

## DEBAT CIUTADÀ (XXI)

# RADIOGRAFIA DE LA PLATJA DE PALMA (II): LENTA I CONTINUA DEGRADACIÓ

**L**a Platja de Palma és una de les principals destinacions turístiques de la nostra comunitat i de la mediterrània. Es tracta del que els tècnics denominen una destinació madura. Això significa que, malgrat sigui una marca turística reconeguda, pels seus anys de "vigència", necessita una reconversió profunda per a millorar la seva competitivitat. Necessitat que és cada dia més urgent donada l'aparició de noves destinacions turístiques més modernes. Existeix un Pla de Reconversió Integral, així com un projecte guanyador del concurs internacional d'idees. Tal i com es reflecteix a la pàgina número 4, és urgent i necessari concretar aquest projecte, dissenyar un full de ruta, amb les corresponents inversions i costos, comprometre a les distintes administracions públiques i a la iniciativa privada al seu finançament i que el Govern Central faci visible la seva voluntat política amb una inversió inicial concreta i significativa.

És significatiu i preocupant que pràcticament tots els indicadors referits al conjunt de Platja de Palma baixen respecte a la investigació de l'any 2007. La subzona de Ca'n Pastilla es pot considerar l'excepció i millora els seus indicadors. Ben al contrari, la sub zona de S'Arenal baixa de manera molt sensible.

A la present investigació, hem afegit un nou bloc denominat "Entorn periurbà". Amb aquesta denominació ens referim als espais que envolten l'àrea de desenvolupament urbà i que haurien de formar part integral del producte turístic. En concret, el seu manteniment es pot considerar

lamentable en la majoria de casos.

Aquesta investigació, com l'anterior, s'ha feta a partir d'un extens i profund treball de camp, segons uns models establerts, així com a base d'entrevistes amb distintes agents econòmics i socials de les distintes subzones.

Us informem que a la secció "Estudis i investigacions" de la nostra web es pot trobar l'informe complet de la investigació; i a la secció "Dossiers" hi hem inclòs el projecte guanyador del concurs internacional d'idees per a la Reconversió de la Platja de Palma.

TAULA Nº1

### VALORACIONS PER BLOCS I ZONES

	OFERTA COMPLEMENTÀRIA	PLATJA	TRANSPORT I SERVEIS	ENTORNS	ENTORN PERIURBÀ *	MITJANA ZONES
PLATJA DE PALMA	5,0 ↓	6,3 ↑	5,8 =	5,2 ↓	4,8	5,4 ↓
S'ARENAL	4,9 ↓	5,7 ↓	4,9 ↓	4,0 ↓	2,0	4,3 ↓
CAN PASTILLA	6,2 ↑	6,4 ↑	5,3 ↑	5,9 ↑	5,5	5,9 ↑
MITJANA BLOCS	5,4 ↓	6,0 ↓	5,3 =	5,0 ↓	4,1	5,2 ↓

↑ Millor que l'any passat ↓ Pitjor que l'any passat = Igual que l'any passat

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2008

\* No s'avalua de manera independent

Amb la col·laboració de



**Govern  
de les Illes Balears**  
Conselleria de Turisme

# DEGRADACIÓ ENTORNS URBANS I PERIURBANS

Possiblement el més rellevant d'aquesta investigació és la constatació de la progressiva degradació dels entorns urbans i periurbans, especialment a la subzona de s'Arenal, però també al nucli central de la Platja de Palma.

No podem quedar-nos esperant la posada en marxa del Pla de Reconversió. És urgent i necessari que des del Consorci es concreti un pla d'actuació de millora i embelliment dels entorns urbans i periurbans. Per això és imprescindible comprometre en projectes i inversions a les distintes administracions que formen part d'aquest Consorci. Encara que aquestes pateixin greus problemes financers, si aquest pla d'embelliment es fa d'una manera coordinada es podrien aprofitar sinergies que actualment no existeixen.

	Entorns urbans	Entorns periurbans
Platja de Palma	5,1	4,8
S'Arenal	3,7	2,0
Ca'n Pastilla	6,3	5,5
MITJANA	5,0	4,1

TAULA N°2

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2008

Si observem la taula adjunta, podem comprovar que els factors més negatius són la contaminació acústica i la seguretat ciutadana. Els renous afecten de manera prioritària al denominat turisme familiar. El tema de la inseguretat té diverses vessants. Per un costat, existeix una inseguretat relacionada amb la venda ambulant. Per un altre, la produïda al voltant de determinats bars que desenvolupen activitats "d'animació". Per un altre, la provocada per la mateixa degradació urbana (S'Arenal). I, finalment, la que és conseqüència de les activitats lúdiques que giren entorn els macrocentres de diversió, que provoquen en determinats casos situacions relativament violentes per part de clients en estat semi-

etílic.

Els aspectes més positius són els relacionats amb la platja, que, sens dubte, és un valor rellevant sempre que s'evitin excessives massificacions. Les infraestructures bàsiques del passeig marítim són satisfactòries, però s'hauria de fer un tractament homogeni i estètic de l'oferta comercial, evitant entre altres coses una ocupació massiva i desordenada dels espais públics. L'oferta comercial, en qualsevol cas, és excessiva i repetitiva ("més del mateix"). En referència a l'oferta gastronòmica, no es pot considerar absolutament negativa, però és destacable l'excessiu número de locals de menjar ràpid ("fast food").

TAULA N°3

## VALORACIONS OFERTA TURÍSTICA BÀSICA

OFERTA COMPL. (5,4)	Gastronòmica	Comercial	Lúdica		Infraestructures	Serveis	Neteja aigua	Neteja arena	PLATJA (6,0)
	5,2 ↓	4,5 ↓	5,5 =		PLATJA DE PALMA	6,5 =	5,3 ↑	8,0 =	
5,0 ↓	4,4 ↓	5,4 ↓	S'ARENAL	5,7 ↓	5,0 ↓	7,0 =	5,2 ↓		
6,4 ↑	6,1 =	6,0 ↑	CA'N PASTILLA	7,3 ↑	5,6 ↑	7,0 =	5,7 ↓		
5,5 ↓	5,0 ↓	5,6 =	MITJANA FACTORS	6,5 ↓	5,3 ↑	7,3 =	5,4 ↓		

TRANSPORT I SERVEIS (5,3)	Mitjans transport	Informació	Seguretat ciutadana		Entorn urbà	Contaminació acústica	Contaminació atmosfèrica	ENTORNS (5,0)
	5,4 =	7,2 =	4,8 =		PLATJA DE PALMA	5,1 ↓	3,7 ↓	
4,9 ↓	5,3 =	4,5 ↓	S'ARENAL	3,7 ↓	3,2 ↓	5,0 ↓		
5,1 ↓	5,4 ↓	5,3 =	CA'N PASTILLA	6,3 =	4,3 ↓	4,0 ↓		
5,1 ↓	6,0 ↓	4,9 ↓	MITJANA FACTORS	5,0 ↓	3,7 ↓	6,3 ↓		

↑ Millor que l'any passat ↓ Pitjor que l'any passat = Igual que l'any passat

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2008

# ELS MATEIXOS PUNTS FEBLES

Ara fa dos anys, el juliol de 2006, el Consorci de la Platja de Palma va fer públic un document que podeu trobar a la seva web titulat "Plan Estratégico de Recomendaciones para la mejora y Embellecimiento de la Platja de Palma". En aquest document s'inclouia un DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats), que coincidia, en línies generals, amb els punts febles de la nostra investigació de 2007. El més preocupant és que aquests punts febles continuïn essent els mateixos a la investigació d'enguany.

## PUNTS FORTS

- Passeig marítim
- Estat de la Platja
- Zona estratègica, bona situació

- 
- Oferta lúdica
  - Oferta hotelera

- 
- Major tranquil·litat
  - Oferta gastronòmica
  - Aquàrium / Club nàutic
  - Instal·lacions esportives / torneigs

- 
- Club nàutic
  - Aqualand

### TOTES LES ZONES

### PLATJA DE PALMA

### CA'N PASTILLA

### S'ARENAL

## PUNTS FEBLES

- Oferta complementària excessiva, confusa i amb mala relació qualitat-preu
- Descoordinació entre administracions
- Escasses zones verdes i espais públics
- Renous i inseguretat
- Canvis d'ús no regulats
- Barreja d'usos
- Transport públic
- Degradació entorns periurbans

- 
- Barreja de turisme d'oci i turisme familiar
  - Excés de locals de menjar ràpid
  - Contaminació acústica i lumínica
  - Massificació de la platja
  - Venda ambulat / Trileros / Prostitució
  - Manca d'instal·lacions esportives
  - Neteja

- 
- Manca d'Oficina d'Informació Turística
  - Contaminació acústica
  - Trànsit excessiu i desordenat
  - Manca de zones verdes i parcs infantils

- 
- Degradació urbana / Neteja
  - Confusió turisme i residents estables
  - Obsolescència de l'oferta complementària i de part de l'allotjament
  - Manca d'equipaments públics
  - Desconnexions viàries

TAULA N°4

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2008

Desgraciament, ens veiem obligats a repetir literalment els mateixos comentaris que vam fer l'any 2007.

"No hi ha dubte que la Platja de Palma és un producte turístic consolidat i amb una marca reconeguda, el que implica una certa fortlesa. Però aquesta necessitat, basant-se en els seus punts forts, actuacions decidides sobre els punts febles, que s'estan convertint en sèries amenaces. Resulta evident que els principals suports de la Platja de Palma (com els dels altres productes turístics de Mallorca) són el sol i la platja i la qualitat i freqüència de comunicacions. Però, de dia en dia, els potencials clients tenen més alternatives al mercat. Pel tant, és bàsic oferir un producte turístic que inclogui distints productes diversificats. Al mateix temps, els nostres visitants, actuals i potencials, precisament perquè ja no som una destinació barata, exigeixen una qualitat en els entorns, en els serveis i en

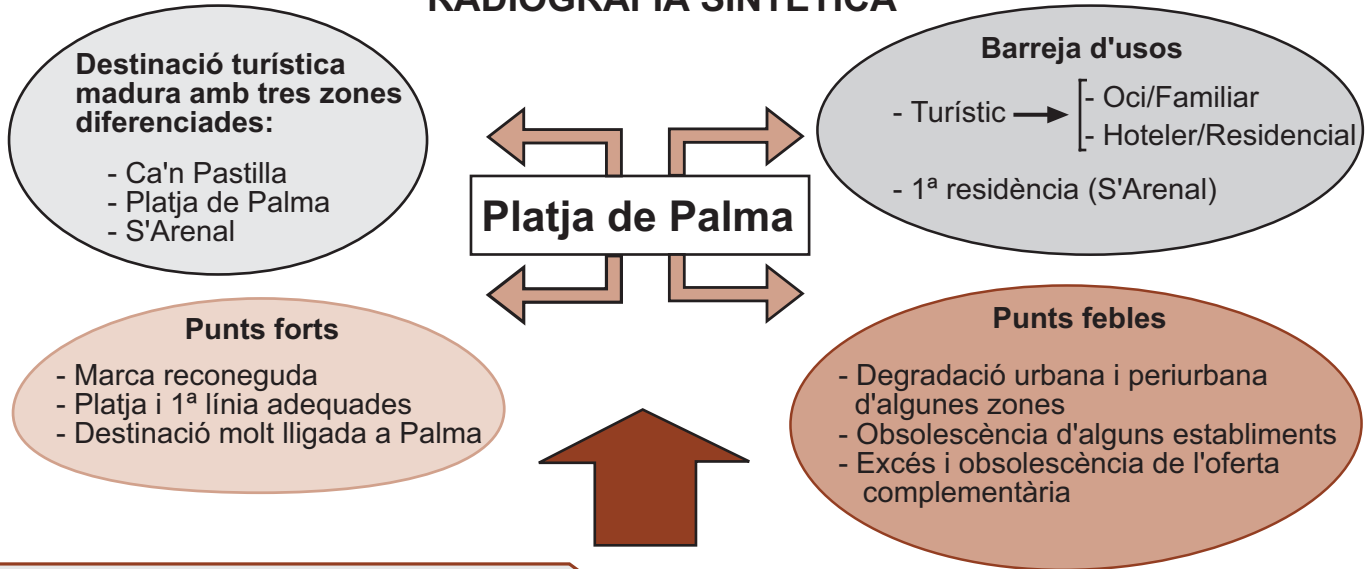
les ofertes bàsiques. Si es fa una lectura acurada dels punts febles, es veu d'una manera clara que allà on és necessària una actuació decidida, ràpida i coherent, concretada en una futura reconversió integral de la Platja de Palma és a les àrees dels entorns urbans, a les ofertes bàsiques (comercials, gastronòmiques i lúdiques), als serveis públics, com per exemple el transport, i una actuació més clara en els temes relacionats amb els renous i la inseguretat. Al mateix temps, es perceben, a l'espera del denominat Pla de Reconversió, uns canvis d'ús no regulats d'allotjaments turístics a residencials. Aquesta pràctica pot tenir conseqüències greus dins la zona si no es fan dins un Pla global. Pla que necessita la coordinació de les diverses administracions que hi participen i una major implicació dels sectors privats, i no només de l'empresariat d'allotjament sinó de tots els sectors que conformen el producte turístic de la Platja de Palma".

# LES URGÈNCIES DEL PLA DE RECONVERSIÓ

Teòricament, el Pla de Reconversió Integral de la Platja de Palma està en marxa. Ara ens queda la tasca de concretar-lo en accions específiques, en inversions i en un calendari d'actuacions. Aquest Pla de Reconversió és sens dubte un projecte estratègic, però és imprescindible començar a actuar des d'ara en determinats aspectes negatius, que es reflecteixen a la radiografia sintètica adjunta.

TAULA Nº5

## RADIOGRAFIA SINTÈTICA



### PLA DE RECONVERSIÓ: URGÈNCIES

- 1) El Consorci de la Platja de Palma convocà un **concurs internacional d'idees**, que fou guanyat per l'estudi West 8 (el seu projecte està disponible a [www.gadeso.org](http://www.gadeso.org)).
- 2) Val a dir que aquest projecte es troba en **fase de concreció** i que és imprescindible l'**elaboració d'un full de ruta**, que especifiqui les accions a seguir, la seva temporalització i el seu pressupost.
- 3) Com és lògic, una vegada definits els seus costos, és imprescindible concretar la **implicació** de les distintes **administracions públiques** i de la **iniciativa privada**.
- 4) Donat l'interès de la Secretaria d'Estat de Turisme i del Ministeri de posar en marxa aquest pla de reconversió, es considera necessari que es **concreti una quantitat d'euros rellevant i significativa** per part del Govern Central, aplicada a una inversió concreta que faci visible aquest interès i que a l'hora actuï de detonant, simbòlic i operatiu, de la implicació de la resta d'actors implicats.

### QUADERNS GADESO 2008 DEDICATS A LA TEMÀTICA TURÍSTICA

- Nº 121 (Juny): Clima empresarial turístic (IX). Temporada turística: interrogants.
- Nº 123 (Juliol): Opinió dels turistes (VII). Els turistes i la nostra llengua
- Nº 124 (Juliol): Opinió dels turistes (VIII). Mallorca (II)
- Nº 126 (Agost): Opinió dels turistes (IX). Menorca, Eivissa i Formentera (III)
- Nº 129 (Setembre): Radiografia de la platja de Palma (V)
- Nº 130 (Octubre): Opinió ciutadana sobre el turisme (IV)
- Nº 132 (Novembre): Clima empresarial turístic (X). Post-temporada.



Fundació GADESO: C/Ter nº14 1er. Palma de Mallorca - 07009  
TEL. +34 971 479503 FAX. +34 971 470042.  
E-MAIL: [fundaciogadeso@gadeso.org](mailto:fundaciogadeso@gadeso.org)

PÁGINA WEB: [www.gadeso.org](http://www.gadeso.org)

