

ESPECIAL FITUR 2012

OPINIÓ CIUTADANA SOBRE EL TURISME (IX) RECONVERSIÓ I RESPECTE PEL TERRITORI

Aquests dies es celebra FITUR, la fira de turisme més important del nostre país, 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. Al nostre Quadern 198, ja s'apuntava que els empresaris turístics han viscut una bona temporada i que la de 2012 s'espera millor, però queda veure si aquestes bones xifres provocaran la recuperació de la nostra economia i, sobretot, la creació de llocs de feina. A més, des de la Fundació Gadeso sempre hem defensat que l'opinió de la ciutadania és tant vàlida (o més) que la dels experts en qualsevol temàtica (veure el QG 191). I el turisme no n'és una excepció. Per aquest motiu, hem volgut demanar als ciutadans i ciutadanes de les illes quins components del nostre producte turístic consideren més importants i quines mesures creuen que seria necessari aplicar per millorar la qualitat i competitivitat del nostre producte turístic.

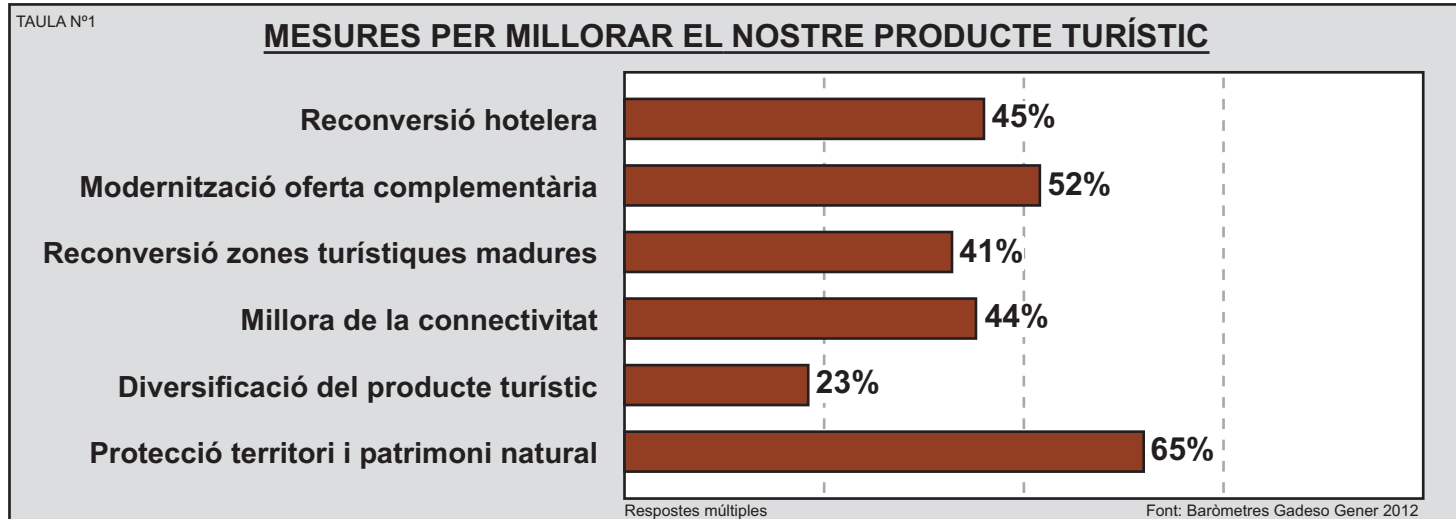
Tant les dades objectives com les percepcions ciutadanes demostren que el turisme és el **motor de la nostra economia** i, a més, l'activitat que ha de liderar la sortida de la crisi a la nostra terra. Naturalment, en un sector tan important i heterogeni, les opinions sobre l'estratègia a seguir o les mesures a adoptar no solen coincidir. A tall d'exemple, podem citar l'avantprojecte de la **nova llei de turisme** presentat pel govern Bauzà, que ha rebut multitud d'al·legacions de la majoria d'agents implicats.

En canvi, sí pareix haver-hi consens en els **problemes** que pateix el sector a Balears: **estacionalitat**, excessiva **dependència** dels dos principals mercats emissors, **obsolescència** de part de la planta d'allotjament, creixent **competència** d'altres destinacions, **manca de competitivitat** de l'oferta complementària... Malauradament, els camins proposats no són quasi mai coincidents.

I la ciutadania, què en pensa? Com es pot veure a la taula inferior, una majoria de la població creu que, en primer lloc, s'ha d'augmentar 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**, com la Platja de Palma, són també mesures bàsiques per a la ciutadania, que també aposta, encara que amb menys intensitat, per la **diversificació** del nostre producte turístic com a factor necessari per la desestacionalització.



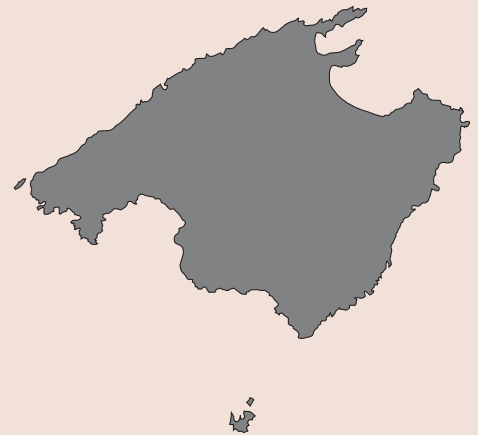
MALLORCA: PRESERVAR EL TERRITORI

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 N°2

LA VALORACIÓ CIUTADANA DEL PRODUCTE TURÍSTIC DE MALLORCA

	ORDRE D'IMPORTÀNCIA	SATISFACCIÓ
Planta d'allotjament	3	4,8
Oferta complementària	2	4,4
Infraestructures	4	6,1
Connectivitat aèria i marítima	5	6,3
Equipaments i serveis	6	5,2
Territori; patrimoni natural	1	4,7



Font: Baròmetres Gadeso Gener 2012

La taula número 2 ens mostra que els ciutadans i ciutadanes 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 4,7.

L'**oferta complementària** (comerç, restauració, oci...) i la planta d'allotjament són els següents en aquest rànquing, i la seva valoració està enfora de ser positiva. (4,8 i 4,4).

Per part seva, les **infraestructures** i la **connectivitat** obtenen millors valoracions (i menys importància), però això no vol dir que no hi hagi aspectes millorables (reducció de rutes aèries, mal estat d'algunes carreteres...) o fonamentals (depenem del transport aeri) que s'han de tenir en compte.

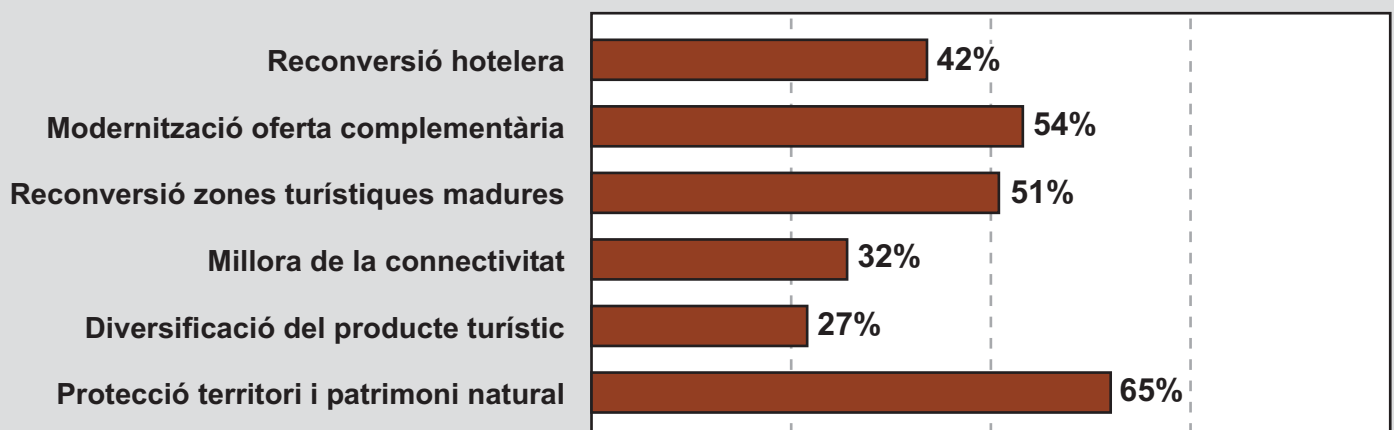
Com es pot comprovar, la **conservació** del patrimoni natural és la principal mesura que adoptaria la ciutadania per millorar el producte turístic de Mallorca, seguida de la necessària (i urgent) **modernització** de la mal denominada oferta complementària.

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.

Per últim, i amb una menor intensitat, apareix la **millora** de la connectivitat amb els països emissors i la **diversificació** del producte turístic, per tal de lluitar contra l'estacionalitat i obrir-se a nous mercats.

TAULA N°3

LES MESURES QUE S'HAURIEN D'ADOPTAR



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2012

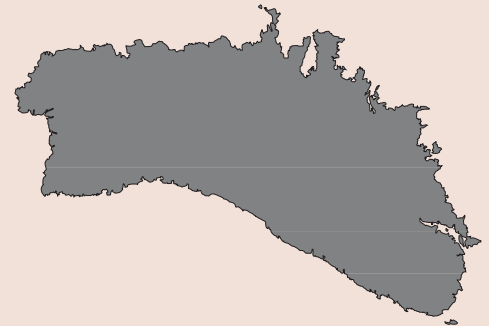
MENORCA: MILLORAR LA CONNECTIVITAT

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 N°4

LA VALORACIÓ CIUTADANA DEL PRODUCTE TURÍSTIC DE MENORCA

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



Font: Baròmetres Gadeso Gener 2012

Les majors dificultats de comunicacions que pateix Menorca en relació amb les altres illes provoca que la **connectivitat** amb els països emissors es vegi com el principal factor del producte turístic 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, es veu necessitada d'una important i urgent reforma, que l'adapti als nous temps i demandes. Per aquest motiu, es valorada negativament pels menorquins.

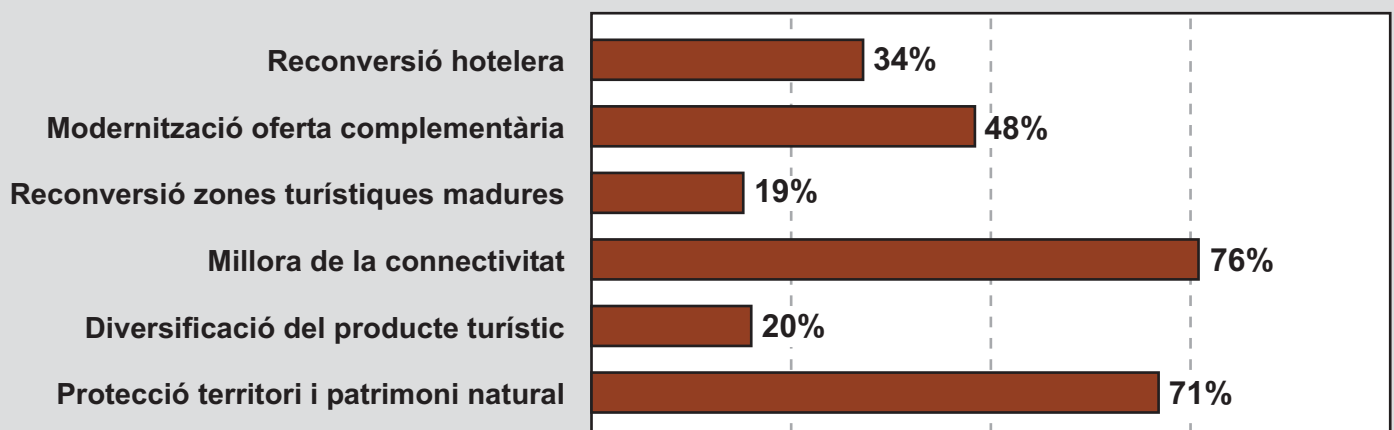
En relació amb l'exposat fins ara, la principal mesura, segons l'opinió de la ciutadania, que s'hauria d'adoptar per millorar el producte turístic de Menorca és la **millora** de la connectivitat: augmentar les rutes directes, atreure companyies de baix cost...

Lògicament, la **protecció** del territori i del patrimoni natural ocupa el segon lloc en el rànquing de mesures, seguida d'enfora per la **modernització** de l'oferta complementària, entesa, com hem dit abans, en el seu sentit més ampli: comerç, restauració, oci, esports...

Segons els menorquins, és urgent i necessari acometre aquestes reformes si volem seguir sent competitius en un sector tan important com el turístic.

TAULA N°5

LES MESURES QUE S'HAURIEN D'ADOPTAR



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2012

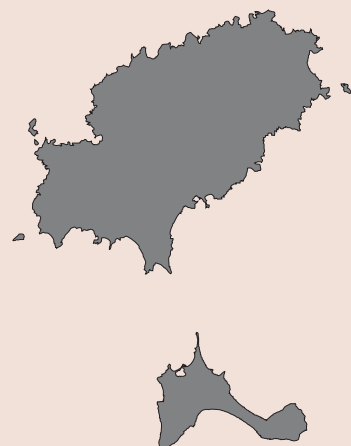
PITIÜSES: APOSTAR PER L'OCI I LA NATURA

Ningú no pot negar que la marca Eivissa i la marca Formentera són conegudes i reconegudes arreu del món, una amb una oferta més centrada en l'oci i una altra per les seves impressionants platges. Malgrat això, a ambdues es detecten problemes d'urgent solució: com compaginar l'oci nocturn amb el turisme familiar? Com evitar una saturació d'un territori tan petit i tan vulnerable com Formentera? Com reconvertir zones turístiques madures com Sant Antoni o Platja d'en Bossa? A continuació, la ciutadania opina.

TAULA N°6

LA VALORACIÓ CIUTADANA DEL PRODUCTE TURÍSTIC DE LES PITIÜSES

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



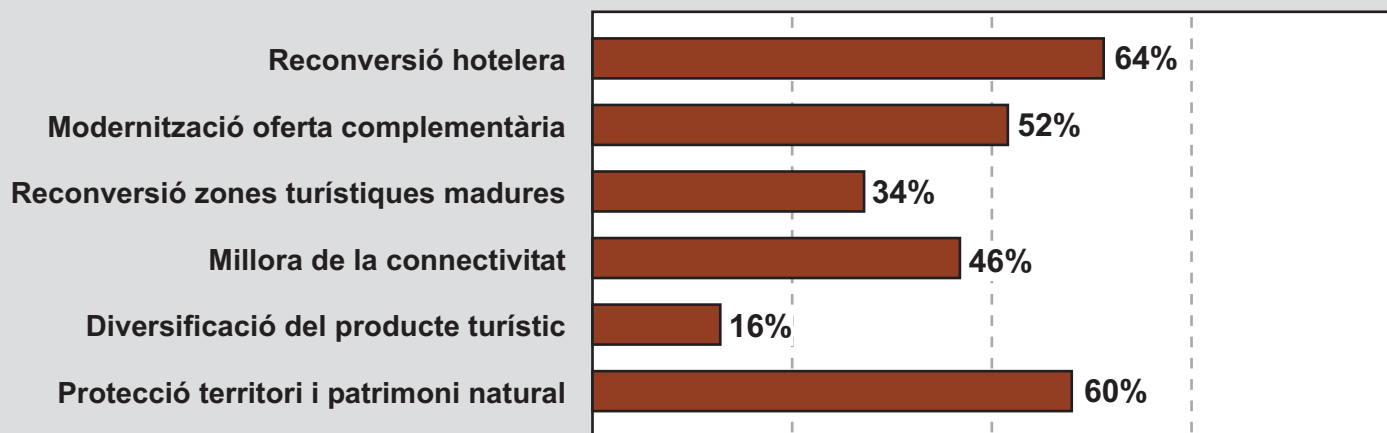
Font: Baròmetres Gadeso Gener 2012

L'**oferta complementària** és vista com el principal component del producte turístic i, encara que la valoració sigui millor que a la resta de les illes, cal modernitzar-la i, si parlem del famós oci nocturn d'Eivissa, compaginar-la amb els altres productes (turisme familiar, esportiu...). 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 la ciutadania el percep clarament com l'atractiu principal de la Pitiüsa menor.

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 ciutadans i ciutadanes d'Eivissa i Formentera com les principals mesures a aplicar per millorar el producte turístic de les Pitiüses. Com a la resta de les illes, hi ha una consciència clara que el turisme és la locomotora que ens estirà cap a la recuperació econòmica i la creació de llocs de feina i que, per tant, l'hem de millorar per fer-lo més competitiu.

TAULA N°7

LES MESURES QUE S'HAURIEN D'ADOPTAR



Respostes múltiples

Font: Baròmetres Gadeso Gener 2012