

EL TURISME “ALTERNATIU” A MALLORCA

Roger Gotarredona Fiol

Antònia Ripoll Martínez

Universitat de les Illes Balears

INTRODUCCIÓ

La comunicació que presentam, amb el títol genèric «El turisme “alternatiu” a Mallorca», ha consistit a esbrinar quina és la situació de les tipologies turístiques diferents, i per tant alternatives, a l'hegemònic producte de sol-i-platja, principal pilar de l'economia insular.

Cal partir del fenomen que suposa que milions de ciutadans d'Europa occidental aprofitin el període estival per passar les seves vacances a llocs del sud d'Europa, on poden gaudir de les benaurances climatològiques de les quals no disposen en els seus països; aquest fet constitueix un hàbit massiu.

Mallorca, els darrers trenta anys, s'ha consolidat com un dels destins preferits i populars d'aquesta demanda massiva.

Recentment, i fruit de noves sensibilitats, han sorgit demandes disconformes amb el producte ofert com a turisme massiu. Aquestes noves exigències són selectives tant des del vessant econòmic com el cultural o paisatgístic.

Paral·lelament s'han desenvolupat nous destins turístics per acollir aquest nou tipus de consum d'oci. Àrees de muntanya o d'interior —tradicionalment allunyades dels circuits turístics— han esdevingut zones d'atracció turística, i han consolidat una imatge a mida de la nova demanda.

Mallorca, un dels destins més clàssics i coneguts del turisme massificat, veu serioses dificultats per a desenvolupar-se, ara també, com a destí d'aquestes noves modalitats turístiques.

La imatge actual, absolutament consolidada com a lloc de sol i platja, i comercialitzada bàsicament pels majoristes de viatges, impossibilita el desenvolupament d'aquestes noves alternatives, més enllà del seu ventall d'ofertes.

Tot constatant l'actual fet turístic mallorquí, hem considerat com a “alternativa” tota modalitat turística que no respongui als tòpics de les vacances estivals típiques de Mallorca: mar, sol i diversió a preus mòdics. Per tant, i a mena de “calaix de sastre”, amb aquesta denominació hem unit l'agroturisme, el turisme esportiu, el naturalístic, etc.

Per tal de conèixer la situació del turisme “alternatiu”, hem considerat adient analitzar l'espai que juga dins les promocions turístiques de l'illa.

LA PROMOCIÓ TURÍSTICA DE LES ILLES BALEARS

Pel que fa a l'estudi de les promocions i publicitat turística de caire alternatiu al "tradicional" *Sun & Beach*, hem efectuat un seguiment tant a les empreses privades com a les entitats públiques i institucionals, responsables de la difusió i venda de Mallorca com a destí turístic.

A nivell d'administració autonòmica ens hem centrat, bàsicament, en l'Institut Balear de Promoció del Turisme (IBATUR), com a ens públic encarregat d'atreure el turisme a les Illes Balears. Aquest organisme —depenent de la Conselleria de Turisme del Govern Balear— participa en campanyes de promoció del turisme balear arreu d'Europa, els EUA i el Japó, així com en les principals fires de turisme internacionals. Ens hem centrat, doncs, en l'anàlisi del *Pla de Marketing de Mallorca*, on el nivell de prioritats establertes per l'IBATUR queda reflectit així:

| | |
|-------------|---------------------------------|
| PRIORITAT A | Sun & Beach Turisme esportiu |
| PRIORITAT B | <i>Touring</i> |
| PRIORITAT C | Turisme de salut |

Observam com el turisme "alternatiu" no té cabuda en les promocions internacionals de l'IBATUR més enllà de dues tipologies molt concretes com són el Turisme del Golf i el Turisme Moto-nàutic. De fet, en les polítiques de promoció dels anys vinents és el mateix IBATUR qui estableix les línies de treball:

- a) Millora del producte actual.
- b) Desenvolupar, encara més, els productes: sol, platja, relax, mar, diversió i paisatge.
- c) Desenvolupament i promoció de nous productes: *Touring*, Turisme de congressos,...

Sembla clar que vora la fefaent preocupació per la millora de la imatge, des dels sectors turístics es segueix insistint, i gairebé d'una manera monotemàtica, en les Illes Balears com a destí del turisme de les tres "S" (*Sun, Sand and Sea*), com a exemplificació del turisme massificat, o d'espardenya, com a eix estructurador de l'economia de les Illes Balears.

De fet, segons el *Pla de Marketing de Mallorca*, els eixos de comunicació, imbricats sota el títol genèric de «Les vacances completes», per on s'ha incidit a l'hora de vehicular el turisme cap a les Illes Balears, han estat el "gaudir de sol i platja", per una banda, i "l'amistat", per altra. Dos eixos adreçats a públics diferents. Mentre el primer s'ha llençat al mercat europeu a la recerca de visitants, el segon anava destinat a la població indígena, tot suggerint-li una actitud positiva envers els turistes. Així, les institucions autonòmiques aconsellaven a la població resident «Cordialitat, Simpatia, Amabilitat, Interès, Respecte, Atencions, Educació, Civisme, Pulcritud i Tolerància»; deu normes seguides de la següent reflexió: «Hi ha ocasions en les quals un gest, un detall o un somriure signifiquen molt i costen molt poc. Pensa que el turisme és la principal font d'ingressos de les Balears. Mostrem al món les nostres millors qualitats (...)».

En la planificació estratègica s'aclareix la imatge que es vol donar al mercat internacional: bon clima, platges, tranquil·litat, distraccions, paisatge, bons equipaments i ins-

tal·lacions. Consultàrem dades del grau de satisfacció dels turistes en aquests factors i era la següent: clima, platges, tranquil·litat, equipaments i instal·lacions: Bo; distraccions: Regular; i paisatge: Dolent. No és gens estranya, doncs, la insistència en millorar la imatge ambiental de les Balears. De fet, l'IBATUR edità la *Guia dels Espais Naturals de les Illes Balears*, una actitud que es reflecteix en la conferència del conseller de Turisme, Joan Flaquer, davant el Tourism Group del Parlament Europeu, el juny de 1993: «Con esta ley (la LEN, ja amb les modificacions) se declararon protegidas casi dos quintas partes del territorio de las Islas Baleares», «... se ha llegado incluso, en la isla de Menorca, a proteger casi el 50% de su superficie. Teniendo como referencia que la media europea de protección de espacios naturales es del 7%, nos podemos dar cuenta de la inquietud existente en las Baleares».

En aquest sentit és interessant observar l'esforç de les institucions per comunicar als turistes la voluntat política de regenerar els espais turístics saturats. Així, l'Ajuntament de Calvià, sota l'eloqüent títol de *In search of excellence in tourism*, ha editat tot un seguit de fullets on expliquen, en diferents idiomes, les millores urbanístiques fetes o programades per a la costa de Calvià: Santa Ponça, Peguera, Palma Nova, Magalluf, Illetes i Portals/Bendinat.

Constatam la pretensió, fruit de la creixent sensibilització mediambiental de la societat occidental, de variar la manera de presentar el producte; es segueix, però, insistint en el mateix mercat. El missatge s'adreça indefectiblement cap als visitants reclutats entre els treballadors industrials i de baix nivell, tant adquisitiu com cultural. En aquestes condicions som conscients de la dificultat per engegar noves formes de turisme alternatiu a l'omnipresent *Sun & Beach*.

Pel que fa al material promocional de les Illes Balears, podem fer la següent divisió: publicacions i publicitat. De les publicacions hem de ressenyar els fullets *I'd like to see you*, un per a cada una de les quatre illes, i editats en cinc idiomes. Els continguts són de la geografia, història, llengua, patrimoni monumental, institucions, etc, de les Illes. També les possibilitats de practicar esports, entreteniments, gastronomia i una agenda d'esdeveniments previstos per l'època estival. Iguament s'ha editat un llibret titulat *Balearis Islands*, també en cinc idiomes, on s'ofereix informació sobre paisatge, història, població, economia, artesanía, llengua, organització política, etc, de l'arxipèlag. Un altre fullet és una edició conjunta entre l'IBATUR i l'Obra Cultural Balear, on es remarquen els trets nacionals, històrics, culturals i lingüístics de les Illes Balears.

En aquestes publicacions, a les quals cal afegir la ja esmentada *Guia dels Espais Naturals de les Illes Balears* i l'edició de 1.000 còpies d'un vídeo sobre les illes, es palès un nou enfocament de vendre el producte turístic. D'alguna manera, aquest material no està pensat de cara al client tipus *hooligan*, ans al contrari, es pretén adreçar-lo a un turisme amb més inquietuds culturals i que té una curiositat per conèixer les illes Balears en alguns altres aspectes que no just el *Sun, Sand and Sea* (or & Sex). De fet, existeix un opuscle, *The golfer's guide to golf in Mallorca*, on es mostra l'oferta golfística mallorquina tot incidint en els avantatges climàtics de l'illa.

Pel que fa a la publicitat pagada en els diferents mitjans de comunicació internacionals, únicament en els escrits s'introdueixen noves ofertes.

| | |
|---|--|
| TV | <i>Sun & Beach</i> |
| Ràdio | <i>Sun & Beach</i> |
| Prensa/Revistes | <i>Sun & Beach</i> , turisme esportiu i congressos |
| Vídeo | <i>Sun & Beach</i> |
| Catàlegs majoristes i agències de viatges | <i>Sun & Beach</i> |

S'observa que, pel que fa a la comunicació massiva, amb l'objecte de persuadir als potencials clients, els aspectes que es destaquen no són la cultura, història, llengua, etc, sinó més aviat s'insisteix en els atractius "clàssics" de sol i platja; això sí, ara, amb una nova imatge d'harmonia amb el medi natural.

Val a dir que l'IBATUR dona suport a l'organització d'alguns esdeveniments considerats com a recursos turístics de caire cultural: Open de Golf, Festival de Música de Mallorca, Festival de Música de Pollença, Volta Ciclista, Torneig de Vela i Temporada d'Òpera.

El Ministeri de Turisme del govern espanyol també intenta promocionar les Balears. Així, des de Turespaña, s'ha editat, específicament per a les Illes, al marge de les publicacions de caire general on es parla genèricament de l'Estat espanyol com a destí turístic, un opuscle: *Mallorca*, i un llibre: *Las islas Baleares*. En ells es ressenyen aspectes històrics, artístics, gastronòmics, etc; això sí, d'una manera molt més imprecisa que els de l'IBATUR, i on els trets culturals propis: llengua, toponímia..., són sovint ignorats.

Des del caire del turisme juvenil, aquest estiu, l'oferta de la Direcció General de Joventut del Govern Balear ha estat de vuit camps de treball: Molí de Lluc i Son Servera (rehabilitació del patrimoni arquitectònic); Sencelles i Calvià (restes arqueològiques); l'Albufera, la Torrenera i Son Roig (medi ambient), i Cala Millor (lleure i esplai).

Paral·lelament a la promoció pública, es desenvolupa la promoció privada, portada a terme majoritàriament pels majoristes de viatges. Així hem analitzat les ofertes de l'important majorista alemany TUI. Juntament amb les seves línies clàssiques, adreçades al turisme familiar i del sol i platja, disposa d'un paquet de turisme rural anomenat Romantisches Mallorca. TUI ofereix l'estada, alternativa al *Sun & Beach*, en una possessió mallorquina, oferta que, evidentment, s'adreça a clients de poder adquisitiu i nivell cultural superior a la mitjana del visitant que habitualment contracta els serveis del majorista de viatges per venir a estiuar a Mallorca.

Una línia curiosa és l'Alpinischule Innsbruck amb la qual, amb un acord amb TUI, vénen a Mallorca els mesos d'hivern per fer senderisme i turisme cultural, aprofitant la bonança del clima mediterrani. Tal vegada, el flux organitzat de turisme alternatiu més important que arriba a Mallorca, pot ser, fins i tot, l'únic que ve específicament a fer turisme d'aventura, molt diferent de que realitza activitats pròpies del turisme d'aventura d'una manera complementària al turisme de sol i platja, que sol ser el cas més comú. Empreses com Combi Sport, Voltor, Gorg Blau, etc, ofereixen el seu producte als turistes "d'espardenya" com a alternativa a un matí o tarda al sol, sense esdevenir, les seves ofertes, el *leitmotiv* del desplaçament del visitant a Mallorca.

A tall de conclusions, pel que fa a la promoció turística de les Illes Balears constatarem:

— S'ofereixen i promocionen activitats turístiques alternatives, però no el turisme "alternatiu" com a projecte global. Actuen d'activitats complementàries dins un paquet de vacances *Sun & Beach*.

— La promoció d'elements propis del turisme "alternatiu" es fa, paradoxalment, als visitants del tipus *Sun & Beach*. Possiblement aquest sigui el principal factor que expliqui l'escàs èxit d'aquesta oferta.

— La promoció segueix centrant-se, d'una manera hegemònica, en la captació del turisme *Sun & Beach*; encara que ara, fruit de la creixent sensibilització mediambiental, amb unes dosis d' "ecologisme".

MODALITATS TURÍSTIQUES "ALTERNATIVES"

Les principals modalitats turístiques "alternatives" a Mallorca considerades han estat les següents:

L'agroturisme i el turisme rural

L'agroturisme i el turisme rural formen part de les modalitats de turisme "alternatiu" que s'intenta vendre a les Balears.

El primer que cal dir és que el tema que ens ocupa, el turisme rural i l'agroturisme de Balears, ve regulat pel Decret 30/1991, de 4 d'abril de 1991. Apareix firmat pel conseller de Turisme i pel conseller d'Agricultura i Pesca, per l'Ordre del conseller de Turisme de dia 9 de juliol de 1991 i pel Decret 44/1992 de 8 de juliol.

Convé diferenciar el turisme rural de l'agroturisme, i així tenim les següents definicions:

Pel que fa a l'agroturisme s'entén la prestació de qualsevol tipus de servei turístic, per motius vacacionals i mitjançant preu, realitzats dins d'una explotació agrària existent.

S'entén per turisme rural la prestació de serveis turístics, per motius vacacionals i mitjançant preu, que es realitza a cases de camp que presentin una certa entitat i excel·lència.

Oficialment, segons el Registre de la Conselleria de Turisme (1993), a les Balears no hi ha una sola plaça de turisme rural, i en aquest sentit hem d'esmentar la falta de coordinació constatada entre les institucions i els organismes que se n'encarreguen, fins a tal punt que hi ha fullets de propaganda amb el títol d'agroturisme i turisme rural, quan, segons fonts oficials de la Conselleria de Turisme, no hi cap plaça turística definida com a turisme rural. Pel que fa a l'agroturisme, es comptabilitzen 150 places en total, i totes elles a Mallorca.

La informació del registre de la Conselleria és la següent:

| Nom | Localització | places |
|-----------------------------|------------------|--------|
| 1. Bàlitz d'Avall-Can Gordo | Fornalutx | 4 |
| 2. Bassa Plana | Llucmajor | 4 |
| 3. Can Coll | Sóller | 9 |
| 4. Can Faveta | Alcúdia | 8 |
| 5. Es Pla Nou | Manacor | 12 |
| 6. Es Pujol | Orient | 6 |
| 7. Es Rafal Pudent | Manacor | 12 |
| 8. Es Serral (Serv. rest.) | Artà | 32 |
| 9. Es Palmer | Campos | 13 |
| 10. Sa Bassa Crua | Arenal | 6 |
| 11. Sa Campaneta | Puigpunyent | 6 |
| 12. Sa Torre | Santa Eugènia | 10 |
| 13. Son Brondo ¹ | Valldemossa | 5 |
| 14. Son Ferrà | Esporles | 11 |
| 15. Son Maiol | Felanitx | 8 |
| 16. Son Terrassa | Orient (Bunyola) | 9 |

Font: (1993): Conselleria de Turisme de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

Una altra font per investigar el tema ha estat la propaganda editada pel Consorci per a la Dinamització Econòmica al Medi Rural 5b, on hi figuren les següents explotacions:

| Nom | Municipi |
|---------------------|----------------|
| 1. Can Faveta | Alcúdia |
| 2. Es Pujol | Orient |
| 3. Es Rafal Pudent | Manacor |
| 4. S'Hort des Turó | Ses Salines |
| 5. Son Brondo | Valldemossa |
| 6. Son Ferrà | Esporles |
| 7. Son Maiol | Felanitx |
| 8. Son Terrassa | Orient |
| 9. Can Cap de Bou | Pollença |
| 10. Ca n'Aí | Sóller |
| 11. Sa Bassa Plana | Llucmajor |
| 12. Sa Casa Roja | Sineu |
| 13. Sa Torre | Santa Eugènia |
| 14. Ses Cases Noves | Pina (Algaida) |

¹ Tenim notícia directa per part dels propietaris que no està en funcionament (setembre de 1993).

Comparant els dos llistats es constaten els problemes de tramitació, donada la manca de correspondència de les dues llistes. Per una banda tenim un conjunt de finques registrades per la Conselleria, però que no apareixen a la propaganda, com són: Bàltx de Vall (Can Gordo) de Fornalutx, Can Coll de Sòller, es Pla Nou de Manacor, es Serral (serv. de rest.) d'Artà, es Palmer de Campos, sa Bassa Crua de s'Arenal, i sa Campaneta de Puigpunyent. En total, a la propaganda es comptabilitza una suma de 138 places.

Una altra font que hem trobat durant la recerca ha estat la relació d'empreses que es dediquen a l'agroturisme i que han presentat l'informe segons l'Art. 2.1 i 2.2 (ha estat facilitada pel Consorci per a la Dinamització Econòmica al Medi Rural); són les següents (podem observar que tans sols en tres casos l'informe ha estat desfavorable):

| Finca | Terme municipal | Data i resultat de l'informe |
|-----------------------------|------------------|------------------------------|
| 1. Son Sempre | Manacor | no aprov. |
| 2. Es Rafal Pudent | Manacor | aprovat |
| 3. Cap de ses Roquetes | Alcúdia | aprovat |
| 4. Es Serralt | Artà | aprovat |
| 5. Es Molí de Dalt | Artà | aprovat |
| 6. Sa Pletassa | Felanitx | aprovat |
| 7. Mateo Juan Galmés | Felanitx | aprovat |
| 8. Can Faveta | Alcúdia | aprovat |
| 9. Can Coll | Sòller | aprovat |
| 10. Son Ferrà | Esporles | aprovat |
| 11. S'Aigo | Felanitx | aprovat |
| 12. Son Mayol | Felanitx | aprovat |
| 13. Rt. Es Llogaret | Manacor | aprovat |
| 14. Sa Campaneta | Puigpunyent | aprovat |
| 15. Moanàber Nou | Campanet | aprovat |
| 16. Son Terrassa | Bunyola | aprovat |
| 17. Son Brondo | Valldemossa | aprovat |
| 18. Son Vent | Felanitx | aprovat |
| 19. Ses Barreres | Campos | aprovat |
| 20. Bassa Plana | Llucmajor | aprovat |
| 21. S'Hort des Turó | Ses Salines | aprovat |
| 22. Ca n'Al | Sòller | aprovat |
| 23. Bàltx d'Avall-Can Labet | Fornalutx | aprovat |
| 24. Bàltx d'Avall-Can Gordo | Fornalutx | aprovat |
| 25. S'Hort den Groc | Campos | aprovat |
| 26. Binigarba | Ciutadella | aprovat |
| 27. Almallia | Felanitx | aprovat |
| 28. Sa Casa Nova | Algaida | aprovat |
| 29. La Torre | Santa Eugènia | aprovat |
| 30. Es Pujol | Bunyola | aprovat |
| 31. Es Rossells | Felanitx | aprovat |
| 32. Son Gener | Manacor | no aprovat |
| 33. Son Sama | Llucmajor | aprovat |
| 34. Sa Bassa Crua | Llucmajor | aprovat |
| 35. Son Xotano | Sencelles | aprovat |
| 36. Son Simó d'Alt | Alcúdia | aprovat |
| 37. Son Fe | Alcúdia | aprovat |
| 38. Son Cortera Vell | Llucmajor | no aprovat |
| 39. Son Verd-Son Carbonells | Manacor | aprovat |
| 40. Son Malero | Calvià | aprovat |
| 41. Es Turó | Ses Salines | aprovat |
| 42. Son Bascós | Montuiri | aprovat |
| 43. Sa Bastida | Porreres | aprovat |
| 44. Son Josep de Baix | Manacor | aprovat |
| 45. Can Toni Negre | Felanitx | aprovat |
| 46. Ses Clotes | Lloseta | aprovat |
| 47. Can Casou | Alcúdia | aprovat |
| 48. Biniatram | Ciutadella | aprovat |
| 49. Es Palmer | Campos | aprovat |
| 50. Estància des Prat | Maó | aprovat |
| 51. Binisaid | Ferrieres | aprovat |
| 52. Formentor | Pollença | aprovat |
| 53. Massanella | Manacor del Vall | aprovat |
| 54. Can Det | Fornalutx | aprovat |

Font: Consorci per a la Dinamització Econòmica al Medi Rural - zona 5b.

En el cas que aquest llistat fos real, hem de dir que es tracta d'una activitat en auge molt important, i que a Menorca ja hi tenen lloc algunes experiències, dues a Ciutadella i una a Ferreries. De fet, es tripliquen les empreses que estan registrades i les que tenen un lloc en el fullet de propaganda; podríem dir que, a grans trets, es podrien arribar a oferir unes 450 places aproximadament.

Quant a la localització de les empreses d'agroturisme a nivell municipal, hem de dir que Felanitx és el municipi que més finques presenta amb el nombre de vuit, seguit de Manacor amb sis (dues de les quals no han passat l'informe), Alcúdia amb cinc explotacions, Lluçmajor amb quatre, Campos i Fornalutx amb tres, ses Salines, Artà, Sóller i Bunyola amb dos casos; Esporles, Puigpunyent, Campanet, Algaida, Santa Eugènia, Sencelles, Calvià, Montuïri, Porreres, Lloseta, Pollença i Mancor del Vall, sols aporten un exemple.

Per tant, són vint-i-cinc els municipis de Mallorca que intenten participar en aquesta modalitat de turisme i, curiosament, tots els municipis que encapçalen la llista són turístics i costaners.

Pel que fa a la comercialització d'aquesta oferta hem de dir que el majorista de viatges alemany TUI ofereix la modalitat Romantisches Mallorca que, en principi, podria relacionar-se amb la idea del turisme rural i l'agroturisme:

Les finques anunciades són les següents:

| FINCA | MUNICIPI |
|---------------------------|-------------|
| Sa Casa Roja | Sineu |
| Son Paraiso | Sineu |
| Es Turó | Ses Salines |
| Es Pla Nou | Felanitx |
| Sa Pletassa | Felanitx |
| Can Verderol | Santa Maria |
| Sa Posada d'Almallia | Felanitx |
| Posada Marquès des Verger | Esporles |

Al fullet editat pel Consorci, hi trobam s'Hort des Turó i Almallia. De les que han passat l'informe hi trobam tans sols dues finques, Almallia de Felanitx i es Turó de ses Salines.

Turisme naturalístic

Són visitants que vénen per a gaudir del paisatge passejant (*Wandern*), observant els ocells (*Birdwatching*), la flora, etc. És un turisme respectuós amb el medi ambient però quantitativament molt baix, tot i que localment pot suposar xifres importants, i més encara per ser fonamentalment de primaveres, i esdevenir, per a determinats establiments, un allargament de la temporada. No obstant els atractius propis d'aquest turisme just poden ser fruitos per poques persones diàriament, ja que una assistència massiva de visitants faria perdre l'interès de l'activitat. Aquests turistes solen evitar els nuclis turístics massificats del litoral i opten per visitar l'interior de Mallorca.

El desenvolupament de parcs naturals i nacionals, així com d'àrees naturals protegides, estimula aquest tipus de turisme. No deixa de ser simptomàtica la creixent publicació de guies i llibres sobre la natura de Mallorca i de les illes Balears, adreçada cap aquest turisme. De fet, agències especialitzades en viatges de natura, com Le Ciffen (França), entre quaranta-dos possibles destins, ofereix l'arxipèlag balear, sobretot pel que fa a l'observació d'aus (vultur negre i falcó marí) i excursions. També, tal com hem ressenyat anteriorment, iniciatives com la de l'Alpinischule Innsbruck incentiven la venda a Mallorca per a la pràctica del senderisme i l'observació del patrimoni natural i cultural de l'illa.

El percentatge de turistes europeus que vénen a les Illes Balears per conèixer la cultura i gaudir de la natura és de l'1'5%, molt per sota de la mitjana europea, que es situa en el 10% (abril de 1990). Per sobre de la mitjana balear hi ha els visitants provinents d'Alemanya, Itàlia i de l'Estat espanyol, i per sota la mitjana, els turistes procedents del Regne Unit.

Turisme esportiu

Turisme de golf

Pel que fa a l'oferta turística de la pràctica esportiva del golf, Mallorca compta amb 10 camps de golf, tots ells associats a la Federació Balear de Golf. Es situen en municipis del litoral, amb Calvià encapçalant-los amb tres camps de golf. N'hi ha uns 10 més d'aprovats i uns 25 en projecte de tramitació.

La promoció que es fa des de l'IBATUR a la *The golfer's guide. Golf in Mallorca*, es ressalta especialment la bonança climàtica —que permet allargar, gairebé ininterrompudament, la temporada golfística—, la possibilitat d'anar a una illa on els atractius turístics —de mar o muntanya— estan molt a la vora uns dels altres, així com la possibilitat de romandre al costat d'un centre cosmopolita com Palma.

L'oferta golfística és quantitativament poc nombrosa. La dinàmica d'un camp de golf de 18 forats permet un màxim d'una sortida —de quatre persones— cada 10 minuts, amb un horari mitjà de 8.00 h a 15.00 h. Un senzill càlcul dona la xifra d'unes 1.500 persones diàries. Aquesta quantitat potencial de clients, tot i ser d'alt nivell, no representa una alternativa al turisme de masses. Aquella dita de «no hi ha un milió de milionaris» pot ben bé aplicar-se en aquest cas.

Per altra banda hem de ressenyar que la construcció de camps de golf ha suscitat una forta oposició de grups i col·lectius conservacionistes, ja que tots els camps es creen amb una oferta complementària residencial i d'equipaments (que permet i regula la Llei de Camps de Golf de 1988), la qual cosa fa suposar que el "golf" just és una excusa per continuar construint mitjançant les "declaracions d'interès social". Un problema afegit és l'elevat consum d'aigua que necessita un camp de golf a Mallorca (entre unes 1.500 i 2.000 tones d'aigua per dia —l'equivalent al consum diari d'una població de 10.000 habitants—). Si s'aprofassin tots els projectes de camps de golf, aquests consumirien més aigua que els habitants de Palma. En una illa, els recursos naturals són sempre limitats, i el problema s'accentua a Mallorca per la manca d'aigua, que provoca l'esgotament i la salinització dels aqüífers.

| Camps de Golf (1993) | Municipi | Núm. forats |
|--------------------------|-------------|-------------|
| Real Golf de Bendinat | Calvià | 18 |
| Canyamel Golf Club | Capdepera | 18 |
| Capdepera Golf | Capdepera | 18 |
| Golf Pollença | Pollença | 9 |
| Golf Poniente | Calvià | 18 |
| Club de Golf Son Servera | Son Servera | 9 |
| Son Vida Golf | Palma | 18 |
| Golf Sta. Ponça I | Calvià | 18 |
| Sta. Ponça II | Calvià | 18 |
| Golf Vall d'Or | Felanitx | 18 |

Font: Elaboració pròpia.

El turisme nàutic

Les condicions que ofereix Mallorca com a illa mediterrània són objectivament atractives de cara al turisme nàutic.

Aquest tipus de turisme, igualment inclòs en el que anomenem turisme de qualitat, és absolutament oposat al turisme massificat.

A més dels atractius de Mallorca per a la navegació, és molt important el nombre de ports esportius i d'amarraments. En aquest sentit, en la publicació *Baleares. Información náutica* (1988), es posa en relleu el següent:

«Baleares ofrece al navegante una tupida red de puertos deportivos, instalaciones generalmente dotadas con todos los servicios necesarios para las embarcaciones. De hecho, pocos lugares, tal vez ninguno, cuentan con semejante densidad de amarres distribuidos a lo largo de su costa».

El total d'amarraments de la costa mallorquina és de 10.880. Del conjunt de ports esportius ubicats al litoral de Mallorca, es destaquen els que ofereixen garanties de recepció en qualsevol moment.

Cicloturisme

Pel que fa al turisme de la bicicleta o cicloturisme, hem de ressenyar que cada cop són més els ciclistes afeccionats i professionals que vénen a Mallorca, sobretot entre els mesos de febrer a maig, per practicar aquest esport. La captació de "turistes del pedal" en nombre considerable és bastant recent; s'ha produït, sobretot, en els darrers cinc anys.

Els principals clients provenen d'Alemanya i Suïssa, i en general de països de clima fred, on el ciclisme és impracticable durant l'hivern.

És important la ubicació dels allotjaments pel que fa a l'accés i la seva connectivitat amb les rutes cicloturístiques.

Aquesta experiència s'encetà fa uns anys i ha assolit un cert èxit. En aquest sentit, l'hotel Delta (Llucmajor) és un paradigma. L'establiment gaudeix de garatges per a guardar les bicicletes, equips de mecànics i monitors, menús especials per a ciclistes, etc, un complex entrallat que ha possibilitat que aquest hotel no conegui pràcticament la temporada baixa. La informació de què disposam és de l'ordre de les 50.000 estades anuals.

| Port esportiu | núm. amarr. | municipi |
|---|-------------|-----------------|
| Club de Vela Port d'Andratx | 24 | Andratx |
| Port de Sóller | 136 | Sóller |
| Club Nàutic Port de Pollença | 375 | Pollença |
| Port Esportiu "El Cocodrilo" de Bonaire | 335 | Alcúdia |
| Port Esportiu d'Alcúdia | 728 | Alcúdia |
| Port Esportiu de Can Picafort | 473 | Santa Margalida |
| Port Esportiu MYMCA de Cala Ratjada | 76 | Capdepera |
| Port de Cala Bona | 136 | Son Servera |
| Club Nàutic Portocristo | 400 | Manacor |
| Club Nàutic de Portocolom | 252 | Felanitx |
| Marina de Cala d'Or | 595 | Felanitx |
| Port Portopetro i Reial Club Nàutic de Portopetro | 276 | Santanyí |
| Port esportiu de Cala Figuera | 152 | Santanyí |
| Port Esportiu Colònia de Sant Jordi | 440 | Ses Salines |
| Club Nàutic sa Ràpita | 490 | Campos |
| Club Nàutic s'Estanyol | 287 | Llucmajor |
| Club Nàutic s'Arenal | 637 | Llucmajor |
| Club Marítim Sant Antoni de la Platja | 410 | Palma |
| Club Nàutic de Cala Gamba | 250 | Palma |
| Club Marítim Molinar de Llevant | 130 | Palma |
| Club Nàutic Portixol | 440 | Palma |
| Reial Club Nàutic de Palma | 980 | Palma |
| Club de Mar | 530 | Palma |
| Escola Nacional de Vela Calanova | 212 | Palma |
| Punta Portals | 643 | Calvià |
| Club Nàutic Palmanova | 80 | Calvià |
| Embarcador | 69 | Calvià |
| Port Esportiu Nadal Salas | 353 | Calvià |
| Club Nàutic | 520 | Calvià |

Per altra banda l'IBATUR ha editat la *Cycling-Tourist Guide* que, en anglès, francès, alemany i castellà, marca vuit itineraris d'entre 70 i 150 km per diversos punts de la geografia mallorquina. En aquests recorreguts, normalment per vies poc transitades, s'assenyalen els punts d'assistència tècnica, avituallament, dificultat dels ports de muntanya, etc, tot posant cura a combinar pla i muntanya.

Altres experiències cicloturístiques són de grups i col·lectius locals, que no van adreçades a la captació de visitants.

Turisme subaquàtic

Atrets per la bellesa, diversitat dels fons marins i per les favorables condicions climàtiques, són cada cop més els visitants que vénen a Mallorca per practicar la natació subaquàtica. Es tracta, de moment, d'un turisme expert que ve a títol particular —amb els seu propi equip—, que obvia els canals turístics comercials i que, per tant, es fa difícil de quantificar i sistematitzar. Des de les institucions no es fa promoció d'aquesta modalitat de turisme.

*Turisme d'aventura*

Actualment a Mallorca, a diferència d'altres indrets on aquestes activitats estan en auge, les modalitats d'aventura són gairebé anecdòtiques. Els esmentats casos de les petites empreses que s'hi dediquen, constaten les dificultats per vendre el seu producte. Aquest fet s'agreuja per la situació de marginalitat respecte als principals canals de comercialització del producte turístic.

