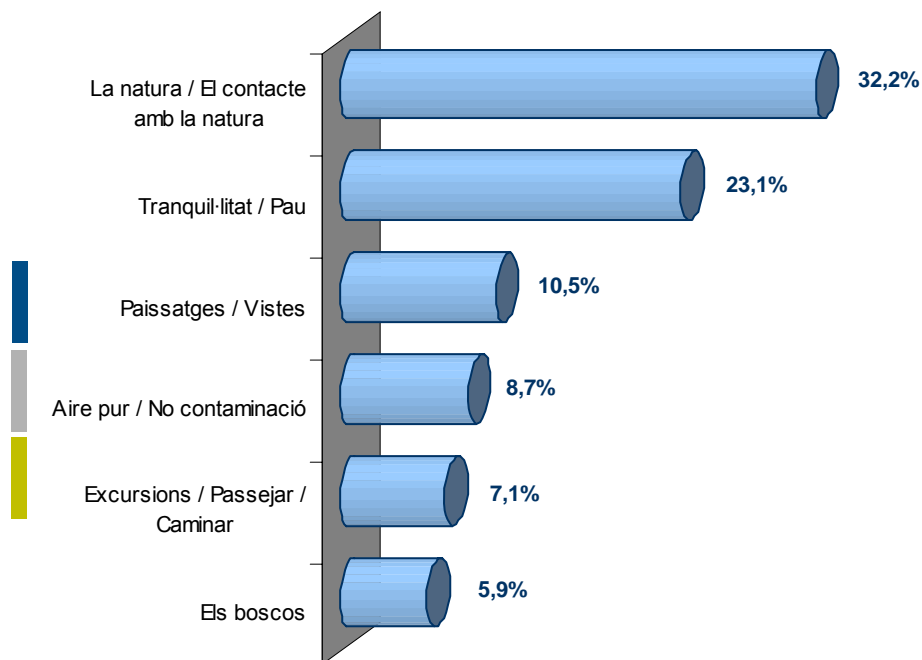
Imatge del món rural

## El contacte amb la natura, la pau i la tranquil·litat són els principals atractius del món rural

- Quan es demana pel principal atractiu del món rural les respostes més habituals són les relacionades amb el contacte amb la natura (32,2%) i la pau i la tranquil·litat (23,1%).
- En un segon nivell apareixen qüestions com ara els paisatges / les vistes (10,5%), l'aire pur / no contaminació (8,7%) i la possibilitat de fer excursions / passejar / caminar (7,1%).
- **La majoria dels entrevistats considera que l'activitat agrària ajuda a mantenir un país agradable i bonic per viure (85,5%) i que els pagesos tenen cura del benestar dels animals (72,5%) i del medi ambient (66,2%).**
- Els entrevistats amb un nivell d'estudis baix i un estatus també baix són els que més sovint es mostren d'acord amb que els pagesos es preocupen pel benestar dels animals i pel medi ambient. Encara que en menor mesura, també els residents a municipis de menys de 5.000 habitants presenten un major grau d'acord amb aquestes frases.
- A mesura que augmenta l'edat dels entrevistats augmenta també el grau d'acord amb que l'activitat agrària ajuda a mantenir un país agradable i bonic per viure.
- **Pel que fa al nivell de vida dels pagesos, el 23,3% dels entrevistats està d'acord amb que es guanyen bé la vida i, en canvi, un 61,5% es mostra en desacord amb aquesta afirmació.**
- Aquest darrer resultat no presenta variacions significatives. Els resultats es mantenen molt estables quan s'analitzen en funció del sexe l'edat, la dimensió del municipi o la ideologia.

## Per vostè quin és el principal atractiu del món rural?

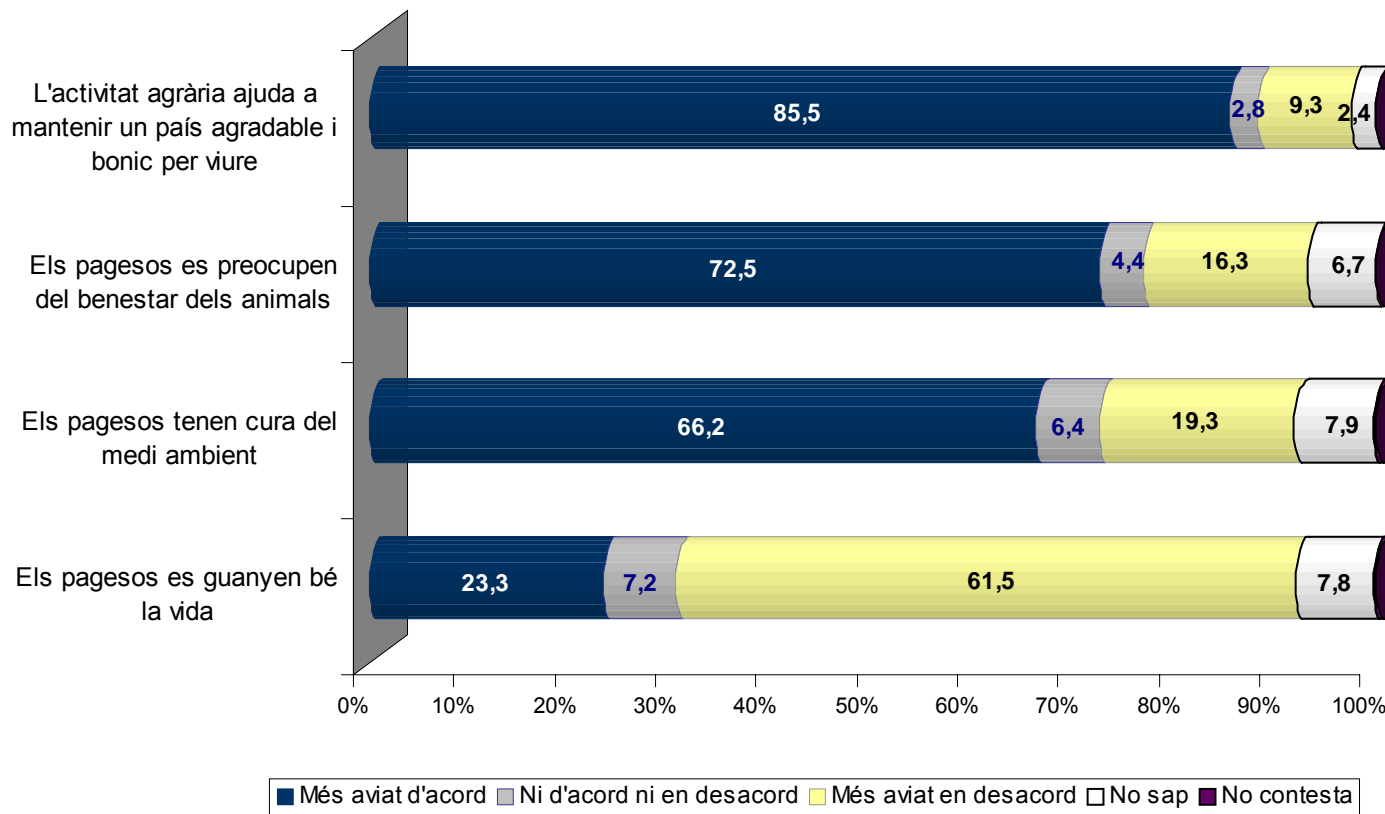
Gràfic de les principals respostes



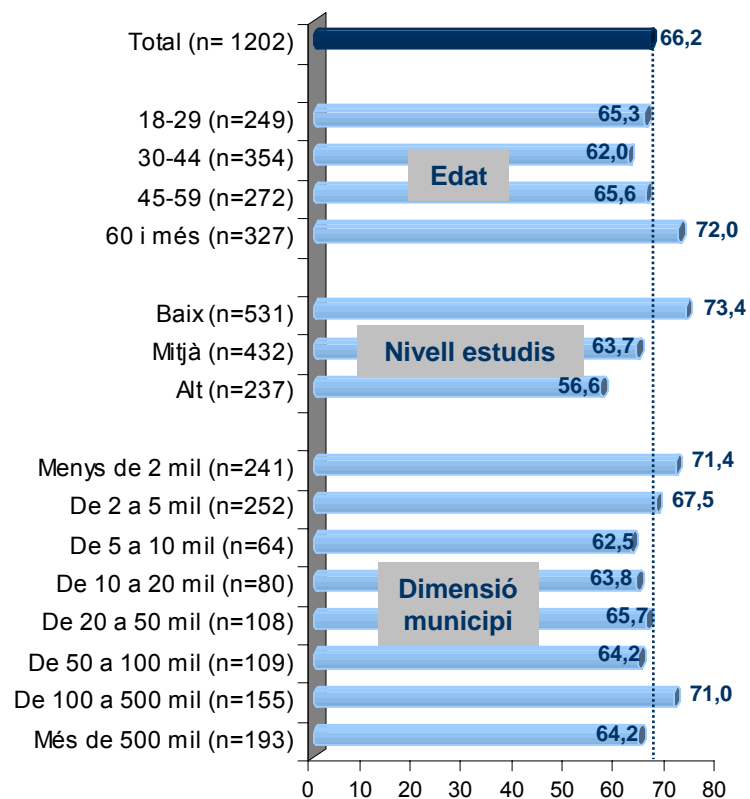
Totes les respostes

La natura / El contacte amb la natura	32,2%	La gent	1,5%
Tranquil·litat / Pau	23,1%	El menjar / Anar a menjar	1,5%
Paissatges / Vistes	10,5%	Sentir-se lliure	1,4%
Aire pur / No contaminació	8,7%	Cases / Masies	1,4%
Excursions / Passejar / Caminar	7,1%	Qualitat de vida	1,0%
Els boscos	5,9%	El silenci	0,7%
Està cuidat / conservat	4,4%	Caçar	0,5%
Animals / Bestiar	4,1%	Descansar	0,4%
Sortir de la ciutat / Diferent de la ciutat	4,0%	Els pobles	0,4%
La muntanya	3,3%	Turisme / viatjar	0,4%
Arbres / Plantes	2,9%	Caçar bolets	0,3%
L'ambient / L'entorn	2,7%	l'agricultura	0,3%
El camp / Els camps	2,3%	"El Monte"	0,2%
Els rius / llacs / fonts	2,1%	Altres	1,1%
És sa / bo per la salut	2,1%	M'agrada tot	3,3%
Activitats Esportives	1,9%	No m'agrada	1,1%
El verd	1,9%	No sap	2,8%
És maco / m'agrada	1,6%		

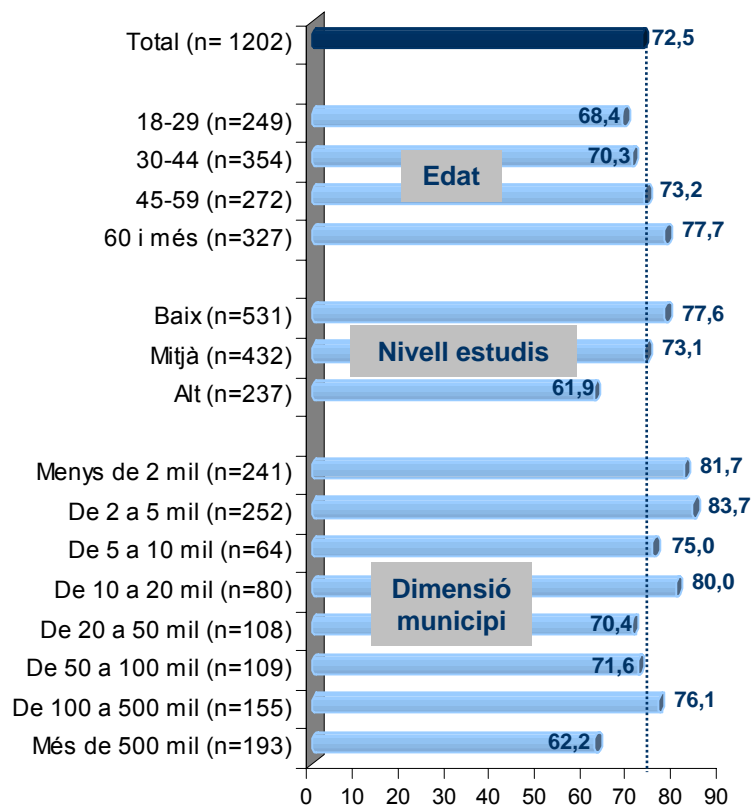
## Està més aviat d'acord o més aviat en desacord amb les següents frases:



**Estan d'acord amb que “els pagesos tenen cura del medi ambient”**

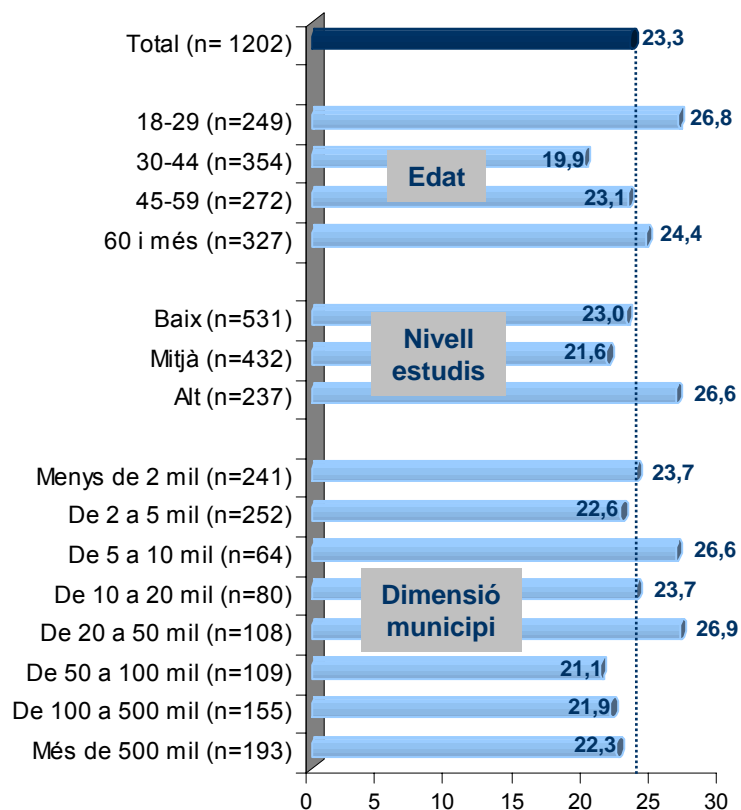


**Estan d'acord amb que “els pagesos es preocupen del benestar dels animals”**

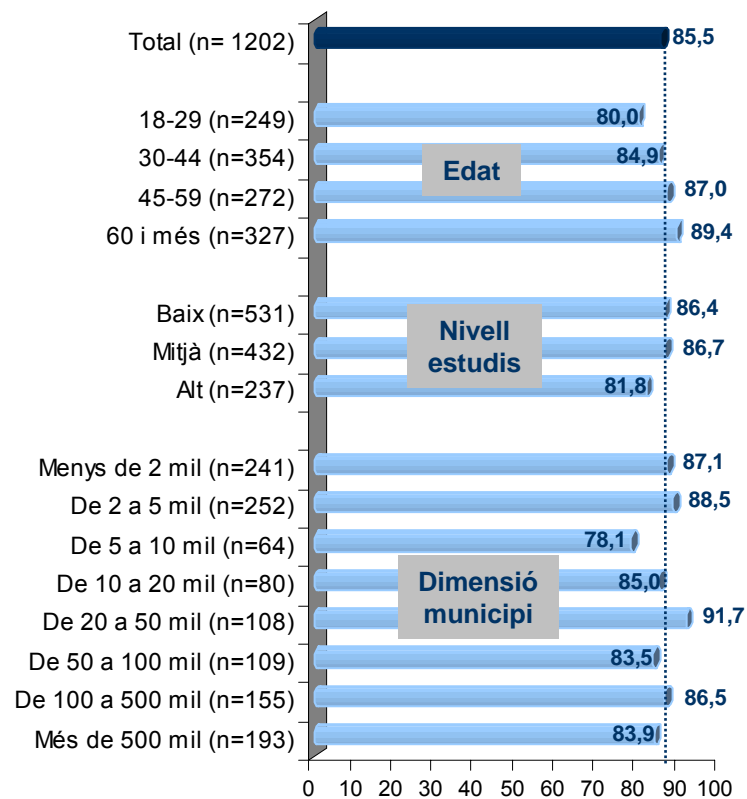


Nota: Si no es diu el contrari, quan es menciona la dimensió del municipi és en relació amb el municipi de residència.

## Estan d'acord amb que “els pagesos es guanyen bé la vida”



## Estan d'acord amb que “l'activitat agrària ajuda a mantenir un país agradable i bonic per viure”



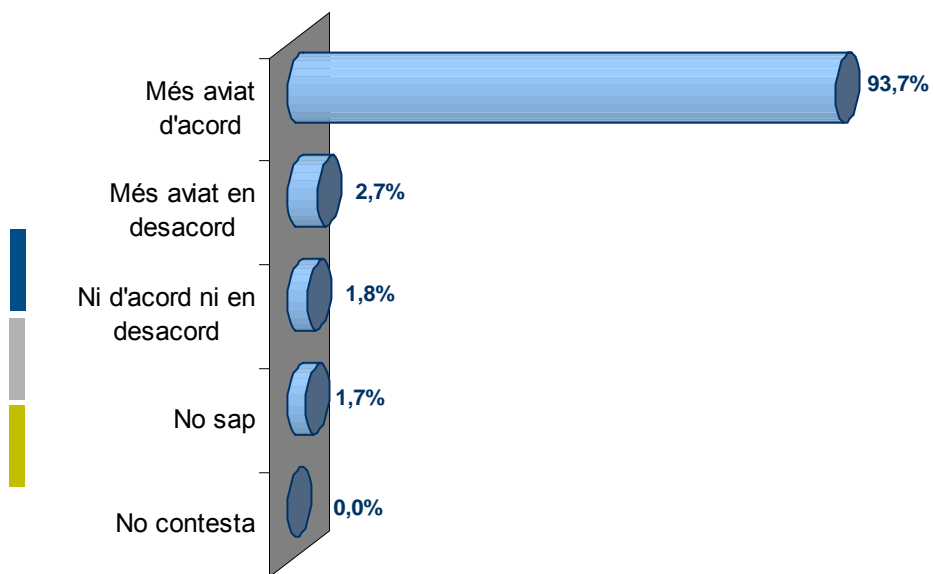


Els productes catalans

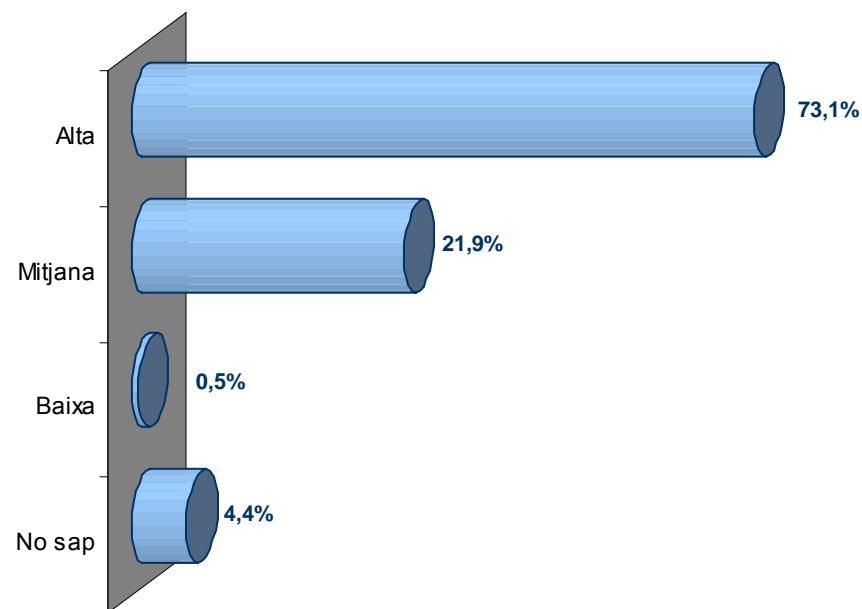
## Una àmplia majoria dels entrevistats considera que la producció agrícola de Catalunya és de qualitat i ofereix unes garanties suficients.

- La pràctica totalitat dels entrevistats (93,7%) està d'acord amb que a Catalunya es produeixen aliments amb els controls de qualitat adients.
- Igualment, una majoria molt àmplia (73,1%) creu que els productes catalans són de qualitat alta. Tant sols un 0,5% creu que són de qualitat baixa.
- **Tot i aquest elevat grau de coincidència en la qualitat i garanties dels productes catalans, el 53,5% diu que a l'hora de comprar el fet que un producte sigui de Catalunya no els suposa una garantia extra de qualitat.**
- Els majors de 60 anys i els residents a municipis de 2.000 i menys habitants són els que presenten una major tendència a atribuir un plus de qualitat als productes catalans.
- També el sentiment de pertinença sembla correlacionar amb la percepció de qualitat dels productes catalans. Així, els que se senten més catalans que espanyols i especialment els que se senten únicament catalans valoren per sobre de la mitjana la qualitat dels productes catalans.

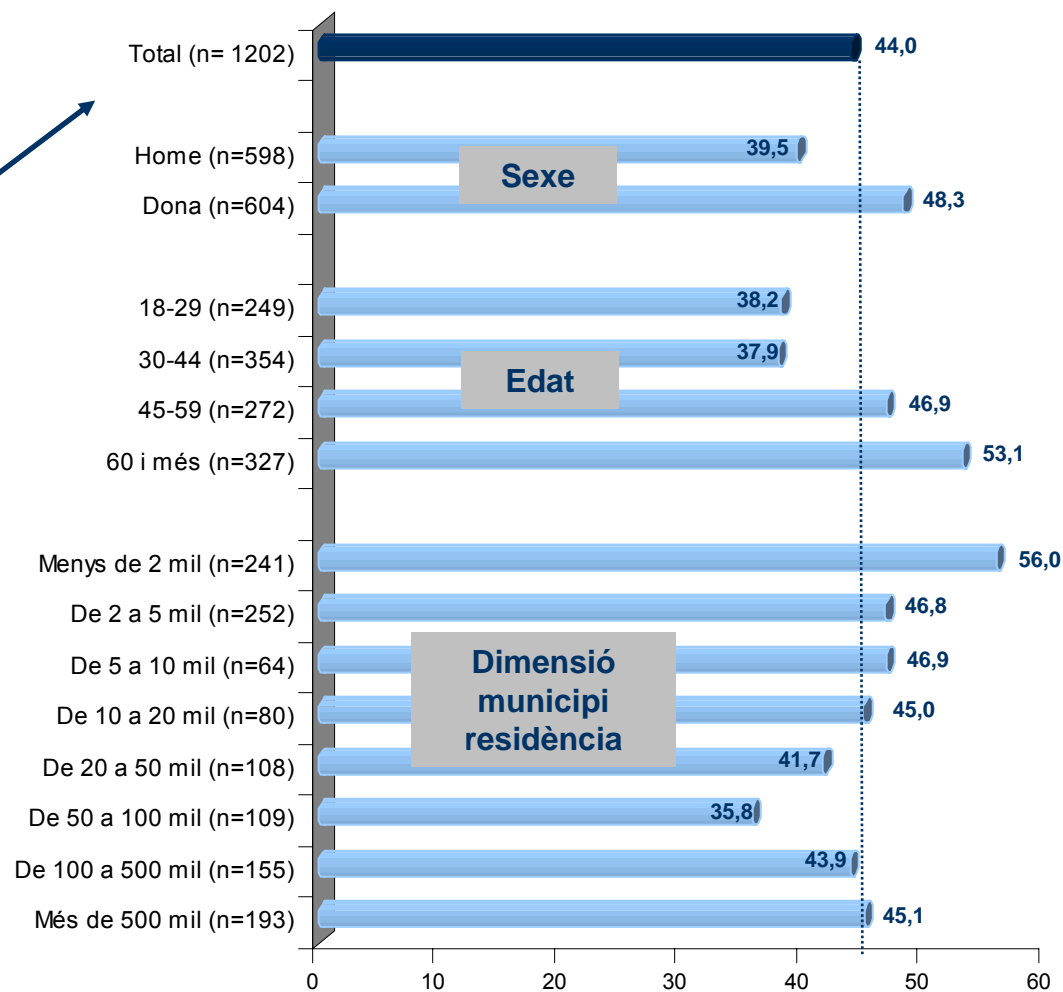
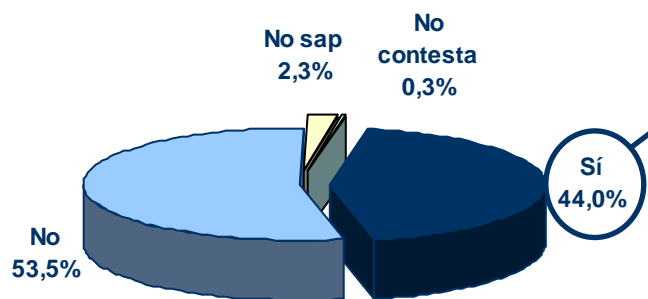
**Està més aviat d'acord o més aviat en desacord amb la següent frase: "A Catalunya es produeixen aliments amb els controls de qualitat adients"**



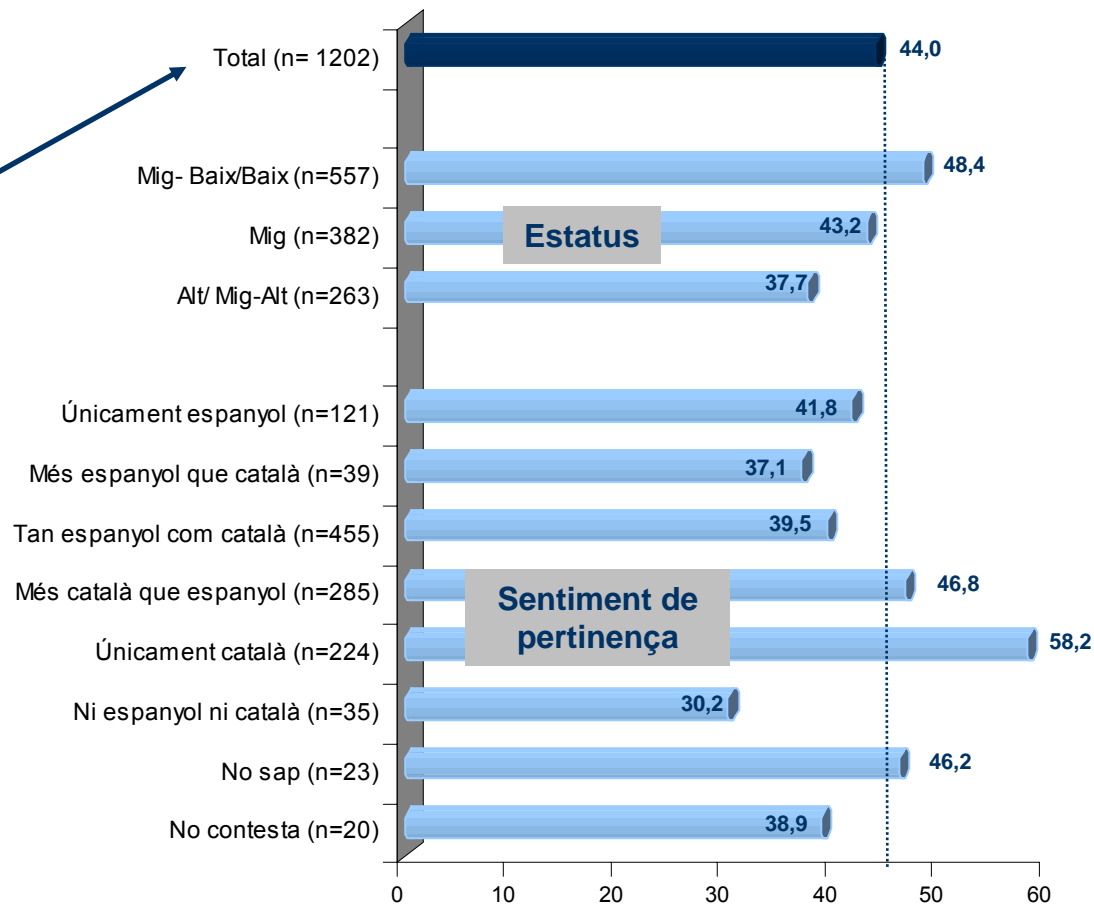
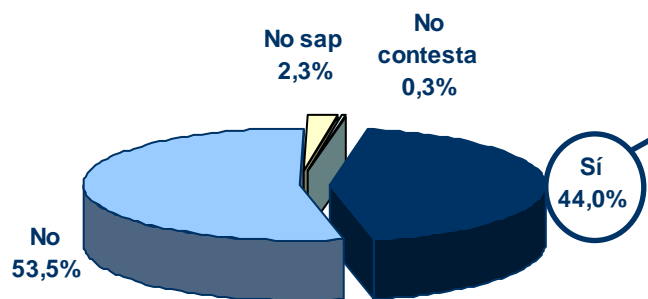
**En general, creu que els productes que produeix el sector agrari català són d'alta, mitjana o baixa qualitat?**



## “Si en el moment d’adquirir un producte veu que ha estat produït a Catalunya això li dona més garantia de qualitat?” (I)



## “Si en el moment d’adquirir un producte veu que ha estat produït a Catalunya això li dona més garantia de qualitat?” (II)



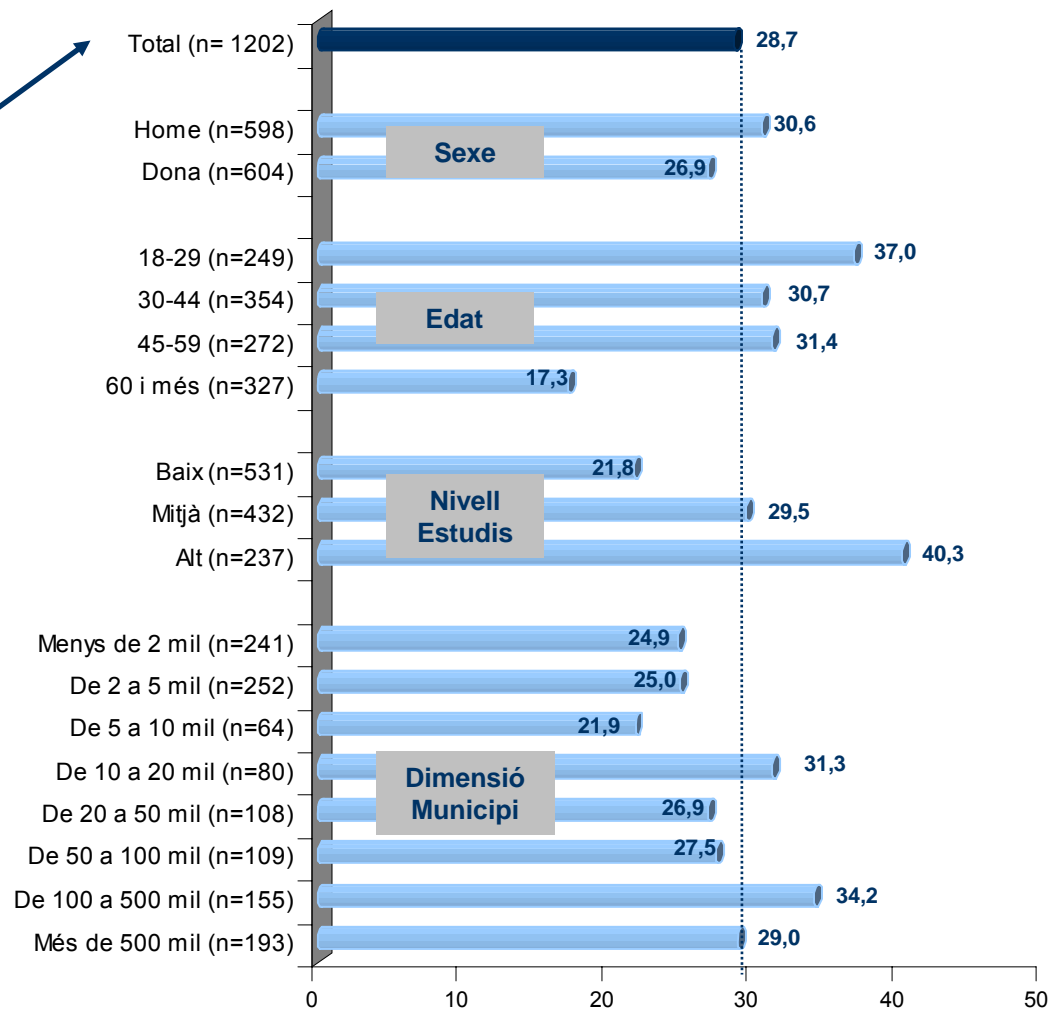
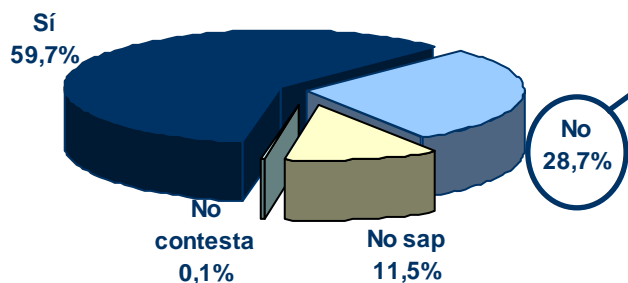


La competitivitat dels productes catalans

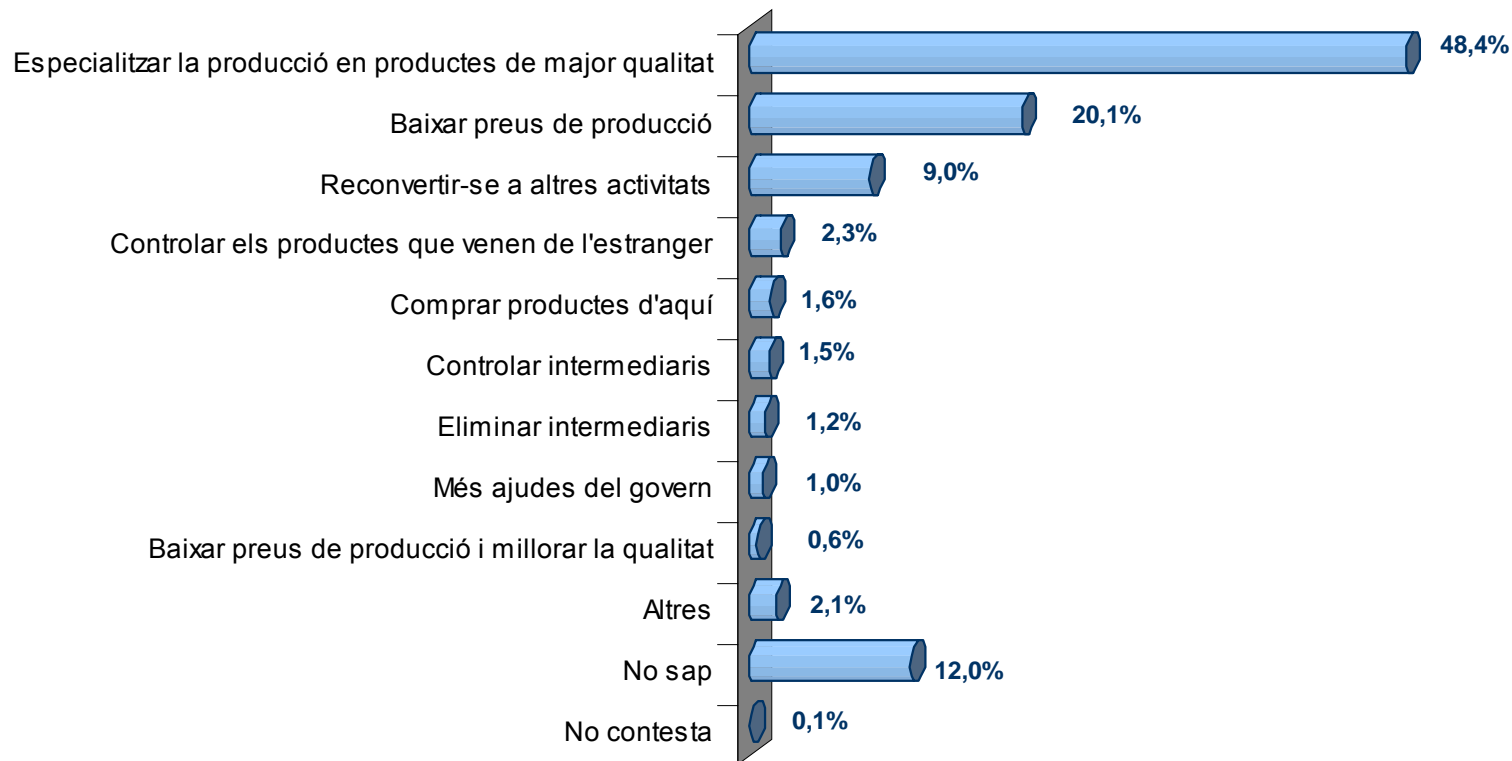
## La majoria dels entrevistats creu en la competitivitat dels productes catalans i aposta per una especialització en els productes de qualitat

- El 59,7% dels entrevistats considera que els productes catalans poden competir amb els produïts a països del Tercer Mon. Un 28,7% opina el contrari, que no poden competir.
- A mesura que augmenta el nivell d'estudis i l'estatus dels entrevistats augmenta també el nombre d'entrevistats que considera que els productes catalans no són competitius.
- També els menors de 30 anys destaquen per l'elevat nombre d'entrevistats que es mostra pessimista pel que fa a la competitivitat dels productes catalans.
- **Davant la competència dels productes del Tercer Mon l'estratègia més adequada és, segons un 48,4%, especialitzar-se en productes de qualitat.** També hi ha un 20,1% que considera que el que s'ha de fer és baixar els preus de producció. Un 9,0% opina que el món rural s'ha de reconvertir cap a altres activitats.
- Els d'estatus i nivell d'estudis alt són els més partidaris d'especialitzar-se en productes de qualitat. Per la seva banda, les dones, els més joves i els que tenen un nivell d'estudis baix consideren més sovint que el que cal fer és baixar els preus de producció.
- En un altre ordre de coses, a l'hora d'**atribuir responsabilitats per l'augment dels preus** dels productes catalans hi ha un important consens entre els entrevistats. **Un 79,6% senyala als intermediaris.**

## Vostè creu que els productes agrícoles de Catalunya són competitius amb els que es produeixen al Tercer Mon?

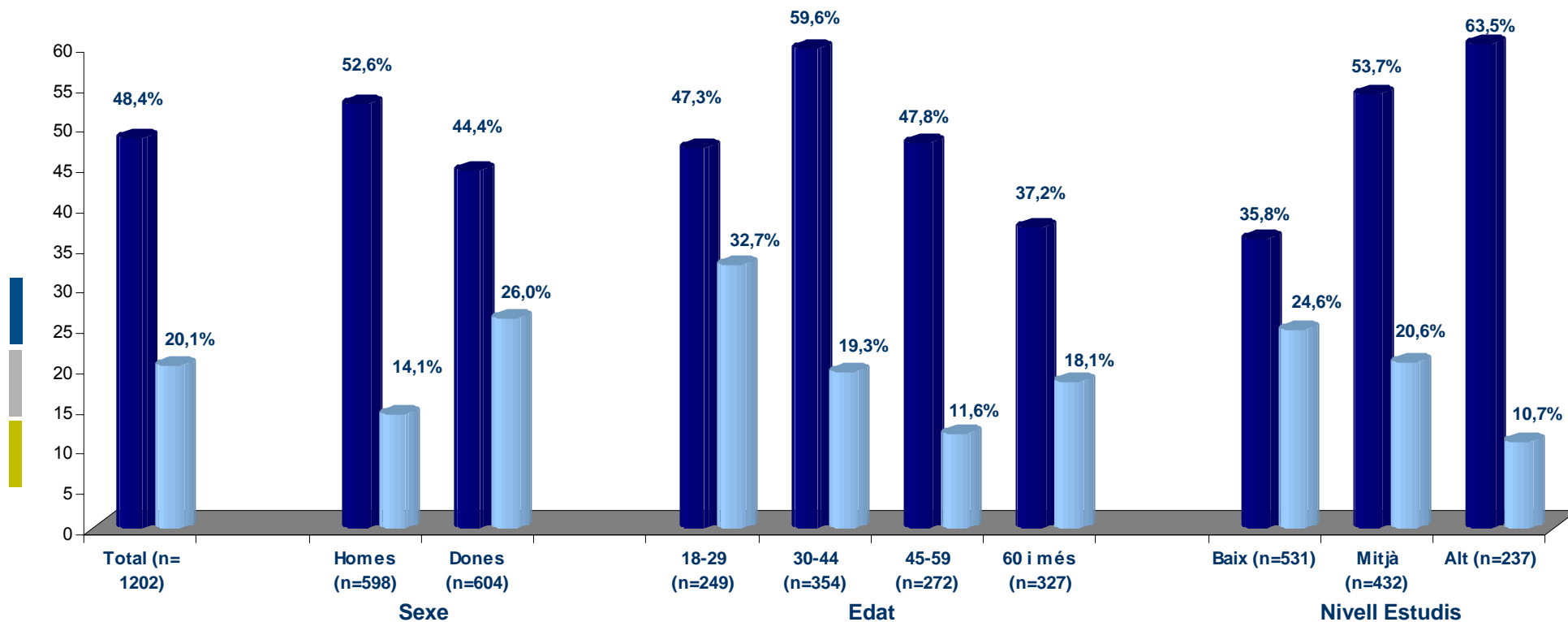


**Davant de productes procedents de l'estranger amb preus més baixos, vostè que creu que hauria de fer el sector agrari de Catalunya?**



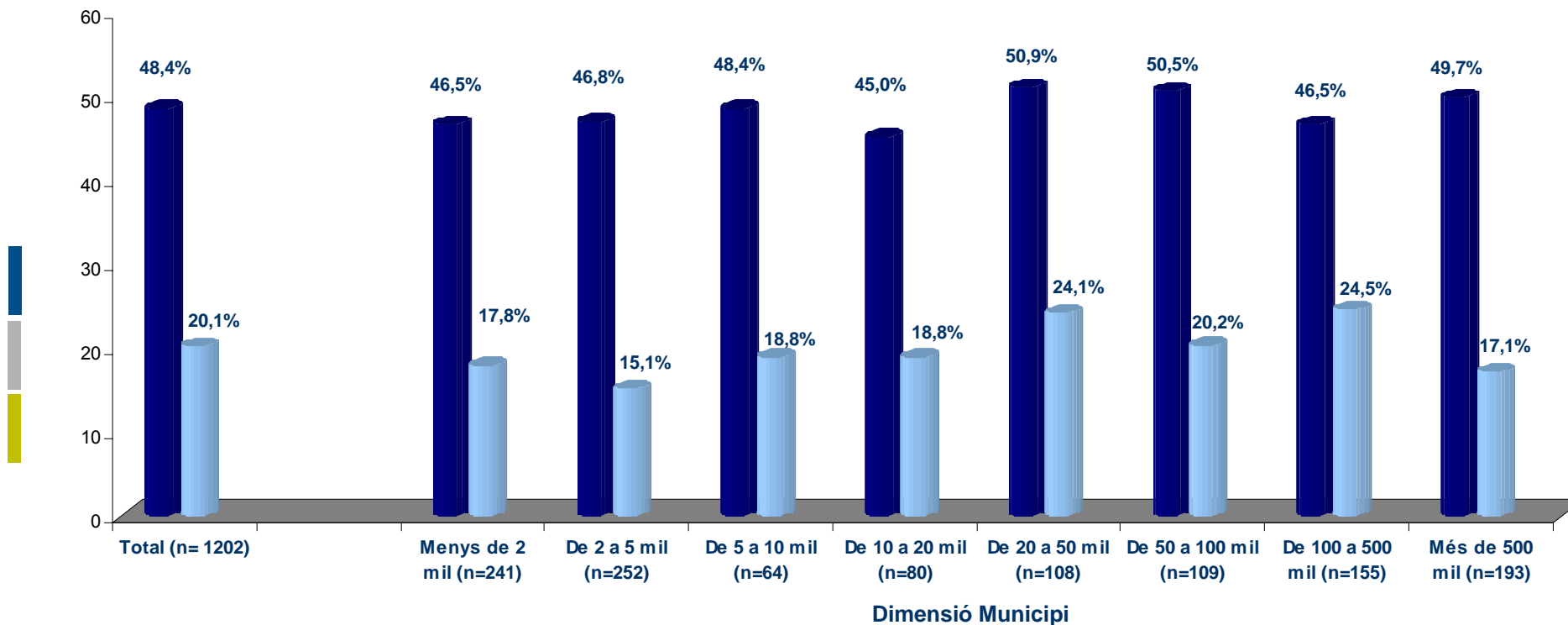
## Davant de productes procedents de l'estranger amb preus més baixos, vostè que creu que hauria de fer el sector agrari de Catalunya?

■ Especialitzar-se en productes de major qualitat ■ Baixar preus producció

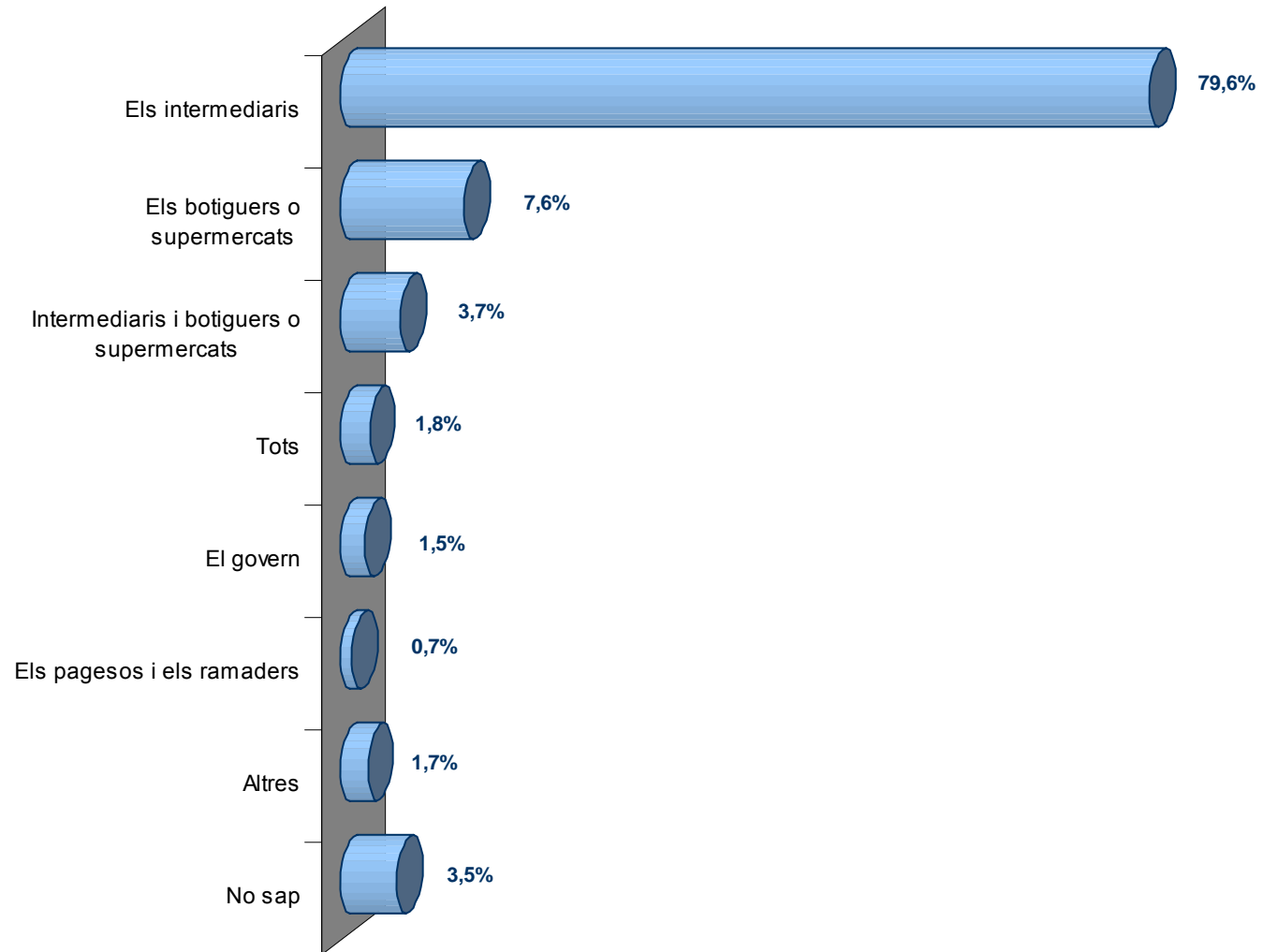


**Davant de productes procedents de l'estranger amb preus més baixos, vostè que creu que hauria de fer el sector agrari de Catalunya?**

■ Especialitzar-se en productes de major qualitat ■ Baixar els preus de producció ■



**Qui creu que és el principal responsables de la pujada de preus dels productes d'alimentació?**



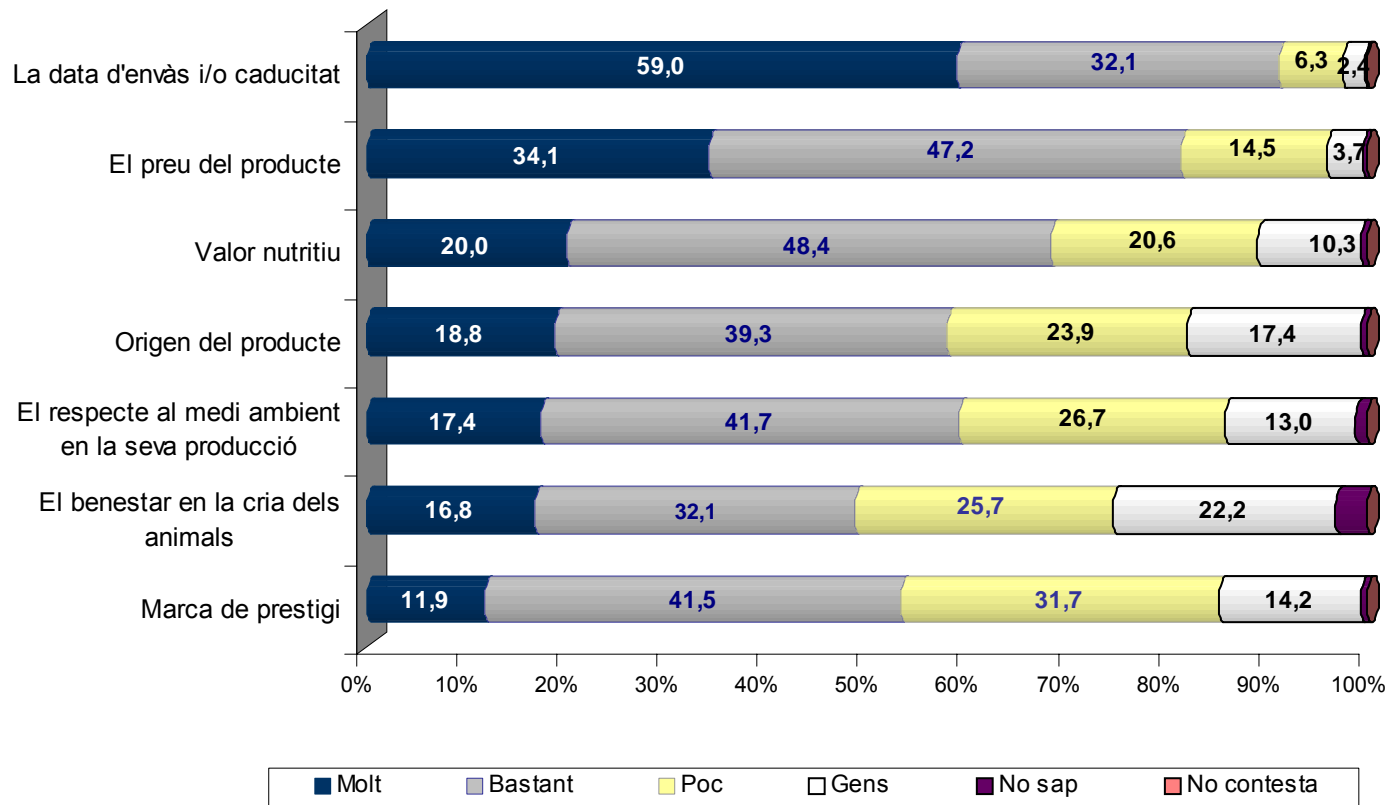


Factors que influeixen en la decisió de compra

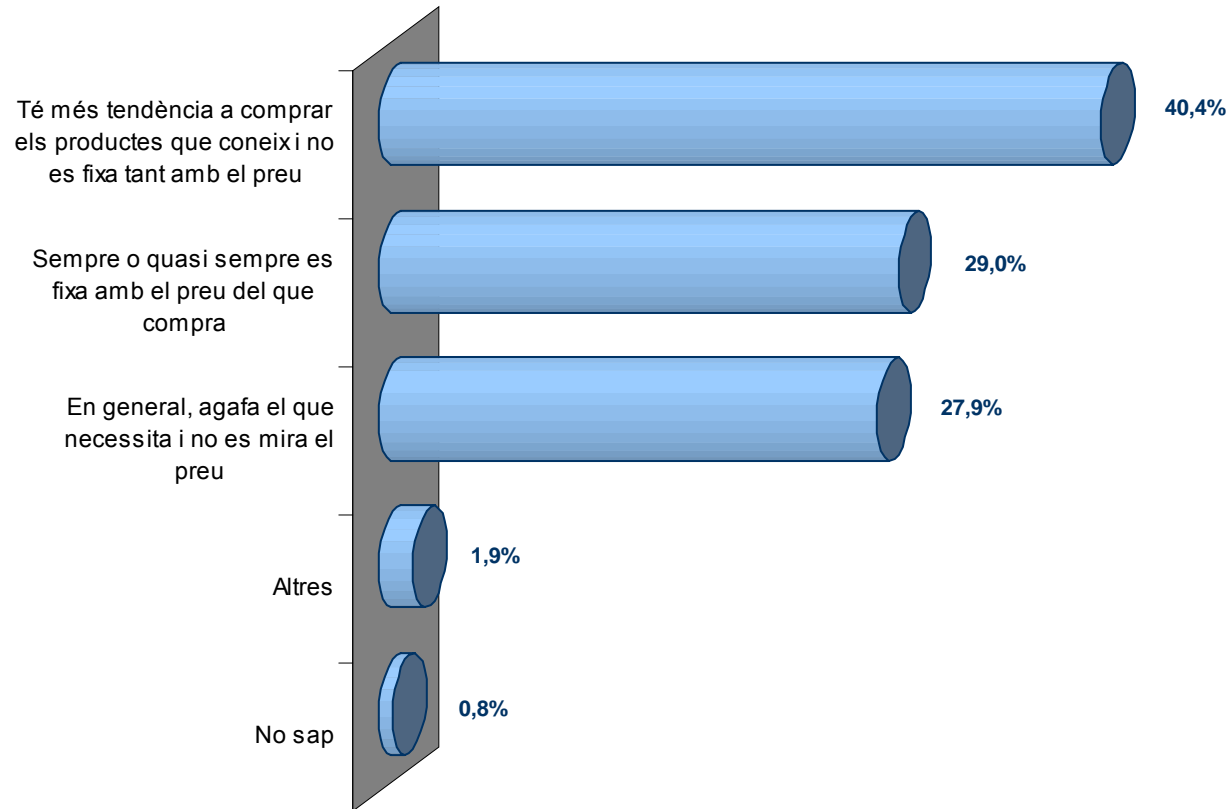
## La data de caducitat i el preu són, per aquest ordre, els aspectes en els que entrevistats es fixen més a l'hora de comprar. Figuren en tercer lloc altres qüestions com ara el valor nutritiu i l'origen del producte

- En general la majoria dels entrevistats diuen fixar-se molt o bastant en les diferents qüestions per les que se'ls demana. Els que més són la data d'envàs / caducitat (59,0% molt i 32,1% bastant) i el preu (34,1% molt i 47,2% bastant).
- L'origen del producte ocupa el quart lloc darrer del valor nutritiu. Concretament, un 18,8% diu fixar-se molt en l'origen del que compra i un 39,3% s'hi fixa bastant.
- Amb l'objectiu d'esbrinar fins a quin punt és important el preu dels productes, es demanava als entrevistats que prenguessin partit per una de les tres frases que se'ls proposava. Els resultats indiquen que **el 40,4% té tendència a comprar els productes que coneix sense fixar-se tant en el preu**. Un 29,0% diu fixar-se principalment en el preu i **un 27,9% compra el que necessita sense mirar el preu**.
- Com és d'esperar les qüestions relacionades amb el preu preocupen especialment als entrevistats d'estatus socio-econòmic mig-baix i baix.
- Pel que fa a l'origen dels productes comprats, **un 52,2% dels entrevistats diu no fixar-se mai si el que compra és produït a Catalunya**. Altrament, un 19,8% s'hi fixa sempre i un 27,8% a vegades.
- En aquest mateix sentit, un **63,8% declara que a l'hora de comprar li és indiferent l'origen de producte**. Un 34,2% diu que per a ell és important que el que compra sigui produït a Catalunya.
- Els entrevistats amb sentiment de pertinença català i també els que viuen a municipis petits o mitjans donen especial importància a l'origen català del que compren. En canvi, els menors de 30 anys són els que menys es fixen en aquesta qüestió.

## Quan compra aliments digui'm si es fixa molt, bastant, poc o gens en els següents aspectes?

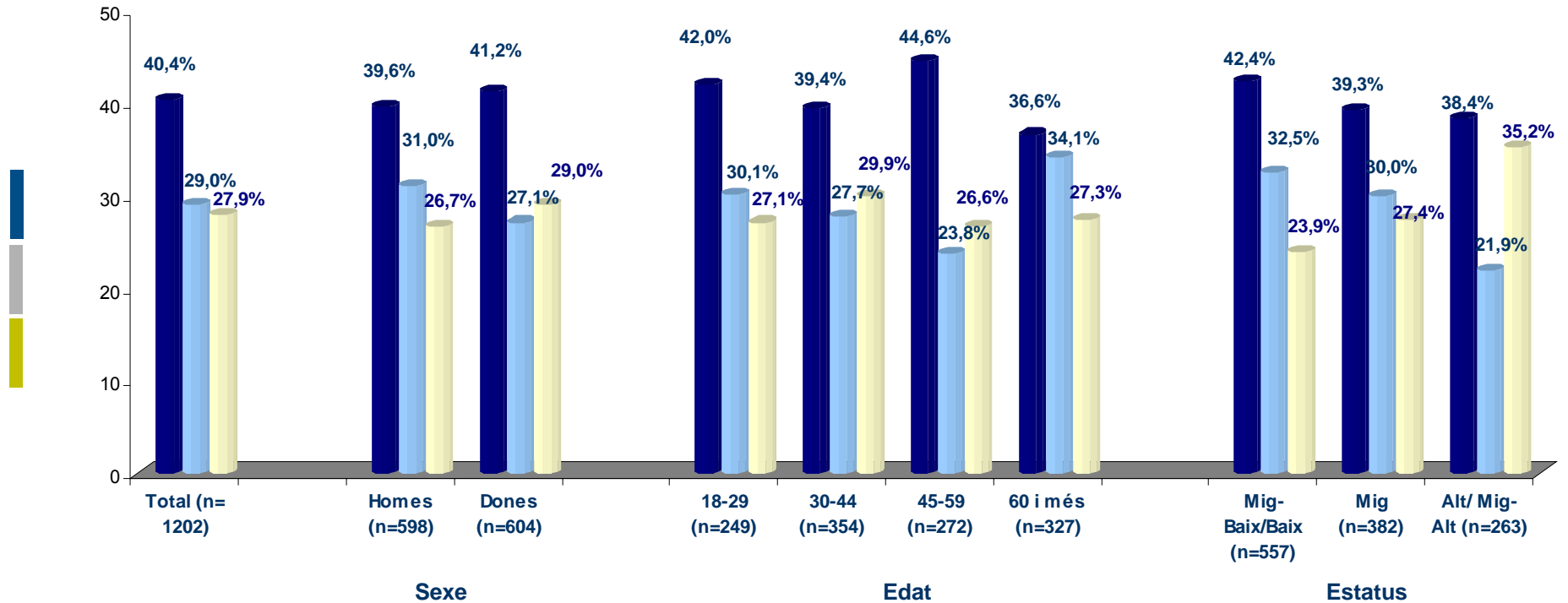


**Habitualment quan va a comprar aliments ...**

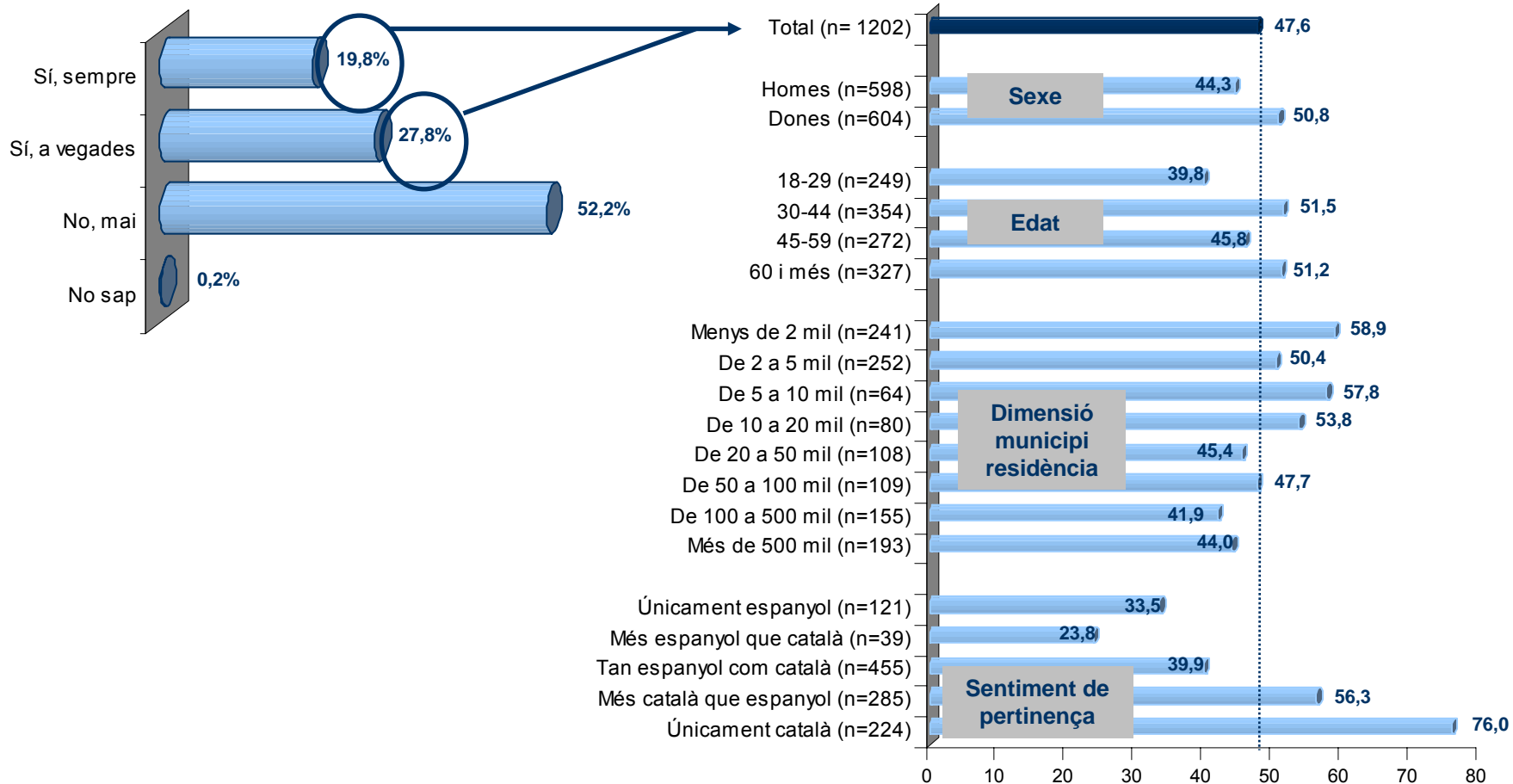


### Habitualment quan va a comprar aliments ...

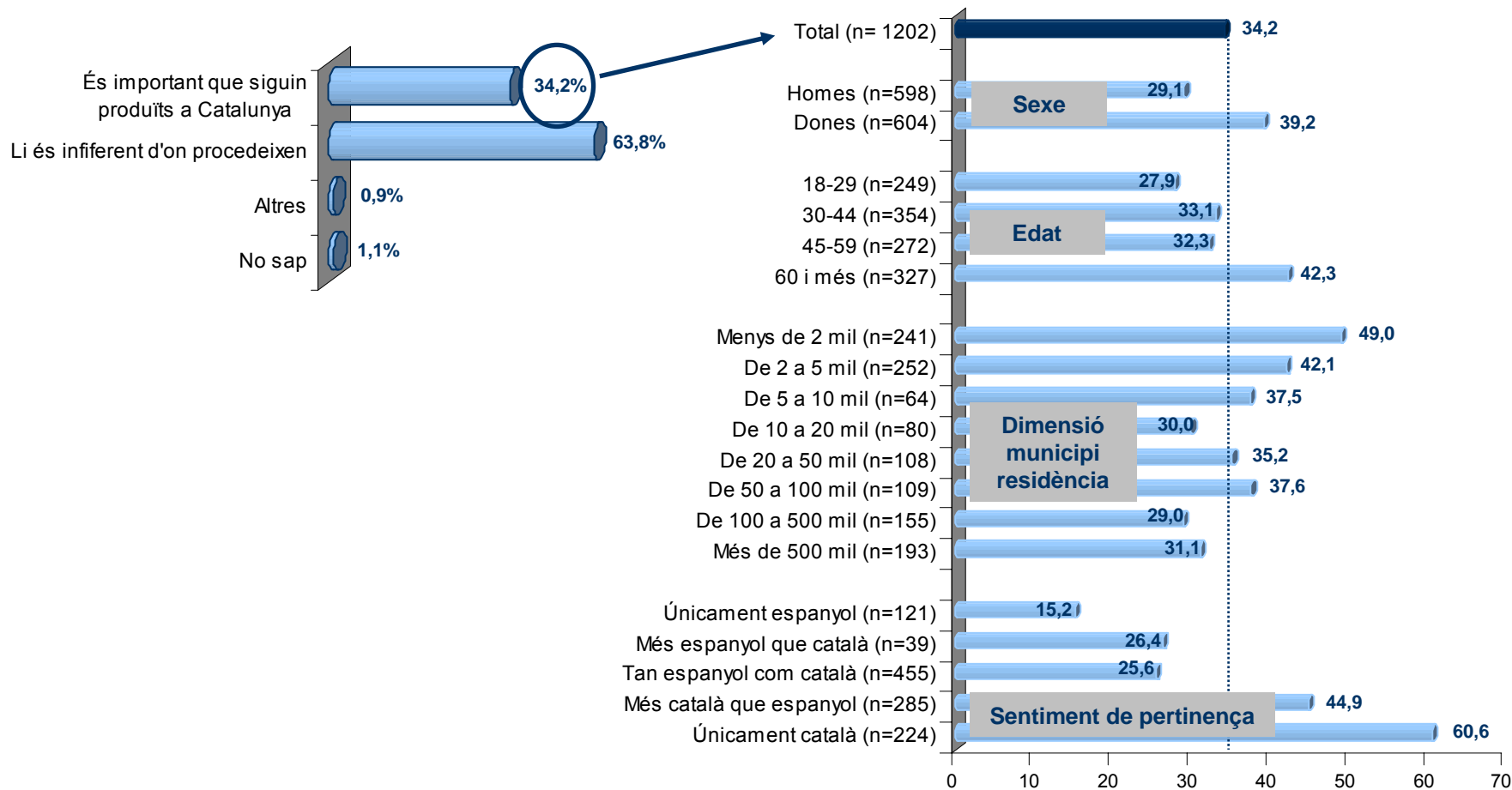
- Té més tendència a comprar els productes que coneix i no es dixa tant en el preu
- Sempre o quasi sempre es fixa en el preu del que compra
- En general agafa el que necessita i no es mira el preu



## Vostè quan compra aliments es fixa si són produïts a Catalunya?



## Quan compra aliments, per vostè és important que siguin produïts a Catalunya o li és indiferent d'on procedeixen?



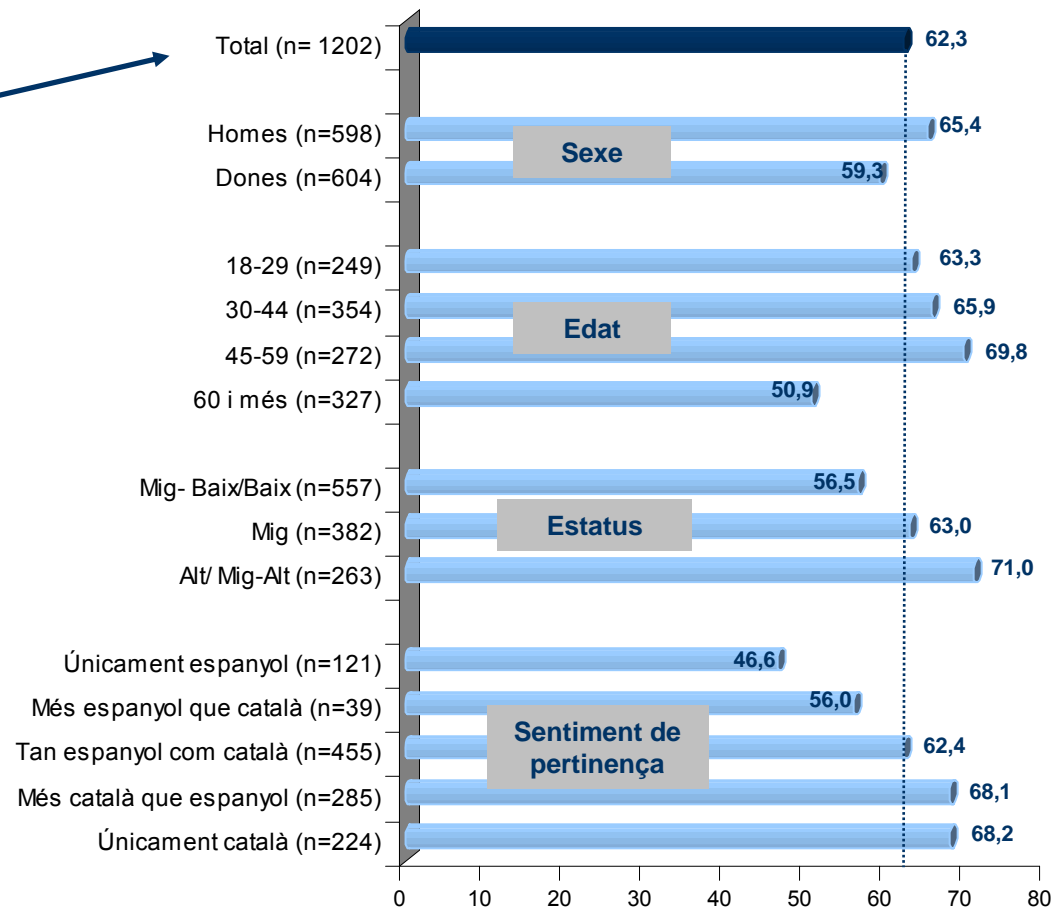
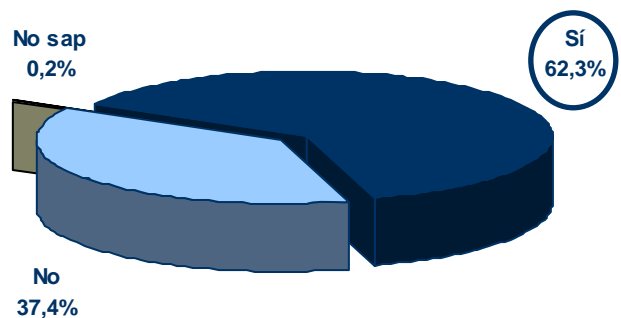


La compra en origen

## Gairebé dues terceres parts dels entrevistats diu haver comprat alguna vegada productes en origen. Principalment ho han fet pensant en la qualitat del producte i aprofitant una sortida o desplaçament

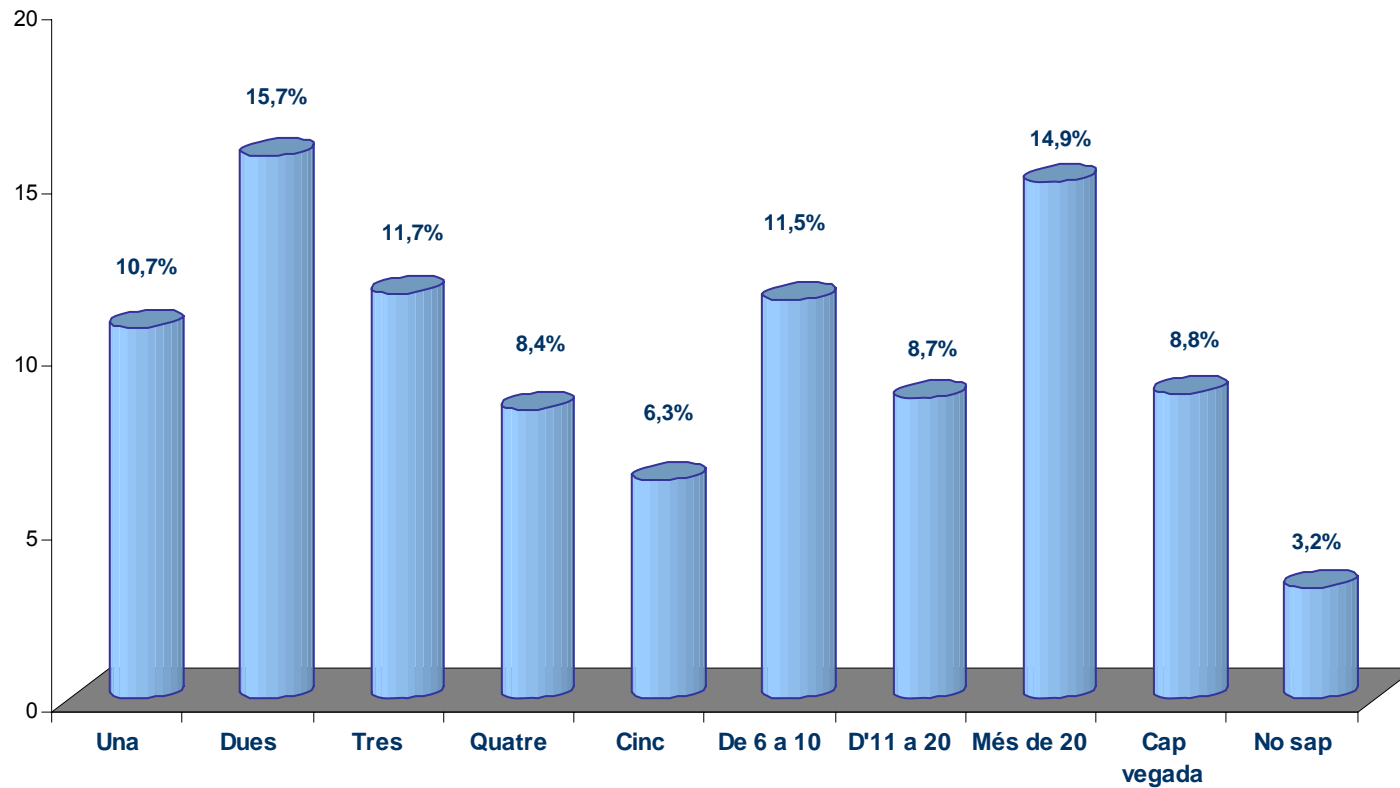
- Un 62,3% dels entrevistats ha comprat alguna vegada productes en origen. Aquesta pràctica és especialment habitual entre els que tenen entre 45 i 59 anys i els d'estatus socio-econòmic alt – mig alt i els que se senten més catalans que espanyols o únicament catalans.
- Més concretament, entre els que alguna vegada han comprat en origen, un 23,6% ho ha fet més de 10 vegades l'últim any.
- El motiu per comprar en origen és la qualitat en un 36,2% dels casos i el fet d'estar de pas en un 17,4%. Altres respostes que donen els entrevistats per justificar la compra en origen són la confiança i garantia que ofereixen els productes (9,8%) i també el fet que t'agradi el producte (9,3%)
- La compra en origen està molt vinculada als desplaçaments que puguin fer els entrevistats. Concretament, **un 56,3% diu que va comprar perquè estava de pas. Els que han fet el viatge expressament per comprar representen un 35,7%**.
- Els residents a municipis grans són els que més aprofiten un desplaçament per comprar en origen. Per contra, els que viuen als municipis més petits són els que més sovint van expressament a comprar en origen.
- Els productes que més es compren en origen són els embotits (41,5%) seguits a força distància per l'oli, el vi, la carn i la verdura (al voltant del 20% cadascun d'ells).

## Vostè (o a casa seva) ha comprat alguna vegada productes al lloc on es produeixen?



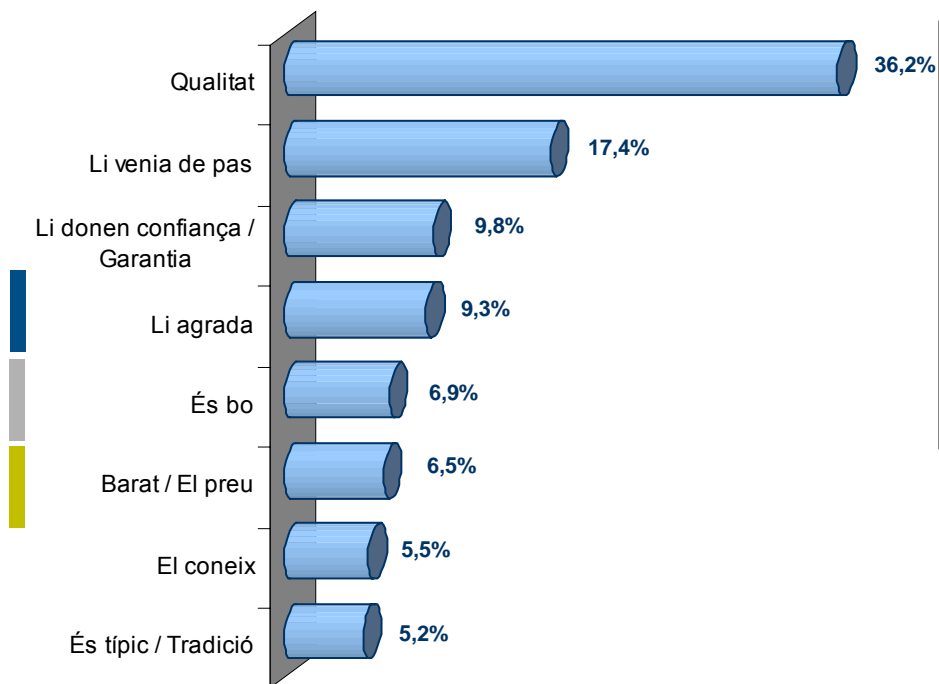
(Els que han comprat) (n=770)

**Quantes vegades hi ha comprat durant l'últim any?**



(Els que han comprat) (n=770)  
**Per quin motiu ha comprat productes al lloc d'origen?**

**Gràfic de les principals respostes**

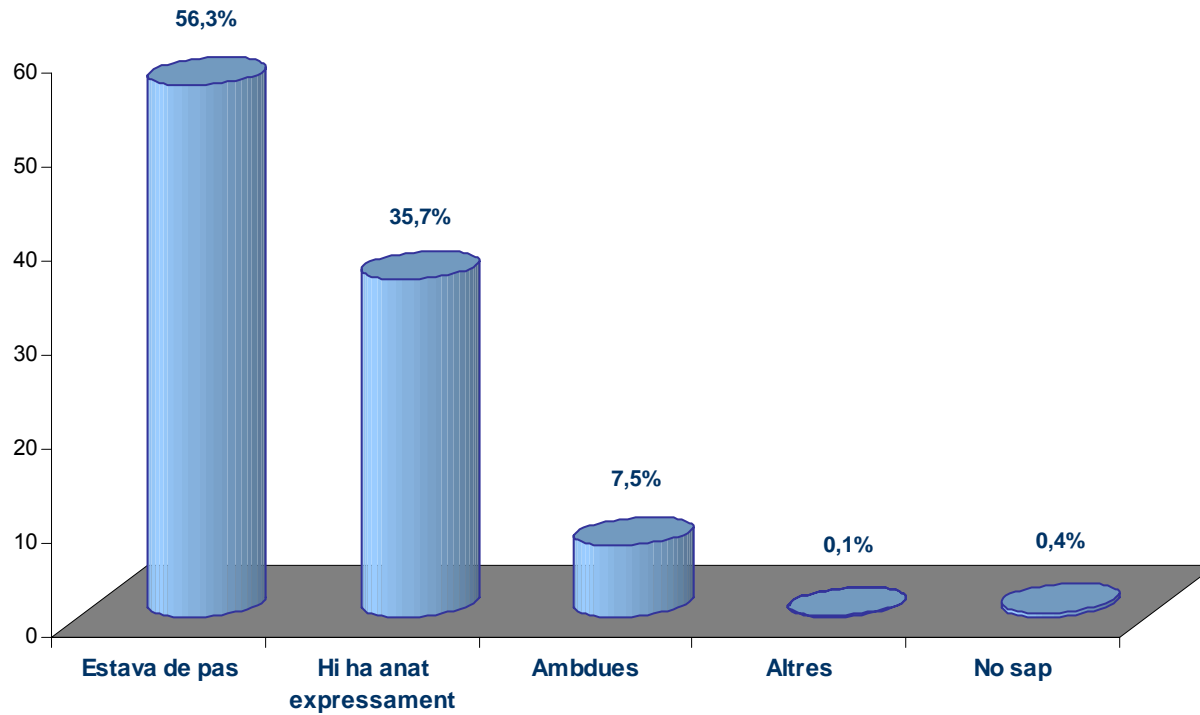


**Totes les respostes**

Qualitat	36,2%	M'agrada comprar en origen	2,9%
Li venia de pas	17,4%	Seguretat	1,7%
Li donen confiança / Garantia	9,8%	Són del lloc on visc / Està a prop	1,2%
Li agrada	9,3%	Més sa	1,0%
És bo	6,9%	Artesanals	0,9%
Barats / El preu	6,5%	És un producte d'aquí / català	0,9%
El coneix	5,5%	Li han recomanat	0,7%
És típic / Tradició	5,2%	Casualitat	0,4%
Curiositat / Per provar	4,1%	Per caprici	0,3%
Fresc	3,7%	Són de poble	0,2%
Són coneguts / Tenen fama	3,5%	Altres	1,2%
El gust	3,4%	No sap	1,8%
Natural	3,3%	No contesta	0,2%

(Els que han comprat) (n=770)

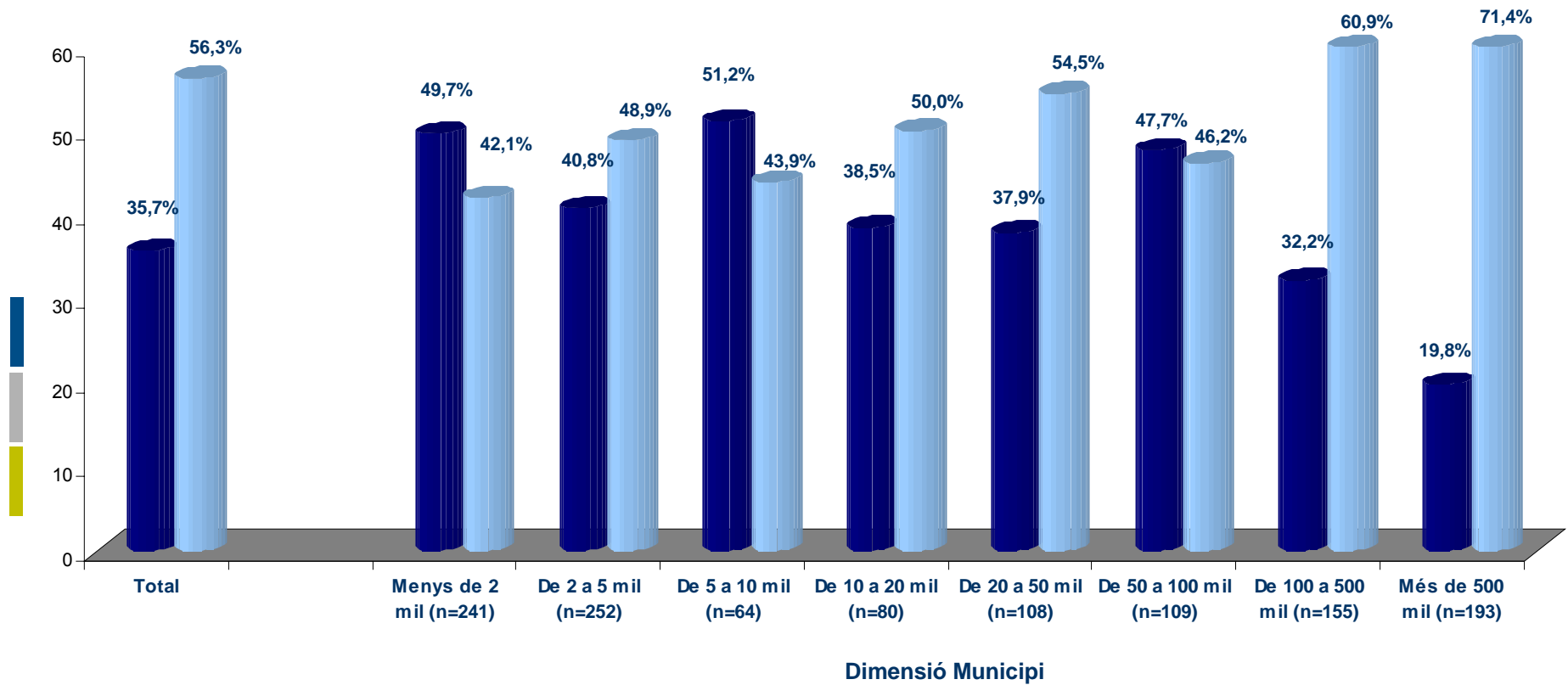
**Hi ha anat expressament o estava de pas?**



(Els que han comprat) (n=770)

Hi ha anat expressament o estava de pas?

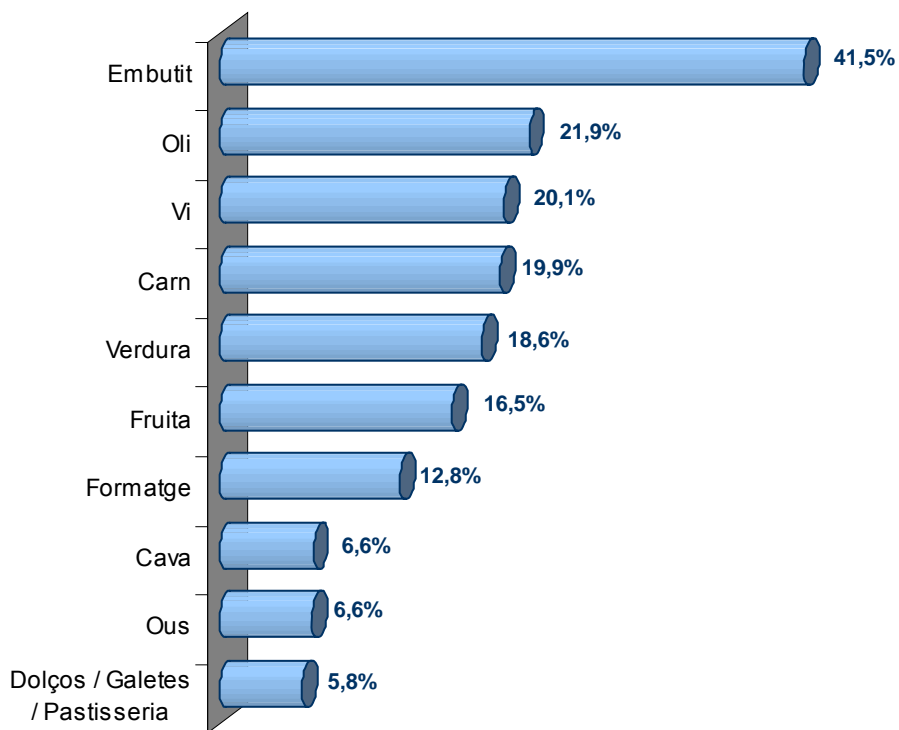
■ Hi ha anat expressament ■ Estava de pas



(Els que han comprat) (n=770)

## Quin tipus de producte ha comprat al lloc d'origen?

Gràfic de les principals respostes



Totes les respostes

Embotit	41,5%	Productes làctics	3,4%
Oli	21,9%	Pa	2,0%
Vi	20,1%	Peix	1,7%
Carn	19,9%	Fruits secs	1,6%
Verdura	18,6%	Productes típics	1,3%
Fruita	16,5%	Patates	1,0%
Formatge	12,8%	Olives	0,9%
Cava	6,6%	Arròs	0,8%
Ous	6,6%	Altres	3,6%
Dolços / Galetes / Pastisseria	5,8%	No sap	1,5%
Llet	4,6%	No contesta	0,2%
Mel	4,4%		

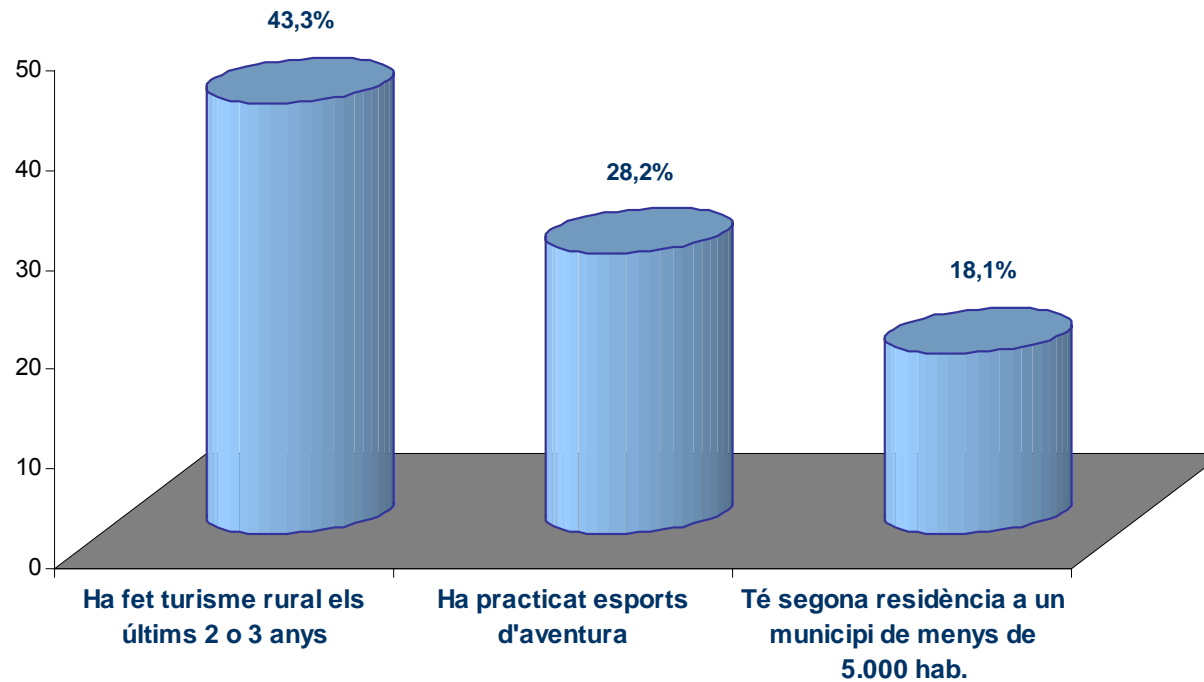


Les noves activitats al mon rural

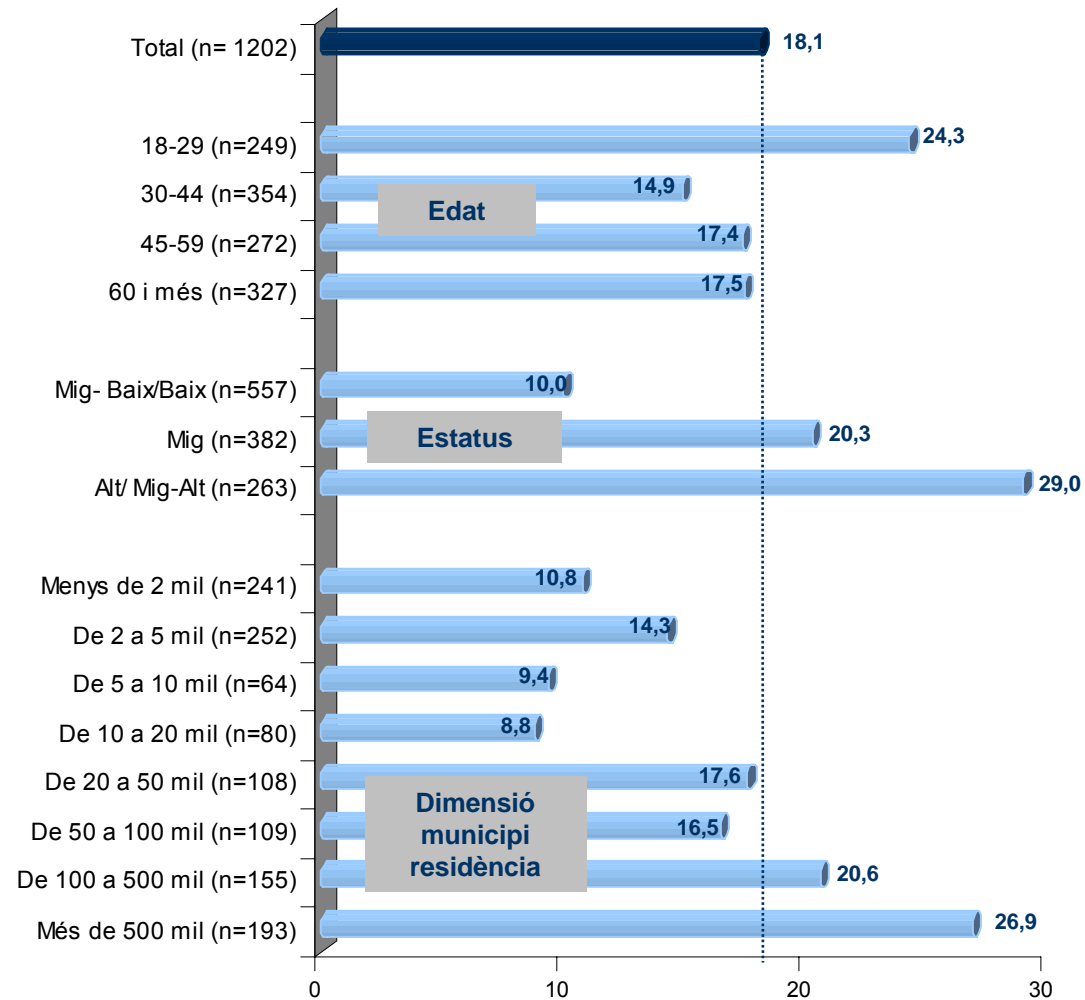
## Un nombre significatiu però no majoritari dels entrevistats pràctica o ha practicat alguna de les noves activitats del mon rural.

- **Un 43,3% dels entrevistats ha fet alguna vegada turisme rural i un 28,2% ha practicat esports d'aventura. Altrament, un 18,1% té una segona residència a un municipi de menys de 5.000 habitants.**
- Aquestes activitats tenen una major penetració entre aquells que tenen un major nivell d'estudis i un major estatus socio-econòmic.
- Més concretament, els joves són els que més sovint diuen haver fet turisme rural i haver practicat esports d'aventura. Per la seva banda, els residents a Barcelona destaquen per ser els que més tenen una segona residència a un municipi de menys de 5.000 habitants.
- Resulta interessant senyalar que aquells que han nascut a un municipi de menys de 5.000 habitants presenten un elevat índex de segones residències. En aquest cas probablement hi tenen un pes important les propietats d'origen familiar.
- **Al voltant d'un 90% dels entrevistats està d'acord en que aquestes activitats serveixen per dinamitzar el mon rural, perquè la seva gent es guanyi la vida i creuen també que són compatibles amb les activitats tradicionals**
- Pel que fa la possibles conseqüències negatives d'aquestes activitats, **un 34,2% considera que aquestes activitats acabaran fent malbé el medi.**
- De tota manera, hi ha un important consens entre els entrevistats (80,1%) pel que fa a la idea que **l'administració ha de d'impulsar aquest tipus d'activitats.**

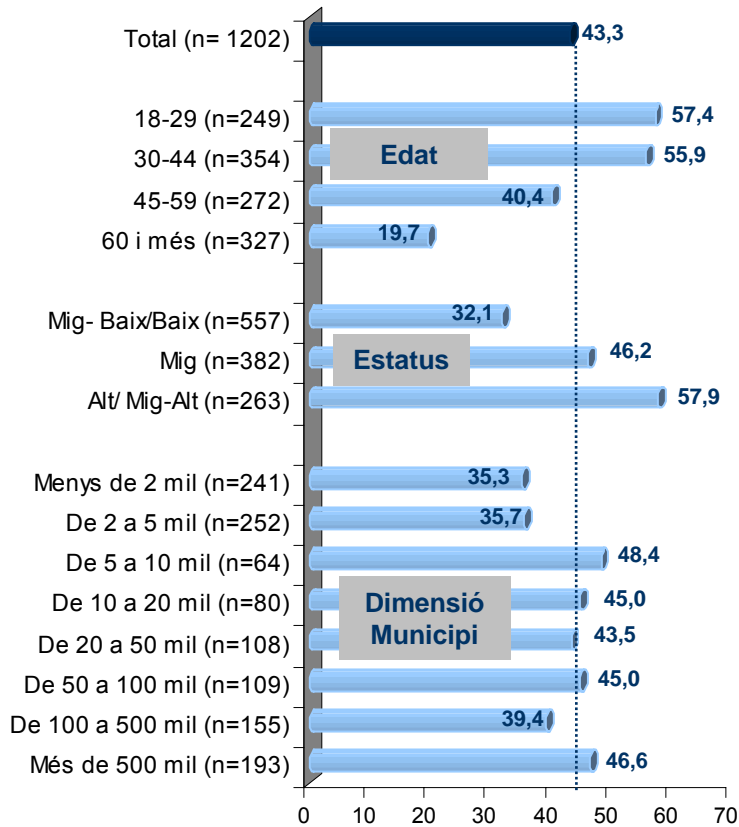
**Nous usos del món rural**  
**Vostè ...**



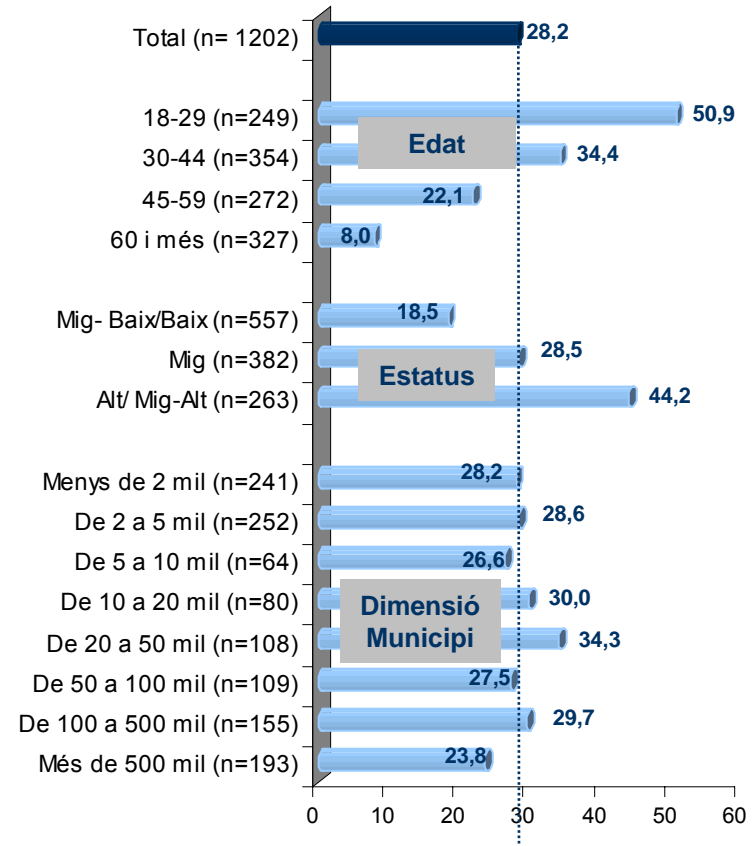
**Vostè té segona residència a algun municipi de menys de 5.000 habitants?**



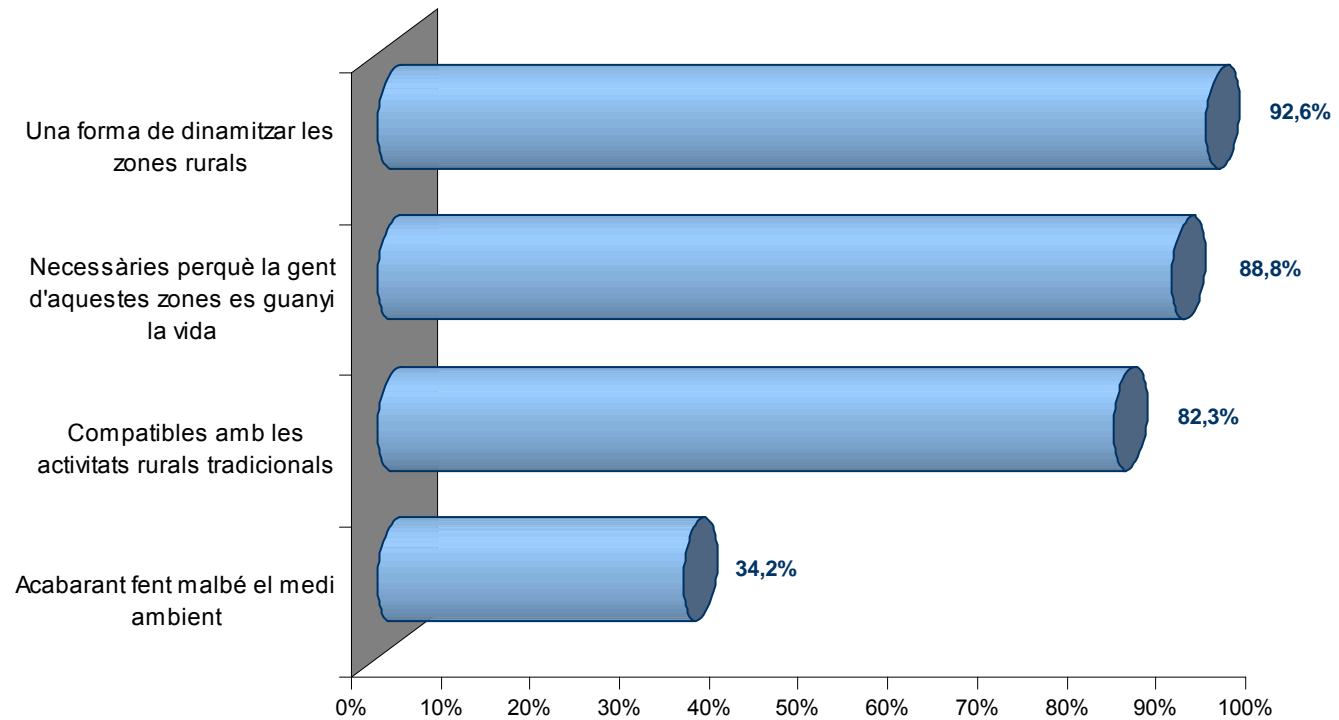
Vostè ha fet turisme rural durant els últims 2 o 3 anys?



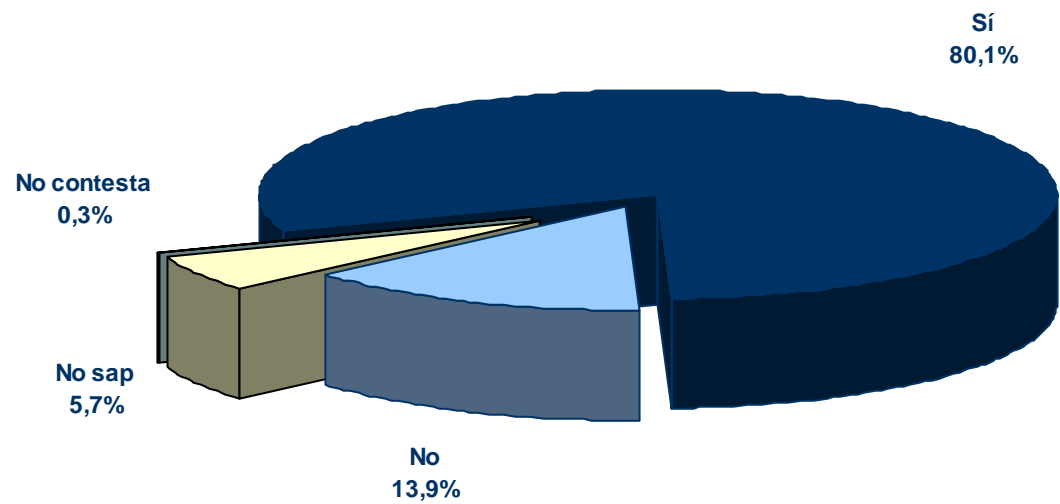
Vostè ha anat a practicar esports d'aventura?



## Creu que aquests activitats són ...



**Creu que des de l'administració s'han d'impulsar aquest tipus d'activitats?**



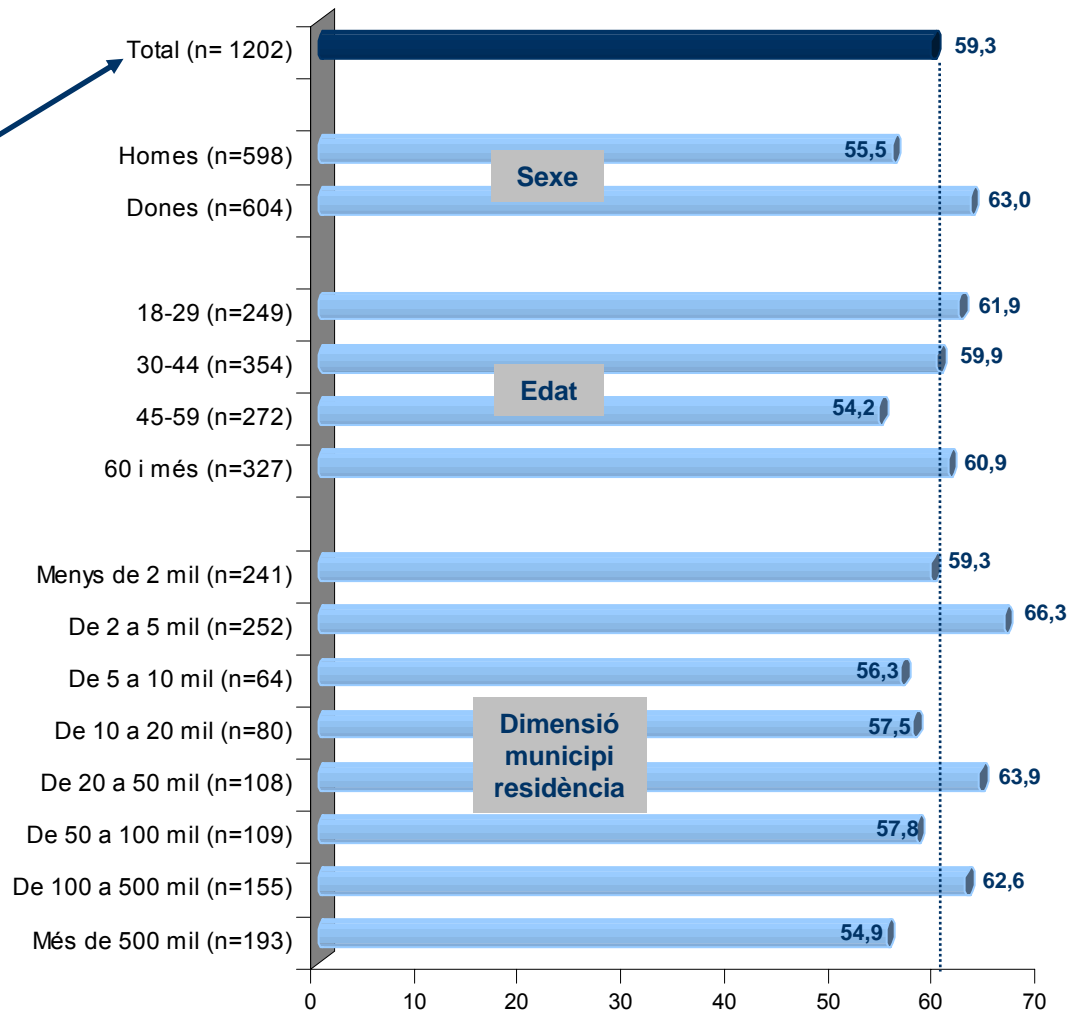
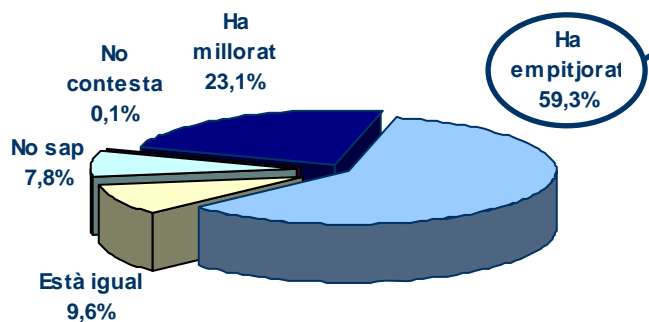


Els boscos

## La majoria dels entrevistats coincideix en que l'estat dels boscos ha empitjorat els darrers anys. També és majoritària la sensació que aquest empitjorament és degut al comportament de la gent.

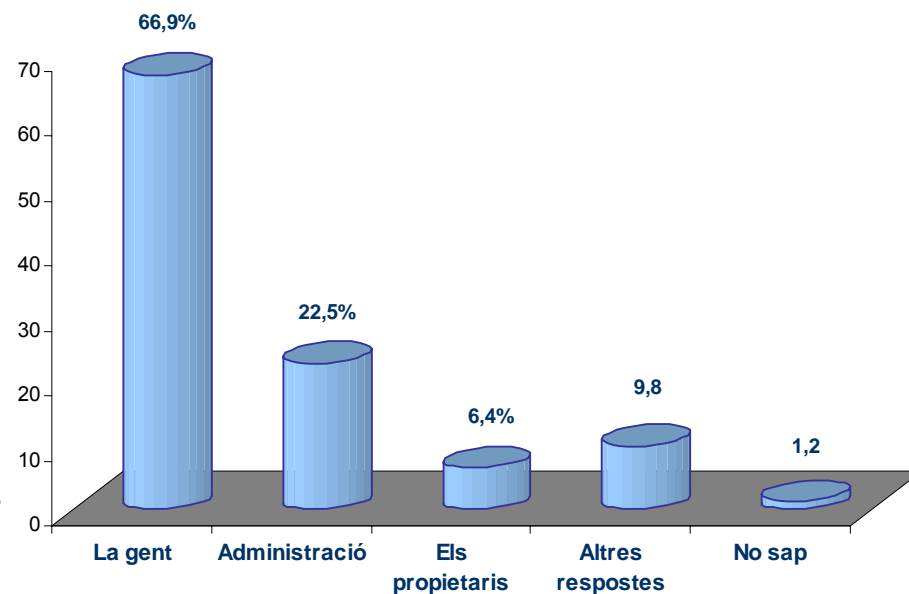
- Un 59,3% dels entrevistats considera que els darrers anys els boscos han empitjorat. Ara bé, també hi ha un 23,1% d'entrevistats que opina el contrari, que han millorat.
- Quan es demana pel principal responsable d'aquest empitjorament les respostes són molt diverses però agrupant-les s'arriba als següents resultats: un 66,9% creu que és la gent la responsable d'aquest empitjorament. Les altres dues principals opcions, l'administració i els propietaris, obtenen un nombre de mencions clarament inferior (22,5% i 6,4% respectivament)
- Al demanar si un seguit d'**activitats tenen un efecte positiu o negatiu pels boscos** s'observa que la pastura dels ramats és la que més gent coincideix a dir que és bona pels boscos.
- Altrament, pel que fa a **collir bolets, els excursionistes i els esports de muntanya les opinions estan força dividides**. Al voltant del 35% considera que aquestes activitats són bones pels boscos i una mica menys del 30% creu que són dolentes.
- A les preguntes relatives al mal estat dels boscos i els seus possibles responsables no s'observa cap diferència gaire significativa en les opinions dels municipis més petits.

## Els últims anys vostè creu que l'estat dels boscos ha millorat o ha empitjorat?

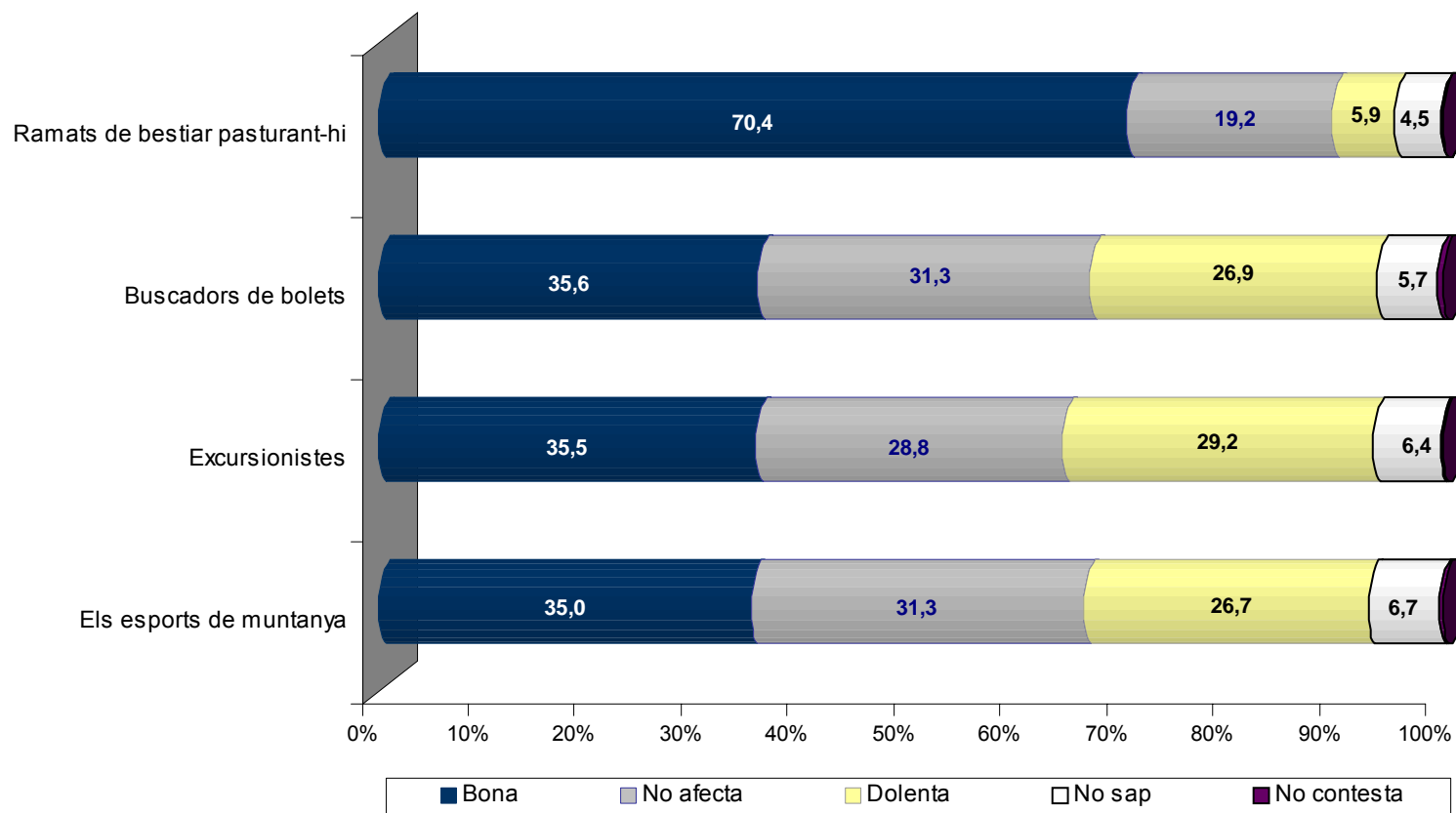


## Els boscos cada dia estan més bruts, qui creu que n'és el principal responsable?

La gent / Les persones	42,8%	} La gent 66,9%
Nosaltres	8,1%	
Usuaris / Visitants	6,2%	
Excursionistes	3,4%	
"Dominguers"	2,2%	
Incivisme / Incívics	2,0%	
Turistes / Turisme	1,1%	
La societat	0,7%	
Boletàires	0,2%	} L'administració 22,5%
Altres col·lectius	0,2%	
L'Administració / El Govern	17,8%	
L'Ajuntament / L'Alcalde	3,9%	} Els propietaris 6,4%
Falta de diners / Ajudes	0,8%	
Propietaris	6,2%	
Pagesos	0,2%	
Tots	3,9%	
Manca de neteja	0,9%	
Els que se'n cuiden	0,9%	
Està abandonat / deixat	0,9%	
Altres	3,2%	
No sap	1,2%	



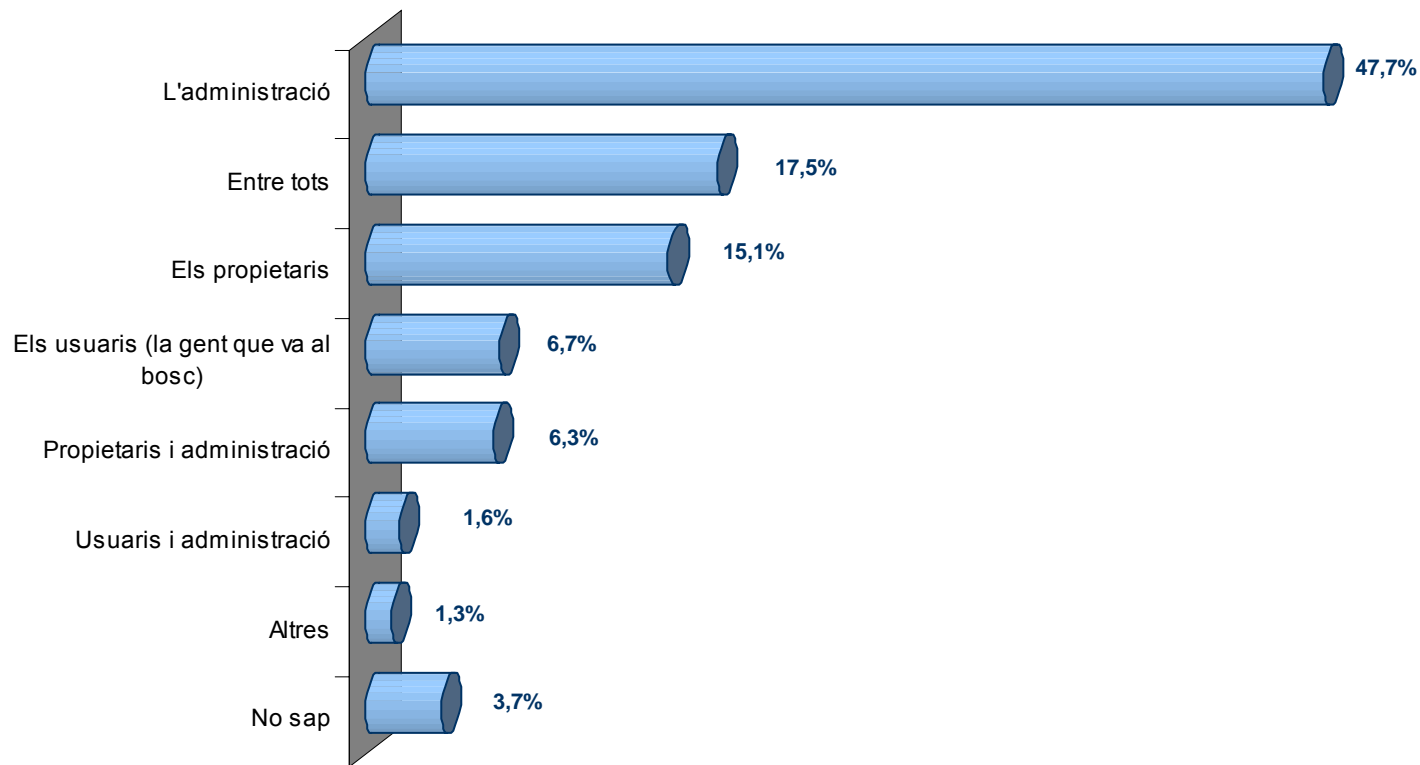
**De les activitats que li llegiré digui'm si vostè considera que són bones, dolentes o no afecten a l'estat i manteniment dels boscos**



## Molts pocs entrevistats consideren que els usuaris hagin de pagar el manteniment des boscos. Ara bé, la possibilitat de fer pagar per determinats usos del bosc rep el suport d'un nombre significatiu d'entrevistats

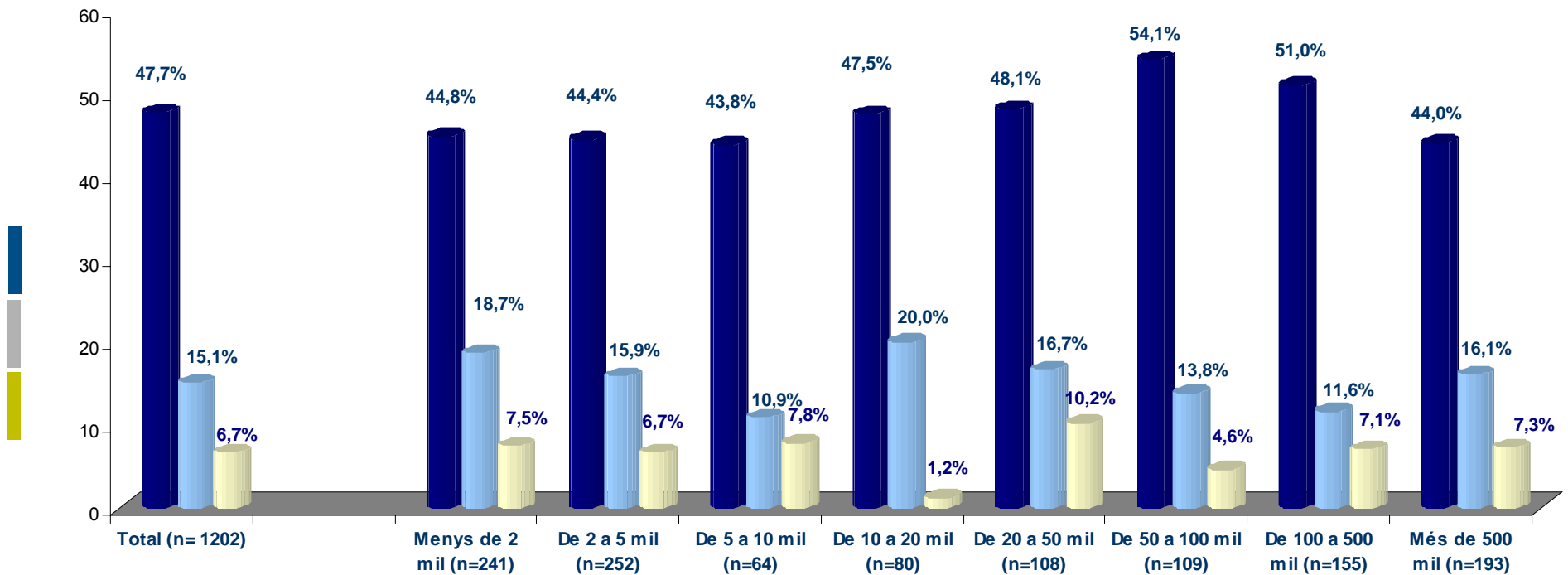
- El **47,7%** opina que és l'administració qui ha d'assumir el **cost del manteniment i neteja dels boscos**. Tot i que agrupen a un nombre inferior de respostes, hi ha un 15,1% creu que són els propietaris els que han de pagar i un 6,7% opina que ho haurien de fer els usuaris.
- Convé senyalar que en alguns casos els entrevistats consideren que qui hauria d'assumir el cost del manteniment dels boscos som tots (17,5%), o propietaris i administració (6,3%) o propietaris i usuaris (1,6%).
- Ara bé, **quan es planteja de forma explícita la possibilitat de fer pagar als usuaris per determinades activitats que es duen a terme als boscos un 49,8% dels entrevistats diu estar més aviat d'acord amb la idea.**
- Encara més, quan es planteja per un seguit d'activitats si seria convenient o no fer pagar, ens trobem amb que al voltant **del 70% dels entrevistats estaria d'acord en fer pagar als que practiquen esports de motor al bosc** (rutes amb moto, quad o tot terreny).
- En relació amb altres activitats com ara el picnic o collir bolets el grau d'acord amb fer pagar disminueix. Així, un 41,7% faria pagar per fer picnic i un 25,6% per collir bolets.
- Només en el cas de collir bolets es detecta un major suport a la idea de cobrar per entrar al bosc entre els residents als municipis de 5.000 habitants.

**Mantenir els boscos val diners. Qui creu que ha de pagar el manteniment i neteja dels boscos?**

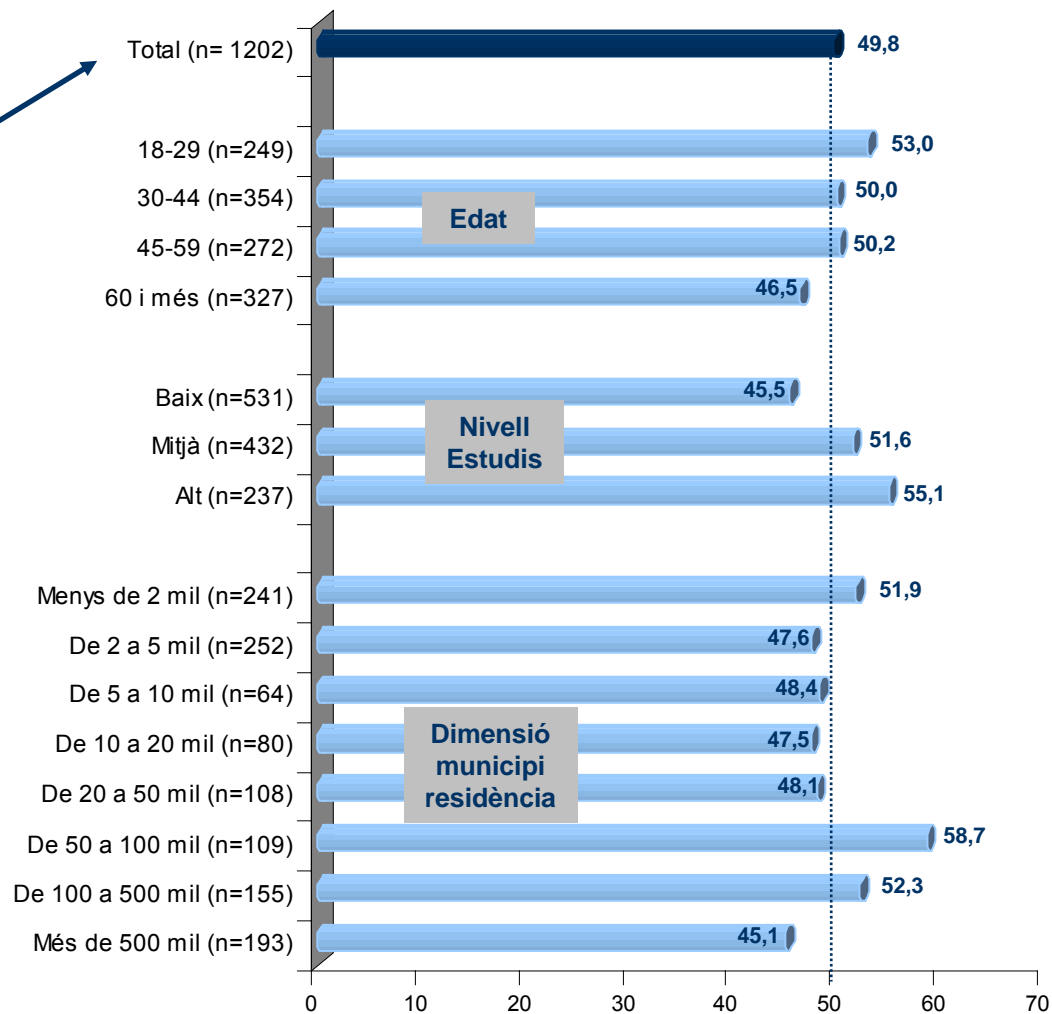
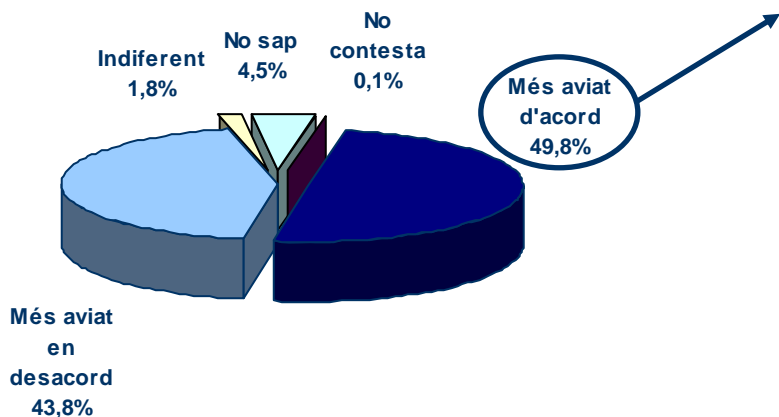


## Mantenir els boscos val diners. Qui creu que ha de pagar el manteniment i neteja dels boscos? (segons dimensió de municipi)

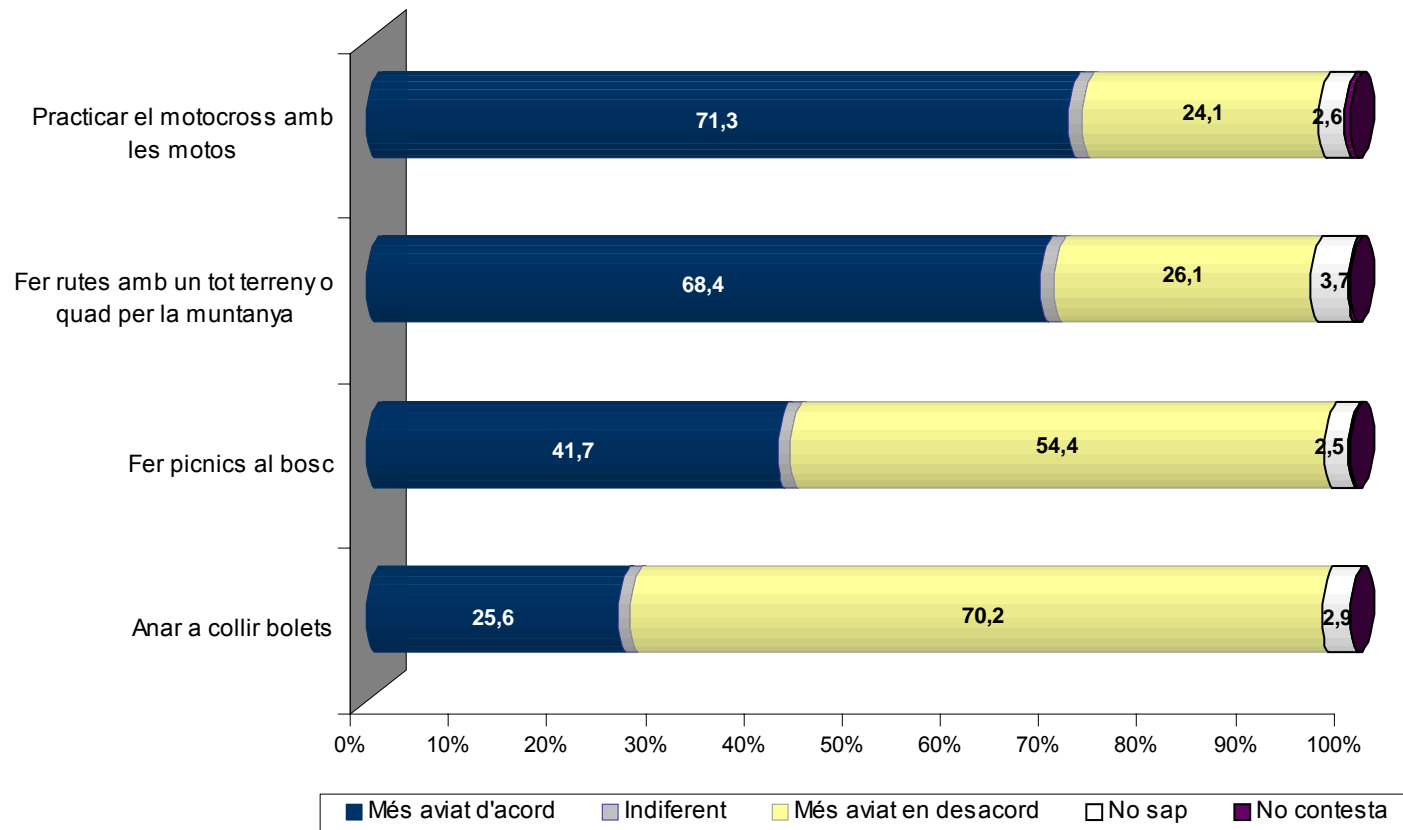
■ L'administració ■ Els propietaris ■ Els usuaris



## Vostè estaria més aviat d'acord o més aviat en desacord amb que es fes pagar per usar el bosc per determinades activitats?

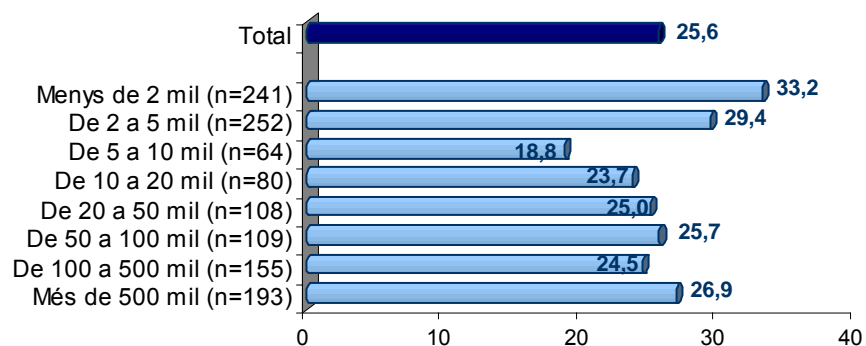


**Concretament, vostè estaria més aviat d'acord o més aviat en desacord en que es fes pagar per:**

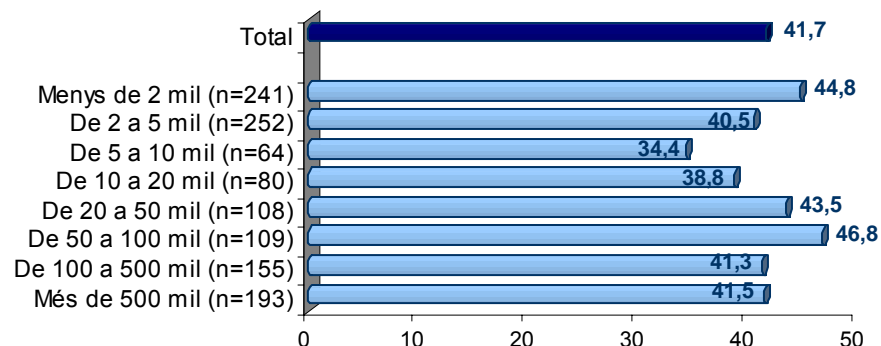


**Percentatge d'entrevistats que estan d'acord en fer pagar per ...  
(segons dimensió del municipi de residència)**

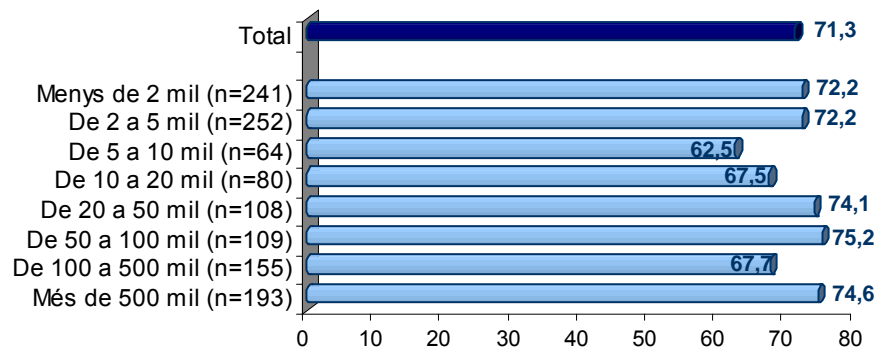
**Collir bolets**



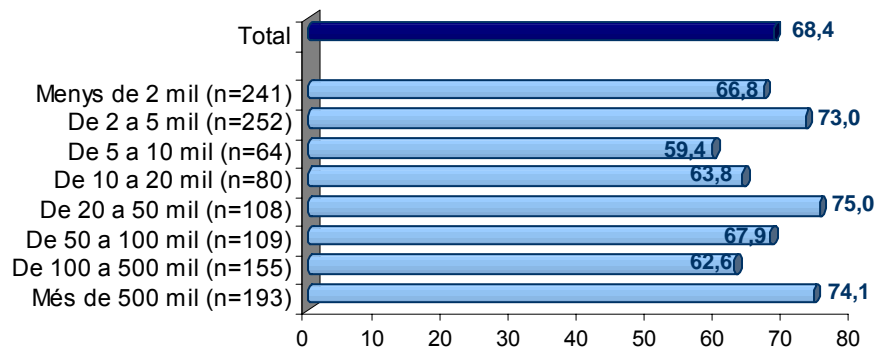
**Picnics**



**Motocros**



**Tot Terrenys / Quads**





## Conclusions

- **El món rural i els pagesos són vistos amb connotacions positives, tenen cura del medi ambient, del bestiar i ajuden a conservar el país. Altrament, aquesta tasca que realitza el món rural no es veu suficientment compensada: la majoria dels entrevistats no creu que els pagesos es guanyin bé la vida.**
- **Una àmplia majoria dels entrevistats veu els productes del món rural català com uns productes de qualitat. Ara bé, en el moment de comprar a gairebé dues terceres parts dels entrevistats li és indiferent l'origen dels productes que compra.**
- **La majoria dels entrevistats creu en la competitivitat dels productes catalans. De cara al futur existeix un important consens en que cal apostar per la producció de qualitat.**
- **Els intermediaris són clarament identificats com els principals responsables de l'augment dels preus.**
- **La majoria d'entrevistats ha comprat alguna vegada en origen. Normalment la compra s'ha produït aprofitant un desplaçament per un altre motiu.**

- **Un nombre important d'entrevistats, encara que no majoritari, practica alguna de les noves activitats del món rural. Aquestes activitats són ben vistes pels entrevistats i es considera que han de ser impulsades per l'administració.**
- **La majoria dels entrevistats està d'acord en que l'estat dels boscos ha empitjorat els darrers anys i coincideixen en senyalar el comportament de la gent com el principal responsable d'aquest empitjorament.**
- **La possibilitat de fer pagar als que utilitzen el bosc és més ben vista si es circumscriu a l'ús que en fan els practicants dels esports de motor.**
- **En contra del que es podria pensar, en la majoria de casos la variabilitat dels resultats no va associada tant a la dimensió del municipi (i per tant a la pertinença o no al món rural) com a altres variables com ara l'estatus socio-econòmic, el nivell d'estudis i l'edat.**
- **El sentiment de pertinença sembla influir en algunes de les respostes dels entrevistats. Especialment quan es demana per la qualitat dels productes catalans o per la importància que s'atorga a l'origen dels productes que es compren.**