

**PLA DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC
DE SANTA MARIA DEL CAMÍ
2014**

FRONTERA I FONT S.L.
NOVEMBRE 2014

ÍNDEX

- 1.-INTRODUCCIÓ I ESTRATÈGIA GLOBAL
 - 1.1. SITUACIÓ GEOGRÀFICA
 - 1.2. EL TURISME RESPONSABLE
 - 1.3.-EL PRINCIPI DE PRECAUCIÓ
 - 1.4.-EL PAISATGE LOCAL
 - 1.5.- SANTA MARIA I EL TURISME RESPONSABLE
- 2. DIAGNÒSTIC
 - 2.1.- OFERTA TURÍSTICA
 - RECURSOS CULTURALS
 - PATRIMONI URBÀ
 - PATRIMONI RURAL
 - PATRIMONI ARQUEOLÒGIC
 - RECURSOS NATURALS
 - LA VALL DE COANEGRA
 - ES VINYET
 - EL PUIG I L'ERMITA DE SON SEGUÍ
 - ENTRE TERRADES I SON LLAÜT
 - PAISATGE AGRARI D'AMETLLERAR
 - ARBRES SINGULARS
 - ALLOTJAMENT
 - 2.2.-CARACTERÍSTIQUES DEL MUNICIPI: ANÀLISI DAFO
 - 2.3.-ENTORN GEOPOLÍTIC
 - EL TURISME QUE TENIM
 - TENDÈNCIES DE MERCAT
- 3. ESTRATÈGIES, TÀCTIQUES I ACCIONS
 - A.-TERRITORI
 - B.- PRODUCTE
 - C.-QUALITAT
 - D.-INTEL·LIGÈNCIA DE MERCATS
 - E.-PROMOCIÓ
 - F.-FORMACIÓ I PROJECTES EUROPEUS

PLA DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC DE SANTA MARIA DEL CAMÍ, 2014

1.-INTRODUCCIÓ I ESTRATÈGIA GLOBAL

1.1. SITUACIÓ GEOGRÀFICA

Santa Maria del Camí és un municipi de 37,59 km² situat a 15 km de Palma, en una de les principals vies de comunicació entre la ciutat i els pobles del Raiguer i del Pla. Entre les seves característiques geogràfiques cal destacar la seva proximitat a Palma, essent el primer municipi que es manté relativament independent de la influència urbanística expansiva de la ciutat (Marratxí, Bunyola o Lluçmajor la pateixen amb molta major intensitat).

D'altra banda, forma part de la comarca del Raiguer. És un municipi situat entre la Serra i el Pla de l'illa. El terme municipal és allargat i estret: allargat en l'eix perpendicular a la Serra de Tramuntana i estret en l'eix contrari. Gracies a aquesta configuració el seu paisatge és especialment divers. En efecte, aquest fet és interessant des del punt de vista paisatgístic, ja que una bona part del municipi està dins la serra de Tramuntana, mentre que l'altre extrem s'interneja en la plana ocupada tradicionalment pel vinyet fins arribar al puig de son Seguí, una petita elevació que remata el municipi per l'extrem de xaloc. Aquesta configuració determina que la diversitat paisatgística sigui la màxima possible dins els límits que imposen la seva situació i extensió. Una diversitat paisatgística que, en general, és completament desconeguda pels turistes que es limiten a travessar el poble justament en el seu eix més curt i més pobre, el de la carretera d'Inca. En contrapartida cal dir que la major part del municipi s'ha mantingut relativament ben conservat fins avui.

1.2. EL TURISME RESPONSABLE

Segons el PITIB (Pla Integral de Turisme de les Illes Balears) l'estratègia per a Balears com a destinació és: "implantar i desenvolupar el TURISME RESPONSABLE, com una nova forma de turisme que mira cap al futur". Turisme responsable des dels seus 3 vessants: social, econòmic i ambiental.

Turisme responsable, segons el PITIB, és "el model de desenvolupament turístic que es fonamenta en els principis de la sostenibilitat, l'equitat social, la conservació ambiental i l'optimització dels recursos econòmics (eficiència econòmica) en un compromís comú per part de tots els membres que conformen el sector turístic".

a.- Vessant social. És a dir: impactes socioculturals de l'activitat sobre l'entorn i la població resident. Aquí s'agrupen qüestions que influeixen en el benestar de la comunitat resident en la destinació, com ara:

- Satisfacció de la població local.
- Accés real de la població resident als principals recursos de l'entorn.
- Conservació del patrimoni cultural i natural heretat i construït, buscant un equilibri entre la protecció i l'ús del patrimoni com a recurs.
- Participació de la comunitat local en el desenvolupament turístic, aconseguint una major conscienciació, implicació i participació eficaç de la comunitat en el procés de planificació.

b.- Vessant econòmica: recull aspectes relacionats amb la viabilitat a llarg termini de l'activitat turística com a activitat econòmica. En aquest punt es concentren temes relacionats amb aprofitament dels beneficis econòmics del turisme per part dels agents del sector considerant qüestions com:

- Estacionalitat de l'activitat.
- Ocupació turística.
- Efectes indirectes de l'activitat en altres sectors.
- Nivells de competitivitat del producte turístic de la destinació.
- Activitats turístiques.
- Intensitat d'ús turístic.
- Ordenació i control del lloc de destinació, mitjançant planificació regional i local.
- Mecanismes de control de la posada en marxa del model turístic.
- Sistema de transports que garanteixi l'accessibilitat i mobilitat de la demanda.
- Gamma de productes i serveis de l'oferta turística de la destinació, contemplant la seva qualitat, diversitat i marca.
- Satisfacció de la demanda, que garanteixi la consolidació de la destinació en el mercat.

c.-Vessant ambiental: es recullen els aspectes relacionats amb la conservació i protecció dels recursos i ecosistemes naturals, que permeten analitzar la viabilitat a llarg termini (intergeneracional) de l'activitat en funció dels efectes que té sobre el medi. Alguns dels aspectes a valorar serien:

- Protecció dels recursos naturals de valor mitjançant la conservació i ampliació de les àrees naturals protegides i el control de la intensitat d'ús turístic.
- Gestió adequada dels recursos naturals escassos com els hídrics i els energètics mitjançant un ús racional.
- Limitació de l'impacte ambiental de l'activitat turística, contemplant la pressió humana i estrès urbanístic.
- Implantació de polítiques i pràctiques de gestió ambiental en la destinació.

Partint d'aquesta conceptualització del TURISME RESPONSABLE que al·ludeix a la Responsabilitat Social, hem d'implementar un element fonamental: "El que no es

mesura, no es controla", per tant, hem d'establir mecanismes que permetin mesurar i quantificar de manera objectiva els beneficis obtinguts, els objectius assolits, així com la seva evolució. Per això, per a cada dimensió d'actuació s'aplicarà una fórmula per la qual obtindrem dades que podran ser estudiats de manera individual o en comparació amb anys anteriors.

1.3.-EL PRINCIPI DE PRECAUCIÓ

Implantar i desenvolupar el TURISME RESPONSABLE com una nova forma de turisme que mira cap al futur no es pot fer si no és partint de la base d'uns principis de precaució que, seguint Riechmann (2002) i Murray (2012), podríem enumerar de la següent manera:

1. Responsabilitat. En iniciar una nova activitat, la càrrega de la prova recau sobre aquell que la inicia. Aquest ha de demostrar que no hi ha alternativa més segura per assolir allò per la qual cosa s'ha creat.
2. Respecte. En condicions de risc greu s'imposa l'actuació preventiva per evitar danys, encara que no hi hagi una certesa científica total de les relacions causa-efecte.
3. Prevenció. Deure d'enginyar medis que evitin els danys potencials, més que cercar la seva gestió a posteriori.
4. Obligació de saber i informar. No cal escudar-se en la ignorància.
5. Obligació de compartir el poder. Democratitzar la presa de decisions en relació a la ciència i la tecnologia.

1.4.-EL PAISATGE LOCAL

La relació entre paisatge i món local és un dels pilars de les polítiques europees relacionades amb el turisme. L'Observatori del Paisatge de Catalunya ha creat el web Paisatge i món local ([www. catpaisatge.net/monlocal](http://www.catpaisatge.net/monlocal)), on podem llegir el sentit d'aquesta aposta:

El món local veu cada vegada més el paisatge com un motor per al seu desenvolupament i una via per a incrementar el nivell d'autoestima, la identitat i la qualitat de vida de la ciutadania. Ha arribat l'hora d'encarar amb força les enormes potencialitats que tenen el territori i els seus paisatges, i d'assolir la qualitat i l'excel·lència en allò que fem i en el lloc on ho fem, i és a l'escala local on avui és més possible assolir aquests objectius.

Un dels factors innovadors, avui, en les polítiques de paisatge actuals rau a evitar la diferenciació extrema entre uns paisatges excel·lents i uns altres que no ho són tant, i que solen coincidir amb els que habitem diàriament, els paisatges quotidians, que són la immensa majoria del país, i que d'entrada se suposa que no tenen cap valor o que en tenen ben pocs. Ja no són aquells patrimonis institucionalitzats (conjunts monumentals o arquitectònics, per exemple) impresos en el paisatge, sinó paisatges que passen a ser patrimoni perquè són patrimonialitzats per les comunitats, paisatges que es construeixen a través del vincle i l'experiència entre la població i el territori, en la quotidianitat.

Els hem de veure com paisatges dinàmics i vius, on la població té un paper actiu en la seva conservació i evolució i en la pervivència dels valors culturals, històrics i simbòlics que els defineixen, tot evitant paisatges fòssils, sense vida, paisatges aparador, de cartó pedra. Les polítiques més modernes en gestió del patrimoni local en els paisatges contemporanis són també les que estan superant la visió del patrimoni tant natural com cultural com una mera suma d'elements puntuals, llocs, edificis, i incorporen cada vegada més una valoració dels elements pel seu caràcter de conjunt en un entorn que reuneix uns trets i uns valors determinats.

1.5.- SANTA MARIA I EL TURISME RESPONSABLE

Tot i que aquest és el primer PLA DE TURISME, cal dir que Santa Maria del Camí, a causa del seu aïllament de les rutes turístiques més fressades, es mou en un context de turisme responsable. Les polítiques generals aplicades en els darrers anys han tingut com a objectius la preservació del patrimoni natural i cultural, el desenvolupament turístic sostenible, l'educació de la població autòctona, la millora dels serveis i infraestructures urbanes, la recollida selectiva dels residus i la reducció de l'efecte hivernacle, entre altres que estan en la línia de la sostenibilitat.

En aquest sentit, per exemple l'any 2005 es va aprovar l'Estratègia Balear de lluita contra el canvi climàtic dins de la qual es va crear un pla d'acció per al període 2008-2012. L'Ajuntament de Santa Maria del Camí, amb una política activa front el canvi climàtic, va signar el 28 de gener de 2010 el Pacte de Batles promogut per la Direcció General de Transport i Energia de la Unió Europea (DGTREN). El Pacte dels Batles compromet a tots els municipis signants a elaborar un Pla d'Acció per a l'Energia Sostenible (PAES), amb un programa d'accions que permeti la reducció en mes d'un 20% les emissions de gasos d'efecte d'hivernacle del municipi abans del 2020, respecte els nivells del 2005. Així com a presentar anualment un informe de seguiment del pla d'acció.

Entre les actuacions més interessants en aquest sentit cal destacar la peatonització de la plaça de la Vila i del carrer de l'Església. També s'ha creat una Comissió de Mobilitat que organitza la Setmana Europea de la Mobilitat, convidant a la participació de totes les entitats del poble i els veïnats, especialment del carrer Llarg, que aquest dia es tanca al trànsit motoritzat.

La recollida selectiva es va implantar mitjançant programes d'informació i conscienciació sobre la correcta separació dels residus per tal d'aconseguir una bona cultura del reciclatge. El municipi de Santa Maria ha passat de reciclar el 30% dels residus en el 2010 a reciclar-ne el 43% en el 2013.

Tot i els bons resultats assolits en la recollida porta a porta, encara hi una proporció important de residus reciclables (fracció orgànica, paper/cartó, vidre i envasos lleugers) que es treuen mesclats amb la fracció rebuig. En aquest sentit, cal tenir en compte que els costos del tractament dels residus van lligats a les tones de rebuig que s'incineren. Per aquest motiu, no separar i tirar-ho tot al rebuig suposa un major cost per a l'Ajuntament, que es repercuteix a la taxa corresponent, i un greu perjudici per al medi ambient.

Amb l'objectiu d'augmentar els percentatges de recollida selectiva, millorar la qualitat de les fraccions recollides selectivament i reduir la quantitat del rebuig produït, l'Ajuntament de Santa Maria del Camí i la Mancomunitat des Raiguer decidiren iniciar una campanya de control i vigilància dels residus que es treuen en el porta a porta. A partir del juny de 2014 es deixà de recollir el rebuig mesclat amb materials reciclables (matèria orgànica, paper/cartó, vidre i envasos lleugers). Per una altra banda, el Parc Verd municipal i l'àrea d'aportació de residus de Sa Voltadora disposen, puntualment, d'una educadora ambiental que informa els usuaris sobre la correcta separació dels residus domèstics.

Periòdicament es duen a terme campanyes informatives del GOB sobre espècies protegides en perill com la Milana, o la de Som Energia, la primera cooperativa de consum i producció d'energia verda, sobre l'estalvi energètic i les energies alternatives.

També son relativament recents la implantació de l'enllumenat elèctric públic de baix consum, l'ampliació i embelliment de les voreres i de les terrasses la plaça dels Hostals, que repercuteixen en la sostenibilitat i la bona imatge del municipi.

2. DIAGNÒSTIC

2.1.- OFERTA TURÍSTICA RECURSOS CULTURALS PATRIMONI URBÀ

La Plaça de la Vila és un punt de confluència d'antics camins: el de Ciutat, el de Sòller, el de Muro i el de Sant Jordi. Dels edificis que envolten la plaça n'hi ha tres de públics que es poden visitar: la Casa de la Vila, del segle XVII, Cas Metge Rei, del XVIII, i Ca s'Apotecari, del segle XIX. Formen un conjunt d'edificis històrics representatius de l'arquitectura tradicional de Santa Maria.

Ca s'Apotecari, és un nou casal adquirit i reformat per l'Ajuntament amb les ajudes de la Comunitat Europea i el Govern Central i la Conselleria de Comerç, Indústria i Energia, que alberga exposicions permanents de la de l'antiga apotecaria i la rebotiga, el jardí botànic i cartells interpretatius de la basílica de cas Frares i de la vall de Coanegra. Aquets és el punt de partida dels itineraris per al poble i el seu entorn i és el centre-museu destinat a convertir-se en el principal punt de informació turística del municipi.

El patrimoni religiós es troba representat pels elements següents: antic convent dels Mínims, l'església parroquial, Sa Rectoria i la Capella de Ca Ses Monges, així com tres elements del cementeri: l'oratori i els panteons de les famílies Calafat i Bestard.

En relació al patrimoni civil (casals urbans i altres vivendes ressenyables) el catàleg de patrimoni en ressalta 303, fet que denota la importància de l'arquitectura urbana de la localitat. Hi trobam, per una banda, els casals senyorials i per altra banda podem ressenyar la presència d'habitatges de caràcter més popular. Per la seva integritat i importància s'han catalogat sota la categoria d'espai urbà, diverses tirades de cases (Plaça Robiol, c/Marqués de la Font Santa, c/ Revolta, c/Ramon Llull, c/Mossèn Joan Vich, c/Baronia de Terrades, c/Joan Mesquida, c/Josep Calafat, c/Nou, c/Sol) i alguns entorns urbans (c/ Andria, Plaça Jaume III, Nostra Senyora de la Pau, Es Sagrat). S'han catalogat també algunes portasses destacables, que es troben ubicades a distints carrers del nucli urbà i també el tancament perimetral cementeri municipal. Altres elements artístics i arquitectònics aïllats (parets, balustrades, voreres i escopidors) també s'integren en el catàleg de béns patrimonials.

En l'apartat de patrimoni públic cal ressenyar s'Escoleta, el Col·legi Públic Melcior Rosselló Simonet, l'institut d'ensenyament secundari (antiga escola Graduada), l'estació del tren.

Entre els elements de patrimoni industrial cal destacar l'antiga farinera i la teulera d'en Miquel Serra.

El nucli urbà conserva també diversos elements etnològics: Sa Sínia, els molins d'en Guia (o Molí de Son Gulla), Hortus i de Can Salvà, diferents cases de molí del carrer molinets, etc. Finalment cal destacar els antics cellers, com el de Can Soberano, Can Garreta, Can Vinagre i Son Net, entre d'altres.

PATRIMONI RURAL

Del conjunt de possessions de la vall destaca Son Torrella, declarada Bé d'Interès Cultural l'any 1994. La seva tafona, una de les poques que hi ha mogudes per l'aigua, va ser restaurada pel Consell de Mallorca i es pot visitar amb cita concertada. Disposa de quatre bigues i dos trulls i, per tant, tenia una gran capacitat de producció d'oli.

Les cases de la possessió destaquen per l'amplitud i solidesa de la façana principal, construïda amb pedra de Binissalem i de Santanyí, amb la torre situada en el centre i presidint una filada de vuit balcons. La coberta i el voladís descansen sobre una vintena de pilars que, juntament amb la torre, donen un aspecte característic al casal.

La possessió va pertànyer a la família Torrella fins que l'adquirí Francesc Cotoner i d'Olesa l'any 1670, i construí l'edifici que ens ha arribat. L'any 1934 la possessió tenia 284 quarterades, i aquell mateix any fou parcel·lada. Actualment les cases de Son Torrella pertanyen a la família Hillgarth.

Fora dels distints nuclis urbans, pel que fa al patrimoni religiós hi ha l'Ermita de Son Seguí.

Per la seva importància numèrica en el medi rural cal destacar els elements de patrimoni etnològic. Hi trobam trenta camins (tant de carro com de ferradura), com els de s'Ermita, el de Coanegra i de l'avenc de Son Pou, el d'Alaró a Bunyola, el camí dels Moliners, el Camí de Passatemp, el de ses Forques, etc. Com a elements especialment singulars del patrimoni rural de Santa Maria, cal ressaltar els sistemes hidràulics de Son Oliver, Son Roig, Son Berenguer, Son Torrella, d'es Cabàs, i de Son Collet. Hi trobam també un nombre important de pous (Can Cerdó, Son Crespí, al camí de Son Verdera, Son Borràs, del Beat Gaspar, de Son Credo) i molins d'aigua (de S'Arboçar, de Son Torrella), i també altres elements hidràulics (fonts, fonts de mina, sínies, síquies, aljubs, abeuradors, basses, cisternes i safarejos) com la Síquia de Coanegra, la sínia i el

safareig de Cas Frares, la font de l'hort de Son Verdera, Sa Fonteta de son Credo, Sa Fonteta, l'aljub de Son Seguí i la Font de Son Pou.

Altres elements etnològics, com diverses sitges i barraques de carboner, forns de calç, rotes, barraques i casetes de camp, l'era de Son Verdera i la tafona de Son Torrella. Capítol apart suposen els camps marjats, que trobam al camí vell d'Alaró/Son Verdera, al camí de Coanegra, d'es Cabàs, d'es Serral i de Son Seguí-Son Borràs.

En segon lloc s'han de ressaltar els habitatges, part integrant del patrimoni civil. Com en el cas del patrimoni urbà hi ha molts habitatges tradicionals, és a dir cases de pagès de tipus tradicional i per altra, les possessions, com a element patrimonial més important i representatiu de fora vila per la pròpia construcció arquitectònica, i els elements mobles i de caire etnològic que hi contenen. El catàleg de patrimoni en destaca molts, com poden ser Can Morei, Can Rei, Son Montserrat, Can Quart, Son Seguí, Son Berenguer, Son Pou, Son Oliver, Son Punta, Son Roig, Es Colcador, Son Credo, Can Verderol, Son Collet, Els Cirerers, Can Franco, Cases de sa Quintana, Ses Fontanelles, Son Llaüt, Son Güia, Can Moragues, Son Torrelleta, Son Verdera, Es Torrent Fals, Can Cerdó, Cas Metge Matas, Son Torrella, Son Crespí, Can Francineta, Terrades, Son Barca, Son Borràs, Es Cabàs o Cas Frares.

En l'apartat d'enginyeria i patrimoni públic, en destacam S'Estacioneta i els ponts d'es tren, de Cas Barreter, de Son Torrella, de Son Oliver, de Son Palou. També formen part del catàleg de patrimoni altres elements arquitectònics, concretament les parets dels camins de Bunyola, camí de Coanegra, camí de Moliners, de Son Collet, la portassa i paret de Terrades, i la paret enfront de les cases de Son Torrella.

PATRIMONI ARQUEOLÒGIC

El jaciment arqueològic més valuós de Santa Maria és el de la desapareguda basílica paleocristiana de Cas Frares i el seu entorn, on possiblement hi havia un important poblament rural dispers entre els segles V i VIII.

L'any 1833, un camperol que cavava vinya va descobrir el mosaic del paviment de la basílica. La finca, que aleshores s'anomenava Son Fiol, era dels frares agustins de Palma. Després de la desamortització de 1835 la possessió passà a Joan Andreu, àlies Raió, de Sencelles, que el va destruir.

Del mosaic en resten una aquarel·la d'Alexandre Sureda i un gravat, a més de les tessel·les dispersades entre els terrossos de la finca. De la basílica s'han

conservat diferents peces com ara capitells, làpides, creus, fragments de ceràmica, etc.

El catàleg de bens patrimonials incorpora habitualment aquells jaciments arqueològics del municipi (coves, talaiots i altres jaciments prehistòrics i d'època antiga). En el cas concret de Santa Maria del Camí s'ha actualitzat la informació relativa a 28 jaciments arqueològics que ja apareixen recollits i protegits a la Carta Arqueològica del Govern de les Illes Balears durant els anys 1992-1993. Altres catorze elements catalogats en l'esmentada carta (sínies, molins, etc) han estat igualment revisats però s'ha actualitzat la seva classificació, atenent a la naturalesa, i per tant han passat a ser considerats patrimoni etnogràfic.

RECURSOS NATURALS

LA VALL DE COANEGRA

La vall de Coanegra forma part del Paratge Natural de la Serra de Tramuntana, l'espai natural protegit més extens de les Illes. Va ser declarat per acord del Consell de Govern del 16 de març del 2007.

Els valors naturals de la vall són prou variats. En primer lloc, cal destacar els de naturalesa geològica: l'Avenc, les coves, el torrent de Coanegra i la font de Son Pou, que rega la vall durant bona part de l'any. Pel que fa a la flora, hi ha diverses espècies vegetals endèmiques de Balears, com ara la violeta de penyal, la didalera, l'estepa Joana, etc. Gairebé tota la superfície de les muntanyes de Coanegra estan cobertes per boscos de pins que, juntament amb els de la Comuna de Bunyola, formen una de les masses forestals més extenses i valuoses de Mallorca. Quant a la fauna, cal destacar que el 60% de la que viu a les coves és endèmica. El pinar és l'hàbitat principal d'espècies d'aus protegides com la milana o el mussol reial, i d'altres ocells d'elevat interès ecològic, com el trencapinyons. En els penyals hi crien falcons, corbs i esparvers.

La vall de Coanegra conserva les restes d'un paisatge i d'un mode de vida que es remunta als pagesos andalusins que habitaren Mallorca entre els segles X i XIII. Sens dubte, en aquell temps fou un model d'aprofitament intel·ligent dels recursos naturals. Avui constitueix un dels jaciments arqueològics rurals del període islàmic més interessants i ben estudiats de les Balears. El sistema hidràulic de Coanegra és una obra d'enginyeria molt precisa, perfectament ajustada al territori. Neix en una captació subterrània d'aigua situada a Son Pou. L'aigua és conduïda per la sèquia que recorre tota la vall -uns 4 quilòmetres- per regar unes 7,73 hectàrees distribuïdes en parcel·les aferrades al torrent.

ES VINYET

Els vinyars són un dels millors paisatges agraris que envolten la vila de Santa Maria del Camí. Encara queden casetes tradicionals, parets seques, camins, portells, pous i altres elements arquitectònics que formen, amb la vinya, un paisatge d'una qualitat i d'un valor patrimonial digne d'admiració i conservació. No trobam aquí les grans extensions de vinya pròpies d'un monocultiu, sinó paisatges en mosaic on les vinyes s'intercalen entre altres conreus com l'ametllerar, els cereals o l'horta.

EL PUIG I L'ERMITA DE SON SEGUÍ

Son Seguí és una de les possessions més destacades del terme de Santa Maria. Pren el nom de la família Seguí, que fou propietària de la possessió per la compra efectuada per Antoni Seguí l'any 1509. El 1539, el seu propietari Andreu Rossinyol la va vendre a Alfons Torrella. Des de llavors ha anat passant per herència, primer als Ballester i després a la família Olesa.

En el segle XVIII, els representants de la família Olesa augmentaren la superfície de la possessió mitjançant la compra de diferents peces de terra veïnades. També reformaren les cases, tot proporcionant-les un aspecte molt similar a l'actual. En 1863 era de Jaume Olesa, i tenia una superfície de 483 quarterades. La torre de defensa és Bé d'Interès Cultural des del 1949, com ho és l'escut situat damunt el portal forà (any 1963). El Puig de Son Seguí és Àrea Natural d'Especial Interès. Es tracta d'una important zona de garrigues i pinars de 538 ha. situada en el Pla de Mallorca que constitueix un refugi per la fauna i la flora naturals.

L'ermita de Son Seguí és un conjunt format per un tancat, encara ben conservat, i una capella a l'interior. De la capella destaca un retaule del segle XVII o XVIII, amb una petita imatge de la Mare de Déu de la Pau, titular de l'ermita. L'edifici consta d'una única nau amb coberta exterior de doble aiguavés, rematada per una espadanya. A l'exterior hi trobam un pou, i a l'entrada del recinte hi ha una cisterna. Fou construïda l'any 1679 per la família Olesa, propietària de la possessió, habitada pels ermitans fins al 1820. L'any 1917 fou restaurada. Actualment, el Dia de l'Àngel -primer diumenge després de Pasqua- a l'ermita es celebra el Pancaritat.

ENTRE TERRADES I SON LLAÜT

La Quintana de Terrades era un espai comú on es tancava el bestiar. Està situat en la confluència del vell camí de Muro i d'un dels nombrosos camins per on passaven els ramats que eren conduïts del pla cap a la muntanya. Molt a prop hi ha el pou del Beat Gaspar o de Can Cerdó, que servia per abeurar les ovelles i els ramaders. Seguint cap a tramuntana el camí arriba a les cases de Son Llaüt, possessió formada a finals del segle XVI i començaments del XVII a partir de

diferents peces de terra que havien format part de la possessió de Terrades. L'any 1863 la possessió era de Bartomeu Simonet i ocupava una superfície de 14 quarterades. Actualment, gran part dels terrenys s'han convertit en un polígon industrial, i les cases són de propietat municipal i acullen la Factoria de So i de les Arts.

PAISATGE AGRARI D'AMETLLERAR

Bona part del paisatge agrari de Santa Maria és d'ametllers, especialment tota la zona situada a tramuntana del cas urbà, entre el poble i les muntanyes de Coanegra.

A finals del segle XVIII la Real Societat d'Amics del País planteja la necessitat substituir l'agricultura centrada en els cereals i dedicar més esforços al conreu dels arbres i especialment de l'ametler. Aquesta proposta canviarà el paisatge de Mallorca. A més a més, la situa al capdavant de la producció d'ametla a l'Estat espanyol, i en segon lloc dins el mercat mundial, darrera d'Itàlia.

L'expansió de l'ametler afecta primer als municipis propers a Ciutat, com ara Santa Maria. El cardenal Despuig i l'Arxiduc Lluís Salvador, entre d'altres, certifiquen l'empenta primerenca d'aquest conreu al nostre poble. L'any 1860, el 10% del sòl agrícola del municipi es dedica a l'ametler (259 ha), per davant de la resta de municipis. L'Arxiduc situa ametlerars extensos i productius a Son Montserrat, Son Crespí i Cas Metge Rei. L'any 1928, la superfície ha augmentat a 292 ha, i en 1960 ja ha baixat a 216 ha.

Actualment assistim a una altre canvi del paisatge. La ciència i la tècnica fan noves propostes: conreus de reguiu, varietats autofèrtils, resistència a malalties, nous sistemes de recollida mecanitzada... Però si els preus de l'ametla segueixen baixant, els ametlers hauran configurat un paisatge tan efímer com la seva flor.

A molts indrets del món la floració dels arbres atrau viatgers i turistes. Així passa amb els cirerers de la Vall del Jerte, a Extremadura, els de moltes ciutats i pobles del Japó i els de Washington DC. Al voltant de la floració i la seva fugacitat aquests llocs han sabut configurar un turisme respectuós amb el paisatge, interessat per la cultura i els productes locals. Un turisme de la bellesa que ajuda a mantenir els conreus i la producció.

A Mallorca, la floració dels ametlers coincideix amb l'arribada de clicloturistes. Un turisme desestacionalitzat i respectuós amb el paisatge que podria créixer i ajudar a mantenir aquest conreu.

ARBRES SINGULARS

En darrer lloc cal esmentar la presència en el catàleg d'elements propis del patrimoni natural, concretament dos arbres singulars, l'Estanca sang de Son Seguí i el Pi gros de Can Moragues, ja desaparegut, del qual en resta la soca. Dins el poble hi ha un arbre catalogat, la Bellaombra del Convent dels Mínims. En el Municipi hi ha molts altres arbres dignes d'esment, com els lledoners de Son Torrella, les murteres de Son Berenguer, algunes oliveres d'es Cabàs, etc.

ALLOTJAMENT

Pel que fa a les possibilitats d'allotjament Santa Maria compta amb diversos hotels de turisme rural com l'Hotel Reads, els agroturismes de Terrades, el Torrent Fals i can Verderol, a més del molí de Son Maiol, situat dins el terme de Marratxí, però molt proper a la vila de Santa Maria.

2.2.- CARACTERÍSTIQUES DEL MUNICIPI: ANÀLISI DAFO

PUNTS FORTS
Hi ha una certa diversitat sectorial. Tot i que no tant com altres municipis del Raiguer, la diversitat sectorial és major a molts d'altres municipis de Mallorca.
Les possibilitats de creixement turístic són importants. Es tracta d'un sector encara poc explotat
Recursos naturals i sector agrícola vinater importants
Abundants béns culturals ben conservats: cellers, molins, cases tradicionals, etc.
Artesania dels teixits, del fang i escultura, entre d'altres.
Teixit comercial viu i ben desenvolupat gràcies als residents. El 70% dels residents declara fer les compres habituals a Santa Maria, la qual cosa és fonamental per mantenir el teixit comercial.
Mercat i la Fira. Els mercats del diumenge i les Fires són molt atractius pels ciutadans de Palma i també pels turistes.
Sector bars i restaurants exitós, especialment a la zona dels hostals a causa del trànsit, però també a la plaça de la Vila com a centre històric i la Plaça Nova, relacionada amb el mercat dels diumenges.

PUNTS FEBLES
Declivi de l'agricultura, especialment de l'ametlla. Aquesta tendència és general arreu de Mallorca.
Sector hostaler poc desenvolupat; manca d'infraestructura per acollir el turistes.
Espais naturals fàcilment saturables a causa de la manca d'espais públics de circulació i de zones recreatives, especialment a la vall de Coanegra.
Dependència considerable de la construcció. El sector de la construcció és un dels més impactants sobre el medi ambient i una dependència massa forta en aquest sector pot provocar conflictes en l'avanç cap a la sostenibilitat.
Potencial contaminació de la indústria ramadera (porcina i d'aviram). Aquestes activitats poden provocar contaminació si no es gestionen adequadament.
Un percentatge baix de la població fa feina a Santa Maria. La bona diversitat sectorial no es reflecteix en que més població faci feina al mateix municipi.

2.3.-ENTORN GEOPOLÍTIC

EL TURISME QUE TENIM

El nostre entorn ve marcat per la pertinença a una de les comunitats autònomes més turístiques de l'Estat espanyol, les Illes Balears, amb prop de 422 mil places d'allotjament turístic -de les quals un 67% es concentren a l'illa de Mallorca- i que rep més de 12 milions de turistes l'any. Les Illes tenen com a principal producte el sol i platja, amb una irrupció important en els darrers anys de l'oferta del tot inclòs, que ha repercutit negativament en la viabilitat de l'oferta complementària tant d'oci com de restauració. Les Illes Balears, a més, presenten una clara dependència de tres mercats emissors ja força consolidats: turisme nacional, britànic i alemany, que juntament amb el francès i l'italià copen un 82% dels visitants que rebem. La resta es reparteix, principalment, entre turistes nòrdics, austríacs i portuguesos (11,8%) i mercats incipients com el procedent de Rússia, Polònia, República Txeca, Ucraïna, Bulgària, Israel (1,14%).

Les darreres dades disponibles recullen que en els deu primers mesos del 2013 arribaren a les Illes Balears 10.919.870 turistes internacionals, el que representa un increment interanual del 7,4%. Dos milions d'aquests turistes se concentren només el mes d'agost.

A nivell estatal, les previsions apunten que el 2013 tancarà superant els 57,7 milions de turistes internacionals de l'any anterior, amb un increment del 6% en les arribades de visitants i una despesa prevista de 58 mil milions d'euros, un 7% més que el 2012.

A nivell mundial, el nombre d'arribades de turistes internacionals ha crescut un 5% entre gener i agost de 2013, en comparació amb el mateix període de 2012, fins assolir un rècord de 747 milions de visitants, segons el darrer baròmetre de l'Organització Mundial del Turisme (OMT).

TENDÈNCIES DE MERCAT

Com és el turista que ve? Els experts el defineixen com un consumidor més informat, més madur i acostumat a seleccionar entre l'oferta d'un sector altament competitiu com és el turístic.

En aquests moments, gran part del creixement del mercat turístic prové de turistes sense forma d'organització: no només n'arriben més -a l'agost, el 71,4% dels turistes que varen visitar Espanya no havien contractat paquet turístic- sinó que són els que registren un increment més notable en la despesa al voltant d'un 7-8%-. En canvi, aquells que viatgen amb paquet turístic han tengut un

comportament negatiu tot l'any 2013 pel que fa al mercat espanyol, tret dels mesos punta de temporada alta, amb creixements molt minsos (juliol, 1,2% i agost 0,5%). La seva despesa està en mínims dels darrers dos anys.

Una altra tendència que es consolida: els passatgers en companyies aèries de baix cost registren un increment constant entorn al 2,9%, mentre que aquells que utilitzen companyies tradicionals acumulen descensos de fins al 5% a principis d'any. Una part creixent d'aquests turistes, a més, cerca allotjament alternatiu a l'hoteler. Si bé els establiments hotelers continuen essent els més demandats a l'agost, al conjunt de l'estat varen copar el 56,3% del mercat-, cal tenir en compte el fort creixement, del 8,5%, de l'allotjament no hotelier, fomentat per l'augment del lloger d'habitatges vacacionals (15,1%).

El pes de les xarxes socials creix. Segons Google, l'any 2011 es va realitzar un 30% més de reserves online que en anys anteriors. Les companyies del sector turístic varen augmentar la inversió online en un 85%. I el visitant, quin ús en fa? Agafant com a referència l'estudi "Usos, actitudes y tendencias del consumidor digital en la compra y consumo de viajes", un 42% dels internautes utilitza els webs de viatges com a canals per obtenir informació sobre les destinacions, un 19% els blogs, un 13% les xarxes socials i un 11% les aplicacions mòbils. Es tracta d'un consumidor que selecciona les destinacions en funció de les oportunitats i ofertes que troba en les mateixes pàgines on acaba efectuant la compra; que prefereix (54%) comprar de manera independent els diferents productes del seu viatge, en lloc de viatjar amb paquets tancats o viatges organitzats (15%); i que té molt en compte les recomanacions de familiars i amics a l'hora de prendre una decisió (43%), així com la informació que es comparteix en fòrums especialitzats en viatges i turisme (20%) i els continguts compartits en les xarxes socials (16%). Quan arriba a la seva destinació, utilitza Internet per informar-se dels llocs que pot visitar, de l'oferta d'oci i cultura, per compartir les seves experiències en xarxes socials o blogs, informar-se sobre l'oferta d'allotjament i contactar amb agències de viatge o companyies aèries, principalment.

Turisme de Natura. Durant el primer trimestre de 2013, es calcula que 865.416 turistes a les Illes Balears han realitzat activitats relacionades amb la natura, un 21,6% més que durant els primers sis mesos de l'any anterior. Igualment s'ha registrat un notable increment en la despesa (+19,8%) i en les pernoctacions (+15,8%) respecte el mateix període de 2012. Es tracta d'un turisme a l'alça, que creix a un ritme del 5% anual i que representa actualment el 12,8% del total de turistes que visiten la nostra comunitat.

Turisme Esportiu. Segons l'enquesta World Travel Monitor de la ITB (2011), aquest segment registra un creixement de dos dígitos en els darrers cinc anys en els mercats emissors europeus. Els viatgers alemanys encapçalen el rànquing, amb un 42% dels 9 milions de viatges anuals que es comptabilitzen a Europa en aquest àmbit. A continuació els holandesos (14%), però en la resta de mercats emissors el binomi vacances-esport suposa menys d'un 6% de la demanda total. Es tracta d'un turista d'alt poder adquisitiu, està entorn als 43 anys i són més homes que dones. Les activitats esportives que generen més viatges a l'estranger són l'excursionisme (38%), el ciclisme (23%), els esports de motor nàutic (14%) i el golf (10%). A les Illes Balears, per exemple, es calcula que arriben anualment 90.000 turistes que venen a practicar cicloturisme. Tant professionals com aficionats al ciclisme solen concentrar la seva estada entre els mesos de febrer i maig.

Turisme Cultural-Patrimonial. La Cambra de Comerç de Mallorca va publicar un "Estudio sobre Productos turísticos emergentes en las Islas Baleares", el gener de 2010, segons el qual el turista interessat per la cultura té una edat compresa entre els 24 i els 44 anys, un alt nivell educatiu i un poder adquisitiu mig-alt. Sol planificar el viatge pel seu compte i recopila molta informació sobre els llocs que vol visitar Internet, revistes especialitzades-. És, per tant, un turista exigent. Itàlia i França són els països líders en aquest turisme. A les Illes Balears segueix essent un producte minoritari, alternativa de molts turistes quan fa mal temps. D'aquí, segons Hosteltur, la importància d'oferir esdeveniments i organitzar activitats culturals en lloc d'oferir només monuments històrics. Segons aquesta plataforma especialitzada en turisme, l'any 2004 Espanya va rebre aproximadament 7,3 milions de turistes per motiu cultural, prop del 14% del total de visitants.

3. ESTRATÈGIES, TÀCTIQUES I ACCIONS

A.-TERRITORI

Garantir la rendibilitat de les illes Balears i Santa Maria del Camí, com a destinació turística en el futur, millorant els seus recursos i la qualitat de vida dels seus residents.

ESTRATÈGIA

Oferir atenció turística i millorar la capacitat de recepció de visitants.
Dotar d'elements d'informació turística el municipi de Santa Maria del Camí

ACCIONS

Ubicar el centre de visitants i punt d'informació turística a Ca S'Apotecari i aconseguir que ofereixi una informació integral dels recursos turístics de què disposem.
Aconseguir una atenció personalitzada permanent amb una persona que atengui el públic i amb recursos expositius i impresos.

Aprofitar les potencialitats i els atractius turístics del municipi per desenvolupar guies informatives en diferents formats: exposicions, publicacions, xarxa (web d'informació turística), etc.

Millorar els equipaments urbans i la mobilitat de cara a la recepció de visitants.

Millorar l'oferta d'aparcament públic.

Fomentar el coneixement, l'estimació i el manteniment de l'arquitectura tradicional i l'embelliment dels carrers amb vegetació (arbres, jardins, cossiols).

Crear una xarxa de senyalització dins el municipi: senyals direccionals per als vianants i el trànsit rodat, cartells d'informació específics sobre el valor patrimonial dels punt d'interès turístic.

ACCIONS 2015

Traducció de la web turística diferent idiomes.

Il·luminació amb energia renovable dues rutes paisatgístiques i esportives.

Disseny de la guia turística

Habilitar Ca s'Apotecari com a centre d'atenció al turista.

Posar informació del municipi a les aplicacions turístiques amb més quota de mercat. (per exemple TripAdvisor).

B.- PRODUCTE

Aquest apartat fa referència a la diversificació i diferenciació del producte turístic, així com la seva connexió amb una marca específica del municipi, establint el model de gestió i la seva identificació territorial.

ESTRATÈGIA

Crear diferents productes turístics específics de Santa Maria del Camí

ACCIONS

Agroturisme: Fomentar les rutes pel vinyet i pels ametllers

Turisme gastronòmic: promoure la cuina del país i plats típics de Santa Maria del Camí

Festes: Oferir informació de les principals festes del poble.

Edificis singulars i monuments: Promoure les rutes urbanes amb indicacions dels monuments més rellevants.

Patrimoni arqueològic i etnològic. Ruta dels cellers, molins, tafona de Son Torrella, etc.

Oferta cultural: Millorar l'oferta d'activitats culturals, la seva qualitat i difusió exterior: exposicions, concerts, conferències, teatre.

Mercats: Sa Fira, Mercat del diumenge són els principals actius. També es pot fomentar un mercadet artesà i del vi, complementari al mercat del diumenge i un mercadet nadalenc de la llet d'ametla.

Cicloturisme: Oferir atenció i productes de qualitat als cicloturistes que passen per Santa Maria.

Turisme urbà de compres: Fomentar els comerços amb productes agrícoles i artesans locals i de qualitat.

Espais Naturals: ordenar i regular la circulació de vehicles i persones a la Vall de Coanegra

Senderisme: Diversificar les rutes excursionistes. Oferir rutes alternatives pels diferents camins públics del municipi per tal de no concentrar els visitants cap a la Vall de Coanegra.

Jaciments arqueològics: Potenciar la investigació i la conservació dels jaciments arqueològics i estudiar la seva possible rendibilitat de cara al turisme.

ACCIONS 2015

Senyalització de rutes turístiques i d'una zona recreativa pública que formarà part de l'itinerari i servirà de zona de descans.

Winedays 2015: Santa Maria del Camí serà el poble amfitrió. Es negociarà amb els restaurants que per el dies del winedays ofereixin menús amb preu tancat (de menjar típic del poble i vins locals).

Les festes i els actes culturals del poble ja es publiquen al web turística. El 2015 es traduiran a diferents idiomes.

Senyalització del centre d'informació turística en diferents indrets del poble.

Al Web turístic hi ha diferents rutes que s'aniran ampliant des de l'àrea de promoció de Ca s'Apotecari.

Poc a poc tota la oferta s'anirà introduint a l'aplicació "Escaparate" del l'agència de Turisme Balear

Compra de Pantalles informatives per als visitants. Senyalització de les entrades del poble.

C.-QUALITAT

La qualitat com a eina en la satisfacció del consumidor a través de la fiabilitat de l'oferta. La qualitat és sinònim de prestigi i de confiança.

ESTRATÈGIA

Es tracta de fer feina perquè la qualitat sigui una porta que obri noves oportunitats de negoci. Els vinaters de la Denominació d'Origen de Binissalem, els mestres artesans de la roba de llengües de Can Bujosa, la Gerreria Serra, els tallers de ceràmica i d'escultura i de pintura són exemples de qualitat que es poden difondre i servir de model per a altres activitats. A determinats municipis es creen marques de productes artesans i gastronòmics propis. Cal tenir present aquesta possibilitat de cara al futur.

ACCIONS

Fomentar els productes agrícoles, artesanals i artístics de qualitat fets a Santa Maria del Camí.

Fomentar una gastronomia de qualitat amb productes innovadors i propis, especialment els lligats amb l'ametlla i el vi.

Promoure una marca o distintiu de qualitat amb el nom de Santa Maria del Camí.

ACCIONS 2015

Web i aplicacions mòbils per fomentar els productes agrícoles, artesanals i artístics de qualitat fets a Santa Maria del Camí.

L'any passat es va llançar la marca "Per Moltes Raons". A més d'ampliar la web, es llançaran diferents vídeos per promocionar cada "raó" o motiu d'interès per visitar el municipi.

D.-INTEL·LIGÈNCIA DE MERCATS

Consisteix en generar el coneixement necessari a partir de la recollida de informació i de l'anàlisi de les dades obtingudes, per tal de dissenyar escenaris futurs i orientar les estratègies, tàctiques i accions a aplicar.

ESTRATÈGIA

Es tracta de saber com funciona el mercat turístic local, el nombre de turistes que passen per Santa Maria, les seves nacionalitats, els productes que consumeixen, les activitats que practiquen, les seves expectatives, la valoració que fan del poble, etc. Dissenyar els sistemes de recollida d'informació adients.

ACCIONS

Fer enquestes i recomptes de visitants en al centre d'informació turística de Ca s'Apotecari.

Promoure en els comerços sistemes de recompte i valoració dels clients. Nombre i tipus de visitants als hotels, mercat diumenge, cellers, cicloturistes, assistents als espectacles i activitats culturals, registre de vendes de productes fets a santa maria (vi, herbes, ceràmica, roba de llengües).

ACCIONS 2015

Des de Ca s'Apotecari com a centre d'acollida del turista, es recolliran dades saber com funciona el mercat turístic local. També es recolliran dades de la web i les aplicacions mòbils.

E.-PROMOCIÓ

Adaptar la promoció als nous comportaments del consumidor i al tipus de turista diferenciat que es pretén atraure.

ESTRATÈGIA

Crear campanyes de promoció turística de qualitat

ACCIONS

Crear productes de comunicació i informació turística de qualitat.

Dissenyar campanyes de promoció turística dels productes específics del municipi.

Promoure que els comerços i els artesans dissenyin les seves pròpies campanyes de promoció.

Usar els medis de comunicació a l'abast: premsa, televisió, ràdio, Internet, cartells, guies, fires, jornades, etc.

Potenciació de la pàgina web turística del municipi

Traducció a l'anglès i l'alemany de la programació turístico-cultural del municipi.

Xarxes socials: creació de pàgines de promoció en les xarxes socials

ACCIONS 2015

Col·laboració amb l'agència de Turisme Balear que és qui té les competències en promoció turística

S'ampliarà la pàgina web turística del municipi

F.-FORMACIÓ I PROJECTES EUROPEUS

ESTRATÈGIA

Cursos d'orientació empresarial, formació i suport per al desenvolupament de nous projectes o la renovació dels ja existents. Una oferta oberta a tot aquell que vulgui generar valor en el municipi. Al cap i a la fi es tracta de dinamitzar el teixit empresarial i potenciar l'ocupació durant tot l'any

ACCIONS

Fer xerrades sobre el turisme i la seva gestió.

Promoure cursos de formació en temes relacionats amb el turisme i en les àrees professionals relacionades: gastronomia, viticultura, patrimoni cultural, medi ambient, hostaleria, etc.

Implicar els experts en temes turístics que viuen en el poble perquè col·laborin en el disseny d'estratègies.

L'oferta de cursos i tallers que s'ofereixen des del Servei Municipal de Persones Adultes ja inclou actualment cursos dirigits a persones que treballen en el sector turístic

Tallers i formació ocupacional, orientació laboral.

ACCIONS 2015

Curs d'emprenedoria per als veïnats per a la creació feina com a autònoms en el sector primari i el turístic.

Signatura de convenis perquè ses cases des mestres sigui un centre de formació professional en l'àmbit turístic.

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

AGENDA LOCAL 21 SANTA MARIA. Gabinet d'Anàlisi Ambiental i Territorial. 2004

CATÀLEG DE BÉNS PATRIMONIALS DE SANTA MARIA. Alea serveis professionals, 2009.

CATÀLEG DELS CAMINS DEL TERME MUNICIPAL DE SANTA MARIA DEL CAMÍ. Antoni Reynés Trias, Vicenç Forteza Pons, Gabriel Ordines Marcé, Francesca R. Rotger, Raquel Rodríguez Gomila. Fodesma, 1999.

GEOGRAFIES DEL CAPITALISME BALEAR: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística. TESI DOCTORAL Ivan Murray Mas. DIRECTOR Macià Blázquez Salom. Palma, gener 2012.

La planificació del paisatge en l'àmbit local a Europa. Els casos d'Alemanya, França, Països Baixos, Regne Unit, Suïssa i la regió de Valònia, a Bèlgica. OBSERVATORI DEL PAISATGE DE CATALUNYA. Setembre de 2014

LEY 8/2012, DE 19 DE JULIO, DEL TURISMO DE LAS ILLES BALEARS.
<http://www.caib.es/govern/archivo.do?id=1527869>

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL. Guía de apoyo. Conselleria de Turisme.

Pla d'Acció per a l'Energia Sostenible de Santa Maria del Camí en el marc de la iniciativa del Pacte dels Batles. Ajuntament de Santa Maria del Camí. GRAM-LAVOLA. 18 d'octubre de 2011.

Pla d'Acció de Promoció Turística 2014.
<http://www.caib.es/govern/archivo.do?id=1350851>

Pla Integral de Turisme de les Illes Balears.
<http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?estua=8&lang=ca&codi=1218512&coduo=8>

PLA INTEGRAL DE TURISME D'ARTÀ 2014. Ajuntament d'Artà.

