

QUADERNS GADESO

ANÀLISI DE LA REALITAT SOCIOECONÒMICA DE LES ILLES BALEARS. N° 105. AGOST 2007. EXTRA ELECTRÒNIC

RECONVERSIÓ

La 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 per a la Platja de Palma. Des d'aquestes pàgines volem aportar una radiografia de la zona, comparada amb una similar realitzada l'any 2004.

www.gadeso.org

DEBAT CIUTADÀ (XIV)

RADIOGRAFIA DE LA PLATJA DE PALMA

Realitzar una radiografia de la Platja de Palma és complex. Per un costat no es pot tractar de manera uniforme, ja que existeixen tres àrees diferenciades: Ca'n Pastilla, Platja de Palma i S'Arenal. Per una altra banda, i precisament perquè es tracta d'una destinació madura, conviuen a la mateixa zona realitats distintes: activitats turístiques i primeres/segones residències, allotjaments hotelers i residencials, turisme d'oci i familiar.

A la nostra anàlisi, com es podrà comprovar, no incloem de manera explícita la situació dels allotjaments, que s'anitzaran de manera precisa quan reflectim l'opinió dels turistes. Es tracta bàsicament de avaluar els distintes factors que poden ser més o menys competitius dins el mercat

turístic. La investigació s'ha feta a partir d'un extens i profund treball de camp, segons uns models preestablerts, així com a base d'entrevistes amb distintes agents econòmics i socials de les distintes subzones. Aquesta investigació té com a referent la realitzada per la Fundació Gadeso l'any 2004, que podeu trobar al n°8 de la secció "Estudis i investigacions" de la nostra web. També hi podeu trobar l'estudi complet de 2007, d'on s'extreuen els resultats d'aquest quadern, al n°27 de l'esmentada secció.

Al quadre adjunt es reflecteixen els resultats globals. Les fletxes (en positiu i en negatiu) indiquen millora o empitjorament respecte a la investigació de 2004.

TAULA N°1

VALORACIONS PER BLOCS I ZONES

	OFERTA COMPLEMENTÀRIA	PLATJA	TRANSPORT I SERVEIS	ENTORNS	MITJANA ZONES
PLATJA DE PALMA	5.1 ↓	6.2	5.8 ↓	5.6 ↑	5.7
S'ARENAL	5.3	6.0	5.3 ↓	5.3 ↓	5.4 ↓
CAN PASTILLA	6.0	6.3	4.9	5.4 ↓	5.6 ↓
MITJANA BLOCS	5.5	6.2	5.3 ↓	5.4 ↓	5.6 ↓

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2007

QUADERNS GADESO: MONOGRAFIES TURISME 2007

Maig: Clima empresarial turístic

Agost: Opinió dels ciutadans sobre el turisme

Agost: Radiografia de la Platja de Palma

Setembre: Opinió dels turistes

OFERTA BÀSICA MILLORABLE

És incorrecte parlar "d'oferta complementària" quan resulta que aquesta és o hauria de ser l'oferta bàsica. El turista o visitant no tria una destinació per l'allotjament (encara que exigeixi una bona relació qualitat-preu). La tria fonamentalment per la diversitat de productes/ofertes que li puguin fer satisfactòria la seva estada. Però, a més, quan parlem d'oferta bàsica no ens referim únicament a "bars i restauració" sinó a una realitat més complexa que inclou distints tipus de serveis i el que de manera genèrica denominam "entorns (urbà i mediambiental)".

Si observam la taula adjunta, podrem 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 ambulat. 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-ètilic.

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 dle 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").

Els entorns urbans són millorables. El manteniment dels espais físics i de les voravies, així com la neteja, encara deixen molt que desitjar.

En referència al transport públic, encara que la seva freqüència augmenta de manera considerable durant l'estiu, s'ha de millorar el manteniment dels vehicles (brutícia, aire condicionat...) i s'ha de destacar la manca d'aturades en bones condicions. L'excessiva massificació en determinades hores pot provocar la presència de "carteristes".

Els resultats més negatius els presenta la zona urbana de S'Arenal i es comencen a manifestar símptomes menys positius a Ca'n Pastilla.

En el seu conjunt, la Platja de Palma presenta punts forts, però també punts febles, que necessiten un tractament coherent i ràpid.

TAULA Nº3

VALORACIONS OFERTA TURÍSTICA BÀSICA

OFERTA COMPL. (5.5)			PLATJA DE PALMA				PLATJA (6.2)		
Gastronòmica	Comercial	Lúdica	Infraestructures	Serveis	Neteja aigua	Neteja arena			
5.3	4.7 ↓	5.5	6.5	5.1 ↓	8.0	5.0 ↓			
5.3	4.9 ↓	5.6	6.1	5.2 ↓	7.0	7.0			
6.2	6.1	5.8	7.0	5.3 ↓	7.0	6.0			
5.6	5.2 ↓	5.6	6.8	5.2 ↓	7.3	5.6			
			S'ARENAL						
			CA'N PASTILLA						
			MITJANA FACTORS						
TRANSPORT I SERVEIS (5.3)			ENTORN URBÀ			ENTORNS (5.4)			
Mitjans transport	Informació	Seguretat ciutadana	Entorn urbà	Contaminació acústica	Contaminació atmosfèrica				
5.4 ↓	7.2	4.8 ↓	5.8	4.0 ↓	7.0				
5.7	5.3 ↓	5.0 ↓	4.6 ↓	5.3 ↓	6.2				
5.4 ↓	5.9	5.3 ↓	6.3	3.0 ↓	7.0				
5.5 ↓	5.4	5.0 ↓	5.5	4.1 ↓	6.7				

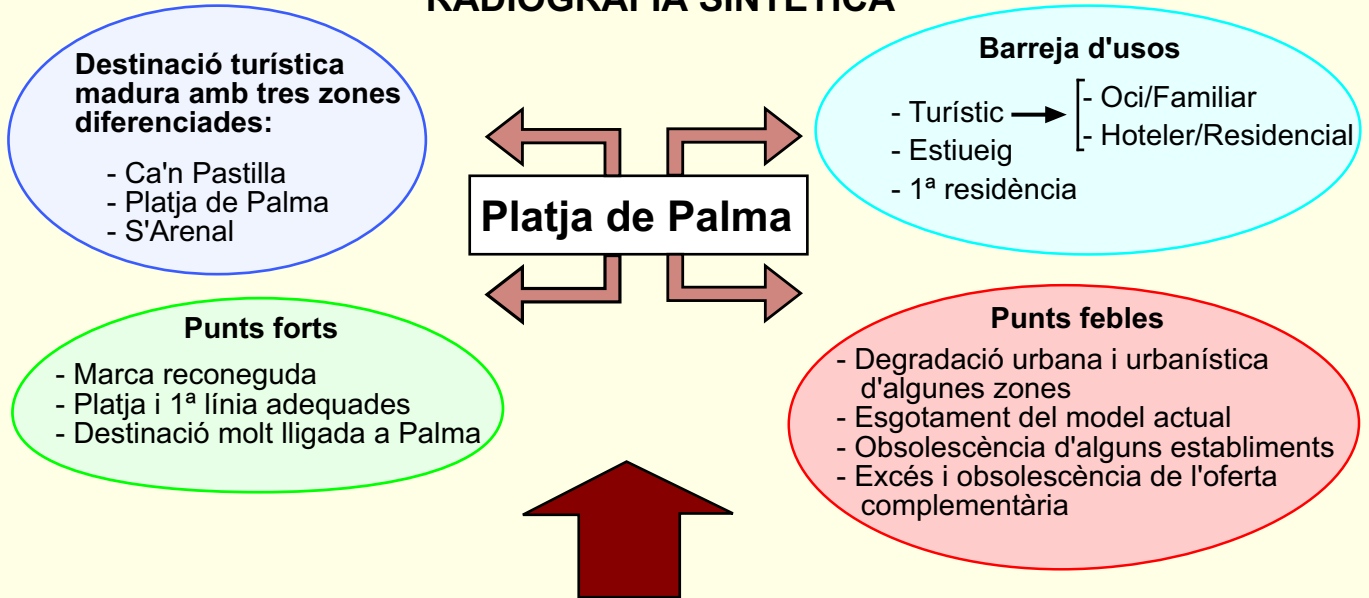
Entre parèntesi, la mitjana global

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2007

RADIOGRAFIA / PLA DE RECONVERSIÓ

La radiografia és clara. Els objectius del denominat Pla de Reconversió estan definits. No obstant, podem arribar a "morir d'èxit" si aquest Pla no es comença a posar en marxa. De fet, malgrat el Consorci estigui formalment constituït, i que s'hagin proposat 101 mesures, resten temes urgents: el seu finançament, la concreció i prioritització de les seves actuacions, la coordinació de les administracions implicades i una major i més clara implicació dels sector privats.

RADIOGRAFIA SINTÈTICA



PLA DE RECONVERSIÓ

S'ha creat un Consorci entre 5 administracions (Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, Govern Balear, Consell de Mallorca, Ajuntament de Palma i Ajuntament de Lluçmajor) com a instrument per a dur a terme un Pla de Reconversió Integral de la Platja de Palma. El consorci és sens dubte un instrument adequat per al desenvolupament del Pla, però per assolir exitosament els seus objectius s'han de donar certes condicions.

CONCRETAT EN

- Diagnosi de la situació actual
- Redacció de 101 propostes de millora
- Convocatòria d'un concurs internacional d'idees

CONDICIONS

- Implicació del sector privat
- Coordinació entre les administracions implicades
- Concreció i prioritització de les actuacions
- Finançament

Font: "Avaluació del producte turístic de la Platja de Palma". Juliol 2007

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

PÀGINA WEB: www.gadeso.org

