

ESPECIAL FITUR: OPINIÓ CIUTADANA SOBRE EL TURISME (XI)

RECONVERSIÓ I MODERNITZACIÓ PERÒ RESPECTANT EL TERRITORI

Com tots els geners, aquests dies té lloc a Madrid la fira de turisme més important de l'estat, FITUR, on centenars de professionals, empreses i institucions es reuneixen per ofertar els seus productes i conèixer les innovacions i noves estratègies que sorgeixen en un món, el del turisme, cada cop més competitiu. Els empresaris turístics han viscut una bona temporada en termes d'ocupació, però això no s'ha traduït en una millora generalitzada de la rendibilitat i molt manco en la creació de nous llocs de feina. També hem conegut que les primeres dades sobre vendes apunten a una temporada 2013 millor que la d'enguany. Amb aquest número especial volem polsar l'opinió de la ciutadania sobre quins components del nostre producte turístic consideren més importants, la valoració que en fan de la seva situació actual i quines mesures creuen que seria necessari aplicar per millorar la qualitat i competitivitat de aquest sector.

Tant les dades objectives com les percepcions ciutadanes demostren que el turisme és el **motor de la nostra economia** i, a més, l'activitat que ha de liderar la sortida de la crisi a la nostra terra. Naturalment, en un sector tan important i heterogeni, les opinions sobre l'estratègia a seguir o les mesures a adoptar no solen coincidir.

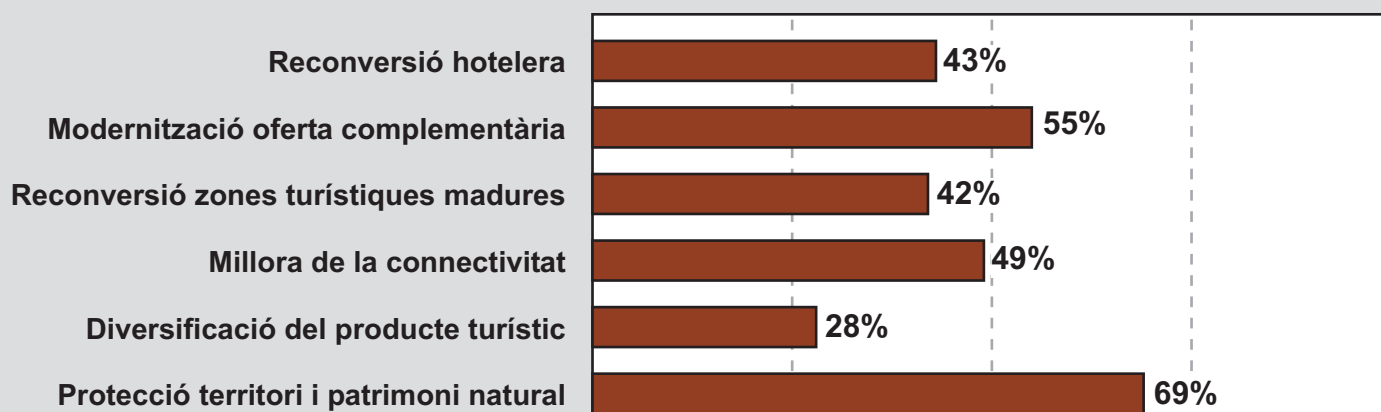
En canvi, sí pareix haver-hi consens en els **problemes** que pateix el sector a Balears: una acusada **estacionalitat**, excessiva **dependència** dels dos principals mercats emissors (Gran Bretanya i Alemanya), **obsolescència** de part de la planta d'allotjament, creixent **competència** d'altres destinacions, **manca de competitivitat** de l'oferta complementària... Malauradament, sembla tan difícil com necessari arribar a acords, tant globals com sectorials.

I la ciutadania, què en pensa? Com es pot veure a la taula inferior, una majoria de la població creu que és prioritària la **protecció del territori i del patrimoni natural**, no només pel seu valor paisagístic i ecològic, sinó com a component bàsic del producte turístic. La segona mesura en importància passa per **modernitzar i adaptar l'oferta complementària**, entesa en el seu sentit més ampli: restauració, comerç, oci, transport, esport...

La millora de la **connectivitat** amb els mercats emissors (sobretot a Menorca i a les Pitiüses) i la **reconversió de la planta d'allotjament i de zones turístiques madures** són també mesures bàsiques per a la ciutadania, que també aposta, encara que amb menys intensitat, per la **diversificació** del nostre producte turístic.

TAULA N°1

MESURES PER MILLORAR EL NOSTRE PRODUCTE TURÍSTIC



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013

Mostra: 900 entrevistes. Marge d'error màxim: +/- 3,3%. Nivell de confiança del 95,5%. Treball de camp: Gener 2013.

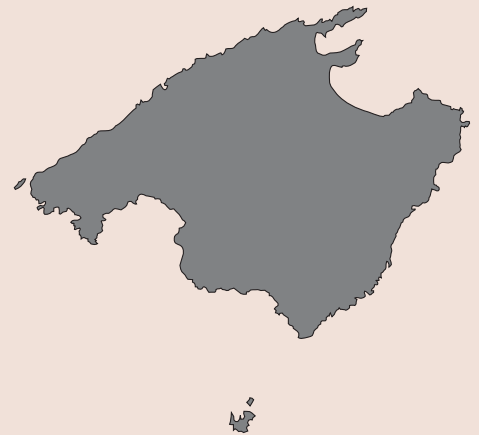
MALLORCA: LA IMPORTÀNCIA DEL TERRITORI

Com és habitual en les nostres publicacions, us oferim els resultats desglossats per illes, doncs, com veurem a les següents pàgines, es detecten diferències significatives entre els distints territoris. Per tal de copsar la valoració dels ciutadans del producte turístic els hem demanat, en primer lloc, que jerarquitzin per ordre d'importància els distints components del producte turístic i que després indiquin quina satisfacció en tenen. Finalment, ens han indicat quines mesures consideren prioritàries per millorar el turisme.

TAULA Nº2

EL PRODUCTE TURÍSTIC DE MALLORCA

	ORDRE D'IMPORTÀNCIA	VALORACIÓ CIUTADANA
Planta d'allotjament	3	4,8
Oferta complementària	2	4,2
Infraestructures	4	6,0
Connectivitat aèria i marítima	5	5,6
Equipaments i serveis	6	5,1
Territori; patrimoni natural	1	4,5



Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013

La taula 2 ens mostra que els ciutadans de Mallorca consideren el **territori i el patrimoni natural** com el component més important del producte turístic, si bé la satisfacció que en tenen es situa en un millorable 4,5. En aquest sentit, s'ha detectat certa preocupació per la recent decisió del Consell d'importar residus d'altres indrets d'Espanya i d'Europa i també per les noves construccions projectades (urbanitzacions, hotel de Sa Ràpita...).

L'**oferta complementària** (comerç, restauració, oci...) i la **planta d'allotjament** són els següents en aquest rànquing d'importància i també la seva valoració està enfora de ser positiva. Per part seva, les **infraestructures** i la **connectivitat** obtenen valoracions un poc més positives, però això no vol dir que no hi hagi aspectes millorables

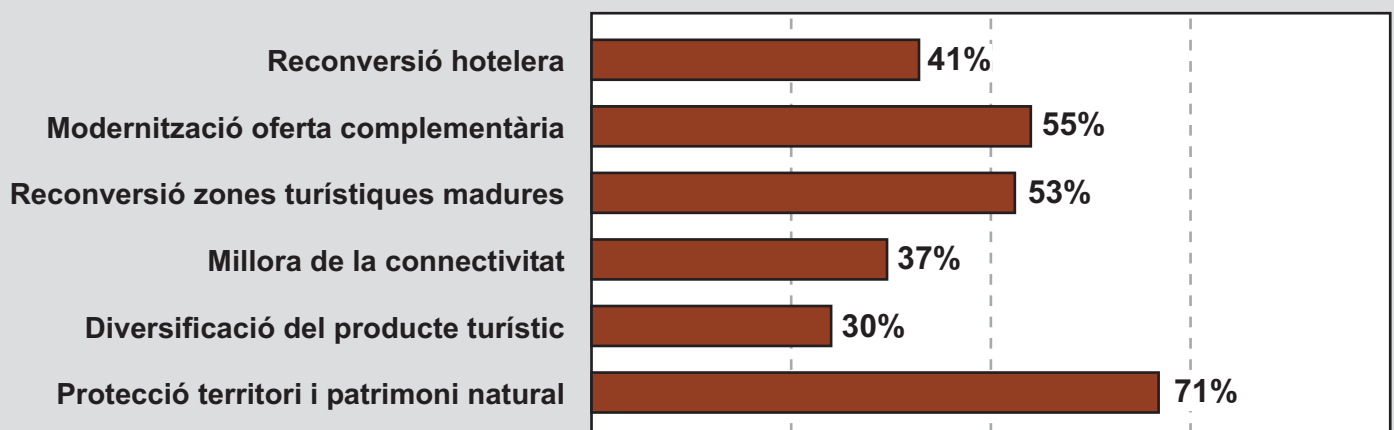
(reducció de rutes aèries, mal estat d'algunes carreteres, transport públic...) que s'han de tenir en compte si se vol millorar la qualitat del turisme de l'illa.

Com es pot comprovar a la taula inferior, i amb consonància amb el que hem vist, la **conservació del patrimoni natural** és la principal mesura que adoptaria la ciutadania per garantir un bon producte turístic, seguida de la necessària (i urgent) **modernització** de la mal denominada oferta complementària.

La **renovació** de zones turístiques madures, el cas més emblemàtic és el de la Platja de Palma, també es troba entre les mesures bàsiques de millora, juntament amb la **reconversió** de la planta hotelera.

TAULA Nº3

LES MESURES QUE S'HAURIEN D'ADOPTAR



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013

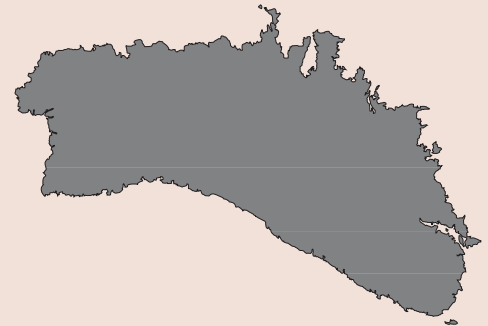
MENORCA: LA DESITJADA CONNECTIVITAT

Menorca pateix des de fa molts d'anys un problema de connectivitat, encara més visible amb el boom de les companyies de baix cost, que pareixen haver-se oblidat de l'illa. Per altra banda, la preocupació pel territori i el medi ambient ha estat tradicionalment més intensa que a la resta de les illes, amb grans iniciatives orientades a la preservació del territori. Naturalment, això es reflecteix en les percepcions ciutadanes, com veurem tot seguit.

TAULA Nº4

EL PRODUCTE TURÍSTIC DE MENORCA

	ORDRE D'IMPORTÀNCIA	VALORACIÓ CIUTADANA
Planta d'allotjament	5	5,1
Oferta complementària	3	4,3
Infraestructures	4	5,0
Connectivitat aèria i marítima	1	3,4
Equipaments i serveis	6	4,8
Territori; patrimoni natural	2	5,8



Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013

Les majors dificultats de comunicacions que pateix Menorca, sobretot però no únicament durant la temporada baixa, en relació amb les altres illes provoca que la **connectivitat** amb els països emissors se vegi com el principal factor a tenir en compte i, alhora, el pitjor valorat per la ciutadania.

Com hem dit abans, hi ha arrelat a l'illa un sentiment de preservació del medi ambient que situa el **patrimoni natural** en el segon lloc d'importància en aquest rànquing i amb una valoració relativament satisfactòria (com a mínim, superior a la resta de Balears).

L'**oferta complementària**, en canvi, està necessitada d'una important i urgent reforma, que l'adapti als nous temps i a les noves demandes turístiques, però sempre que això no

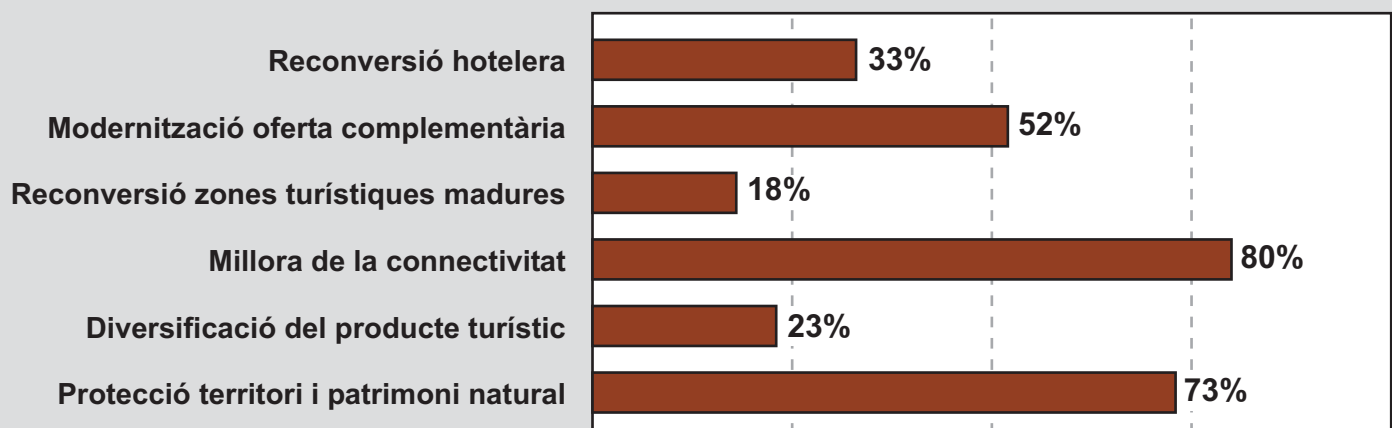
signifiqui més consum de territori ni la pèrdua de la idiosincràsia de l'illa.

Per tant, la principal mesura, segons l'opinió de la ciutadania, que s'hauria d'adoptar per millorar el producte turístic de Menorca és la **millora** de la connectivitat (augmentar les rutes directes, atreure companyies de baix cost...) per tal de garantir un nombre adient de visitants.

Lògicament, la **protecció** del territori i del patrimoni natural ocupa el segon lloc en el rànquing de mesures, seguida per la **modernització** de l'oferta complementària, entesa en el seu sentit més ampli: comerç, restauració, oci, esports... Segons els menorquins, és urgent i necessari acometre aquestes reformes si se vol garantir la competitivitat.

TAULA Nº5

LES MESURES QUE S'HAURIEN D'ADOPTAR



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013

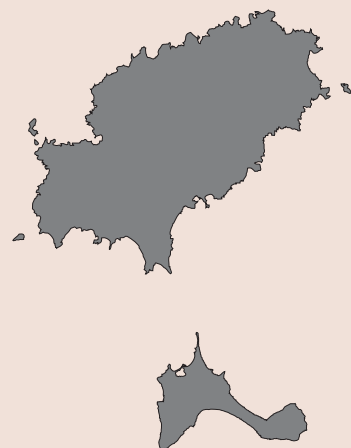
PITIÜSES: L'OCI I LA NATURA

Tant Eivissa com Formentera són marques conegudes i reconegudes arreu del món, la primera amb una oferta més centrada en l'oci i l'altra per les seves impressionants platges i racons naturals. Malgrat això, a ambdues es detecten problemes d'urgent solució: com compaginar l'oci nocturn amb el turisme familiar? Com evitar una saturació i degradació d'un territori tan petit i tan vulnerable com Formentera? Com reconvertir de manera adequada zones turístiques madures com Sant Antoni o Platja d'en Bossa?

TAULA N°6

EL PRODUCTE TURÍSTIC DE LES PITIÜSES

	ORDRE D'IMPORTÀNCIA	VALORACIÓ CIUTADANA
Planta d'allotjament	2	4,8
Oferta complementària	1	5,8
Infraestructures	5	5,3
Connectivitat aèria i marítima	3	5,0
Equipaments i serveis	6	4,9
Territori; patrimoni natural	4	5,1



Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013

L'**oferta complementària** és vista com el principal component del producte turístic, sobretot a Eivissa, i encara que la valoració sigui millor que a la resta de les illes, certes zones han de menester una modernització. A més, si parlem del famós oci nocturn de la Pitiüsa major, la gran pregunta és com compaginar-lo amb els altres productes, principalment amb el turisme familiar.

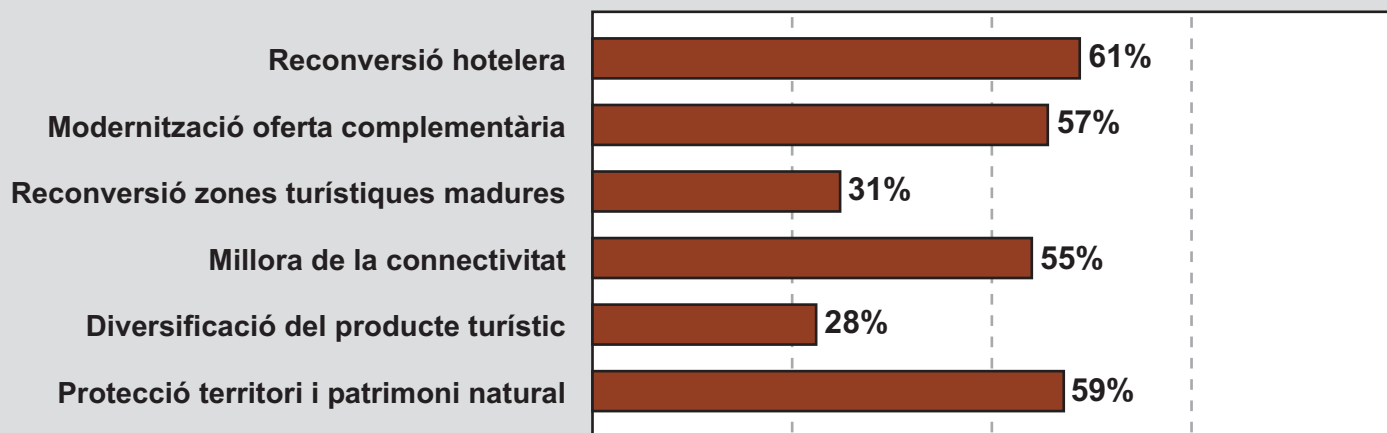
També s'observa amb preocupació una certa obsolescència de la **planta d'allotjament**. Cal afegir que a Formentera

la importància del **patrimoni natural** és molt més elevada, doncs és clarament percebut com el seu principal atractiu.

En la mateixa línia, la **reconversió** de la planta d'allotjament, la **conservació** del territori i del patrimoni natural i la **modernització** de l'oferta complementària (restauració, comerç, oci...) són vistes pels pitiusos com les principals mesures a aplicar per millorar el sector turístic de les illes, destinat a liderar la recuperació econòmica i la creació de llocs de feina.

TAULA N°7

LES MESURES QUE S'HAURIEN D'ADOPTAR



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2013