

Saturació a la Mediterrània?

Com és ben sabut per tothom, el turisme ha modificat els contingents poblacionals i ha induït una nova repartició territorial; ha provocat un ràpid canvi social; ha incidit fortament en els models de producció, per exemple amb l'abandonament del cultiu d'una terra que s'ha sotmès al "guaret social" latent mentre espera ser urbanitzada; les branques industrials menys relacionades amb l'activitat hotelera han perdut població activa, i la nostra natura ha patit un procés d'"estrès ambiental" per l'augment de la urbanització, la degradació del paisatge i una transformació del sistema de valors dels residents, producte de l'estandardització del consum i del procés galopant d'aculturació, segons sostenen C. Picornell i M. Picornell, membres de l'Institut d'Estudis Ecològics (INESE), en un treball efectuat enguany.

Aspectes referits a l'estat actual del nostre model turístic —maduresa, saturació, obsolescència— han estat estudiats en altres llocs, i, fins i tot, els canvis d'evolució —substitució, protecció, mutació, reconversió, restauració, esponjament, postestancament, rejuveniment, sostenibilitat.

El model de cicle de vida aplicat al turisme ens permet analitzar que un espai amb certes aptituds turístiques inicials, després de convertir els seus recursos en productes turístics, passa per etapes que van des de l'inici o la creació i desenvolupament fins a la consolidació, maduresa, obsolescència, declivi i maduració. Si s'han pres mesures encertades hi pot haver un ressorgiment bo i començar un nou rejuveniment, i si s'ha aplicat un mal remei, la degradació progressiva.

Les Illes Balears i moltes destinacions de la Mediterrània han passat totes les etapes d'un cicle de vida fins a arribar a la saturació, després de passar per adap-

tacions i canvis forçats del model. El camí d'una reestructuració és dubitatiu i poc consensuat. I no és per manca de coneixement de les solucions, i encara menys en una terra que duu més de quaranta anys d'experiència turística i que de manera excedent exporta tecnologia turística a noves perifèries (els més cursis ho anomenen *know how* turístic), aplicant —precisament per no cometre els mateixos errors i per atendre les noves demandes— uns nous models formals de respecte paisatgístic aparent.

Va acabar abans d'hora la crisi 1988-1993? Va ser la solució ideal i definitiva per al turisme un pas tan ràpid d'una oferta sobrant a un excés de demanda? No hagués pogut ser més interessant una crisi més progressiva i llarga per a un canvi estructural i global del turisme?

Aquest 2002 es repeteix la mateixa situació? La crisi estructural dels anys 1988-1993 va impulsar les destinacions tradicionals. Unes destinacions que experimentaren una primera reacció encaminada a aconseguir una vertadera posició competitiva fonamentada en la qualificació i diversificació del producte turístic global.

Així és com es comença a parlar de la simbiosi medi-turisme, i de limitar el creixement de l'oferta; s'inicia el divorci entre la construcció i el turisme (fins aleshores sempre havien anat plegats; parlar de turisme era parlar de construcció, i a l'inrevés) i es recerca un futur amb noves formes de rendibilitzar el turisme. És a dir, una necessària renovació de l'oferta tradicional.

Sobre els canvis en el comportament de la demanda, ara com ara aquesta també és dinàmica i canviant. El turista vol participar en aquest canvi, en l'evolució turística, i exigir tot allò que ell vol i com ho vol. No es tracta ja d'un turista

Sigui per les causes que sigui, és evident que l'activitat turística pateix enguany una important davallada. En èpoques anteriors, les crisis van servir per adoptar actituds positives que després van esdevenir causa de l'èxit ocupacional, com a mínim a les Illes Balears. Els nous reptes potser requereixen un nou model turístic.

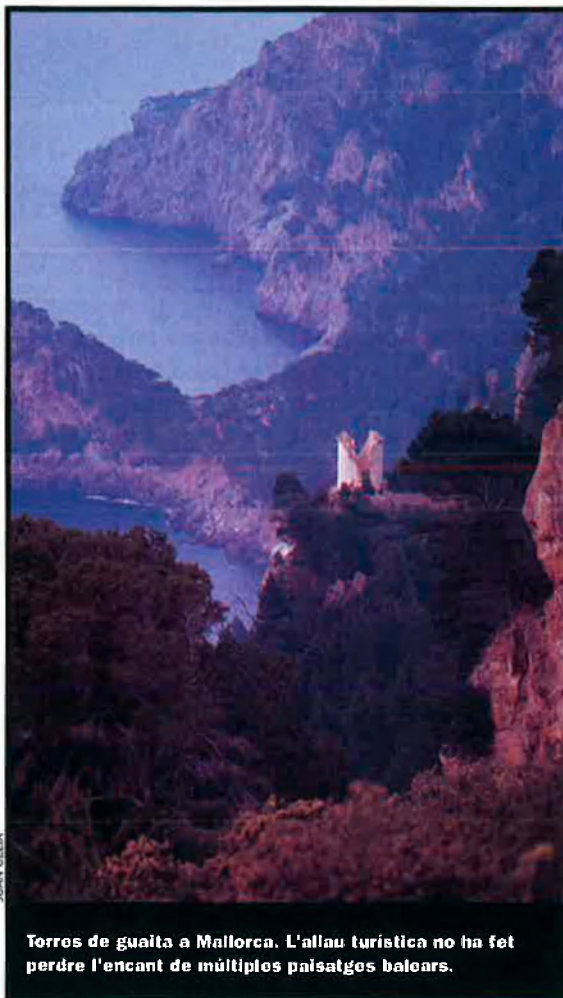
inexpert, sinó madur. Les noves motivacions i tendències dels consumidors han estat: la demanda de diferenciació i d'autenticitat en l'experiència turística, la creixent sensibilitat i valoració del medi natural i dels espais no degradats, el rebuig a l'estandardització i una actitud més activa dels turistes.

Tot això contrastava amb la degradació i la baixa qualitat de l'oferta: massa hotels d'una i de dues estrelles, preus baixíssims i competència amb països mediterranis emergents.

Però, en realitat, el que es fa als espais madurs i saturats és recuperar o mantenir la demanda amb nous projectes centrats en l'oferta complementària a l'allotjament, així com promoure la creació de nous complexos turístics, al marge dels espais turístics més degradats.

No es planteja la insostenibilitat per a una supervivència, i no es fa, per tant, una necessària reestructuració global de l'espai de destinació turística, sinó que apareixen projectes turístics vinculats a promocions immobiliàries. En aquest sentit, es fomenta la segona residència, es posa èmfasi en noves ofertes complementàries (golf, nàutica...) i noves formes de comercialitzar l'oferta d'allotjament (multipropietat), i sorgeix el disseny d'un nou model que substitueix l'oferta que alguns autors anomenen del tipus de Florida o Califòrnia.

No obstant això, la crisi anterior a aquesta última fase va provocar una sèrie d'actituds positives. Per qüestions de mercat, va ser una època de reflexió, estudi i anàlisi sobre la necessitat d'una major qualitat i competitivitat. La nova conjuntura va permetre un increment substancial del preu de l'estada i l'inici d'un procés de rehabilitació i modernització de l'oferta, així com la posada en marxa de processos d'embelliment i ordenació urbanística d'algunes façanes marítimes. Alguns hotels dinamitats van voler fer aparèixer com un miratge l'esponjament de les zones turístiques saturades. S'ha esgotat aquest model?



Torres de guaita a Mallorca. L'allau turística no ha fet perdre l'encant de múltiples paisatges balears.

En aquests moments a les Illes Balears les reserves han caigut d'una manera espectacular. Segons un estudi realitzat per *Hosteltur* aquest mes de juny, de les quinze companyies hoteleres consultades, catorze han patit una baixada en els nivells d'ocupació durant el mes de maig. Però, si les dades del mes de maig eren preocupants, les previsions per a l'estiu ho eren encara més. S'estimava en aquell informe una baixada de la mitjana d'ocupació per a la temporada d'estiu propera al 14%.

Les notícies dels diaris són alarmants. Segons publicà *Diario de Mallorca* el proppassat 10 de juliol, la manca d'ocupació als hotels mallorquins ha comportat que alguns tanquessin, i altres ho faran al setembre, ja que aleshores la situació haurà empitjorat.

La mitjana d'ocupació es troba al voltant del 60% i en alguns casos no supera el 50% (com Cala Ratjada, a Mallor-

ca). Empresaris de totes les zones coincideixen a afirmar que el nivell de reserves actual es troba entre el 25% i el 27% de les places. Amb les ofertes de darrera hora aquests percentatges s'incrementaran, però no serà suficient per arribar a aconseguir la suficient rendibilitat.

La sensació de crisi que es dona a les Illes és concretament de recessió turística, com es destacava fa poques dates a la premsa balear: "[...] anem cap a la recessió. Les dades que tenim en aquests moments suggereixen un panorama econòmic depressiu o de creixement feble."

Les possibles causes són la crisi econòmica alemanya i la situació d'incertesa que limita la capacitat de viatjar dels residents, juntament amb l'elecció de destinacions més barates, com ara Turquia, Croàcia o Bulgària. Tot plegat fa que la reducció en el nombre de turistes a l'estat espanyol, i molt especialment a les Illes Balears, sigui elevada.

Pel que fa a l'altre gran mercat, el britànic, que tan bon comportament va tenir durant l'any 2001, s'enfronta a un euro revaloritzat

davant la lliura esterlina i, per tant, amb la reducció de la capacitat de viatjar. La imatge deteriorada de les Illes amb la campanya de l'ecotaxa, la idea de saturació territorial i degradació ambiental, així com l'arrodoniment de preus amb l'euro, també són factors importants.

La qüestió que cal esbrinar és si es tracta realment d'una situació de conjuntura o bé tota la Mediterrània es troba en aquest procés de saturació. Són realment noves destinacions emergents Croàcia, Bulgària i altres països de la conca mediterrània, o hi ha uns canvis estructurals que faran que la crisi sigui llarga i profunda? Tindrem capacitat per trobar un nou model? Es pot reinventar una altra vegada una destinació madura? El temps ens ho dirà.

Francesc Sastre Albertí
Director de l'Escola Universitària
de Turisme de les Illes Balears