



PLA DE DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC DE CAMPANET

Octubre 2014

RegioPlus
Consulting 

1. Introducció	pàg. 3
1.1. Presentació	pàg. 4
1.2. Metodologia	pàg. 7
1.3. Dades bàsiques sobre Campanet.....	pàg. 10
2. Diagnòstic	pàg. 12
2.1. Escala d'avaluació dels elements claus de Campanet.....	pàg. 13
2.2. Potencialitats i mancances del municipi	pàg. 20
3. Estratègia	pàg. 22
3.1. Posicionament estratègic	pàg. 23
4. Proposta d'accions	pàg. 26
5. Resum i conclusions.....	pàg. 47

1. Introducció

Presentació

Des de fa dècades, Mallorca i les Illes Balears són una de les destinacions turístiques líders de la Mediterrània. Entre els ciutadans del centre i nord d'Europa, Mallorca és una de les zones de vacances preferides i més populars.

Tot i que el desenvolupament turístic de masses dels anys 60 va començar amb un producte molt centrat en el sol i platja, en les darreres dècades han prosperat amb èxit altres tipus d'oferta turística: agroturisme; turisme de natura (senderisme, cicloturisme...); turisme cultural (amb un inici tímid d'algunes experiències innovadores); turisme de salut; etc. No obstant, el principal motiu de visita a l'illa continua sent poder realitzar activitats vinculades amb el sol i la platja.

En l'actualitat¹, 9,5 milions de persones visiten anualment Mallorca i hi fan una estada mitjana de 8,3 dies. La despesa turística s'estima que és de 109 euros per persona i per dia. Les principals nacionalitats dels visitants són, per aquest ordre, alemanys, britànics i espanyols. I, per la tipologia d'activitats que realitzen, els principals mesos d'afluència turística són agost, juliol, juny i setembre.

En la majoria dels casos, (més de la meitat) es tracta d'unes vacances contractades a través de Tour Operadors o Agències de Viatges. Tot i així, les vacances contractades directament (a través d'internet i altres canals) també tenen una força important (gairebé 3 de cada 10 visitants). A més, un gran nombre dels visitants són repetidors i, fins i tot, es tracta de visitants molt assidus a l'illa. En definitiva, Mallorca ofereix avui un producte turístic competitiu i que satisfà als seus visitants.

Al mateix temps, però, es dona un increment de les amenaces que té el model turístic de les darreres dècades. Des del punt de vista de l'oferta, es troben mancances pròpies –construcció excessiva del territori; congestió ambiental de determinats espais; manca de connexions aèries fora de temporada; falta de qualitat en alguns serveis oferts- i amenaces dels rivals exteriors: major oferta en qualitat i en quantitat a la Mediterrània i al conjunt mundial.

Des del punt de vista de la Demanda, ens trobam amb un turisme que presenta símptomes d'estancament (els mercats emissors europeus ja no creixen les taxes anteriors) i es tracta d'una demanda cada vegada més exigent, tant des del punt

¹ Les dades d'aquest apartat provenen de l'Institut Balear d'Estadística i fan referència a l'any 2013.

de vista cultural i ambiental (el major nivell educatiu i cultural dels europeus provoca una major exigència i preferències cap a temes ambientals i culturals) i, finalment, es tracta d'una demanda molt més experimentada –viatja sovint- i que necessita de noves experiències turístiques i originals.

Tots aquest factors que s'han citat breument són els que cal tenir en compte en el moment de l'elaboració del Pla de Desenvolupament Turístic de Campanet. Campanet no forma part del circuit turístic tradicional de Mallorca, però en el nou context de la demanda i l'oferta, té importants potencialitats que pot desenvolupar bé: experiències basades en la natura, la cultura, el patrimoni, el turisme familiar, etc., són pràctiques cada vegada més demandades i que coincideixen amb el model econòmic i social del municipi de Campanet i dels seus habitants.

El present Pla de Desenvolupament Turístic Municipal neix de la necessitat del compliment de l'article 8 de la Llei de Turisme de les Illes Balears (LTIB) 8/2012 de 19 de juliol, on s'estableix que cada municipi haurà d'aprovar un Pla de Desenvolupament Turístic Municipal per al període 2014-2015. En conseqüència, el Pla s'ha d'ajustar a les directrius del Pla Integral de Turisme de les Illes Balears (PITIB) que el Consell de Govern va aprovar el 10 d'agost de 2012.

L'objectiu del Pla de Desenvolupament Turístic Municipal és el de millorar Campanet com a destinació turística. En l'actualitat, l'oferta turística a la mediterrània ha millorat en qualitat i en quantitat a més, el visitant és cada vegada més exigent. Per aquest motiu, el nou Pla Integral de Turisme de les Illes Balears té com a finalitat principal implantar i desenvolupar el Turisme Responsable a les illes, per tal d'aconseguir una destinació de qualitat, sostenible i respectuosa amb el medi ambient i amb la societat on es desenvolupa.

Fins fa poc temps, el govern del municipi ha tingut una rol més aviat “discret” i poc actiu cap a les activitats turístiques. A diferència d'altres municipis costaners, el desenvolupament econòmic de Campanet no s'ha basat en el turisme. No obstant, en els darrers anys, han sorgit en els darrers anys allotjaments rurals i això ha provocat una major presència de visitants. Així, dins del terme s'hi troben possessions reconvertides en agroturismes, rutes cicloturístiques de la Serra de Tramuntana, atractius naturals importants que atreuen visitants - Coves de Campanet i les Fonts

Ufanos- i disposa de Patrimoni Arquitectònic catalogat. Tot i així, aquests elements no s'han considerats elements prioritaris pel seu desenvolupament com a poble.

En l'actualitat, arrel de la realització del Pla de Desenvolupament Municipal, l'Ajuntament de Campanet veu l'oportunitat de reflexionar sobre el model de poble i el seu potencial turístic, tot integrant dins el seu desenvolupament tots aquests elements els atractius i recursos turístics que ja existeixen, però fins ara poc presents en la planificació estratègica del municipi.

El present document consta de quatre capítols. La present Introducció; un capítol d'Anàlisi i Diagnòstic; una secció d'Estratègia i, finalment, un apartat a on es plantegen Propostes i Actuacions concretes per assolir els objectius marcats.

Metodologia

El Pla Turístic de Campanet s'ha realitzat en 3 fases: Diagnòstic; Estratègia; Propostes i Actuacions concretes

Per a la fase de diagnòstic s'han fet servir 2 tècniques. En primer lloc, s'han realitzat un seguit d'entrevistes a agents rellevants del sector turístic del poble o persones que puguin tenir una visió de com hauria de ser el futur turístic de Campanet. En segon lloc, s'ha avaluat l'oferta turística del municipi, a partir de la metodologia d'Escala d'Avaluació d'una Destinació turística.

Les persones entrevistades han estat seleccionades per l'equip de govern del municipi i pels tècnics de l'empresa consultora RegioPlus Consulting. S'han entrevistat a 13 persones entre els mesos de juliol i agost de 2014. Són les següents:

- Magdalena Solivellas. Batllessa de Campanet
- German Gil. Gerent de la Finca d'El Fangar
- Xisco Mayordomo. Gerent de l'hotel rural Monnaber Nou
- Karsten Imm. Gerent agroturisme Monnaber Vell
- Joan Amengual. Portaveu PSOE de Campanet
- Francesc Aguiló. Redactor de la revista de Campanet i exbatlle de municipi
- Joan Martorell. Regidor del PP de Campanet
- Jordi Mut. Gerent de Menestralia
- Joan Alcover. Artesà de covos
- Arnau Grau. Propietari bar Es Club
- Astrid Walter. Gerent Hotel Refugi de Son Pons
- Damià Pons. Escriptor, polític i catedràtic de la Universitat de les Illes Balears

En segon lloc, la utilització de l'"Escala d'avaluació dels elements claus de la destinació" s'ha fet amb la intenció de poder identificar i sintetitzar la posició actual i les principals debilitats del municipi. Per aquest motiu, s'han analitzat 15 dimensions diferents que identifiquen els aspectes claus que permeten a una destinació oferir un producte turístic complet i que satisfaci al visitant.

L'escala és d'elaboració pròpia a partir de l'estudi dels següents documents:

- Estudio de la Competitividad y Satisfacción Turística para el Mediterráneo y el Caribe, de J. Alegre y J. Garau (*Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Routledge Books*).
- Panel de Expertos en Turismo de Barcelona Media.
- “*Handbook on Tourism Product Development*”, Organización Mundial del Turismo.
- “Ruta del consumo del turista”, Deloitte.

L'Escala compren el conjunt d'elements que intervenen de manera cronològica durant l'experiència turística i que la destinació ha de treballar. En la següent taula es resumeixen els factors que s'avaluen en cada un dels quinze àmbits de l'escala d'avaluació.

Taula 1: Escala per a l'avaluació dels elements claus

Element	Fase del consum turístic	Comentaris
1. Clima, paisatge, entorn i atractius	Pre-viatge. Correspon a la situació i característiques de la destinació.	Elements centrals de la destinació, que no poden modificar (es tracta d'elements naturals, patrimonials, de clima, etc.)
2. Alt nivell de neteja, tranquil·litat i seguretat	Pre-viatge.	Elements bàsics de la destinació. Els ha de garantir: són condició necessària però no suficient.
3. Visibilitat (promoció) destinació en el mercat emisor	Pre-viatge. Moment elecció destinació.	“Existència” o no de la destinació pel consumidor
4. Atractiu principal (imatge) ben explicat	Pre-viatge. Moment d'elecció de la destinació.	Una mala imatge/promoció de la destinació provoca expectatives equivocades sobre la destinació (massa altes o baixes)
5. Fàcil accés a la destinació (preu/temps)	Pre-viatge. Moment elecció destinació.	Barrera d'entrada clau
6. Facilitat per obtenir informació/contractar a la destinació	Pre-viatge. Moment elecció destinació.	Barrera d'entrada clau
7. Varietat d'activitats per a realitzar a la destinació	Viatge	A més del motiu/atració principal del viatge, la varietat permet diferenciar el producte dels seus

		rivals.
8. Allotjament: bona relació qualitat/preu	Viatge	Element bàsic pel turista internacional. Aspect molt valorat per tour operadors i agències de viatge.
9. Possibilitat de socialització i relacions socials.	Viatge	Element amb importància creixent com a part de l'"experiència intangible" del viatge
10. Facilitats per a nins/majors	Viatge	Permet diferenciar el producte respecte els rivals.
11. Espais on poder realitzar compres	Viatge	Permet diferenciar el producte respecte els rivals.
12. Restaurants amb varietat i cuina local	Viatge	Permet diferenciar el producte respecte els rivals. Element amb importància creixent com a aspecte "intangible".
13. Coneixement de la satisfacció, insatisfacció i motivacions.	Post-viatge	Gestió integral de la destinació.
14. Activitat turística genera ingressos a la destinació	Durant tot el procés	Gestió integral de la destinació.
15. Cooperació públic-privada i entre sector privat	Durant tot el procés	Gestió integral de la destinació.

A partir de les entrevistes realitzades i les visites al municipi, s'ha avaluat la situació de Campanet en una escala de l'1 ("Mala situació") al 5 ("Molt bona situació") per a cada un dels ítems.

Dades bàsiques sobre Campanet

DEMOGRÀFIQUES

Població al municipi any 2013: **2.581 habitants**

- ❖ Per nacionalitats:
 - Espanyols: 2.235 (92,7% nascut a les Illes)
 - Estrangers: 346 (13,4%, una taxa per sota de l'índex de Mallorca, que es situa al 19,3%)
- ❖ Sexe:
 - Homes: 1.257
 - Dones: 1.324
- ❖ Edat
 - Menors de 16 anys: 401
 - Entre 16 i 64 anys: 1.608
 - 65 o més: 572

TERRITORI

Superfície del municipi: **35,70km²**

- ❖ Protegida per la Llei d'Espais Naturals: 3.462ha
 - ANEI (Àrea Natural d'Especial Interès): 1.638ha
 - ARIP (Àrea Rural d'Interès Paisatgístic): 446ha
 - Alzinars: 227ha

FIRES I FESTES

Fires

- Fira d'artesanía. 2n diumenge de maig
- Fira de la salut. 3r diumenge de setembre
- Mercadet de Nadal. 2n diumenge de desembre

Mercats

- Mercat de 2a mà. 1r diumenge de cada mes.
- Mercat tradicional. Cada dimarts a la Plaça Major
- Mercat tradicional. Cada dissabte a la Plaça de Son Pocos

Festes

- Pancaritat de Sant Miquel. Dilluns i dimarts de Pasqua
 - Festival de Música "Primavera Musical". Maig-juny
 - Festes de Sant Victorià. Juliol
 - Carnaval d'estiu. Juliol
 - Festes de Sant Miquel. Setembre
 - Tardor cultural, teatre i música. Octubre, novembre i desembre
-

OFERTA TURÍSTICA

PLACES HOTELERES

2 Agroturisme: 22 places

1 Hotel rural: 32 places

1 Turisme d'Interior: 6 places

HABITATGES DE TURISME VACACIONAL

70 cases d'estades vacacionals regularitzades: 220 places

2. Diagnòstic

Avaluació del Campanet actual. Anàlisi dels elements claus**1- Clima, paisatge, entorn i atractius interessants per a la demanda**

- ❖ L'entorn és, sens dubte, el principal atractiu del municipi de Campanet. El fet d'estar integrat dins la Serra de Tramuntana i, més concretament, de poder gaudir la Vall de Sant Miquel on es poden trobar elements d'interès paisatgístic i patrimonials importants, com són les Fonts Ufanès, les Coves de Campanet, l'ermita de Sant Miquel (església gòtica del s.XIII) i el seu cementiri rural així ho justifiquen.
- ❖ Nivell cultural prou alt. Entre els seus residents hi ha escriptors i artistes, a més de tenir a Llorenç Riber i Miquel dels Sants Oliveres com a fills del municipi, fet que dona un gran potencial cultural al poble. A dia d'avui ja hi ha creat un itinerari literari de Llorenç Riber pels carrers de Campanet.
- ❖ La plaça del poble, és el centre neuràlgic del poble, amb molt d'ambient i vida que atreu a la gent del propi municipi i d'altres.

AVALUACIÓ: 4**2- Nivell de neteja, seguretat i tranquil·litat**

Campanet és un poble que s'ha mantingut aliè als grans creixements demogràfics dels darrers anys i això l'ha ajudat a mantenir el caràcter de poble mallorquí mantenint la tranquil·litat que altres pobles han perdut. No hi ha problemes de seguretat ni neteja.

AVALUACIÓ: 4**3- Destinació visible en els mercats emissors**

No existeix la marca turística Campanet. Els turistes que visiten al municipi venen principalment a Mallorca i escullen Campanet o bé pels establiments turístics que hi ha

o per la seva ubicació en l'espai (enmig de la serra de Tramuntana i prop de la badia de Pollença). De fet, descobreixen el municipi una vegada són aquí.

AVALUACIÓ: 1

4- Atractiu principal ben explicat, amb una imatge clara en funció dels gustos de la demanda

Inexistent. Més enllà de la tasca que puguin fer alguns establiments turístics per compte propi per oferir com a servei als seus hostes les possibilitats de gaudir de l'entorn, a Campanet no existeix cap tipus de material ni suport que ofereixi als visitants de manera clara i ben explicada els atractius del municipi.

L'Ajuntament organitza actes i desenvolupa iniciatives, sobretot d'àmbit cultural (itinerari literari de Llorenç Riber, el festival de música "Primavera Musical", etc.) però esdevenen una oferta complementària dirigida a un públic determinat i que sovint només arriba a la població local.

AVALUACIÓ: 1

5- La destinació té un fàcil accés des del punt de vista preu/temps

Campanet està ben situada perquè hi passa l'autopista, fet que facilita les comunicacions amb Palma i la resta de l'illa. A més, Inca està a menys de 12km i a 15 minuts de distància i allà s'hi poden trobar tots els serveis que pot oferir una ciutat mitjana capital de comarca (hospital, supermercats, varietat comercial, restaurants, etc).

No obstant, una cop arribats a Campanet, el municipi té 2 problemes. El primer és l'aparcament dins el municipi, molt dificultós; i, el segon, el mal estat de les carreteres locals dins la zona d'interès paisatgístic i patrimonial.

AVALUACIÓ: 3

6- És fàcil pel turista entendre/contractar les atraccions i activitats de la destinació

Les atraccions estan poc explotades turísticament.

- ❖ L'única atracció que està preparada pels turistes i que es pot contractar és la visita a les Coves de Campanet.
- ❖ Les Fonts Ufanès són un fenomen natural d'entrada lliure que quan brollen s'omplen de visitants, però que no requereix cap tipus de contractació prèvia. És un fenomen natural puntual i espontani, lligat a la climatologia i que es desenvolupa normalment a l'hivern.
- ❖ La resta d'atractius no estan preparats per oferir-se al públic. No hi ha dissenyades rutes de senderisme ni s'ofereixen excursions per la Serra (amb excepció de la iniciativa puntual d'algun agroturisme que ho organitza pels seus clients). De fet, els elements patrimonials més importants com són l'Església, l'Ermita de Sant Miquel o les possessions de l'entorn estan tancades al públic.
- ❖ Les activitats culturals o de lleure que s'organitzen al municipi es publiquen en fulletons editats exclusivament en català i el grau de difusió està pensat pels residents al municipi.
- ❖ El món artesanal del municipi està en decliu i no hi ha iniciatives per difondre'n la seva existència i per promoure la visita dels turistes.

AVALUACIÓ: 2

7- Varietat d'activitats

A Campanet es realitzen força activitats, el problema és la poca difusió que se'n fa més enllà dels residents al propi municipi. No hi ha una orientació turística en cap d'elles.

En el calendari anual dels campaneters ja hi ha diverses fires, festes, concerts, esdeveniments culturals, etc.

Hi ha un important potencial a explotar al municipi com és el patrimoni històric-arquitectònic i l'entorn natural. En aquest sentit, es fan algunes activitats puntuals, però sense continuïtat.

AVALUACIÓ: 3

8- Bona relació qualitat/preu en l'allotjament, amb varietat i neteja

A Campanet es poden trobar dos tipus d'allotjament: hotels rurals o agroturismes i cases de lloguer vacacionals.

El tipus de client que atreuen els hotels rurals són principalment estrangers amb poder adquisitiu mig-alt, ja que són establiments de categoria alta. Alguns d'ells tenen restaurants, però d'altres només ofereixen el berenar del matí.

Pel que fa a les cases vacacionals, al no disposar de cap regulació, no se sap ni el número de places ni el perfil dels seus ocupants. Per tant, existeix un buit important d'informació.

AVALUACIÓ: 3

9- El visitant té espais per a les relacions socials (amb turistes o locals)

Sens dubte, la plaça de Campanet és el centre neuràlgic del poble i de les relacions socials. Punt de reunió i trobada tant de gent del poble com d'estrangers que estan de passada (ciclistes) com que estan allotjats en algun dels establiments del terme municipal.

És un espai agradable, on es pot menjar i beure i on ja s'ha convertit en una costum anar-hi a seure a passar l'estona.

AVALUACIÓ: 4

10- Facilitats per a nins i gent major. Tota la família pot viatjar junta

No hi ha cap infraestructura ni atractiu turístic especialitzat per a nins o gent major. Això no obstant, les activitats que es poden realitzar a Campanet poden tenir un alt component familiar: excursionisme, senderisme, visita de Coves de Campanet, passar un horabaixa a la plaça del poble. Mentre no es tracti de persones amb mobilitat reduïda, el poble és atractiu per gent de totes les edats.

AVALUACIÓ: 3

11- Espais on comprar (producte local, artesanía, roba, mercadet)

Al municipi hi ha les tradicionals botigues de poble, uns quants artesans (espartenyas, fang, covos i canyissos, vidre, ferro, cera, articles de pita) i dos mercadets setmanals (dimarts i dissabtes) i un mercat de 2a mà el primer diumenge de cada mes.

Això no obstant, no es pot dir que Campanet sigui un poble comercial. La tendència per a les compres importants és anar a municipis propers més grans com Inca o Sa Pobla.

AVALUACIÓ: 3

12- Existeix varietat i relació qualitat/preu de restaurants i possibilitat de menjar cuina local

L'oferta gastronòmica de Campanet consisteix en els bars del poble que ofereixen cuina local no molt elaborada (pa amb olis, variats, etc). No hi ha cap restaurant pròpiament dit. I és una de les mancances detectades sobretot pels turistes.

AVALUACIÓ: 2

13- Coneixement de la demanda i satisfacció turística que genera la destinació

Més enllà de la percepció que en puguin tenir els propis hotelers, que són les persones que estan en contacte directa amb els turistes, no es tenen dades ni es coneixen els motius de satisfacció o insatisfacció que tenen la gent que visita Campanet.

No hi ha cap registre ni cap mecanisme de recollida d'aquest tipus d'informació.

AVALUACIÓ: 1

14- L'activitat turística genera suficients ingressos a la destinació

L'activitat turística de Campanet genera ingressos en els establiments turístics privats, siguin els allotjaments o les Coves de Campanet.

Els altres beneficiats són indubtablement els bars de la Plaça que acullen als ciclistes que s'aturen a berenar, ja que pel municipi passen diverses rutes cicloturístiques i també als estrangers o visitants que hi van a sopar o a consumir mentre gaudeixen de l'ambient viu.

AVALUACIÓ: 3

15- Existeix cultura de cooperació públic-privat i entre els agents privats

Amb caràcter formal no. Ni els hotelers, restauradors o comerciants estan associats entre ells de cap manera ni tenen cap canal de comunicació establert; ni l'administració pública té cap mecanisme de cooperació/comunicació amb el sector privat, més enllà del contacte directe puntual.

No existeixen mecanismes de transmissió d'informació ni espais de debat o intercanvi d'opinions/demandes.

AVALUACIÓ: 1

La següent taula resumeix les avaluacions en cada un dels àmbits analitzats:

Taula 2: Avaluació dels elements clau

Elements clau de desenvolupament turístic	Avaluació		
1. Clima, paisatge, entorn i atractius			4
2. Alt nivell de neteja, seguretat i tranquil·litat			4
3. Visibilitat (promoció) de la destinació en el mercat emissor	1		
4. Atractiu principal de la destinació (imatge) ben explicat	1		
5. Fàcil accés a la destinació (preu/temps)		3	
6. Facilitats per obtenir informació/contractar una destinació	2		
7. Varietat d'activitats per fer en la destinació		3	
8. Allotjament: bona relació qualitat/preu		3	
9. Possibilitats de socialització i relacions socials			4
10. Facilitats per nins/gent major		3	
11. Espais per poder fer compres		3	
12. Restaurants amb varietat i cuina local	2		
13. Coneixement de la satisfacció, insatisfacció i motivacions	1		
14. L'activitat turística genera ingressos a la destinació		3	
15. Cooperació públic-privat o entre el sector privat	1		

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Escala d'Avaluació.

Nota: En gris s'han marcat els àmbits que requereixen una intervenció immediata i en taronja aquells on la situació no és bona però no és tan urgent.

POTENCIALITATS I MANCANCES DEL MUNICIPI

A continuació, s'han seleccionat aquests àmbits que reben una qualificació més baixa (inferior o igual a 3) i es planteja l'objectiu a aconseguir en cada un d'ells.

Objectius a aconseguir en els aspectes més dèbils de Campanet

	Objectiu
3. Visibilitat (promoció) de la destinació en el mercat emissor	Incrementar la promoció Campanet entre els mercats emissors prioritaris.
4. Atractiu principal de la destinació (imatge) ben explicat	Elaborar material de divulgació i actualitzar la web de l'Ajuntament per tal d'explicar millor els atractius de Campanet.
5. Fàcil accés a la destinació (preu/temps)	Arreglar els camins de Campanet, tant per accedir a les possessions i agroturismes com per afavorir l'excursionisme i rutes ciclistes.
6. Facilitats per obtenir informació/contractar una destinació	Millorar la informació que es dona sobre la destinació i les possibilitats de contractació.
7. Varietat d'activitats per fer en la destinació	Introduir major varietat d'activitats i atraccions a la destinació.
8. Allotjament: bona relació qualitat/preu	Conèixer i regular tota l'oferta d'allotjament que es coneix al municipi (lloguers vacacionals).
10. Facilitats per nins/gent major	Crear productes turístics específics pels segments amb necessitats especials.
11. Espais per poder fer compres	Augmentar la visibilitat de l'oferta artesana i incrementar la diversificació dels productes.
12. Restaurants amb varietat i cuina local	Facilitar l'obertura d'algun restaurant de qualitat al municipi i/o ampliar l'oferta gastronòmica
13. Coneixement de la satisfacció, insatisfacció i motivacions	Implementar sistemes de prospecció de mercat i de la demanda turística.
14. L'activitat turística genera ingressos a la destinació	Augmentar l'activitat turística per tal de diversificar els ingressos més enllà dels allotjaments i els bars del poble.
15. Cooperació públic-privat o entre el sector privat	Incrementar la cooperació entre los actors turístics privats i el consens entre el sector públic i el sector privat.

Font: Elaboració pròpia.

En definitiva, en els que s'ha d'actuar de manera prioritària es poden agrupar en 4:

1. Divulgació i Difusió: Donar a conèixer Campanet entre els mercats emissors o els segments prioritàris. Donar a conèixer totes les iniciatives, activitats, elements patrimonials i naturals de Campanet entre els seus visitants de manera fàcil i ràpida. Cap dels eixos estratègics anteriors té sentit si no va acompanyat d'una bona difusió i promoció.

2. Articular i Adaptar l'oferta actual. Articular millor l'oferta existent, a través d'empaquetar i estructurar productes i activitats de manera que sigui més fàcil pel visitant conèixer allò que hi ha i poder realitzar les activitats. Adequar determinades llacunes de l'oferta actual que ara presenten problemes en la seva qualitat: camins, senyalització, etc

3. Creació de Nous Productes: Desenvolupar nous productes turístics, de manera que hi hagi una oferta turística més variada i acostant les iniciatives als turistes i visitants. Fomentar l'ecoturisme i el turisme cultural d'acord amb totes les possibilitats que ofereix el municipi.

4. Gestió turística: S'ha de millorar la gestió turística del municipi, posant-hi els recursos públics necessaris, implicant el sector privat, coneixent millor els visitants i fomentant la relació i participació de tots els actors implicats.

3. Estratègia

Posicionament estratègic

Fixar una estratègia de desenvolupament turístic és la clau per a què els recursos públics i privats vagin encaminats correctament cap a la consecució dels objectius de manera eficaç i eficient. Per tant, una bona estratègia ha de clarificar el producte que ofereix Campanet i les condicions en què l'ofereix.

Els Eixos Bàsics de l'estratègia de Campanet són 3:

- Articular i Adequar l'oferta turística actual
- Creació de nous productes turístics.
- Increment de la visualització i marca del municipi.

Al mateix, hi ha un Eix Transversal:

- Cal incrementar la cooperació, comunicació i treball conjunt entre el sector públic i el sector privat del terme.

En el següent esquema es resumeixen les principals prioritats del Pla de Desenvolupament Turístic.

Esquema de les prioritats del Pla de Desenvolupament Turístic



1. ARTICULAR I ADEQUAR L'OFERTA TURÍSTICA ACTUAL

El municipi ha d'articular millor l'oferta existent: es tracta d'empaquetar i estructurar productes i activitats de manera que sigui més fàcil pel visitant conèixer allò que hi ha i poder realitzar les activitats. Per altra banda, cal adequar i millorar determinades mancances de l'oferta actual que ara presenten problemes en la seva qualitat: camins, senyalització, etc.

Per aquest motiu, es proposen una sèrie d'actuacions de cara a aconseguir aquest doble objectiu.

2. CREACIÓ DE NOU PRODUCTE TURÍSTIC

Cal desenvolupar nous productes turístics, de manera que hi hagi una oferta turística més variada i acostant les iniciatives als turistes: els visitants han de trobar més motius per arribar fins al municipi i allargar el temps de visita.

Les actuacions que es proposen en aquest Eix tenen en compte les especials possibilitats que té el municipi en l'àmbit de l'ecoturisme i el turisme cultural.

3. INCREMENT DE LA VISUALITZACIÓ I MARCA DEL MUNICIPI

Campanet té una significativa oferta actual i potencial però no és coneguda entre els visitants del municipi. Cal incrementar la seva visibilitat i crear sistemes de difusió.

Les persones que s'allotgen al municipi o a la comarca han de saber tot el que els ofereix Campanet i els visitants que s'hi acosten han de tenir algun punt d'informació d'allò que poden trobar al municipi.

4. COOPERACIÓ ENTRE SECTOR PÚBLIC I PRIVAT

Per poder tirar endavant una estratègia turística sòlida hi ha d'haver una clara cooperació entre el sector públic i el privat del municipi, així com també, el màxim possible la participació dels residents al municipi.

S'han de crear espais de participació, debat, intercanvi d'idees i propostes, posada en comú de bones pràctiques, etc... on tothom pugui dir la seva i on tots hi surtin beneficiats.

L'esperit de cooperació amb els punts que s'acordin entre les parts és fonamental per poder aconseguir els objectius que es marquin en el Pla Estratègic.

La cooperació s'ha de crear a tres nivells:

- Público-Público: els diferents administracions (especialment municipal, Consell i Govern), han de cooperar per tal d'una major coordinació de les actuacions turístiques al municipi.
- Público-Privades: poder municipal i agents privats s'han de coordinar per escoltar les demandes i necessitats mútues.
- Privada-Privada: el municipi ha de impulsar espais i fòrums per a una major coordinació i diàleg entre els diferents agents turístics privats de Campanet.

4. Proposta d'accions

A continuació, per a cada un dels punts esmentats en el capítol d'estratègia, es proposaran actuacions concretes per aconseguir els objectius. Són idees que es poden desenvolupar, adaptar o redissenyar en funció del criteri dels experts municipals.

1- ARTICULAR I ADEQUAR L'OFERTA TURÍSTICA ACTUAL

- **ACCIÓ 1.** Rutes lúdico formatives per la Serra
- **ACCIÓ 2.** Natura i patrimoni, viure i veure Campanet
- **ACCIÓ 4.** Millora de la infraestructura viària
- **ACCIÓ 5.** Camina per Campanet. Guia i mapa de camins
- **ACCIÓ 6.** Bicicleta de muntanya. Guia i mapa de camins

2- CREACIÓ DE NOU PRODUCTE TURÍSTIC

- **ACCIÓ 7.** Centre artesà
- **ACCIÓ 8.** BiciCampanet
- **ACCIÓ 11.** Campanet Portes Obertes
- **ACCIÓ 12.** Tour fotogràfic per Campanet
- **ACCIÓ 17.** **CAMpanet DE SETMANA**

3- INCREMENT DE LA VISUALITZACIÓ I MARCA DEL MUNICIPI

- **ACCIÓ 9.** Packs de benvinguda a Campanet
- **ACCIÓ 10.** Panells de senyalització
- **ACCIÓ 13.** Web municipal
- **ACCIÓ 14.** Edició de material turístic imprès
- **ACCIÓ 15.** Aplicacions mòbils d'informació turística
- **ACCIÓ 16.** Informació en revistes especialitzades

4- COOPERACIÓ ENTRE SECTOR PÚBLIC I PRIVAT


- **ACCIÓ 18.** Fòrum turístic de Campanet
- **ACCIÓ 19.** Acció coordinada entre els municipis veïnats d'El Raiguer

FITXES

Per a cada una de les accions, s'ha creat una breu fitxa explicativa. Es tracta de fitxes de caràcter explicatiu. De cara a una futura implementació, cal desenvolupar amb més detall cada un dels ítems que conté cada fitxa, identificar els agents implicats en el desenvolupament de cada actuació, estimar el cost pressupostari de cada acció, especificar un calendari d'implementació, etc.


1

RUTES LÚDICO FORMATIVES PER LA SERRA

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Articular i adequar l'oferta turística actual	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Sensibilitzar sobre el valor natural i patrimonial de la Serra de Tramuntana.	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A persones o famílies que els agradi estar en contacte amb la natura	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar rutes de muntanya ja existents per a un públic familiar posant panells informatius d'aquells elements característics, ja siguin naturals (plantes endèmiques) o patrimonials (sitges, possessions, etc). • Es faria en aquelles rutes de dificultat baixa. La idea és aprofitar passejades per la muntanya per conèixer, entendre i interpretar els elements que s'hi van trobant. • Es tracta de posar uns panells permanents en aquelles rutes de dificultat baixa. 	

2

VIURE I VEURE CAMPANET!

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Millora de la varietat i qualitat de l'oferta	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
<p>Crear itineraris de curta durada que permetin conèixer el patrimoni cultural i natural de Campanet.</p>	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
<p>Persones o famílies que els agradi estar en contacte amb la natura i conèixer al patrimoni històric i cultural de Mallorca.</p>	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear itineraris per a realitzar dins el terme municipal de Campanet que combinin les 3 grans potencialitats del municipi (la natura, la cultura i el patrimoni) amb la gastronomia. • Haurien de ser itineraris d'unes 5-6 hores de durada que incloguessin diferents activitats. • N'hi hauria d'haver alguna específica per a infants amb visites teatralitzades, per exemple a l'Ermita de Sant Miquel i al seu Cementeri o al bosc de les Fonts Ufanes, també amb representació d'oficis antics o amb mostra de tondre, quan fos l'època. • Els itineraris culturals ja existents s'haurien de seguir ofertant. 	


3

MILLORA DE LA INFRAESTRUCTURA VIÀRIA

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Millora de la varietat i qualitat de l'oferta	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Millorar i arreglar tota la xarxa viària secundària de Campanet	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
Tots els residents i visitants de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar els accessos a Campanet i als agroturismes • Facilitar l'accés a les rutes als excursionistes • Millorar la xarxa de carreteres per les bicicletes 	

4

CAMINA PER CAMPANET. GUIA I MAPA DE CAMINS

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Millora de la varietat i qualitat de l'oferta	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Promoure el turisme de muntanya a Campanet	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A totes les persones que vulguin iniciar una excursió o ruta per la Serra des de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Editar una guia i mapa amb tots els camins que passen pel terme municipal de Campanet per on es poden desenvolupar rutes i excursions. • Material permanent que es podria aconseguir a través de diferents canals de distribució: llibreries, botigues especialitzades, ajuntament de Campanet. 	



5

BICICLETA DE MUNTANYA PER CAMPANET. GUIA I MAPA DE CAMINS

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Millora de la varietat i qualitat de l'oferta	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Promoure el ciclisme a Campanet	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A totes les persones que vulguin iniciar una excursió o ruta en bicicleta per la Serra des de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Editar una guia i mapa amb tots els camins que passen pel terme municipal de Campanet per on es poden desenvolupar rutes i excursions en bicicleta de muntanya. • Material permanent que es podria aconseguir a través de diferents canals de distribució: llibreries, botigues especialitzades, ajuntament de Campanet. 	

6

CENTRE ARTESÀ

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Creació de nou producte turístic	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Promoure l'artesanía local i la seva posada en valor	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca ▪ Artesans del municipi 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
Tots els visitants del municipi	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Espai de trobada entre el món de l'artesanía local i la societat ubicat en alguna de les instal·lacions municipals (Proposta: Ajuntament Vell, devora arxiu i biblioteca). • Pretén difondre i promoure l'artesanía local i ser un recurs atractiu pels visitants del municipi. • Disposaria d'una exposició permanent dels articles artesanals que es podria combinar amb exposicions temporals més concretes relacionades amb la temàtica. • També hi hauria una petita botiga. • Es podrien organitzar visites als tallers dels artesans per poder observar en directe com es realitza la seva feina. • Dins la pàgina web de l'Ajuntament hi podria haver un apartat pel centre artesà amb una botiga on-line que permetés visualitzar i comprar els productes. 	


7

BICI CAMPANET


ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Creació de nou producte turístic	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Fomentar el desplaçaments pel poble en bicicleta i reduir, així, el trànsit de cotxes pel municipi (reducció de contaminació, reducció de renou, protecció de l'entorn natural, etc)	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Consell de Mallorca 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A totes les persones que vulguin conèixer Campanet i el seu entorn en bicicleta	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Oferir el lloguer bicicletes de muntanya i/o carretera per a totes aquelles persones que vulguin fer un recorregut partint de Campanet. • Hi hauria bicicletes de diferents mides, també per a infants, adaptades a diferents perfils d'usuaris. També hi podria haver bicicletes amb cadiretes per poder passejar infants més petits. 	

8

CAMPANET PORTES OBERTES

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Creació de nou producte turístic	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Propietaris d'edificis de patrimoni històric 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A tots els visitants i residents de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Durant uns dies assenyalats a l'any Campanet tindrà tots els seus llocs de d'interès turístic oberts per a la visita del públic d'una manera gratuïta. 	

9	TOUR FOTOGRÀFIC PER CAMPANET
----------	-------------------------------------

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Creació de nou producte turístic	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Oferir una manera diferent de conèixer el patrimoni del municipi	
AGENTS IMPLICATS:	
▪ Ajuntament de Campanet	
PÚBLIC OBJECTIU:	
residents i visitants del municipi interessats per a la fotografia	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tour fotogràfic tant per aficionats com per a professionals • Consisteix en un itinerari per llocs emblemàtics del municipi, a través del qual es realitza un taller per aprendre a manejar la càmera manualment, fent fotografies d'edificis i escenes urbanes, també en entorn natural, utilització de Flash i composicions, entre altres coses. • L'itinerari es centra en la fotografia de viatge, l'arquitectura, el retrat, la natura i el reportatge. • Es realitza amb un professional-docent. • Es tracta d'una activitat de pagament. • Dins el terme municipal de Campanet, 4 pics a l'any (estiu-tardor-hivern-primavera). 	

10

CAMpanet de SETMANA**ÀMBIT D'ACTUACIÓ:**

Creació de nou producte turístic

OBJETIU ESPECÍFIC:

Donar a conèixer Campanet entre els visitants i generar activitat en temporada baixa

**AGENTS IMPLICATS:**

- Ajuntament de Campanet
- Bars, restaurants i comerços
- Allotjaments i serveis turístics

PÚBLIC OBJECTIU:


Residents a l'illa que vulguin fer turisme interior

DESCRIPCIÓ:

- Durant un cap de setmana de temporada baixa Campanet ofereix bona part dels seus serveis a 10€: allotjament, bars, comerços, visites turístiques, etc.
- Es poden oferir serveis a 10€, d'altres gratuïts i d'altres amb un descompte del 10%.
- En molts casos els ofertants no cobreixen despeses, però del que es tracta és de promoure la destinació, posar-la de moda, perquè aquests clients tornin una altra vegada.


12

PACKS DE BENVINGUDA A CAMPANET

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Increment de la visualització i marca del municipi	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Bars, restaurants i comerços ▪ Allotjaments i serveis turístics 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
Persones allotjades a Campanet o visitants per un dia	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear un lot de material per oferir com a regal de benvinguda a les persones que visiten i/o s'allotgen al municipi. • Hi hauria un mapa del municipi, amb els principals atractius, serveis, els productes d'elaboració local i guia de restaurants i comerços del municipi. • Es repartiria per tots els establiments hotelers i cases vacacionals per a distribuir gratuïtament entre els seus hostes. A la resta de comerços i restaurants es podria adquirir però amb un preu de venda. 	


13

PANELLS DE SENYALITZACIÓ

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Increment de la visualització i marca del municipi	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A tots els visitants de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear panells de senyalització dins el municipi indicant els llocs d'interès turístic i una breu explicació. 	

14

WEB MUNICIPAL

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Increment de la visualització i marca del municipi	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A tots els visitants de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar la web municipal als eixos turístics estratègics de Campanet. • A la web, d'una manera ràpida i fàcil s'han de visualitzar 4 apartats: Senderisme, Bicicleta, Campanet en família, i Cultura. Cada un d'ells ha de ser un directori de les activitats que es realitzen en aquest àmbit, calendaritzats i amb tot el material existent a l'abast. 	

15

EDICIÓ DE MATERIAL TURÍSTIC IMPRÈS

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:

Increment de la visualització i marca del municipi

OBJETIU ESPECÍFIC:

Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants

**AGENTS IMPLICATS:**

- Ajuntament de Campanet

PÚBLIC OBJECTIU:


Residents i visitants de Campanet

DESCRIPCIÓ:

- Editar tot un seguit de material que informi de les possibilitats turístiques de Campanet en quant Senderisme, Bicicleta, Campanet en família i Cultura.
- Hi ha d'haver una relació de les activitats, calendari i material complementari i informatiu de cada una d'elles.

16

APLICACIONS MÒBILS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
<p>Increment de la visualització i marca del municipi</p>	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
<p>Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants</p>	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
<p>Residents i visitants de Campanet</p>	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Generar una aplicació mòbil que informi de les possibilitats turístiques de Campanet en quant Senderisme, Bicicleta, Campanet en família i Cultura. • Hi ha d'haver una relació de les activitats, calendari i material complementari i informatiu de cada una d'elles. 	

17

INFORMACIÓ EN REVISTES ESPECIALITZADES

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Increment de la visualització i marca del municipi	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Donar a conèixer Campanet entre els seus visitants	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
Residents i visitants de Campanet	
DESCRIPCIÓ:	
Es tracta d'aconseguir acords amb alguna publicació especialitzada en natura o cultura perquè faci algun reportatge sobre Campanet i la seva oferta.	


18

FÒRUM TURÍSTIC DE CAMPANET

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Cooperació entre sector públic i privat	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Promoure el diàleg i el debat social respecte el turisme i les seves conseqüències i incloure a tots els grups socials a la presa de decisions polítiques	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntament de Campanet ▪ Empresaris de l'hoteleria i restauració ▪ Població general resident a Campanet 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A tots els agents implicats amb el sector turístic de Campanet i a totes les persones residents al municipi que vulguin opinar sobre el tema	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Espai de trobada per a tots els agents implicats de Campanet: residents, administració pública, empresaris, hotelers, comerciants, associacions, etc. • Es debatran les propostes i polítiques en relació a la gestió de visitants i de les activitats turístiques del municipi i s'elaborarà el Pla Local de Campanet, on es recullen els objectius i acords establerts. • Es celebrarà anualment i serà obert al públic. 	

19

ACCIÓ COORDINADA ENTRE ELS MUNICIPIS VEÏNATS D'EL RAIGUER

ÀMBIT D'ACTUACIÓ:	
Cooperació entre sector públic i privat	
OBJETIU ESPECÍFIC:	
Maximitzar l'eficiència d'algunes actuacions, que per si soles en el municipi de Campanet serien més difícil de desenvolupar	
AGENTS IMPLICATS:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuntaments de la Mancomunitat del Raiguer 	
PÚBLIC OBJECTIU:	
A tots els municipis d'El Raiguer o a aquells municipis propers	
DESCRIPCIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> • Un cop aprovat el Pla, explorar totes les vies possibles de col·laboració amb els municipis veïnats i amb unes prioritats i estratègies similars, de cara a una coordinació conjunta d'aquelles actuacions en les que tengui més sentit actuar de manera coordinada. • Crear l'espai formal de coordinació adequat (si pot ser, en l'àmbit de la Mancomunitat d'El Raiguer) per tal de concretar i prioritzar aquelles actuacions que es farien de manera conjunta i quines no. • Un cop s'hagin aprovat tots els Plans de Turisme Municipals, es duran a terme les primeres reunions de coordinació. Aquesta coordinació hauria d'anar acompanyada d'un Pla d'Actuacions Compartides, de caràcter pluri-anual. 	

5. Resum i conclusions

- ✓ Campanet no és un municipi amb tradició turística. Tot i així, es valora el turisme com una oportunitat més per potenciar l'economia del municipi.
- ✓ L'entorn natural en el qual està ubicat és un dels seus principals valors.
- ✓ En matèria turística, té grans potencialitats però no estan explotades. Té elements patrimonials destacats però no estan oberts al públic, té un entorn natural Patrimoni de la Humanitat però no s'hi realitza cap activitat ecoturística ni està preparat per fer-ho, és zona de pas de rutes cicloturístiques però les infraestructures viàries són deficitàries, realitza activitats culturals però la difusió no arriba més enllà dels residents, té un col·lectiu d'artesans que està en decliu, etc.
- ✓ Els eixos estratègics que es marquen per actuar turísticament són:
 - Crear un relat del propi municipi
 - Millorar les mancances de l'oferta
 - Incrementar la visibilització del municipi

Al mateix temps, és important fomentar una major col·laboració públic-privada entre els agents turístics.