



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



STRATEGIA DE MARKETING PENTRU PUBLICAREA PRODUSULUI TURISTIC DE ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.	amount



www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță“,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială
a Uniunii Europene. Responsabilitatea cu privire la conținutul său revine numai autorilor săi.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



CONȚINUT

I. INTRODUCERE	9
1. Informații generale. Strategia de marketing în contextul proiectului	9
2. Premise pentru elaborarea Strategiei de marketing.....	11
3. Locul și rolul Strategiei de marketing pentru popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură"	12
4. Principii de bază la elaborarea Strategiei de marketing	12
II. ANALIZA SITUAȚIONALĂ A REGIUNII TRANSFRONTALIERE	13
1. Caracterizarea generală - profilul regiunii ca o destinație culturală și istorică.....	13
2. Locație d.p.d.v. al fluxurilor turistice	21
2.1. România	22
2.2. Bulgaria	24
3. Condițiile vizitelor turiștilor - infrastructura turistică	24
3.1. Elemente ale infrastructurii tehnice	24
3.2. Elemente ale infrastructurii turistice	25
4. Vizitarea regiunii transfrontaliere din care face parte produsul turistic "Arheologie și cultură"	34

ROMANIA - BULGARIA	
din care face parte produsul turistic	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



III. TURISM CULTURAL ȘI ISTORIC - ESENȚA ȘI PARTICULARITĂȚI. PATRIMONIUL CULTURAL ȘI ISTORIC CA O PREMISĂ PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI DIN REGIUNE.	36
1. Esența și importanța turismului cultural și istoric	36
2. Particularități ale turismului cultural și istoric	38
3. Patrimoniul cultural și istoric în regiunea transfrontalieră - premise pentru dezvoltarea turismului cultural și istoric	41
3.1. Bulgaria	41
3.2. România	51
IV. STUDIAREA INTERESULUI AMBELOR ȚĂRI ȘI A REGIUNII FAȚĂ DE POSIBILITĂȚILE TURISMULUI CULTURAL, ÎN SPECIAL CELE ALE TURISMULUI ARHEOLOGIC	59
V. DEFINIREA GRUPURILOR ȚINTĂ ȘI A SEGMENTELOR DE PIAȚĂ ALE TURIȘTILOR. DESCRIEREA INTERESELOR ȘI NECESITĂȚILOR ACESTORA	66
1. Principale grupuri de piață țintă	66
2. Piețe prioritare în contextul turismului cultural și istoric	67
2.1. Principalele piețe prioritare	67
2.2. Piețe principale de prioritate medie	67
2.3. Piețe de prioritate scăzută	68
2.4. Piețe de prioritate limitată	68
3. Profilul turistului	69
3.1. Profilul turistului contemporan	69
3.2. Profilul turistului bulgar	69



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3.3. Profilul turistului, care caută produsul turismului cultural	71
4. Tipuri de turiști	74
5. Modele de vacanță a turiștilor, care vizitează Europa	75
VI. PRODUSE TURISTICE COMPETITIVE DIN REGIUNE CTF	77
VII. PARTICULARITĂȚI SPECIFICE ALE PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"	79
1. Potențialul de piață al rutei turistice	80
2. Avantaje competitive ale produsului turistic	81
2.1. Produsul turistic „Arheologie și cultură“ - „moștenitorul unor civilizații antice“ și premisă pentru dezvoltarea turismului cultural	81
2.2. Posibilitate de integrare cu alte tipuri de turism	82
2.3. Destinație ieftină	82
2.4. Posibilitate de segmentare a produsului	83
2.5. Aplicarea unor mecanisme flexibile la formarea prețului	83
2.6. Posibilitate de aplicare a unei serii bogate de tehnici de marketing și instrumente promoționale	84
VIII. STRATEGIE DE MARKETING PENTRU POPULARIZAREA PRODUSULUI TURISTIC „ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ “	84
1. Stabilirea măsurilor de marketing pentru afirmarea produsului turistic	
Mix de marketing - strategii	84
1.1. Strategia de produs	
1.2. Strategie de preț	

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount 95

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



1.3. Strategie publicitară	100
1.4. Strategie de comunicare	101
2. Campanii de marketing pentru popularizarea produsului turistic „Arheologie și cultura“	110
2.1. Poziționare în spațiul public	110
2.2. Publicitate în Internet	111
2.3. Clip publicitar și film publicitar	112
2.4. Elaborarea unui Ghid turistic general cu fotografii impresionante	113
2.5. Materiale promoționale tipărite	113
2.6. Publicitate exterioară	114
2.7. Participare la burse și expoziții turistice	115
2.8. Poziționare în rețea de rute și evenimente culturale	116
2.9. Suveniruri publicitare	117
VIII. RUTE TURISTICE, INCLUSE ÎN PRODUSUL TURISTIC „ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ“	119
2. Ruta culturală și istorică integrată din regiunea transfrontalieră „Locurile sfinte - păzitori ai credinței creștine“	123
3. Complexul serviciilor turistice - o premisă cheie pentru afirmarea produsului turistic „Arheologie și cultură“	130
3.1. Definiții de bază	130

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ Serviciu turistic: Activitate legată de asigurarea călătoriei, cazării, alimentației, informațiilor, divertismentului vizitatorilor, prestate de alte persoane și organizații economice.	130
❖ Pachet turistic: combinație de servicii turistice de bază și suplimentare în cadrul unei călătorii organizate, la un preț comun.	130
❖ Site turistic: Resurse naturale și antropogene, care reprezintă obiective concrete ale vizitelor turistice: locații în care sunt prezente resurse adaptate spre folosință și/sau locații pentru prestarea unor servicii.	130
❖ Produs turistic: O unitate orientată către piața compusă din resurse turistice naturale și antropogene și/sau site-uri (inclusiv infrastructurale), și servicii turistice.....	130
3.2. Premisele pentru crearea unui produs turistic de succes	131
IX. STABILIREA MĂSURILOR PENTRU ATRAGEREA INTERESULUI ȘI SPRIJINUL AFACERILOR LOCALE FAȚĂ DE SECTORUL TURISTIC	132
1. Analiza tendințelor din domeniul cereri utilizatorilor	132
2. Măsurile pentru afirmarea și sprijinirea produsului turistic "Arheologie și cultură"	135
3. Responsabilități ale instituțiilor publice și sectorul privat în procesul de atragere a interesului și sprijinului - premisă pentru afirmarea produsului turistic	137

- 3.1. Responsabilitățile statului (sectorului public)
- 3.2. Responsabilitățile sectorului privat





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3.3. Responsabilitățile comunităților locale	138
3.4. Responsabilități ale altor părți interesate	139
X. PROPUNERE DE UN PLAN DE MARKETING DE 5 ANI PENTRU DEZVOLTAREA PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"	139
1. Analiza părților interesate în contextul popularizării produsului turistic "Arheologie și cultură"	139
2. Viziune pentru dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură "	150
3. Obiective de Marketing	151
4. Intervale de timp pentru realizarea strategiei.....	151
5. Acțiuni pentru realizarea strategiei de popularizare a produsului turistic "Arheologie și cultură"	152
5.1. Acțiuni prevăzute pentru atingerea obiectivului de marketing 1. Dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură" ca o modalitate de folosire și capitalizare a resurselor culturale din regiunea transfrontalieră	153
5.2. Acțiuni menite atingerii obiectivului de marketing 2. Îmbunătățirea folosirii și capitalizării patrimoniului cultural, adresate creșterii economice și dezvoltării comunității din regiune	157
5.3. Acțiuni pentru atingerea obiectivului de marketing 3. Popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură"	166
6. Rezultate așteptate	173
X. METODE DE EVALUARE A GRADULUI DE IMPLEMENTARE ȘI A EFICACITĂȚII STRATEGIEI DE MARKETING. MONITORIZAREA REALIZĂRII.	



ROMANIA - BULGARIA

Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



1. Monitorizarea realizării	177
1.1. Monitorizare continuă	178
1.2. Elemente cheie ale Sistemului de monitorizare	180
2. Metodica de monitorizare și evaluare	182
2.1. Alegerea logici de intervenție	182
2.2. Elaborarea metodicii de evaluare	183
2.3. Sistem de indicatori pentru monitorizare continuă	185
3. Modalități de colectare a informațiilor	189
3.1. Informații, provenite de la documente interne	189
3.2. Surse de informații, care decurg de la documente, emise de autorități și instituții externe	190
3.3. Date statistice și informații, referitoare la baze de date, colectate la nivel național, regional și local	190
3.4. Informații, primite de la părțile interesate în urma legăturii inverse	191
4. Raport în urma evaluării efectuate	192
XI. CONCLUZIE	193

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



I. INTRODUCERE

1. INFORMAȚII GENERALE. STRATEGIA DE MARKETING ÎN CONTEXTUL PROIECTULUI

Acest document este elaborat în procesul implementării proiectului „Tourism as a bond of perspective development of border region“ („Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță“), e-MS cod ROBG-568, finanțat prin Programul Interreg V-A Romania-Bulgaria, Fondul European de dezvoltare regională, realizat în parteneriat între municipiul Dolna Mitropolia, municipiul Moțăței și Parohia Moțăței „Sfântul Nicolae“. Obiectivul principal al proiectului este de a uni oamenii din regiunea transfrontalieră prin protecția și îmbunătățirea patrimoniului lor comun cultural și istoric și a contribui la bunăstarea lor economică, precum și a îmbunătăți gradul de conștientizare publică asupra importanței sale. Proiectul adresează problema comună, prezentată de lipsa de investiții în domeniul reconstrucțiilor, conservării și popularizării monumentelor și site-urilor valoroase culturale și istorice din regiunea transfrontalieră, situate în orașele mai mici.

Strategia este bazată pe studii, analize și întâlniri inter-regionale realizate pentru schimb de bune practici, precum și pe „Planului general de gestionare, restaurare și promovarea utilizării economice durabile a site-urilor istorice și culturale“, elaborat în cadrul proiectului, accentuându-se pe studierea interesului ambelor țări și ale regiunii referitor la posibilitățile turismului cultural și arheologic. Aceasta definește grupurile țintă și segmentele de piață care ar putea fi atrase în regiune, pe baza acestor informații dobândite sunt definite particularitățile specifice ale produsului turistic „Arheologie și cultură“ și sunt

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

 Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



determinate măsurile/ abordările de marketing, care ar putea fi folosite pentru popularizarea acestui produs.

Alegerea site-urilor se bazează pe rezultatele „Planului general de gestionare, restaurare și promovarea utilizării economice durabile a site-urilor istorice și culturale”, elaborat în cadrul proiectului.

Strategia de marketing include următoarele informații:

- Studiarea interesului ambelor țări și ale regiunii față de posibilitățile turismului cultural, în special față de turismul arheologic.
- Determinarea grupurilor țintă și a segmentelor de piață ale turiștilor, descrierea intereselor și necesităților acestora
- Stabilirea produselor turistice concurente din regiunea CTF
- Identificarea particularităților specifice ale produsului turistic "Arheologie și cultură" pe baza necesităților grupurilor țintă, segmentelor de piață și avantajele competitive ale altor produse
- Stabilirea măsurilor de marketing pentru afirmarea produsului turistic
- Rute, site-uri, servicii turistice, pachete turistice posibile, etc.
- Stabilirea campaniilor de marketing pentru popularizarea produsului turistic
- Stabilirea măsurilor pentru atragerea interesului și sprijinului mediului de afaceri local în sectorul turistic
- Propunere pentru un plan de marketing privind dezvoltarea produsului turistic cu durata de 5 ani
- Metode de evaluare realizării și eficacității strategiei de marketing propuse

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2. PREMISE PENTRU ELABORAREA STRATEGIEI DE MARKETING

Necesitatea de elaborare a Strategiei de marketing este generată de necesitatea de obținere a unui produs complet de calitate superioară în domeniul gestionării, conservării și popularizarea site-urilor culturale, precum și gestionarea strategică, menite popularizării produsului turistic "Arheologie și cultură" în regiunea transfrontalieră.

Elaborarea unei strategii de marketing reprezintă o metodă afirmată pentru atingerea durabilității, planificării și stabilirii unor scopuri și perspective de lungă durată pentru promovarea destinațiilor turistice. În contextul dezvoltării neperseverente în urmărirea scopurilor propuse, fără o direcție clară și măsuri regulatorii ale sectorului turistic din zona, elaborarea unei strategii unice și a unei viziuni va genera promovarea armonică și durabilă a regiunii transfrontaliere ca un centru de atracție și destinație atractivă în domeniul turismului cultural. Prin elaborarea strategiei și prezentării sale oficiale vor fi determinate mecanismele și se vor pune bazele interacțiunii eficiente și a parteneriatului între organizațiile din sector, organizațiile de dezvoltare regională, alte organizații neguvernamentale pe de o parte și instituțiile de stat și locale, pe de altă parte, pentru atingerea dezvoltării echilibrate a potențialului regional, ca un centru turistic cultural și istoric de importanță europeană.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3. LOCUL ȘI ROLUL STRATEGIEI DE MARKETING PENTRU POPULARIZAREA PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"


Strategia pentru popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură" este elaborată sub formă unui document de program, menit a sprijini planificarea activităților viitoare ale partenerilor la proiectul: Municipiul Dolna Mitropolia , municipiul Moțăței și Administrația bisericească "Sfântul Nicolae", care vizează dezvoltarea și afirmarea produsului turistic comun, ca o legătură pentru dezvoltarea de perspectivă a regiunii transfrontaliere. Aceasta trebuie să găsească locul său în ierarhia documentelor de program ale ambelor organizații, în vederea realizării sale și pentru asigurarea resurselor necesare. Realizarea strategiei ar putea fi atinsă doar prin recunoașterea sa de către părțile interesate de realizarea rutei și de dezvoltarea turismului în regiunea transfrontalieră.

Conformându-se abordării alese și cerințelor respective prevăzute ale planului de marketing propus pentru dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură" cu durata de 5 ani.

4. PRINCIPII DE BAZĂ LA ELABORAREA STRATEGIEI DE MARKETING

Principiile de bază, prevăzute la elaborarea prezentului document sunt conformate abordării de popularizare alese, precum și cu stabilirea produsului ca o rută culturală.

- ❖ **Trăsături țintă.** Strategia este menită unui sistem de site-uri cu un obiect clar definit: „Arheologie și cultură“, situate pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria.

 Project code: ROBG-568	
FLC request No. .../.../...	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg 



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ **Multiplicitate.** Site-urile incluse în ruta au o valoare culturală și istorică ridicată, dar prezintă un grad diferit de promptitudine și posibilitate de a fi exploatate d.p.d.v. turistic. Ele sunt site-uri antice de diferite tipuri, dar care se completează reciproc și reproduc în simbioză istoria limesului roman în regiunea transfrontalieră. Totodată, ele ar putea funcționa cu reușită foarte eficient în combinație cu alte site-uri turistice din regiune.

❖ **Caracter dinamic, continuitate.**

Strategia necesită completare continuă a diferitelor elemente, în funcție de promptitudinea acestora de a fi oferite pe piața turistică. Caracterul dinamic este o funcție directă a dezvoltării însăși a site-urilor, prevăzută ca o filozofie în cadrul acestuia. D.p.d.v. al politicii turistice pe termen lung se așteaptă atingerea durabilității rutei în limitele regiunii transfrontaliere, dar și conectarea sa cu rute similare de a lungul Limesului Dunărean.

II. ANALIZA SITUAȚIONALĂ A REGIUNII TRANSFRONTALIERE

1. CARACTERIZAREA GENERALĂ - PROFILUL REGIUNII CA O DESTINAȚIE CULTURALĂ ȘI ISTORICĂ

Dezvoltarea turismului cultural în ultimele decenii este foarte afectată de procesele de globalizare și de progresul tehnologic din domeniul logisticii și tehnologiilor informaționale. În condițiile societății globale, în secolul XXI noțiuni, precum „apropiat” și „îndepărtat”, „străin” și „necunoscut” își pierd semnificația și adoptă forme noi de conținut, precum „autentic”, „specific”, „divers”, care corespund mai bine cu noua realitate. Accesibilitatea informațională și logistică până la orice punct de pe glob schimbă priceperea completă a lumii a călătorului.

ROMÂNIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI




acesta la rândul său, caută forme și manifestări noi ale experienței sale turistice. Această necesitate comparativ nouă a căutării găsește răspunsul său în specializarea și diversificarea în creștere a ofertei turistice.

Dezvoltarea turismului în mod tradițional este asociată dezvoltării culturii. Patrimoniul cultural material (de exemplu clădiri istorice, monumente, biserici) și nematerial (de exemplu, tradiții, festivaluri) ar putea atrage un spectru larg de vizitatori. Caracteristicile culturale unice ale anumitei regiuni, care servesc ca o bază pentru formarea ofertei din domeniul culturii, sunt necesare comunității locale, dar totodată ele contribuie la îmbunătățirea competitivității sale turistice.

În ultimul deceniu se desfășoară o politică regională intensivă la nivel național și regional, menită popularizării patrimoniului cultural și istoric al țărilor din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, ca o resursă comună împărtășită, purtătoare a unei valori europene prețioase și dovada pentru trecutul istoric dramatic și pentru dezvoltarea regiunii. Regiunea este bogată în patrimoniu cultural și istoric din toate epocile: artefacte din epoca Paleolitică și Neolitică, site-uri arheologice, arhitecturale, etnografice și religioase, monumente ale artei totalitare și contemporane.

Regiunea transfrontalieră România - Bulgaria este bogată în patrimoniu cultural și istoric din toate epocile - există artefacte din epoca Paleolitică și Neolitică - site-uri arheologice, arhitecturale, etnografice și religioase, monumente ale artei totalitare și contemporane.

Cel mai bine conservate și cel mai des vizitate din rândul site-urilor arheologice și istorice sunt cetatea "Baba Vida" din Vidin; cetatea antică "Almus" lângă Lom; cetatea din Antichitatea târzie "Storgozia" și panorama „Epopoea din Plevna” Plevna”; cetatea lui Shishman și cișmeaua Elia din Nicopole; așezarea preistorică

 Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



lângă satul Telish, municipiul Cherven bryag, unde este descoperit cel mai mare și unic altar preistoric din Europa; cetatea antică romană "Dimum" - Belene; cetatea Nove - Svishtov; rezervația arheologică - colonia "Ulpia Escus"; cetatea militară "Sexaginta Prista"; orașul Cherven din epoca Evului Mediu; Cetatea Medjidi Tabia, mormântul roman, zidurile de Nord și de Sud ale cetății din Silistra; mormântul din Sveshtari și Așezarea romană antică „Abritus“ - județul Razgrad.

Din rândul monumentelor religioase printre site-urile turistice de frunte sunt mănăstirea din Chiprovtsi, mănăstirea Lopushanski, mănăstirea Rakovishki, mănăstirea din Koprivets, mănăstirea din Kamen, mănăstirea din Gradesh. Apraope în fiecare localitate sunt prezente foarte multe biserici și capele, zona orașului Chiprovtsi deosebindu-se prin sistemul său unic de locuri sfinte. Mănăstirile săpate în roca lângă satul Ivanovo sunt incluse în lista patrimoniului cultural UNESCO.

Site-uri turistice de importanță națională sunt Mănăstirea săpată în rocă lângă satul Albotin, județul Vidin, Mănăstirea Mare și Mănăstirea mică săpate în rocă lângă Nis, biserica săpată în rocă lângă satul Tabachka și altele. Mănăstirea săpată în rocă lângă Basarbovo este singura mănăstire de genul acesta în funcționare de pe teritoriul Bulgaria.

Există o serie de sit-uri turistice cu valoare arhitecturală, printre care: rezervația arhitecturală „Ribarska mahala“ (Cartierul pescarilor) - Tutrakan, podul construit de Kolio Ficheto peste râul Yantra lângă orașul Byala, Centrul orașului Ruse, care este înregistrat în lista patrimoniului cultural material UNESCO. Expoziții la muzeele regionale de istorie din orașele Vratsa, Pleven, Ruse și Silistra; Expoziție muzeistică în aer liber „Sexaginta prista“, Muzeul național al transportului și Muzeul național al comunicațiilor - orașul Ruse, casa - muzeu

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.Y.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Altețã sa Regalã Carol I" - Pordim, parcul "Lavrov parc" - satul Gorni Dabnik; Muzeul pescuitului - Tutrakan; Casa tipicã regiunii Dobrogea din Alafatar, Epopeea din Tutrakan; Complexul memorial „Vaporul Radetsi” și multe alatele, trezesc un interes continuu în rândul turiștilor.

Limesul Dunãrean din România are lungimea de 1075 km și include sisteme de fortificare, zidãrie sau sol (pereti de pãmânt), cetãți, orașe, așezãri, elemente structurale ale unor poduri și porturi. Limesul Dunãrean din Bulgaria are lungimea de 471 km, cu cel mai vestic punct - gura râului Timok și cel mai estic - orașul Silistra. Astfel, sfera de acoperire geograficã a rutei cuprinde urmãtoarele unitãți planificate, teritoriale și administrative:

(1) 3 regiuni române de planificare - Sud-Est, Sud-Muntenia, Sud-Vest Oltenia, și 2

regiuni bulgare de planificare - regiune de planificare de Nord-Vest și regiune de planificare Centralã de Nord;

(2) 7 județe române - Mehedinți, Dolj, Olt, Teleorman, Constanta, Cãlãrași și Giurgiu, și 7 județe bulgare - Vidin, Montana, Vratsa, Plevn, Veliko Tarnovo, Ruse, Silistra;

(3) 21 municipii bulgare - Vidin, Kula, Novo selo, Kozlodui, Oriahovo, Lom, Oriahovo, Nikopol, Guliantsi, Belene, Silistra, Sitovo, Svishtov, Ruse, Borovo, Tsenovo, Ivanovo, Slivo pole, Belogradchik, Dolna Mitropolia, Plevn, Veliko Tarnovo



ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂUI



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



Regiunea de planificare de Nord-Vest (RPNV), Bulgaria

RPNV posedă potențialul cultural remarcabil de regiunea - poartă a țării. Pe teritoriul său sunt înregistrate 3 883 bunuri culturale imobiliare și dovezi culturale din timpurile vechi până în cele moderne - Antichitate, Evul mediu; având legături semnificative cu Europa Centrală și de Vest și cu țările de a lungul fluviului Dunărea din diferitele perioade istorice. Monumentele din categoria „de importanță națională” situate pe teritoriul regiunii sunt 198 (județul Vidin - 42, județul Montana - 28, județul Vratsa - 44, județul Plevna - 25 și județul Lovech - 59).


Obiectele patrimoniului cultural mobil sunt 11 muzee, iar cele ale patrimoniului cultural nematerial sunt - 35 festivaluri și tradiții păstrate.

RPNV este traversată de coridoare culturale datate din diferite epoci, aici sunt amplasate o serie de monumente, propuse a fi incluse în Lista monumentelor mondiale ale patrimoniului cultural și natural al UNESCO - Peștera „Magura”, Rezervația naturală de carst, Vratsa și Rocile din Belogradchik.

Teritoriul regiunii este traversat și de coridoare culturale europene, precum Ruta culturală Dunăreană.

Regiunea de planificare Centrală de Nord (RPCN), Bulgaria

Obiectivele culturale și istorice din regiunea sunt numeroase, unele dintre ele sunt purtătoare unice de informații legate de traiul și cultura regiunii și Bulgariei, precum și de dezvoltarea regiunii Balcanice întregi. Acest teritoriu de pe lângă apelor fluviului Dunărea de Jos cu istorie turbulentă multiseculară a fost intersecția la deplasarea multor triburi și popoare. Din aceste motive posedă un patrimoniu cultural și istoric bogat - monumente de importanță regională,

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg 



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



națională, internațională sau chiar mondială - Bisericile săpate în stâncă lângă Ivanovo și Mormântul din Sveshtari.

Bunurile culturale imobiliare de pe teritoriul RPCN sunt 5 480, reprezentând 18,6 % din bunurile culturale imobiliare din țara, ocupând locul doi după Regiunea de Sud-Vest (25,0 %). Printre bunurile culturale imobiliare din regiune unele sunt incluse la Lista UNESCO a patrimoniului mondial cultural și natural și în Lista națională a celor 100 de site-uri turistice naționale a Uniunii turistice din Bulgaria (UTB).

Obiectele patrimoniului cultural mobil sunt reprezentate de 20 de muzee, iar cele ale patrimoniului cultural nematerial - 44 de festivaluri și tradiții respectate.

Regiune de dezvoltare Sud Muntenia, România

Regiunea se încadrează în teritoriul regiunii istorice Valahia, care a existat în perioada 1330 - 1861 - de la bătălia de la Posada până la înființarea Principatului Valahia și Moldovei. Principatul Valahia reprezintă un teritoriu autonom cu autogovernare apărut în cursul istoriei în diferite perioade în raport de vasalitate față de Bulgaria, Ungaria și Imperiul Otoman.

Regiunea se încadrează, totodată și în sfera de acoperire a Monarhiei Est-Europene Dacia (cu litere latine: Dacia Traiana), care ocupă un teritoriu vast, având ca frontieră vestică râul Tisa, învecinându-se în Nord cu Munții Carpați, în Sud - fluviul Dunărea și în Est - râul Nistru. În intervalul anilor 85 - 89, sub conducerea lui Duras-Diurpaneus, populația locală (geți) adoptă o politică agresivă, soldată cu două războaie reușite cu Roma. La conducerea lui Domitian romanii ating succese militare în răspunsul acestor războaie, dar nu reușesc să cucerească Dacia, fiind forțați a încheia pace strategică.

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Istoria antică bogată a regiunii Muntenia este materializată în numeroase site-uri arhitecturale, monumente culturale și istorice și muzee locale. În județul Călărași, de exemplu există aproximativ 170 biblioteci, 5 muzee și un teatru. Peisajul vieții culturale a județului este completat de Centrul cultural și Direcția județeană de cultură și patrimoniu național cultural, Călărași, care organizează împreună o serie de activități culturale și câteva festivaluri populare, printre care Festivalul național de interpretare a muzicii române moderne - "Mai flori", Festivalul teatrului național - Ștefan Banița, Festivalul folcloric "Chitară Dunăreană" și altele. În cea ce privește patrimoniul cultural mobil se deosebește muzeul "Dunărea de Jos" din orașul Călărași. Acesta este înființat în anul 1951, fiind oglinda a istoriei din aceste locuri. Pe o porțiune cu suprafața de 441 metri pătrați, acesta prezintă peste 43 mii de exponate - de la Neolitic până în epoca contemporană.

Regiunea de dezvoltare de Sud-Vest Oltenia, România

Analogic regiunii Muntenia, și Oltenia se încadrează în zona regiunii istorice Valahia. Activele culturale și istorice din teritoriile țintă conferă identitate/unicitate patrimoniului cultural, fiind reprezentate de o serie de artefacte imobile, printre care: turnuri, cetăți, poduri. De exemplu, în județul Mehedinți sunt înregistrate 569 site-uri ale patrimoniului cultural și istoric, în rândul acestora regăsindu-se diferite monumente istorice, descoperiri arheologice, monumente arhitecturale. De importanță cheie sunt următoarele:

- Cetatea Medievală Severin - cea mai importantă și strategică cetate de-a lungul fluviului Dunărea. Stăpânirea sa însemna deschiderea unor oportunități pentru noi cuceriri. La sfârșitul secolului XIII

ROMANIA - BULGARIA	
deschiderea unor	
oportunități pentru noi cuceriri. La sfârșitul secolului XIII	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



(Ștefan) a condus 5 războaie cu regele Bulgariei pentru apărarea cetății Severin.

- Cetatea romană din Drobeta - prima cetate construită din piatră în provincia romană Dacia. Columna lui Traian ne prezintă o scenă de la inaugurarea podului (în primăvara anului 105) și ne arată cetatea deja construită.
- Podul lui Traian din Drobeta - cel mai mare pod, construit în Lumea antică. Amploarea și tehnica de construcție aplicată provoacă uimiri și în zilele de azi. Podul este construit pentru intervalul de timp record de trei ani (103-105), în perioada de pace între cele două războaie daco-romane.

În județul Dolj există 20 de muzee, accentul fiind pus pe Muzeul din Oltenia (Craiova), care este divizat în trei secții: istorie, etnografie și științe naturale.

Regiunea de planificare de Sud-Est, România

Pe teritoriul județului Constanța, în domeniul artelor și culturii, se regăsește un patrimoniu istoric bogat și o infrastructură culturală bine dezvoltată - 6 teatre și instituții muzicale (inclusiv teatrul dramatic din Constanța, teatrul "Fantasio", baletul "Oleg Danowski), 12 muzee, 9 biblioteci publice, cinematografe și 2 grădini de vară. D.p.d.v. cultural, o trăsătură importantă a județului este prezentată de combinația între vechi și nou, între tradiție și modernitate.

Constanța din zilele de azi este fosta colonie grecească Tomis, înființată în jurul secolui VI înainte de Hristos. Martori despre lumea fantastică a Antichității grecești sunt legendele misterioase păstrate despre poeți în căutarea muzeilor lor, despre eroi și zeități. Istoria orașului se poate observa peste tot, dar mai ales în

Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.y.....	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



expozițiile Muzeului de arheologie. Aici sunt prezentate obiecte antice de artă, colecții, care prezintă cultura Hamangia, statuia de marmură a zeiței Fortuna, statuia șarpelui Glycon (o zeitate asiatică). Dovezi ale regiunii înfloritoare în perioada romană sunt amforele și coloanele din parc, care este o galerie adevărată în aer liber, precum și clădirea conservată cu mozaic roman.

Conform datelor furnizate de Institutul național pentru monumentele istorice de pe lângă Ministerul culturii și cultelor, pe teritoriul județului Constanța există 265 monumente istorice, dintre care 164 sunt situate în orașul Constanța. Din numărul total de 164 monumente, situate în oraș, 67 fac parte din categoria monumentelor de importanță națională, iar 97 se încadrează în categoria monumentelor "de importanță regională". În orașul Constanța sunt situate și 7 muzee.

Din domeniul patrimoniului cultural nematerial, cel mai remarcabil este festivalul Tomis, dedicat patrimoniului cultural roman din zona.

2. LOCAȚIE D.P.D.V. AL FLUXURILOR TURISTICE

Aproximativ 200 0000 turiști au vizitat regiunea transfrontalieră România - Bulgaria în anul 2017. Principalele fluxuri turistice sunt concentrate în destinațiile turistice afirmate Constanța (România) și Veliko Tarnovo și Ruse (Bulgaria). Analiza locației rutei turistice d.p.d.v. al fluxurilor turistice și examinarea fluxurilor turistice după tipuri de turism pe teritoriul regiunii transfrontaliere, sunt bazate pe datele studiului de fezabilitate, părții analitice a Strategiei, precum și pe propriile studii și evaluări de expertiză.

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Direcțiile fluxurilor turistice înregistrează două nivele principale - internațional și interior. Concluziile aferente acestora sunt trase pe baza următoarelor doi indicatori principali, urmăriți de statistica națională: numărul înoptărilor realizate în unitățile de cazare; durata medie de ședere în destinațiile a turiștilor, care s-au cazat în unitățile de cazare.

Evaluati după acești indicatori, rămân neacoperite de imaginea reală câteva fluxuri turistice esențiale: persoanele, care vizitează destinația respectivă pentru o singură zi sau pentru o parte de zi, fără cazare; persoanele, care sunt cazate la rudele și prietenii lor; persoanele, cazate la unități de cazare privată contra plată, cazarea acestora nefiind raportată de către privații; persoanele care sosesc în cursul zilei, pentru un anumit interval de timp, dar preferă a se caza în afara destinației (acest fenomen este foarte popular pe durata desfășurării festivalurilor și sărbătorilor din regiune).

2.1. ROMÂNIA


Analiza datelor statistice, primite de la baza de date a Institutului național de statistică, arată că numărul turiștilor de la unitățile de cazare în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria înregistrează o creștere moderată. Astfel, la nivelul regiunii întregi numărul anual al turiștilor sosiți a crescut de la aproximativ 1,1 milioane în anul 2008 la aproximativ 1,4 milioane în anul 2017. Dezvoltarea fluxului turiștilor sosiți nu a fost fără fluctuații, două perioade înregistrând tendință negativă sau stagnare: 2009-2010 (pe fondalul crizei economice) și 2013-2014. Creșterea este datorată cu precădere majorării vizitelor turiștilor în județul Constanța, care formează peste 80% din numărul total al turiștilor sosiți în regiune.

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Creșteri semnificative sunt înregistrate de județele Dolj, Olt și Mehedinți. Singurul județ, care a înregistrat o scădere a numărului turiștilor sosiți este județul Teleorman.

Distribuirea persoanelor sosite per județ este asemănătoare capacității de cazare. Astfel, peste 80% din numărul total al turiștilor sosiți în regiune în anul 2017 sunt înregistrați în județul Constanța, județul acesta deținând majoritatea resurselor legate de turismul maritim.

Județele Dolj și Mehedinți înregistrează respectiv, 7% și 6% din numărul total al persoanelor sosite la unitățile de cazare, restul județelor deținând ponderi relativ ne semnificative (1-2%). Asemănător numărului turiștilor sosiți, numărul înnoptărilor la unitățile de cazare, înregistrate în anul 2017 este mai mare de cel înregistrat la începutul perioadei analizate. Astfel, numărul total al înnoptărilor în regiune se dezvoltă pozitiv, crescând de la aproximativ 4,9 milioane în anul 2008 până la peste 5 milioane în anul 2017, după o serie de fluctuații înregistrate în intervalele 2009-2010 și 2013-2014. Asemănător numărului persoanelor sosite, această creștere, în comparație cu începutul perioadei de referință, se datorează în principal creșterii numărului înnoptărilor în județul Constanța, reprezentând peste 80% din numărul total al înnoptărilor la unitățile de cazare din regiune. O dezvoltare pozitivă, deși mai modestă exprimată în valori absolute, este înregistrată în județele Dolj, Olt și Mehedinți. Pe de altă parte, județele Călărași, Giurgiu și Teleorman înregistrează valori negative.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2.2. BULGARIA

Cel mai mare flux de turiști este înregistrat în Veliko Tarnovo, Ruse și Vratsa, compus din turiști bulgari și străini. Cea mai lungă durată a sejurului turiștilor este înregistrată în județul Vratsa (2,5 înnoptări per turist), depășind cu un punct nivelul mediu la nivel de țara (1,9). Locul următor este ocupat de Veliko Tarnovo, Ruse și Montana. Cel mai scurt sejur al turiștilor este înregistrat în Vidin. Turiștii străini înregistrează cel mai lung sejur în Vratsa și Plevna, cu indicatori care depășesc nivelul mediu pentru Bulgaria (2,3). S-ar putea trage concluzia că amplasarea rutei d.p.d.v. al fluxurilor turistice înregistrează indicatorul (1,7), care este sub nivelul mediu pentru Bulgaria (1,9). La turiștii străini se observă un sejur mediu mai lung (2), reprezentând un indicator al interesului față de resursele din regiune.

3. CONDIȚIILE VIZITELOR TURIȘTILOR - INFRASTRUCTURA TURISTICĂ

3.1. ELEMENTE ALE INFRASTRUCTURII TEHNICE

Majoritatea site-urilor, amplasate în marile localități sunt electrificate, alimentate cu apă. La toate site-urile secundare cu potențial lipsește infrastructura tehnică, fiind foarte rezonabil ținând cont de identificarea acestora ca și site-uri turistice până în momentul de față.

Construirea rețelei de canalizar prezintă un grad destul de scăzut. În localitățile mici infrastructura este învechită, iar o mare parte din populația nu este conectată la stații de epurare a apei potabile și reziduale.

 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Supraveghere video este prezentă în site-urile, inclusiv muzee istorice, situate în mediul urban: cetățile antice "Bononia" (Vidin) și „Sexaginta Prista“ (Ruse); castelul antic "Dimum" (Belen); orașul roman „Nikopolis ad Istrum“ (satul Nikiup, municipiul Veliko Tarnovo); orașele antice "Nove" (Svishtov) și "Durostorum" (Silistra) din Bulgaria și în Muzeul regional „Porțile de Fier“ (Drobeta-Turnu Severin) și Muzeul Oltenia, secția de arheologie (Craiova) din România.

Rețeaua de comunicații este bine dezvoltată, inclusiv accesul la Internet. Dar în cadrul site-urilor însăși care fac parte din ruta, la un singur site este asigurat accesul gratuit la Internet (Wifi Internet) - Cetatea antică „Sexaginta Prista“ (Ruse).

3.2. ELEMENTE ALE INFRASTRUCTURII TURISTICE

3.2.1. Asigurarea informațiilor necesare

Asigurarea informațiilor necesare joacă un rol esențial pentru dezvoltarea unui site arheologic într-un site turistic. Un aspect important pentru expunerea bună și înțelegerea site-urilor arheologice din perioada romană este asigurarea informațiilor ușor accesibile despre ele. La studierea site-urilor, incluse în produsul turistic "Arheologie și cultură", s-a constatat lipsa asigurării informațiilor necesare la majoritatea site-urilor, un fapt ușor de explicat, întrucât în momentul de față ele nu sunt dezvoltate ca produse turistice.

Infrastructura informațională din regiunea transfrontalieră se află în dependența directă cu înțelegerea funcțională a site-ului patrimoniului arheologic în sistemul turismului cultural. Iată de ce, aceasta este bine dezvoltată cu

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project Code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No. 4	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



precădere în orașele cu muzee istorice. De importanță majoră pentru buna expunere și înțelegere a site-urilor arheologice este asigurarea unor informații ușor accesibile referitoare la ele.

Infrastructura informațională este bine dezvoltată cu precădere în orașele cu muzee istorice. O deficiență semnificativă a panourilor informative este prezentată de faptul că informațiile furnizate despre site-urile sunt prezentate doar în limbă bulgară, ignorând utilizarea lor ca un canal de informații de către turiștii străini. În majoritatea cazurilor, aceste panouri sunt compromise (decolorate, acoperite cu rugina, rupte), creând un sentiment neplăcut în rândul vizitatorilor.

Panourile indicatoare de asemenea prezintă un deficit serios pe teritoriul rutei. Centrele turistice informaționale sunt punctul de reper pentru majoritatea vizitatorilor. O parte din ele fac parte din Rețeaua națională de centre turistice informaționale de pe lângă Ministerul turismului, fiind situate în municipiile Belogradchik, Veliko Tarnovo, Vidin, Vratsa, Ivanovo, Kula, Oriahovo, Plevna și Ruse. Funcționează cu succes și centrele turistice informaționale din Silistra, Tutrakan și altele.

Cu excepția județelor Constanța și Mehedinți, restul județelor din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria rareori sunt percepute ca destinații turistice, chiar și de către persoanele, care locuiesc și prestează activitatea lor pe teritoriul acestora. Din acest motiv, centrele turistice informaționale nu reprezintă o prioritate investițională nici pentru autoritățile locale, nici pentru subiecții privați. Chiar și pe teritoriul județului Constanța, unde numărul centrelor turistice informaționale a crescut în perioada 2007-2013, prestarea serviciilor informaționale este foarte insuficientă. Din aceste motive, orașul Constanța, în care sunt

Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



concentrate aproape jumătate din site-urile și muzeele, care prezintă patrimoniul cultural roman, nu există un centru, acreditat de către Ministerul turismului. În aceeași situație este și Mangalia.

Centre informaționale turistice nu există în Dolj, Călărași și Teleorman, iar în Giurgiu și Olt sunt organizate asemenea centre. În Mehedinți există două centre turistice informaționale, situate în Orșova și Baia de Aramă, din acest motiv în Drobeta - Turnu Severin nu există un asemenea centru, în ciuda numărului mare de site-uri ale patrimoniului cultural. Aceasta impune crearea unor centre turistice informaționale și acreditarea acestora în conformitate cu standardele, elaborate de către Ministerul turismului din România, minim în următoarele centre urbane: Constanța, județul Constanța; Mangalia, județul Constanța; Craiova, județul Dolj; Drobeta-Turnu Severin, județul Mehedinți. Ele vor îndeplini funcția nodurilor informaționale regionale, care furnizează informații de interes turistic nu doar cu privire la atracțiile și facilitățile din zona, în care se află, dar și cu privire la cele din regiunea.

În plus, trebuie create puncte informaționale, care ar putea fi compuse din stand servit de o persoană, amplasat în gările feroviare și aeroporturile mari principale (Constanța, Craiova), precum și în obiectivele site-urilor romane de importanță majoră (de exemplu Muzeul național de istorie și arheologie - Constanța, Complexul arheologic „Adamclisi“, Muzeul Porțile de Fier din Mehedinți).

În apropierea site-urilor situate în mediu urban sunt prezente alte tipuri de muzee, galerii, instituții culturale, care contribuie nu numai la dezvoltarea generală a turismului, dar servesc și ca un canal de comunicații eficient pentru

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



creșterea gradului de informare cu privire la site-urile patrimoniului roman situate în apropiere. Asemenea exemple sunt: Ecomuzeul cu acvariu de pe lângă Muzeului regional de istorie – Ruse, „Cazarma sub forma de cruce“ din Vidin, centrul de vizitatori din Parcul natural ”Persina”, Belene și altele.

Un element al infrastructurii turistice informaționale, care este tipic numai pentru Bulgaria, sunt casele de lectură, care reprezintă o instituție culturală unică în Europa. La 100% din site-uri, în apropiere funcționează o casă de lectură, care păstrează patrimoniul cultural nematerial sin regiunea. Pentru site-urile turistice în stare de funcționare sunt emise materiale promoționale (broșuri, pliante, etc.), o parte din site-urile fiind incluse în materiale promoționale informaționale la nivel național.


3.2.2. Obiective de prestare servicii - parcări

Parcări: Sunt prezente la un număr redus din site-urile, fiind construite cu scopul facilitării fluxurilor turistice. La site-urile situate în orașe există posibilitatea se parcare pe străzile apropiate.

Obiective comerciale: sunt prezente la site-urile, situate în mediu urban.

Localuri de alimentație: Cel mai bine sunt asigurate la site-urile turistice, situate în orașele.

Atracții (în aer liber și în încăperi acoperite): În apropierea site-urilor sau în site-urile însăși, situate în mediu urban, sunt desfășurate o serie de manifestări din calendarul cultural al municipiilor, există posibilitatea de relaxare în parc. La site-urile, situate în afara teritoriului urbanizat, atracțiile aferente, situate în apropierea acestora sunt asociate patrimoniului cultural.

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Spații sanitare: La site-urile, situate în orașe, sunt folosite toaletele publice, care sunt insuficiente pentru a face față întâmpinării nevoilor fluxurilor turistice. Constatarea generală este că în site-urile în care sunt prezente, ele sunt în stare foarte proastă, nefiind întreținută igiena necesară, și lasă un sentiment foarte neplăcut în rândul turiștilor de la vizitarea site-ului. O practică generală este a se folosi toaletele din stații pece, care sunt la distanțe semnificative de la site-uri.

☛ **Concluzii:** Se impune planificarea activităților pentru ameliorarea infrastructurii informaționale ale site-urilor, care au un grad ridicat de promptitudine pentru întâmpinarea turiștilor. În scopul popularizării produsului turistic "Arheologie și cultură " se impune: dezvoltarea și montarea unor panouri indicative, panouri informaționale cu o viziune unică, în limbă bulgară, română și engleză.

3.2.3. Unități de cazare din zona rutei

Existența unor unități de cazare, potrivite și corespunzătoare d.p.d.v. al cantității, dar și d.p.d.v. al calității acestora, este un element principal pentru dezvoltarea turismului. Prin intermediul acestora este realizată legătură între resursele turistice și consumatorii acestora - turiștii.

3.2.3.1. România

În momentul de față, pe teritoriul județelor din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria există 950 structuri de cazare. Județul Constanța este dominant, în care funcționează peste 760 unități de cazare, din cauza existenței stațiilor maritime. În afara județului Constanța, singurele județe care dispun de

ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



un număr mai mare de 50 de unități de cazare sunt Dolj (unde activitatea turistică este concentrată în Craiova) și Mehedinți (cu o densitate mai mare în zona Orșova - Drobeta - Turnu Severin). Numărul total al unităților de cazare din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria a scăzut cu aproximativ 12% în perioada 2007-2017, de la numărul aproximativ de 1081 unități în anul 2007 la 951 unități în 2017. A scăzut brusc numărul unităților de cazare în județul Constanța - cu peste 200 de obiective în perioada 2007-2017. În restul județelor din regiunea transfrontalieră, creșteri mai semnificative sunt înregistrate în Dolj și Mehedinți, județele Călărași, Giurgiu, Teleorman și Olt fiind caracterizate cu o stagnare relativă. La nivelul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria, în rândul unităților de cazare domină hotelurile (aproximativ 50% din numărul total al unităților), urmate de vilele și bungalow-urile turistice (cu peste 20% fiecare). Activitatea medie zilnică a turiștilor este concentrată cu precădere în Constanța, din totalul de 12,84 milioane de unități zi din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, peste 10 milioane unități/ zi sunt utilizate în județul Constanța, adică aproximativ 79% din capacitatea totală de cazare în anul 2017. Județul Constanța este urmat de județul Dolj, care formează în jur de 7% și județul Mehedinți, cu aproximativ 6% din ocuparea medie zilnică totală a bazei de cazare existente. Județele Călărași, Giurgiu, Teleorman și Olt ocupă o pondere modestă în capacitatea de cazare, fiecare dintre ele formând aproximativ 2% din ocuparea medie zilnică totală în regiune. O creștere însemnată a valorilor absolute este înregistrată în județele Dolj și Mehedinți. Capacitatea turistică s-a dublat în ultimele 10 ani și în județul Olt, în restul județelor creșterea este mai modestă - sub 30%.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3.2.3.2. Bulgaria

Conform datelor furnizate de Institutul național de statistică, în anul 2017 pe teritoriul țării au funcționat 3 331 unități de cazare cu capacitate de peste 10 paturi, inclusiv hoteluri, moteluri, camping-uri, cabane și alte unități de cazare scurtă. Pe teritoriul județelor, în care sunt stabilite site-urile din ruta, sunt înregistrate 289 unități de cazare cu peste 10 locuri. Volumul bazei de cazare turistice pe teritoriul bulgar al regiunii transfrontaliere formează 9% din unitățile de cazare din Bulgaria. În ultimii ani (2010 - 2017) în Bulgaria se observă o reducere a numărului unităților de cazare. Datele, referitoare la modificarea numărului unităților de cazare din țara arată o scădere bruscă în anul 2012 , urmată de o creștere în anul 2014. Spre deosebire de tendința națională, în regiunea studiată numărul unităților de cazare se menține relativ stabil, cu fluctuații mici spre scădere. Se observă o disproporție categorică cu privire la repartizarea teritorială a numărului locurilor, ele fiind concentrate în zona centrală a regiunii studiate - județele Ruse și Veliko Tarnovo. Aceasta accentuează disproporțiile teritoriale și dezechilibrul în oferta turistică. Datele arată o acumulare cantitativă fără echivoc a bazei turistice în centrele județene, orașele Veliko Tarnovo, Ruse, Plevna, Vratsa, Silistra. Excepție sunt municipiul Belogradchik, municipiul Kozloduy și municipiul Ivanovo care dispun de un număr de paturi de cazare suficient. În cea ce privește municipiul Dolna Mitropolia, pe teritoriul său nu există hoteluri și case de vacanță. Totodată, nu există unități de atracții și centre promoționale informaționale. O mare parte din unitățile de cazare situate pe teritoriul necesită lucrări de reparare. Unitățile de cazare se află cu precădere în satul Baikal, cea ce îl determină a fi principala destinație turistică

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



și așezare stațiune din municipiul. Numărul total al paturilor de cazare este de aproximativ 85 din care 60 de paturi sunt în satul Baikal.

Repartizarea teritorială neuniformă a bazei de cazare afectează negativ dezvoltarea echilibrată a regiunii. O trăsătură esențială a unităților de cazare este categorizarea acestora. Aceasta reflectă condițiile oferite: amenajare, mobilare, facilități, servicii prestate și altele. Existența unei ponderi relative mai ridicate a unităților de cazare de categorii mari reprezintă o premisă pentru calitatea superioară a ofertei produsului turistic.

O condiție favorabilă pentru dezvoltarea turismului din regiune este existența unor unități de cazare de categorie mare. Prezența bazei materiale mai bune presupune fluxul de turiști cu capacitate de plată superioară și realizarea unui efect economic mai ridicat. Pe teritoriul regiunii studiate există doar 2 hoteluri, de cea mai ridicată categorizare (5 stele), formând abia 1% din numărul total al unităților de cazare. Cererea pentru unități de cazare este în creștere durabilă. În anul 2016 numărul total al înnoptărilor realizate la unitățile de cazare din regiunea este 788 583 de înnoptări.

În perioada 2010 - 2017 numărul înnoptărilor realizate crește durabil, observându-se și o creștere a numărului înnoptărilor realizate de străini. Străinii preferă a se caza la hoteluri de o categorie mai mare. Eforturile pentru atragerea străinilor la baza de paturi bulgară este mai rațională d.p.d.v. economic. Cheltuielile ocazionate de turiștii străini, legate de cazarea și consumul de mărfuri și servicii, tipice turismului, depășesc de câteva ori valoarea acestor cheltuieli ocazionate de cetățenii bulgari.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Gradul mediu anual de ocupare a bazei de paturi din regiunea transfrontalieră înregistrează valori mici - 20%, un nivel foarte inferior nivelului înregistrat pe teritoriul țării (34%). Una din cauzele este lipsa viziunii generale pentru dezvoltarea destinațiilor turistice și a unei politici adecvate, conformate necesităților turistice și concurenței din regiune. O serie de puncte slabe sunt prezente și de modalitatea de gestionare a unităților de cazare - servicii, conținut și distribuția produsului, etc. Obiectivitatea datelor statistice menționate este afectată și de sectorul gri, un fapt comentat și de participanții la mesele rotunde.

Pentru teritoriul bulgar al regiunii transfrontaliere nu este atât de bine exprimat caracterul sezonier al vizitelor turistice, în comparație cu alte zone din țara. Cele mai multe înnoptări sunt realizate în luna august, iar cele mai puține în luna ianuarie. Această situație determină regiunea studiată a fi o destinație de turism de vacanță pe tot curul anului, ce ar permite încărcarea eficientă a superstructurii hoteliere. Cele mai multe venituri din înnoptări sunt realizate în Veliko Tarnovo și Ruse. Aproape 71% din veniturile din înnoptări sunt realizate de turiștii bulgari, abia 29% sunt realizate de străini.

Asigurarea site-urilor cu unități de cazare

În urma analizei efectuate reiese că acest tip de infrastructura turistică este cel mai bine asigurată în orașele Veliko Tarnovo, Ruse, Plevna, Silistra, Vidin. În Lom, Kozlodui, Svishtov și Tutrakan hotelurile sunt cu precădere mici, de tip familial, baza fiind insuficientă pentru a răspunde necesităților grupurilor mari de turiști. Ruse și Veliko Tarnovo sunt destinații turistice dezvoltate, în care oferta bazei de paturi este cea mai mare în toate categoriile (fără unități de cazare de

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No. 9	amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



5 stele). Ele oferă cea mai bună asigurare cu baza de paturi a site-urilor, situate în incinta sau în apropierea centrelor județene.

☞ *Concluzii: Este necesară creșterea gradului de ocupare a bazei de paturi. La o parte din site-uri, în apropierea acestora, sunt prezente unități de cazare, care reprezintă segment din sectorul gri, nu dețin o categorie oficială și nu sunt înregistrate șa Registrul turistic național. Ele prezintă turiștilor informații neadevărate cu privire la categoria unității respective de cazare, deseori nu emit facturi pentru înnoptarea, etc. O modalitate pentru îmbunătățirea gradului de utilizare a bazei de cazare existente este atragerea proprietarilor ca parteneri la afirmarea și dezvoltarea produsului turistic nou "Arheologie și cultură".*

4. VIZITAREA REGIUNII TRANSFRONTALIERE, DIN CARE FACE PARTE PRODUSUL TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

În general, despre site-urile care fac parte din produsul turistic "Arheologie și cultură", precum și despre toate site-urile pe teritoriul Bulgariei, s-ar putea afirma că vizitarea este nemulțumitoare de scăzută, dar prezintă o tendință de creștere. Datele de la studiul efectuat arată că cele mai frecvente dintre cauzele menționate, nemulțumirea turiștilor este generată de: starea necorespunzătoare a drumurilor de acces; lipsa personalului calificat de acordare a asistenței și îndrumării turistice/ traducere; organizarea insuficientă a site-urilor arheologice pentru traficul turistic; cunoașterea insuficientă a contextului istoric din partea vizitatorilor; lipsa unor materiale documentare și informaționale.

ROMANIA - BULGARIA

Interreg Majoritatea

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.4.....	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



cauzelor menționate mai sus (lipsa personalului calificat, planificarea insuficientă a site-urilor arheologice, lipsa materialelor informaționale) depind de modul, în care sunt organizate sau gestionate atracțiile (autorități publice locale, instituții, etc.), care sunt direct responsabile pentru valorificarea acestora prin turism. Un alt motiv pentru nemulțumirea turiștilor se datorează infrastructurii de acces, care în majoritatea cazurilor este responsabilitatea autorităților publice centrale sau locale.

Valorificarea turismului s-ar putea ameliora printr-o serie de măsuri concrete, precum:

- Ameliorarea infrastructurii existente prin construirea unor parcări, centre sanitare, drumuri de acces, puncte/centre informaționale
- Campanii informaționale privind obiectivele, legate de patrimoniul cultural și istoric
- Atragerea și asigurarea personalului calificat pentru acordarea asistenței turistice, servicii legate de orientarea și interpretarea culturală
- Semnalizarea și echilibrarea site-urilor prin pozarea unor indicatoare rutiere și panouri informaționale
- Asigurarea facilităților de alimentație publică
- Amenajarea spațiilor pentru organizarea unor manifestări (de exemplu proiecții de filme, reproducții teatrale și istorice, școli de vară, semnare, etc.)
- Organizarea unor evenimentee culturale tematice, cu precădere festivaluri cu interpretări istorice.

Un factor determinant pentru creșterea vizității este experiența, care menține un nivel ridicat de mulțumire în rândul turiștilor. Site-urile culturale și istorice sunt

ROMANIA - BULGARIA	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



vizitate mai degrabă de turiști, care caută autenticitate, cunoștințe și impresii noi și o experiență de neuitat.

III. TURISM CULTURAL ȘI ISTORIC - ESENȚA ȘI PARTICULARITĂȚI. PATRIMONIUL CULTURAL ȘI ISTORIC CA O PREMISĂ PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI DIN REGIUNE.

1. ESENȚA ȘI IMPORTANȚA TURISMULUI CULTURAL ȘI ISTORIC

Turismul cultural ar putea definit ca „deplasarea oamenilor către atracții culturale, îndepărtate de locul lor de locuire, în scopul colectării unor informații și experiențe pentru mulțumirea necesităților lor culturale” (Richards, G., 1996). Turismul cultural este definit de Organizația mondială de turism (OMT) în felul următor: „Deplasarea unor oameni cu motivare culturală puternică - tururi educative, care reprezintă vizite în scopuri artistice și culturale, deplasări pentru festivaluri și alte manifestări culturale, vizitarea unor site-uri și monumente, călătorii în scopul studierii naturii folclorului sau artei și pelerinajului”.

UNESCO acordă definiția sa de cultură în felul următor: „Cultura reprezintă mulțime de trăsături spirituale, materiale, intelectuale și emoționale remarcabile ale unei societăți sau ale unui grup social; aceasta cuprinde în afara artei și literaturii, și modul de viață, formele de conlocuire, sistemele de valori, tradițiile și credințele”.

Centrul european de culturi tradiționale și regionale (ECTARC) oferă lista unităților sau atracțiilor, despre care se consideră că atrag turiști în scopul turismului cultural:

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



1. Locații și muzee arheologice
2. Arhitectură (ruine, anumite construcții)
3. Artă, sculptură, meșteșuguri, galerii, festivaluri, manifestări
4. Muzica și dansuri (clasice, folclorice, contemporane)
5. Dramă (teatru, filme, dramaturgie)
6. Pregătire lingvistică și literară, tururi, evenimente
7. Festivaluri religioase, pelerinaj
8. Culturi și subculturi mixte (folclorice și primitive)

Aportul economic nu este singurul indicator al influenței favorabile a turismului cultural. Călătoriile și activitățile în timpul liber de asemenea sunt factori sociali, întrucât turismul nu mai este o activitate a minorității privilegiate, ci mai degrabă o experiență larg răspândită a majorității cetățenilor Uniunii Europene. Acceptarea unei monede europene unice - euro, facilitează vizitarea țărilor din Eurozona. Prin dezvoltarea Sistemului statistic European al turismului, Comisia Europeană sprijină aportul incontestabil al turismului pentru economia țărilor - membre. Importanța socială a turismului cultural se exprimă în formarea unor culturi sociale pozitive și negative pentru societatea. Fără îndoială, acesta contribuie semnificativ la înțelegerea reciprocă între popoarele. Organizația mondială de turism îl consideră ca unul din mijloacele pentru îmbunătățirea bunăstării popoarelor, pentru consolidarea păcii între ele, pentru promovarea respectului universal al drepturilor omului, indiferent de rasa, sex, limbă sau religie.

Turismul ar putea fi o forță socială și culturală foarte puternică în multe cazuri fondurile asigurate de turismul au ajutat păstrarea tradițiilor culturale locale și a modului de viață; în lipsa turismului ele probabil ar dispărea.

Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Turismul cultural este nu doar un factor, care stimulează dezvoltarea economică, dar prezintă și o serie de alte avantaje, legate de dezvoltarea națională și managementul turismului. Întrucât fiecare regiune are propria sa cultura, pe care o poate oferi consumului turistic, turismul cultural este un mijloc bun pentru lărgirea teritoriului de practicare a turismului. Această idee a fost idea principală pentru dezvoltarea multor atracții culturale în diferite teritorii.

Un alt aspect important din politica, referitoare la turismul, este protejarea „patrimoniului național” prin prevenirea exportării operelor de artă peste graniță. Politicile care influențează dezvoltarea turismului cultural la nivel transnațional, provin cu precădere de la Uniunea Europeană. Un rol important joacă și Consiliul Europei și UNESCO.

Turismul joacă un rol important la atingerea obiectivelor culturale ale UE. Acesta ar putea sprijini păstrarea patrimoniului cultural și transferul culturii europene în alte zone din lume. Uniunea Europeană pricepe că este important a stimula turismul cultural în Europa, ca un ”produs turistic nou”, care ar putea contribui la ameliorarea poziției competitive a turismului european, asigurând locuri de muncă, reducând presiunea supra mediului înconjurător, dezvoltând o calitate superioară a produsului turistic. Prin urmare se consideră că turismul cultural joacă un rol important pentru dezvoltarea turismului durabil în Europa.

2. PARTICULARITĂȚI ALE TURISMULUI CULTURAL ȘI ISTORIC

Turismul cultural și istoric este legat de „deplasări realizate cu scopul principal sau secundar de vizitare a unor site-uri sau manifestări, căror valoarea este înaltă și”



Interreg



ROMANIA - BULGARIA	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No. 4	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



istorică le-a făcut o parte din patrimoniul cultural al unei comunități” (Dulevski, L. „Starea și perspectivele turismului cultural și istoric din Bulgaria”, raport ISS, Sofia, 2011).

O particularitate importantă a turismului cultural și istoric este că vizitarea site-urilor și manifestărilor, legate de patrimoniul cultural nu neapărat reprezintă motivul principal pentru realizarea deplasării. Acest turism rareori se desfășoară în forma ”curată”, deseori fiind combinat cu alte tipuri tradiționale și specializate de turism.

„Patrimoniul cultural include patrimoniul mobil și imobil, material și nematerial, ca o totalitate de valori culturale, purtătoare de memorie istorică, identitate națională, de o valoare științifică sau culturală” (Legea privind patrimoniul cultural, art. 2, al. 1). În afara monumentelor tradiționale arheologice și istorice, sunt incluse arhitectura, patrimoniul artistic și etnografic, infrastructura muzeistică, peisajul cultural și patrimoniul religios, care în ultimul timp dobândește o importanță tot mai mare - temple creștine și temple ale altor religii.

Turismul cultural include următoarele tipuri:

- ❖ Cultural și istoric, cu interes față de istoria și monumentele, site-urile și locațiile asociate acesteia din destinația vizitată. Include vizite ale unor monumente arhitecturale, artistice, arheologice, istorice și religioase, rezervații și complexe arhitecturale și etnografice, muzee și galerii (în aer liber) și altele.
- ❖ Asociat unor evenimente și festivaluri, cu interes manifestat față de interpretări tradiționale sau contemporane ale unor manifestări culturale (sărbători, festivaluri, serbări, etc.), precum și participarea la ele. Deseori

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



aceste manifestări și festivaluri sunt subordonate unor anumite tipuri de artă. Ar putea include și manufacturări tradiționale, vizitarea unor târguri și diferite sărbători sportive.

- ❖ **Religios**, cu interes manifestat față de religia(le) țării vizitate, cu vizitarea unor locuri sfinte, de cult și pelerinaj. Include și cunoașterea canoanelor religioase, ritualurilor, serbări și tradiții (procesiuni, ceremonii, etc.); vizitarea clădirilor religioase și a monumentelor de valoare istorică, arhitecturală, artistică și culturală.
- ❖ **Arheologic**, cu interes manifestat față de arheologia, vizitarea unor site-uri arheologice, locații de excavări, participare la expediții arheologice, etc.
- ❖ **Etnografic**, cu interes manifestat față de etnia poporului(lor), obiectele, site-urile și fenomenele culturii etnice, traiului, hainelor tradiționale, limbii, folclorului, tradițiilor, obiceiurilor, creației etnice și altele.

Măsuri pentru dezvoltarea turismului cultural:

- ❖ efectuarea evaluării și prezentarea unor recomandări pentru transformarea monumentelor culturii într-un produs turistic finit
- ❖ efectuarea evaluării și realizarea unor modificări (actualizări) a expozițiilor muzeistice în vederea îmbunătățirii atractivității acestora
- ❖ folosirea resurselor culturale - monumente ale culturii, muzee, festivaluri, complexe etnografice, etc. - pentru activizarea industriei turistice
- ❖ promovarea dezvoltării industriei suvenirurilor
- ❖ organizarea unor instruirii și recalificări ale cadrelor pentru a fi angajate în domeniul turismului cultural: organizatori, animatori, manageri, gestionari, etc.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- ❖ efectuarea unor studii de marketing regulate în rândul turiștilor și a intereselor și necesităților lor turistice specifice la vizitarea instituțiilor culturale și a site-urilor patrimoniului cultural și istoric

3. PATRIMONIUL CULTURAL ȘI ISTORIC ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ - PREMISE PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI CULTURAL ȘI ISTORIC ¹

3.1. BULGARIA

3.1.1. REGIUNII PLEVEN

Regiunea Pleven are peste 450 de situri arheologice și culturale, aproape jumătate dintre ele sunt monumente din Războiul de Eliberare Ruso-Turc, iar cele mai semnificative și interesante sunt:

❖ Cetatea antică și stația de drum Roman Dimum

Situat în partea de nord a orașului Belene, chiar pe malul Dunării. Castelul Dimum datează probabil din secolul I, când așezarea tracică cu o bază navală a devenit o tabără fortificată și de graniță. Mai târziu, tabăra se dezvoltă într-o fortăreață și, ulterior, într-o fortăreață. Cetatea a suferit patru atacuri inamice majore și două perioade de construcție. În Evul Mediu, bulgarii s-au stabilit aici, după cum demonstrează materialele ceramice din secolele IX-X și X-XIV.

¹ Въз основа на „Общ план за управление на възстановяването и промотирането на устойчиво икономическо използване на историческите и културните обекти“

ROMANIA - BULGARIA	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Descoperirile arheologice ale ultimului strat cultural au arătat că a existat fără întrerupere până în zilele noastre datorită coloniștilor săi recente - Paulician.

❖ Mausoleu și parc românesc, satul Grivitsa



Mausoleul a fost construit în perioada 1892 - 1897 în memoria soldaților români uciși, cu fondurile poporului român. Acesta a fost descoperit în 1902. În mausoleu, care constă dintr-o cameră a templului și un osuar, oasele soldaților uciși în luptele din apropierea satului Grivitsa sunt depozitate în sarcofage din marmură. Pictura din camera templului este realizată de artiști români. Iconostasul este sculptat cu patru icoane - „Iisus Hristos”, „Sfântul Nicolae”, „Sfântul Arhanghel Mihail” și „Fecioara Sfântă cu Pruncul”.

❖ Capela - mausoleu „Sf. George câștigătorul” Pleven



Monumentul, mai cunoscut sub numele de Mausoleul Osuar, este poate cel mai important reper cultural și istoric din Pleven - în măsura în care imaginea stilizată este un simbol central în emblema orașului. „Sfântul Gheorghe Victorios este dedicat memoriei soldaților ortodocși care au murit în timpul asediului de la Pleven, în 1877. Construcția capelei (partea solului) a început în martie 1904 și a continuat până în 1906. Locuința este construită din piatră sculptată albă netedă Micul parc din jurul Mausoleului, care acoperă 4000 m², este plantat cu boxe, chiparoși, tei, arbuști ornamentali și trandafiri Aleile sunt pavate cu mai multe culori pietricele reprezentând motivele broderiei populare bulgare.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ Muzeul - casa „Liberul țarului Alexandru II”



Casa Plevna comerciant Ivan Vatsov a fost construit în ajunul războiului ruso-turc din 1877-1878 cu cadrul său intern bogat este un exemplu tipic al vieții urbane renașcentist. La 11 decembrie 1877, împăratul rus Alexandru al II-lea a fost primit în mod oficial la această casă, în numele cetățenilor Plevna, a fost livrată o notă de mulțumire și în prezența Marelui Duce Nikolai Nikolaevici, a Prințului român Carol I și alții. el se întâlnește cu mareșalul turc Osman Pașa capturat. Casa lui Ivan Vatsov a fost achiziționată ca muzeu și în jurul acesteia se formează un frumos parc. Casa muzeului a fost deschisă și consacrată solemn la 3 septembrie 1907.

❖ Parcul Skobelev - Muzeul



Muzeul Parcului Memorial, situat în partea de sud-vest a Plevnului, la locul unde se detașa detașamentul generalului MD Skobelev și unde au avut loc cele mai înverșunate lupte în timpul celui de-al treilea atac asupra Plevnului, în perioada 11-12 septembrie 1877. În centrul parcului se află a construit o osuară movilă frățească. În imediata apropiere a movilei frățești se află reductul „Issa Aga”, restaurat odată cu construcția parcului. Nouă morminte și monumente comune păstrează amintirea celor care au murit la Green Hills. Parcul a fost construit cu donații voluntare din partea tuturor bulgarilor. Aleea principală este acoperită cu pietre de râu colorate, sub forma unui mozaic cu motive de cusut național bulgar. Tunurile originale ale războiului ruso-turc din 1877-1878 au fost aranjate în baterii în jurul osuarului frățern și pe aleea principală a parcului.

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ Biserica Sf. Nicolae, Pleven



Biserica Sf. Nicolae este un monument de renaștere națională. A fost construită în secolul al XIX-lea pe locul micului paraclis din vremea celui de-al doilea stat bulgar, care a fost distrusă în secolele XVI-XVII. Cu sultanul Farman începând cu 1696, a fost permis să fie restaurat la forma sa veche. Iconostasul este realizat de meșteri de la școala de sculptură Tryavna, iar icoanele sunt pictate de reprezentanți ai școlii Samokov. În Templu este expusă una dintre cele mai bogate colecții de icoane ale lui Dimitar Zograf.

❖ Muzeul casei „Alteța Sa Regală Carol I”, Pordim



Casa lui Varban Iliev a fost construită după război, în imediata vecinătate a casei în care se află sediul românesc, iar prințul Carol I trăiește în timpul luptei pentru Plevna. A fost transformat în muzeu în 1904-1907. O parte semnificativă a exponatelor a fost donată de Ministerul Apărării al României în 1904, 1954 și 1967. Expoziția muzeală este dedicată participării României la războiul rus-turc din 1877-1878 și activității sediului armatei române în timpul reședința prințului român Carol I la Pordim în 1877. Prezintă o bogată colecție de uniforme și arme românești.

❖ Muzeul regional de istorie Pleven



Este amplasat într-o clădire cu două etaje, construită în secolul XIX pentru nevoile armatei. Planul și compoziția spațială a clădirii sunt de tip liniar cu o aripă dreaptă răspândită în Europa Centrală și Rusia la sfârșitul sec. În 1903 a fost fondată Societatea de Arheologie Bulgară - o filială a Plevnului. În 1905, Societatea a organizat și a susținut

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



Project code: ROBG-568

FLC request

Requested

No.

amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



săpături arheologice din Cetatea Storgozia din Parcul Kailaka, în apropiere de Pleven. Materialele cercetate pentru permisul trecut al oraşului, în 1911, au dezvăluit colecţia muzeului. După 1923 această activitate a continuat sub conducerea centrului comunitar „Saglasie”, unde materialele colectate au fost transferate şi amenajat un muzeu. Cea mai semnificativă dezvoltare a operei muzeului din Pleven marchează după 1953, când a fost creat muzeul naţional de istorie comun de stat. Începând cu anul 2000, muzeul a fost transformat într-un muzeu regional de istorie - Pleven, având ca obiect de activitate activitatea pe teritoriul regiunii Pleven şi Lovech.

3.1.2. MUNICIPIUL DOLNA MITROPOLIA - beneficiar la proiect

Pe teritoriul municipiului Dolna Mitropolia sunt declarate 32 site-uri arheologice, istorice, de artă, arhitecturale şi de construcţii, declarate bunuri culturale imobile, dintre care 4 fac parte din categoria „importanţă naţională“:

Patrimoniul cultural al municipiului este concentrat în Riben, Podem, Orehovitsa şi Baikal, unde se află bunurile culturale imobile din categoria „importanţă naţională“. Ele sunt martori ai istoriei, traiului şi dezvoltării culturale a populaţiei locale.

Limesul Roman (Danubius limes Romana) a influenţat puternic dezvoltarea şi identitatea culturală a municipiului. Pe atunci oraşele de-a lungul fluviului Dunăre se dezvoltă ca cetăţi căror funcţii cu precădere au fost în scopuri de apărare. Dintre cele mai importante din această regiune sunt: sediul ~~hotel~~ **romane**

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.y.....	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Sexaginta Pristas /Ruse/, fondată de imperatorul Vespasian, cetatea „Nove“ /lângă Svishtov/ și orașul antic roman „Ulpia Escus “ (satul Gigen).

Descoperirile arheologice arată un patrimoniu cultural bogat. În unele așezări de pe teritoriul municipiului sunt descoperite rămășițe ale unor necropole antice, așezări antice - în zona Suhia geran, în Sud-Estul satului Bozgurishte sunt regăsite porțiuni ale unui drum roman, despre care se afirmă că este drumul care a conectat Escus cu Filipopol - Carpații cu Marea Albă și a traversat Ad Putea (Riben) și Storgozia (Pleven). Primele așezări de locuitori pe teritoriul municipiului Dolna Mitropolia sunt din timpul tracilor, fiind populate de triburile - treri, undikezi și tribali.

De la epoca Imperiului Roman au rămas așezări preistorice în zona „Selishte“ - Palatium - partea de Nord-Est a satului Baikal, pe o suprafață de aproximativ 100 000 de metri pătrați, I secol Înainte de Cristos. În Vestul orașului Palatium se regăsește o necropolă, în care au fost descoperite sarcofage cu un inventar de cult bogat. În apropierea satului Baikal sunt prezente urme de două așezări nestudiate, unde a fost descoperit un vas de lut din sec. II-III cu imagine de o față umană, care în zilele de azi este expus la muzeul de istorie din orașul Pleven și o sabie de bronz din epoca bronzului, care este păstrată la Muzeul național de arheologie din orașul Sofia.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



▪ Ulpis Escus

Ulpia Escus (în limbă latină: Ulpia Oescus) face parte din principalele orașe ale provinciei romane Moesia Inferior. Orașul roman antic este situat în Estul satului Baikal, la 3 km de zona „Gradishte“, aproape de satul Gigen, municipiul Guliantsi, județul Pleven. Orașul antic



este bine studiat, fiind determinate limitele sale. Este descoperită o mare parte a sistemului de fortificare, o parte din oraș, clădiri monumentale și administrative, precum și o stradă principală și forumul, canalizarea orașului, o parte din clădire



antic.

publică monumentală cu instalație de încălzire - hipocaust. Este descoperit și mozaic care ilustrează o scenă din comedia "Achaean" de Menander, templul zeiței Fortuna. Pentru turiștii este atractiv și muzeul și lapidarium în apropierea orașului

În sfera de acoperire teritorială a municipiului sunt situate bunuri culturale de valoare arhitecturală și de artă, situate în felul următor:

ROMANIA - BULGARIA	
	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No. 4	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Numeroase sunt bunurile culturale naționale din diferite epoci - așezări preistorice, orașe antice și acropole, drumuri romane, orașe din timpul Evului Mediu și altele.

Bunuri culturale arheologice imobile:



satul Baikal - un sat relativ nou, construit deasupra orașului antic Palatium: așezări presitorice - zona Zahmet, zona Shirok dol și zona Selishte, acropole antice - în dreapta drumului spre satul Gigen și în Vestul orașului Palatium, Monument antic - lângă orașul Dunărean, conducte antice - deasupra satului, așezări antice - zona Zahmet și zona Shiroki dol, Drum roman - în Sud-Estul satului și în Sudul satului, așezări din timpul Evului Mediu - zona Zehmet și zona lamandidol.

satul Bivolare - așezări din timpul Evului Mediu - zona Chepintsi și facilitate de captare a apelor subterane - zona Chepintsi.

Satul Bozhuritsa - satul Bozhuritsa este o așezare antică medievală. În documente turcești datate din mijlocul secolului XV, satul este înregistrat ca un paznic al apărării cetății din Nicokopol, sub denumirea Katsamunitsa: Drum roman - zona Suhia geran, așezare din timpul Evului Mediu - zona Dramkata, Necropolă din timpul Evului Mediu - zona Novachene.

Satul Bregare - cetate antică - Kaleto, Acropolă antică - pe malul stâng al râului Iskar.

Satul Gostilia - populația satului Gostilia este completată în anul 1890 de imigranți bulgari din Banat. Este construit deasupra unei așezări vechi, care

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!

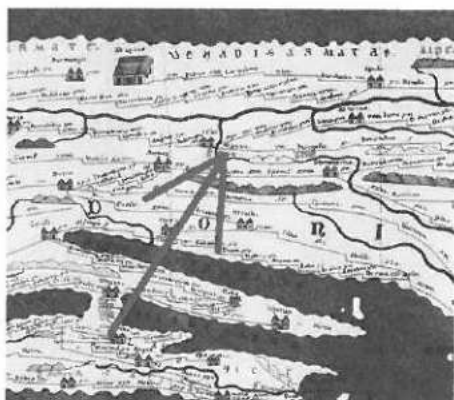


datează din Antichitatea Târzie: așezare antică - în centrul satului, Acropolă antică - la capătul sudic al orașului, Necropolă din timpul Evului Mediu - lângă crescătoriile de porci.

Satul Komarevo - așezare preistorică - zona Pripeka și Osoina, necropolă antică - în stângă drumului spre satul Kreta, Acropolă antică - în limitele satului Komarevo.

Satul Orehovitsa - satul Orehovitsa este o așezare veche din timpul Evului Mediu, înregistrată în documente turcești la mijlocul secolului XV cu denumirea Rahovitsa ca un timar aferent cetății Hlunik (cetate care în momentul de față nu este descoperită situată în apropierea orașului Nikopol), unitatea "mezra" Rahovitsa din cadrul mării moșii feudale militare Pleven, ca timar Rahovitsa, care participă la campaniile militare. O parte din satul Rahovitsa pe atunci este mării moșii feudale militare Gigen. Existența satului în următoarele secole - XVI - XVII este documentată în registrele trupelor militare nemusulmane la "kaz"-ul Niibolu cu denumirea Rahovche: cetatea antică - Kaleto, Așezarea antică - zona Chengene, facilitate antică pentru captarea apei subterane și conductă - zona Tsarevets.

Satul Podem - Martvitsa - Clădire antică - în zona satului, Necropolă antică - în zonele Sud-estice ale satului.



Satul Riben - Ad putea, Ribene, Ribne - satul Riben este o așezare din timpul Evului Mediu, înregistrată la documente turcești în mijlocul secolului XV, ca o mare moșie feudală militară - "zeamet" din "has"-urile cetății Nikopol.

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg 

ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



denumirea Ribene. Existența așezării în secolul următor - XVI-lea este documentată în registrele trupelor militare nemusulmane la Niibolu: Așezare preistorică - Takarsko, în zona deasupra lacului, Stație antică lângă marginea drumului și cetate - Ad putea, Antichitate și necropolă - zona Pukalitsa, Așezare antică - zona Tsarevets, Necropolă antică - zona Tsarevets, zona Devichina mogila, Așezare antică - zona Devichina mogila, zona Goliama usoina. Denumirea satului provine de la denumirea așezării romane antice și stație lângă marginea drumului - Ad Putea. A fost situat pe teritoriul intravilanului actual al satului, iar satul a purtat denumirea Ribna grada, din cauza cantității mari de pește din râul. Zona Ezeroto, care actualmente este zona de captare a apei potabile pentru satul și orașul Guliantsi, în timpul jugului turcesc a fost un lac deschis. După ce fiul comandatului turc local s-a înecat în lac, acesta a comandat țăranilor să acumuleze spini de-a lungul țărmului și să blocheze lacul. De atunci până în zilele de azi lacul a dispărut complet și s-a transferat în sursă de apă subterană.

Satul Slavovitsa - așezare antică - zona Sovata, Atelier antic pentru prelucrarea de piatră - zona Manastira.

Satul Stavertsi - satul Stavertsi este o așezare din timpul Evului Mediu, documentată sub aceeași denumire sau sub denumirea Istavriche și Istaverche la registrele trupelor militare nemusulmane aferente cetății Niibolu din perioada sec. XVI-XVI: Cetate antică Kaleto, Așezare antică Necropolă antică și un mormânt.

Orașul Trastenik - Trasnenik este o așezare veche din timpul Evului Mediu, înregistrată în documente turcești de la mijlocul secolului XV, ca un timar sub aceeași denumire - Transtenik aferent cetății Hlunik (nu este regăsită, în

ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



apropierea oraşului Nikopol): Aşezare antică - zona Shtarbashki geran, zona Partselite, Necropolă antică - zona Partselite, zona Chetirite mogili.

3.2. ROMÂNIA

3.2.1. Judeţul Dolj

Judeţul Dolj este un judeţ din România la graniţa cu Bulgaria, în Oltenia, cu capitala la Craiova. Teritoriul regional interbelic acoperă părţile centrale şi sud-vestice ale actualului district Dolj. În această perioadă, districtul a traversat nordul cu judeţele Cheile şi Vâlcea, la vest cu judeţul Mehedinţi, la est cu judeţul Romanashi şi la sud cu Regatul Bulgariei.

În judeţ sunt înregistrate aproximativ şapte sute de situri reprezentând moştenirea istorică din diferite epoci, protejate în Lista monumentelor istorice (Lista monumentelor istorice din România).

Unele dintre cele mai interesante sunt:

❖ Palatul de Justiţie din Craiova



Universitatea din Craiova este situată în partea centrală a oraşului şi a fost construită pentru a fi Palatul Justiţiei. Clădirea a fost proiectată de arhitectul român Ion Socolescu în anul 1890. Pe locul unde află a adăpostit iniţial biserica Gănescu, construită în secolul al XVIII-lea. În 1863 lăcaşul de cult şi-a pierdut proprietăţile odată cu secularizarea bunurilor mănăstirii.

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ Casa Nicolae Romanescu



Casa, care aparține familiei Romanescu, poartă numele celebrului politician Nicolae Romanescu (consilier, primar al Craiovei, deputat și senator timp de 48 de ani), cel mai cunoscut pentru crearea parcului care îi poartă astăzi numele. Din 1974, Casa Romanescu este cunoscută sub numele de Casa Universității, un spațiu pentru activități culturale și științifice organizat de profesori de la Universitatea Craiova.

❖ Biserica Madona Dudu, Craiova



Prima mențiune din documente este din 1758, când pe locul vechii biserici din lemn a fost construită o biserică mai mare din piatră. A fost construit în stil brâncovenesc. În anii 1800-1801, Craiova a fost arsă de turci, inclusiv de biserica Madonna Dudu. Biserica a fost reconstruită în 1842. Această biserică a fost demolată în 1913. Construcția actuală a fost făcută după planurile arhitecților Ion Trăjănescu și Sterie Becu, ridicată între 1929 și 1942.

❖ Ansamblul curții boierilor Jieni



Ansamblul curții boierilor Jieni este un ansamblu de monumente istorice aflat pe teritoriul satului Preajba; comuna Malu Mare. Ansamblul cuprinde moșia boierului Stan Jianu și bisericile Sf. Ștefan și Sf. Gheorghe. Întregul ansamblu a fost construit între secolele al XVII-lea și al XVIII-lea.

❖ Biserica „Sf. Dumitru” - Domnească din Craiova



Legenda spune că această biserică datează de la întemeierea Craiovei. În cutremurul din 1838, biserica a fost arde

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



deteriorată încât în 1889 clădirea originală a fost demolată și a fost ridicată o nouă biserică. În 1933 a fost reconstruită pentru închinare.

❖ Biserica Sfântul Nicolae din Zăval



Prima mențiune documentară a bisericii din satul Zaval a fost din august 1608. Inițial, biserica era „... făcută din stejar, arcadele erau de brad și se afla în partea de sud a satului”. De-a lungul anilor, biserica a fost renovată și reconstruită de mai multe ori. La 8 decembrie 1929, pentru a înlocui biserica veche, s-a pus piatra de temelie pentru noul lăcaș de cult. Biserica a fost finalizată și consacrată la 11 noiembrie 1951.

❖ Biserica „Sf. Gheorghe” a fostului schit Târnavița



Nu se cunoaște data exactă a construcției și ctitorul bisericii. În 1808, a fost ridicat un turn pentru a servi drept clopotniță. Astăzi, doar biserica rămâne din întregul complex de clădiri.

❖ Casele Băniei



Actualele case din Băniei au fost construite de Constantin Brâncoveanu în 1699 în locul unei clădiri mai vechi. La rândul său, a fost ridicat la locul de reședință al boierilor din Craiovești, descendenți direcți ai fondatorului Basarab. Actuala clădire în stil brancovean păstrează încă o parte din subsolul clădirii originale.

❖ Palatul Constantin Mihail



Palatul Jean Mihail este un monument istoric aflat pe teritoriul municipiului Craiova, construit în 1900 - 1907, în stil neogotic, după planurile arhitectului francez Paul Gottéreau, pentru latifundiarul Constantin Dinu Mihail (1837-1908), inaugurat în 1909 de el însuși.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



omul de afaceri Jean Mihail. În prezent, clădirea adăpostește Muzeul de Artă din Craiova.

❖ Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei



Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei este un ansamblu de monumente istorice aflat pe teritoriul municipiului Craiova. Ansamblul este format din următoarele monumente:

❖ Biserica de lemn "Toți Sfinții"- Tălpășești

Înainte de a se muta din satul Tălpășești în Craiova, ea a servit ca biserică parohială. Data construcției nu este cunoscută cu exactitate, dar unele surse îi permit să fie urmărită în anii între 1780-1785. În 1860, a suferit transformări majore și a fost complet restaurat. Din 1894, localnicii s-au interesat mai puțin de biserică din lemn. Arhiepiscopia Craiovei decide mutarea bisericii la Craiova. În 1975, biserică a fost mutată în curtea Arhiepiscopului, iar în 1976 lucrările de reasamblare au fost finalizate.



❖ Casa Vorvoreanu (Palatul mitropolitan)

Palatul Vorvoreanu a fost construit la începutul secolului XX, între 1905-1910, după planurile faimosului arhitect Dimitrie Maimarolu. Armonia formelor, împletită autentic într-un stil pur renașcentist, combină delicatețea și ornamentația subtilă a interioarelor, bogate în decorațiuni, cu exuberanța formelor exterioare și basoreliefurilor. Între 1916 și 1918 comanda militară germană a funcționat în acest palat.



ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



❖ Mausoleul familiei Filișanu



Mausoleul familiei Filișanu este un ansamblu de monumente istorice situate pe teritoriul orașului Filiași. Ansamblul este format din următoarele monumente: Mausoleul familiei Filișanu; Casa-anexă; Zid incintă cu poartă.

❖ Palatul Administrativ din Craiova



Construit între anii 1907-1913 de către arhitectul Petre Antonescu, Palatul Administrativ este cea mai reprezentativă clădire a orașului. Lucrările de construcție au fost realizate de inginerul italian Giovanni Battista Minnutti. În 1915, Muzeul Antichității și Etnografiei din Oltenia a fost adăpostit în Palatul Administrativ, iar între 1916 și 1919 a fost amplasat sediul Departamentului Feroviar German (în timpul ocupației germane). Astăzi, Palatul găzduiește cele mai importante instituții din județul Dolj: Prefectura și Consiliul Județean. Clădirea este construită în stil neo-românesc, din cărămidă și beton armat. Planul clădirii urmează forma literei „E” și are două intrări, principala, la est și a doua, la vest. Intrările sunt amplasate pe cele două fațade ale clădirii, decorate într-un stil arhitectonic românesc vechi. Clădirea este acoperită cu dale verzi, cu accesorii și decorațiuni zincate. În interior, în centru, există o scară onorifică care intră în camerele principale ale clădirii. Deasupra acestei scări se află o cupolă imensă, decorată în stilul reprezentativ al palatului.

❖ Palatul Banca Comerțului



La data de 12 decembrie 1897 (sau 1899) bancherul și omul politic craiovean Constantin Neamțu a înființat la Craiova, sub forma unei afaceri de familie, Banca Comerțului Societatea

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



banară a devenit rapid una dintre cele mai importante și de succes bănci cu capital românesc din România, deschizând mai multe sucursale în multe alte orașe. Banca Comercială a fost proiectată de arhitectul și inginerul român Ion Mincu în 1906 și completată în 1916 de elevul său Constantin Iotzu. Clădirea are un interior bogat, care este decorat cu ipsos, vitralii, mozaicuri venețiene și grile din fier forjat. La deschidere este una dintre cele mai frumoase clădiri din Craiova și chiar din România, impresionând atât prin aspectul exterior, cât și prin interior.

❖ Situl arheologic de la Cioroiul Nou



Situl arheologic Cioroiul Nou este un sit arheologic situat în satul Cioroiu Nou, municipiul Cioroiu. Ansamblul este format din următoarele monumente - o vilă de țară (vilă rustică) și un fort.

Satul este situat la marginea de sud-est a așezării. La fața locului a fost descoperită o așezare romană (II-III d.Hr.). Descoperiri epigrafice mai vechi și mai recente sugerează că fortificația ar fi putut fi ridicată de înfrângerea Legiunii lui Claud al VII-lea. Cioroiul Nou poate să fi aparținut la un moment dat soldaților Legiunii a 4-a.

❖ Ansamblul curții Coțofenilor



Ansamblul este situat pe teritoriul satului Coțofenii din Față și este format din următoarele monumente: casa lui Coțofenilor;

Biserica Adormirea Maicii Domnului; conac neo-român; casa neoclasică; parc și școală veche. Istoric, ansamblul datează de la mijlocul secolului al XVIII-lea. În anii 1930, Regina Maria a României a fost oaspete la aceste case.

Ansamblul este un exemplu de arhitectură rezidențială, remarcabil pentru arhitectura sa, pentru două sute de ani de trai neîntrerupt și pentru modul în care

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No. 4	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



generațiile au crezut că ar trebui să-l îmbogățească punându-și amprenta asupra ei, felul în care a supraviețuit până la al doilea război mondial.

❖ Cula Cernătești



Clădirea a fost ridicată în secolul al XVI-lea, de către boierii Cernătești, având pe atunci scop de apărare. În clădire sunt anumite locuri din care poți vedea în exterior, fără ca din afară să te vadă cineva. Construcția a fost renovată în mai multe rânduri de administrația locală, iar din 1972 a devenit muzeu și în același timp monument istoric, expunând piese de interes arheologic, istoric, documentar, etnografic. Pe fațada principală sunt două intrări, o ușă cu două canaturi masive de stejar spre scara ce urcă la primul nivel și alta la fel de masivă și iscusit zăvorâtă a beciului cu metereze înguste. Obiecte tradiționale vechi de sute de ani se regăsesc în muzeul amenajat în incinta Culei Cernăteștilor. În prezent, monumentul face parte dintr-un program de restaurare derulat de către Consiliul Județean Dolj.

❖ Mănăstirea Coșuna



Mănăstirea Cosuna se afla situată în Craiova și reprezintă una dintre cele mai însemnate clădiri vizitate zilnic de sute de turiști. Mănăstirea Cosuna este cea mai veche construcție de cult din Craiova pe care autoritățile au reușit să o conserve destul de bine. Ceea ce s-a păstrat este însă doar biserica, restul clădirilor care însoțeau mănăstirea fiind distruse în totalitate atât de incendii, cutremure ori inundații. Pentru ridicarea sa a fost nevoie de materiale rezistente, precum piatră sau cărămidă. Îmbinarea elementelor bizantine cu cele tradiționale românești creează o arhitectură total aparte, stârnind admirația tuturor celor care o vizitează.

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

ROMÂNIA - BULGARIA
Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request

Requested

No.

amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Mănăstirea Cosuna ar fi fost ridicată în data de 3 decembrie 1572, potrivit unei atestări documentare. O altă atestare documentară este de părere ca aceasta a fost construită în anul 1483. Manastirea Cosuna - Bucovatul Vechi a fost ridicata in anul 1483, biserica aceasta fiind construita in perioada anilor 1506-1512. Actuala biserica dateaza din anul 1572, din vremea domnitorului Alexandru al II-lea Mircea, cand a fost ridicata de catre Stefan clucerul si fiul sau, Parvu, cu hramul Sfantul Ierarh Nicolae.

Primul nume al manastirii este cel de "Cosuna", cum apare numita intr-un act al mitropolitului Eftimie al Tarii Romanesti (ianuarie 1574) si intr-un act al voievodului Mihai Viteazul (februarie 1574). Aceasta denumire se trage, fie de la cuvântul slavon care inseamna "pasune de iarba", fie de la un cuvânt din latina, care inseamna "fabula", fie de la faptul ca prin aceste locuri coborau adesea oamenii de la munte, care impleteau cosuri de nuiele.

3.2.2. Municipiul Moșăței - beneficiar la proiectul

Pe teritoriul municipiului Moșăței se regăsesc două case de cultură. Spiritualitatea creștină ortodoxă din municipiul este prezentată de opt parohii (patru ortodoxe, trei adventiste, una de Rusalii), care au împrumutat unele elemente din cultul ortodox și folclorul tracilor ale strămoșilor noștri, reușind a se delimita și a crea astfel stilul local original. Existența acestora este premisă pentru dezvoltarea turismului religios.

Pe teritoriul administrativ al municipiului Moșăței, conform Planului național pentru amenajarea teritoriului - secțiune III - Teritorii protejate, este

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg <small>național</small>	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



FONDUL EUROPEAN



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



monumentelor istorice, aprobate prin anexa la Ordinul nr. 2314/2004 al ministrului culturii și aspectelor religioase, se află următoarele monumente istorice:

- poziție nr. 461, monument istoric cod DJ-II-m-B-08259 - biserica "Sfântul Nicolae " din satul Dobridor (1845)
- poziție nr. 531, monument istoric cod DJ-II-m-B-08322 - biserica " Sfântul Nicolae " din satul Moțăței (1802-1804 - restaurată în secolul 19)
- poziție nr. 686, monument istoric cod DJ-IV-m-B-08464 - Crucea din piatră din satul Moțăței-Gară (1770)

IV. STUDIAREA INTERESULUI AMBELOR ȚĂRI ȘI A REGIUNII FAȚĂ DE POSIBILITĂȚILE TURISMULUI CULTURAL, ÎN SPECIAL CELE ALE TURISMULUI ARHEOLOGIC

În scopul studierii interesului ambelor țări și a regiunii față de posibilitățile turismului cultural, în special față de turismul arheologic, a fost organizat și desfășurat un chestionar în rândul reprezentanților părților interesate. Scopul a fost a fi studiate și analizate pozițiile părților interesate cu privire la modalitatea și direcția de dezvoltare a produsului turistic "Arheologie și cultură". S-a primit legătură inversă de la 200 de participanți.

La întrebarea, legată de avantajele competitive ale produsului, 70% din respondenții arată condițiile favorabile pentru integrarea rutei cu alte tipuri de turism, ca cel mai important punct forte. Pe locul doi (56%), după gradul de competitivitate, respondenții prezintă potențialul rutei de a fi inclusă într-un produs turistic internațional mai mare - Limesul Dunărean. O apreciere mai slabă și de o prioritate mai mică este prezentată accesibilitatea economică a rutei.

 Interreg  Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Cu privire la punctele slabe ale rutei și obstacolele pentru transformarea sa într-un produs turistic, în mod așteptat, jumătate din respondenții arată infrastructura generală și specializată slab dezvoltată, ca problema de cea mai mare prioritate. Pe locul doi, părțile interesate pun lipsa spiritului întreprinzător în sectorul turismului, iar pe locul trei - lipsa personalului calificat. Toate aspectele rutei evaluate ca puncte slabe sunt reflectate prin măsuri și activități potrivite în cadrul strategic al Strategiei.

La întrebarea „*Cum vedeți potențialul de dezvoltare a produsului turistic "Arheologie și cultură?"*”, respondenții au avut posibilitatea a stabili prioritar răspunsurile după gradul de fezabilitate.

Cele mai multe aprecieri (63%) în favoarea fezabilității primește: „Includerea produsului turistic "Arheologie și cultură" în cadrul unor produse turistice comune”, respectiv o politică de marketing comună în domeniul turismului pe piața europeană și piețe terțe ("Rute culturale de a lungul cursului Dunării, ruta „Pe drumul împăraților romani” - produs turistic transfrontalier în domeniul turismului cultural, realizat împreună cu Serbia, România și Croația și altele).

O realizare moderată realistă (25,3%) primește viziunea produsului ca „purător al memoriei istorice și a identității naționale și păzitor al credinței creștine”. Propunerea pentru viziunea rutei ca „Destinație principală a turismului cultural și istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria” primește cel mai mic sprijin de către participanții la chestionarea părților interesate (11,7%).

Chestionarul realizat în rândul touroperatorilor bulgari și agenților turistici, a fost menit a studia opinia de expertiză cu privire la caracteristicile, care ar trebui să posedă produsul, pentru a se transforma într-un produs turistic atractiv. Peste

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



jumătate au răspuns că oferă servicii turistice în regiunea transfrontalieră Bulgaria - România și de-a lungul fluviului Dunărea.

La întrebarea „*Vă rugăm să stabiliți prioritatea avantajelor competitive menționate ale produsului, care permit transformarea sa într-un produs turistic, pe scala de la 1 la 4, unde 1 reprezintă prioritatea cea mai mică, iar 4 - cea mai mare*”, 72% menționează ca cel mai important avantaj competitiv este potențialul rutei de a fi inclusă într-un produs turistic internațional mai mare. Cu 57% este evaluată existența condițiilor favorabile pentru integrarea rutei cu alte tipuri de turism (eco-, rural, vinicol, pietonal, velo-, fluvial, maritim și altele) și faptul că patrimoniul natural și cultural din regiunea țintă este un obiectiv potențial de protecție de către UNESCO.

La întrebarea „*Vă rugăm să stabiliți prioritatea limitelor menționate ale rutei, în legătură cu transformarea sa într-un produs turistic, pe scala de la 1 la 4, unde 1 reprezintă cea mai mică prioritate, iar 4 cea mai mare prioritate*” ca obstacolul cel mai important respondenții menționează infrastructura generală slab dezvoltată (drumuri, alimentare cu apă și canalizare, energie electrică) și infrastructura specializată (cazare, alimentație, alte servicii și posibilități de distracție) și lipsa personalului calificat. Pe locul doi după gradul de importanță, respondenții aleg coordonarea slabă a politicilor și măsurilor de gestionare și dezvoltare a site-urilor din ruta.

Ca o dovadă pentru marele potențial al produsului turistic „Arheologie și cultură” de a deveni un produs turistic integrat eficient, care ar putea dezvolta turismul de nișă în regiunea de cooperare transfrontalieră și a ajuta la soluționarea problemei complexe identificate a regiunii și a orașelor mici de pe teritoriul său, ar putea fi acceptate răspunsurile întrebării: *Considerați ca diferențierea*

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



produsului turistic "Arheologie și cultură" reprezintă, în sine însăși, un produs turistic atractiv ? - Peste jumătate din respondenții (62%) răspund afirmativ la această întrebare.

La întrebarea „*Care sunt principalele probleme pe care le vedeți în fața dezvoltării și afirmării produsului turistic "Arheologie și cultură" în regiunea transfrontalieră ?*”, respectiv la aspectele definite, respondenții răspund în felul următor:

- Lipsa interpretării suficiente și contemporane a site-urilor culturale pentru turiștii - 32%
- Lipsa unor informații statistice actuale și adecvate operaționale - 28%
- Infrastructura insuficientă și slab dezvoltată, care asigură accesul la patrimoniul cultural și istoric din regiune - 78%
- Numărul insuficient al personalului turistic calificat - 65%
- Publicitate insuficientă - 80%

Suma % depășește 100%, întrucât respondenții au menționat mai mult de un răspuns. Studiile arată că conform opiniilor turiștilor, o problema majoră cu care se confruntă dezvoltarea și afirmarea produsului turistic și în general utilizarea produselor, legate de turismul cultural, este lipsa de unul sau mai multor din elementele menționate: noutate (sursă de experiență neobișnuită), inspirație (impact provocativ și stimulant), emoții (provoacă diferite emoții), înțelegere (privind caracterul site-ului / manifestării și a mediului său), calitate (servicii, orientate consumatorului). Bineînțeles, problemele sunt strâns legate și de construirea unei infrastructuri specializate. În majoritatea cazurilor aceasta lipsește, sau facilitățile sunt amortizate moral, sunt oferite servicii unice, iar informațiile sunt limitate sau insuficient de atractive.

majoritatea cazurilor aceasta lipsește, sau facilitățile sunt amortizate moral, sunt oferite servicii unice, iar informațiile sunt limitate sau insuficient de atractive.	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



La întrebarea „*Pentru ce tip de turiști ar fi fost atractiv Produsul turistic "Arheologie și cultură?"*“, touroperatorii menționează:

- Persoane în vârstă medie și peste această vârstă, organizate în grupuri - 52%
- Persoane în vârstă medie, care își organizează singure călătoriile - 38%
- Grupuri organizate în croaziere pe Dunărea - 10%

La evaluarea vizitării rutei, 73% din respondenții răspund că acesta s-ar putea dezvolta ca un produs sezonier, iar 27% - ca un produs actual în decursul anului întreg.

O perspectivă optimistă cu privire la realizarea produsului prezintă răspunsurile întrebării „*Dacă ruta deja este un produs finit gătit, l-ați putea include în serviciile voastre turistice?*“ La întrebarea, legată de cea precedentă: „*Dacă ați putea include numai anumite site-uri din ruta, vă rugăm a menționa criteriile pentru alegerea acestora*“, respondenții menționează trei criterii:

- Atractivitatea pentru grupul țintă al clienților și orientarea spre experiențe a turiștilor, ci nu doar vizitarea site-urilor
- Destinație interesantă, bine organizată, cu drumuri de acces în bună stare, restaurante bune, posibilități de desfășurare a unor evenimente suplimentare
- Accesibilitate, posibilitate de cazare, ofertă suplimentară (restaurante, crame, evenimente culturale)

La întrebarea „*Care sunt premisele cheie pentru afirmarea produsului turistic "Arheologie și cultură?"*“, respectiv la aspectele definite în răspunsurile respondenții răspund în felul următor:

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.1.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- Elaborarea conceptului produsului, bazat pe abordări tematice de interpretare contemporană - 34%
- Dotarea site-urilor cu facilități interactive contemporane, corespunzătoare conceptului, cu care ar putea fi creat pachet de servicii diverse - 65%
- Comunicare eficientă între toate părțile interesate, incluse la dezvoltarea turismului cultural, inclusiv participare activă a părților interesate din sectorul public și privat la gospodărirea și gestionarea atracțiilor culturale - 73%
- Angajarea unor ONG-uri locale, cadre de conducere municipale și organizații de afaceri la elaborarea și realizarea proiectelor în domeniul turismului cultural, finanțate prin fonduri provenite de la diferite programe - 68%
- Elaborarea și diseminarea unor materiale informaționale și promoționale, desfășurare și participare la seminare, mese rotunde, conferințe, expoziții turistice și alte activități PR, campanii promoționale și de marketing și alte inițiative, legate de dezvoltarea turismului cultural - 98%
- Propunerea unui echilibru între experiență specială, asociată unui atașament emoțional, confort și calitatea serviciilor - 56%

Suma % depășește 100%, întrucât respondenții au menționat mai mult de un răspuns.

În ceea ce privește fluxul de turiști, participanții la chestionarul au prezentat după prioritate, trei grupuri de țări, din care s-ar putea aștepta cel mai mare număr de vizitatori. Aceste informații sunt utile la planificarea activităților de marketing pentru popularizarea rutei. Conform opiniei respondenților, țările cu cele mai puternice tradiții în domeniul turismului cultural și istoric, care sunt simultan și destinații concurente și potențiale pentru atragerea turistilor sunt:

 Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Italia, Grecia, Spania, Austria, Germania, Franța, Croația. Totodată, țările din Europa de Vest, Centrală și de Nord, mai concret Franța, Germania, Belgia și Spania, care formează un grup potențial de vizitatori sosiți, vizitatori ai rutei. Touroperatorii menționează numai Japonia ca o țară din afara Europei, cu un interes potențial față de ruta.

Ultima întrebare din chestionarul „*Vă rugăm să menționați criteriile, după care firma dvs. alege produsele turistice, pe care le va oferi?*” este menită a studia elementele produselor turistice reușite, care dacă este posibil, să fie proiectate și asupra produsului turistic în procesul de dezvoltare a produsului “Arheologie și cultură”, printre care:

- Orientare legată de experiențe plăcute ale turiștilor și locații frumoase de făcut fotografii
- Atractivitate
- Posibilități pentru mai multe experiențe (exact cu scopul de satisfacere a acestei necesități în ruta sunt incluse site-uri din patrimoniul cultural nematerial)
- Gradul de vânzare
- Oferim produsele, pentru care primim cele mai multe cereri. Dacă primim numai cereri individuale cu aceeași cerințe, formăm și program de pachet
- Autenticitate, accesibilitate, posibilitate de cazare, ofertă suplimentară.

Din răspunsurile reiese necesitatea de premise (autenticitate, atractivitate, mai multe experiențe) pentru transformarea anumitei destinații turistice într-o destinație căutată, pe baza căreia se formează pachetul turistic. ~~Adică abordarea~~

 Interreg  Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



aplicată în oferta turistică este de jos în sus. Aceasta predetermină dezvoltarea produsului să fie planificată în perspectiva analogică - *condiții - cerere - ofertă*.

V. DEFINIREA GRUPURILOR ȚINTĂ ȘI A SEGMENTELOR DE PIAȚĂ ALE TURIȘTILOR. DESCRIEREA INTERESELOR ȘI NECESITĂȚILOR ACESTORA

1. PRINCIPALE GRUPURI DE PIAȚĂ ȚINTĂ

În ciuda diferențelor între ele, piețele generatoare ar putea fi grupate în două tipuri:

- ❖ *Piețe europene vestice (Marea Britanie, Germania și Suedia)*, care de obicei prezintă o capacitate de cumpărare ridicată, o mare intensitate a deplasărilor peste frontieră și ocazionarea unor cheltuieli mari în străinătate. Totodată, o trăsătură comună pentru cele trei piețe este afinitatea lor ridicată la vacanțe la mare și o climă caldă și însorită - care nu se regăsește în aceste țări.
- ❖ Al doilea grup este format din *țările Europene Estice, respectiv piețele vecine (Cehia, Rusia, Ucraina, Serbia, România, Grecia și Turcia)*. Spre deosebire de piețele europene vestice, în care majoritatea populației își poate permite deplasări peste frontieră sau călătorii până Bulgaria, respectiv România, doar o mică parte din populația țărilor europene estice sau din piețele vecine își poate permite deplasare în străinătate (din cauza capacității de cumpărare mai scăzute din aceste țări). Un avantaj comun al acestor piețe este faptul că ele prezintă o anumită "apropiere" cu Bulgaria, respectiv cu România, ceea ce ar însemna apropiere geografică ca țări vecine

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂUI



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



(cea ce de obicei determină creșterea numărului deplasărilor), sau apropiere și cunoaștere, bazate pe cultura, istoria și limba similare.

2. PIEȚE PRIORITARE ÎN CONTEXTUL TURISMULUI CULTURAL ȘI ISTORIC

Cunoașterea pieței turistice ca un punct de reper al marketingului permite cunoașterea mediului extern al unităților turistice. Conform poziției Organizației mondiale de turism, segmentul de piață al turismului cultural se deosebește printr-un potențial mare în creștere. În Strategia de marketing sunt identificate piețele țintă pentru produsul turistic "Arheologie și cultură", care sunt prezentate mai jos:

2.1. PRINCIPALELE PIEȚE PRIORITARE

1.) Germania, Austria, Slovacia, Ungaria, Croația, Serbia, Moldova, Ucraina - țări traversate de fluviul Dunărea

2.) Cehia, Polonia (piețe tradiționale pentru turismul bulgar) și Franța, Spania, Italia (piețe tradiționale pentru turismul român)

3.) Israel (un număr în creștere al vizitelor turistice în România și Bulgaria)

D.p.d.v al aspectului geografic, principala piața emitentă de turism cultural și cognitiv este Europa. Compasiunea la trecutul comun al continentului, căutarea legăturii cu istoria, mai ales cu țările traversate de fluviul Dunărea, ar putea motiva interesul față de călătoriile turistice.

2.2. PIEȚE PRINCIPALE DE PRIORITATE MEDIE

1.) SUA și Olanda (numărul în creștere al înnopțărilor realizate)

2.) Letonia, Lituania, Estonia (flux turistic în studierea culturilor noi)

ROMANIA - BULGARIA	
creștere și interes față de	
Interreg	
Proiect code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3.) Marea Britanie (un flux turistic mare cu grup de vârstă țintă 66+)

4.) China (un număr în creștere a vizitelor turistice în România și Bulgaria);

Pe piețele emitente îndepărtate SUA și China, turismul cognitiv își găsește locul prin oferirea contactului cu alte culturi. Ruta oferă vizitarea mai multor țări, fiind destul de atractivă prin această. Un aspect cheie pentru penetrarea la aceste piețe este posibilitatea de integrare a produsului turistic "Arheologie și cultură" la alte rute din regiunea transfrontalieră.

Turiștii din Marea Britanie sunt de vârstă medie și peste vârsta media, cu venituri medii și mari, pentru care accentele potrivite referitoare la produsele turistice sunt rutele culturale și istorice; turele culinare și vinicole.

2.3. PIEȚE DE PRIORITATE SCĂZUTĂ

1.) Federația Rusă (piața tradițională pentru turismul bulgar, cu precădere maritim) și țările Scandinave (interes în creștere față de croazierele fluviale)

2.) Portugalia, Malta, Cipru, Irlanda (posibilitate de diversificare a formelor de turism practicate de acest țări cu croazierele fluviale)

Accentele potrivite referitoare la produsele turistice pentru piețele selectate de prioritate scăzută sunt: ruta culturală și istorică; tururi culinare și vinicole.

2.4. PIEȚE DE PRIORITATE LIMITATĂ

1.) Elveția și Luxemburg (preferințe pentru o clasă de destinații mai mare și mai scumpă)

2.) Țări din Asia Mijlocie, Orientul Îndepărtat, America Latină, Africa, Australia, Noua Zeelanda și Canada

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg

 Project code: ROBG-568	
FLC request No. /	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3. PROFILUL TURISTULUI

3.1. PROFILUL TURISTULUI CONTEMPORAN

Profilul contemporan al consumatorului serviciilor turistice și divertismentelor pe plan mondial se deosebește cu următoarele caracteristici:

- Cine caută „produs turistic inovativ” - combinarea unui serviciu standard cu un produs specific, care corespunde intereselor turistului - sport, producția de vin, muzică și cultură.
- Are o experiență turistică, care îi permite a aprecia valoarea serviciilor turistice și a alege raportul optim preț-calitate. Decizia legată de vacanța este orientată pe baza prețului.
- Solicită mai mult pentru că dispune de mai multe informații. Este mai bine informat despre produsul ca atare și despre destinația turistică respectivă. Este conștient că participă la o piață de ofertă, ci nu la o piață de cerere. Aceasta îl face foarte flexibil și neconstant cu privire la criteriile consumului său și la luarea deciziilor turistice.
- Caută un produs „hit” , precum turismul de pelerinaj.
- Dorește a fi mai activ la confirmarea individualității sale. Nu doar participă la experiența, dar își alege singur elementele sale. Caută autorealizare.
- Dorește a satisface mai multe din interesele sale spirituale, pentru că este mai bine educat. Acesta este interesat nu numai de produsul principal, ci și de existența programelor suplimentare.
- Separă în părți sejurul său. Vacanțele sunt mai scurte și mai multe, fiind repartizate în cursul anului întreg.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- Este ispitit de diferite destinații zilnice și de produsele, sau de călătorii de aventură exotice, pe distanțe lungi.
- Își păstrează preferințele față de destinațiile tradiționale și relativ apropiate.
- Caută mai multe produse și pachete turistice. Caută sejurul în natura, aventuri, exotică, risc, sport, împreună cu produsele clasice - recreere, cultură și culinarie.
- Posedă o conștiință mai bine dezvoltată cu privire la utilizarea prietenoasă și durabilă a mediului natural, sub care înțelege dezvoltare între peisajul natural și urbanizarea, precum și posibilitatea de savurare intensivă.
- Dorește a stabili contacte noi cu populația locală. Își dorește a fi bine întâmpinat și acceptat, a se integra în ambianțe noi.
- Folosește un număr mai mare și mai diversificate surse de informații pentru luarea deciziilor referitoare la călătoriile turistice. Sursa dominantă a turiștilor străinii este agenția turistică, cel mai potrivit canal de comunicare este Internetul. Nu trebuie neglijate nici canalele neformale (persoane apropiate și cunoștințe), nici importanța experienței anterioare.

3.2. PROFILUL TURISTULUI BULGAR

- turiști în vârstă cu capacitate de muncă, care caută recreere și refacere
- familii și grupuri (familii și prieteni), care caută siguranță și garanție de calitate
- turiști cu propria lor experiență, care apreciază raportul pret-calitate
- turiști care călătoresc în afara sezonelor active - week-end-uri și zile de sărbători

ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- turiști, care călătoresc cu un sejur mai scurt, dar mai des și pe tot parcursul anului
- turiști care prezintă căutare activă, flexibili la alegerea sa și cu propria lor opinie, care își organizează singuri călătoria și care tind să combine câteva tipuri de turism
- turiști care au o legătură emoțională cu Bulgaria (bulgari, care trăiesc în străinătate), și care apreciază oferta site-urilor culturale și istorice
- turiști, care caută mulțumirea necesităților suplimentare, de calificare educațională și un nivel intelectual superior, care au nevoie de produse suplimentare în diferitele tipuri de turism
- persoane, legate de natura și modul de viață ecologic, care au cerințe legate de folosirea rațională a resurselor naturale și utilizarea turismului durabil
- persoane active în rețeaua globală, care folosesc servicii electronice, tehnologii noi (mobile)
- persoane cu propriile proprietăți imobiliare sau care sunt cazate la rude proprietari ai unor imobiliare, care tind a combina călătoria cu scopul „turism rural” cu alte tipuri de turism specializate (montan, eco, cultural, spa, vânat și pescuit).

3.3. PROFILUL TURISTULUI, CARE CAUTĂ PRODUSUL TURISMULUI CULTURAL

Profilul turistului bulgar, care caută produs al turismului cultural, se apropie foarte mult de profilul turistului internațional, anume:

- are o capacitate de plată mai mare și ocazională mai multe cheltuieli pe loc
- petrece mai mult timp într-o anumită destinație turistică



Interreg



ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- mai des înnoptează la hotel
- este mai bine educat față de nivelul mediu al turiștilor
- predomină călătorii în vârstă de peste 35 de ani.

Conform unui studiu, pentru turiștii care vizitează țara de primă dată și cei pentru care prezenta călătorie cu scop de vacanță este minim a două, motivul principal de a alege Bulgaria sunt mai degrabă site-urile culturale și istorice.

Profilul turistului bulgar:

Turismul cultural se practică de 12% din turiștii în sezonul de vară (ocupând al treilea loc după turismul maritim și cel rural) și 18.6% extrasezon:

- Persoane de toate vârstele
- Cu precădere persoane care locuiesc în afara capitalei
- Acest tip de turiști sunt mai degrabă cititori decât vizionari de televiziune sau ascultători de radio
- Mai des din grupuri de persoane cu venituri medii și mai mari
- 46 lv. cheltuieli medii pe zi extrasezon activ, durata medie a sejurului - 2.8 zile.

Profilul turistului internațional:

- 37% din turiștii își organizează vacanța prin intermediul unei agenții turistice, iar 26% se deplasează neorganizat
- 36% își planifică vacanța cu aproximativ o lună înainte de călătorie
- Sursa principală de informații sunt touroperatorii și agențiile turistice, precum și paginile de Internet
- 49% în vârstă de 36-55 ani, 36%-15-35 ani

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- 55% au mai vizitat Bulgaria
- 30% sunt turiști din Europa de Vest, 25% din țările Balcanice, 17% din Rusia
- Cel mai lung timp au petrecut în Bulgaria triștii din Rusia (în medie 8 înnoptări), iar cel mai scurt timp - vizitatorii din țările Balcanice (în medie 3,9 înnoptări).
- Vacanța mai lungă este tipică turiștilor mai în vârstă (peste 65 de ani), pensionarilor, gospodăriilor cu venituri lunare mari, care petrec vacanță "relaxantă", și care călătoresc individual sau în grupuri formate de câte 5 sau mai multe persoane
- Sejurul scurt este tipic persoanelor în vârstă de muncă (36-55 ani), persoanelor care călătoresc fără o rezervare prealabilă sau celor, care vizitează țara de primă dată
- 73% au vizitat mai mult de 2 locații

Conform studiilor efectuate, durata medie a sejurului turiștilor străini, care practică diferite tipuri de turism specializat este de 6 înnoptări, sejurul cel mai lung înregistrând turiștii din Rusia - medie 8.5 înnoptări, cel mai scurt fiind înregistrat de turiștii din țările vecine - medie 3.8 înnoptări. Cheltuielile medii ocazionate de o persoană pe zi însumează 67 euro. De obicei 47% din persoanele, care practică turism specializat au plătit în avans pachet de servicii turistice, iar 72% din cele care practică diferite tipuri de turism specializat îl combină cu alte tipuri de turism.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.7.....	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



4. TIPURI DE TURIȘTI

Conform evaluării experților a studiilor efectuate, a documentelor existente și a analizării informațiilor, s-ar putea presupune segmentarea turiștilor în patru categorii (tipuri de turiști), după cum urmează:

A. Turiști locali - turiști care provin din locații, situate la distanță de maxim 50 km. Ei nu au nevoie de cazare la locul destinației. Deplasarea acestora se încadrează în 1 oră, folosind mijloace de transport proprii sau ale transportului public.

B. Turiști din țara - triști din locații îndepărtate până la o distanță de până în 400 km. Deplasarea acestora se încadrează în 3-5 ore, folosind mijloace de transport proprii sau ale transportului public. Necesită cazare la destinația la hoteluri, spații private închiriate, pensiuni.

C. Turiști internaționali. Pentru deplasarea sa folosesc transport internațional - transport aerian, vapoare de călători (croaziere), autobuse de turiști. Propriile sale autoturisme. Deplasarea acestora durează de la câteva ore până la câteva zile. Ar putea avea nevoie de cazare în locul destinației la hoteluri, spații private închiriate, pensiuni sau a nu avea nevoie de cazare (în cazul croazierelor).

D. Turiștii cu bicicletă, turiștii de la canotaj și iahturi - deplasarea acestora durează de la câteva ore până la câteva zile. Ar putea avea nevoie de cazare la destinația, la hoteluri, spații private închiriate, pensiuni sau a nu avea această nevoie (turiștii camping).

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Aceasta segmentare va sprijini procesul de dezvoltare a mix-ului de marketing, va facilita definirea clară a canalelor de comunicație, strategiei de produs, de preț și a celei promoționale a produsului turistic comun "Arheologie și cultură"

5. MODELE DE VACANȚĂ A TURIȘTILOR, CARE VIZITEAZĂ EUROPA

Conform unui studiu al Comisiei europene turistice referitor la preferințele și motivele turiștilor, legate de călătoriile realizate de turiștii din 9 piețe din Europa, sunt definite câteva particularități și caracteristici ale diferitelor segmente de vizitatori. Studiul acoperă 9 piețe: Europa, SUA, Canada, Brazilia, Rusia, India, Asia de Sud-est, Japonia și Coreea (ca o piață comună).

Sunt supuse studiului șase tipuri de turism specializat: cultural, eco, shopping, divertisment, sportiv și turism de afaceri, pentru fiecare piață fiind determinate clustere motivaționale de frunte, care prezintă tipuri de turism preferate. Prin urmare sunt diferențiate două tendințe clar exprimate, anume: vizitatorii din America de Nord (SUA și Canada) vizitează Europa conduși cu precădere de motivul a cunoaște și a vedea patrimoniul cultural, această dorință fiind cel mai slab exprimată pe piețe precum Brazilia, China și în special India. Studiul include și o analiză comparativă a factorilor motivați, care influențează alegerea vacanței și practicarea turismului de către turiștii europeni și turiștii din America de Nord. Rezultatele arată că turiștii europeni când vizitează America sunt interesați mai degrabă de divertisment, vizitarea unor parcuri tematice și de distracție, shopping, divertisment pe plajă, odihnă și viața de noapte, iar turiștii americani care vizitează Europa manifestă interes față de site-uri culturale, turism

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



urban, vizitarea unor parcuri naturale, etc. De la rezultatele studiului reiese că turiștii europeni care își petrec vacanțele în Europa, practică cu un tip de turism asociat în majoritatea cazurilor, turismului cultural și sportiv (39%), urmat de eco turismul (25%) și divertismentul (19%). În plus, ei sunt interesați de bucătăria locală, shopping, viața de noapte, considerând atractive și croazierele, vizitarea unor centre de divertisment și parcuri tematice.

Turiștii ruși, care vizitează Europa, combină vacanța cu vizitarea unor evenimente sportive sau cu practicarea turismului sportiv (63%), precum și cu vizitarea unor site-uri culturale (45%), și cu eco turismul (35%) și divertismentul (28%). Ei tind a consuma mai mult, practicând activități asociate precum shopping, gastronomie, vizitarea unor concerte, centre Spa și un spectru larg de activități suplimentare. Aceasta se referă și la turiștii care practică turismul maritim, căror interese ocupă diferite nișe de servicii și divertisment.

Turiștii din Canada, care vizitează Europa, sunt interesați de site-uri culturale (60%), natură (34%) și turism activ/ sportiv (29%). Ei combină aceste tipuri de turism cu shopping și vizitarea unor parcuri de divertisment. Consideră foarte atractive activitățile în aer liber și în mijlocul naturii.

Turiștii din China vizitează Europa atrași de posibilitatea de a fi în mijlocul naturii (41%), a face cumpărături (39%), și a practica activități sportive (38%). Consideră atractivă viața de noapte, precum și vizitarea unor parcuri de divertisment.

Turiștii din Japonia și Coreea, care vizitează Europa, practică eco turism (47%) și turism cultural (34%). Totodată, ei sunt interesați de shopping și de bucătăria locală.

interesați de shopping și de

ROMÂNIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



VI. PRODUSE TURISTICE COMPETITIVE DIN REGIUNE CTF

Ca un produs turistic competitiv din regiunea CTF este identificat produsul cultural și istoric comun: **Ruta „Limesul roman pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“**, situată în zonele estice extreme ale continentului european. Coloana vertebrală principală a rutei urmărește cursul inferior al fluviului Dunărea, care astăzi reprezintă frontiera naturală între România și Bulgaria. Ruta include 62 de site-uri, dintre care 24 de site-uri sunt situate în România, iar 38 - în Bulgaria, asociate sincron, făcând parte în mod original din patrimoniul roman. Obiectul principal al rutei - patrimoniul cultural și istoric, contribuie la dezvoltarea și afirmarea specializării Regiunii Dunărea.

Site-uri incluse în ruta:

România: județul Mehedinți (Castrul roman „Drobeta“, orașul Drobeta - Turnu Severin; ruinele Podului lui Traian, orașul Drobeta - Turnu Severin; Muzeul regional de istorie „Porțile de Fier“; Castrul roman „Hinova“, orașul Hinova); județul Dolj (Castrul roman „Cioroiu Nou“, Cioroiu Nou; Castrul roman „Răcarii de Jos“, Răcarii de Jos; Muzeul Oltenia, secția „Arheologie“, orașul Craiova); județul Olt (Cetatea romană „Sucidava“, orașul Corabia; Podul roman la Corabia, orașul Corabia, Orașul antic „Romula“, satul Reșca; Muzeul „Romanați“, orașul Caracal); Județul Teleorman (Muzeul județean Teleorman, orașul Alexandria); Județul Giurgiu (Muzeul județean „Teohari Antonescu“, orașul Giurgiu); județul Călărași (Muzeul Dunărea „Dunărea de Jos“, secția „Comori și arheologie“ orașul Călărași); Județul Constanța (Muzeul național de istorie și arheologie din Constanța; Orașul antic „Tomis“; Edificiu roman cu mozaic, orașul Constanța; Monumentul triumfal „Tropaeum Traiani “ și muzeul de arheologie „Adamclisi“, Cetatea Romană

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



„Capidava“, orașul Capidava; Cetatea romană „Carsium“, orașul Hârșova; Muzeul „Carsium“, orașul Hârșova; complexul muzeistic ”Histria”, orașul Histria; Muzeul de arheologie ”Calatis”, orașul Mangalia; Site-ul arheologic ”Calatis”, orașul Mangalia).

Bulgaria: Județul Vidin (Cetatea antică ”Bononia”, orașul Vidin; Cetatea Medievală și Otomană ”Bdin”, orașul Vidin; Muzeul regional de istorie, orașul Vidin; Orașul antic ”Ratiaria”, satul Archar; Cetatea romană ”Kaletu” (Fortress Belogradchik), orașul Belogradchik; Muzeul de istorie din orașul Belogradchik; Castelul antic „Castra Martis”, orașul Kula); Județul Montana (Muzeul regional de istorie din orașul Montana; Orașul antic ”Almus”, orașul Lom; Muzeul de istorie din orașul Lom); Județul Vratsa (Muzeul regional de istorie din orașul Vratsa; Cetatea antică „Augusta”, satul Harlets; Cetatea „Kamaka”, orașul Oriahovo; Muzeul de istorie din orașul Oriahovo); Județul Pleven (Orașul roman „Ulpia Escus”, satul Gigen;

Stația de drum și castel antic ”Dimum”, orașul Belene; Cetatea antică ”Storgozia”, orașul Pleven; Muzeul regional de istorie din orașul Pleven; Cetatea „Nicopole”, orașul Nikopole); Județul Veliko Tarnovo (Orașul antic ”Nove”, orașul Svishtov; Muzeul de istorie din orașul Svishtov; Orașul roman „Nicopolis ad Istrum”, satul Nikiup; Muzeul regional de istorie din orașul Veliko Tarnovo); Județul Ruse (Cetatea antică ”Sexaginta Prista”, orașul Ruse; Muzeul regional de istorie din orașul Ruse; Așezarea antică și medievală „Yatrus”, satul Krivina; Cetatea „Cherven”, satul Cherven); Județul Silistra (Orașul antic „Transmariska”, orașul Tutrakan; Muzeul de istorie din orașul Tutrakan; Orașul antic „Durostorum”, orașul Silistra; Muzeul regional de istorie din orașul Silistra; Mormânt roman, orașul Silistra; Vita romană, orașul Silistra).

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



În procesul realizării proiectului ROBG-337 "Cultura în verde" din programul INTERREG V-A România-Bulgaria 2014-2020 »Rute turistice culturale transfrontaliere integrate" sunt elaborate trei rute turistice culturale integrate cu accent asupra site-urilor culturale, meșteșugurilor, turismul asociat festivalurilor și manifestărilor din regiunea Vratsa - Piatra Olt, după cum urmează: Ruta 1 „Turism și cultura pentru amatori“; Ruta 2 „Turism și cultură pentru călătorii mici“; Ruta 3 „Turism și cultura pentru cunoscători“.

VII. PARTICULARITĂȚI SPECIFICE ALE PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

Produsul turistic "Arheologie și cultura" include site-uri culturale din regiunea - rămășițe de sate romane, biserici, mănăstiri, etc., dezvoltarea și afirmarea acestui produs reprezintă o premisă cheie pentru atragerea turiștilor care manifestă interes în domeniul arheologiei, iconografiei și religiei, precum și iubitorilor turismului cultural, rural, sportiv, de aventură, ecologic, și nu în ultimul rând, turismul legat de vizitarea site-urilor protejate de UNESCO. Interesul creat, respectiv, dezvoltarea turismului, va stimula municipiile și alte organizații, a căuta finanțare suplimentară și inițiative menite reconstrucției și protejării monumentelor culturale și istorice.

În procesul de elaborare a prezentului document strategic sunt identificate următoarele particularități specifice ale produsului turistic "Arheologie și cultură", pe baza nevoilor grupurilor țintă, segmentelor de piață și avantajelor competitive ale altor produse.

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



1. POTENȚIALUL DE PIAȚĂ AL RUTEI TURISTICE

Regiunea transfrontalieră România - Bulgaria deține un potențial turistic nevalorificat, care necesită investiții serioase, marketing atractiv și gestionare eficace. Principalele premise pentru transformarea produsului turistic într-un produs căutat sunt: **autenticitate, atractivitate, mai multe experiențe, care permit formarea unui pachet turistic.** Abordarea propusă pentru dezvoltarea produsului este planificarea într-o perspectivă analogică - condiții - cerere - ofertă. În această legătură, principalele elemente ale conceptului de marketing turistic urmează a fi desfășurate prin parcurgerea următoarelor etape: cunoaștere, previziune, acțiune.

Potențialul de piață al produsului turistic "Arheologie și cultură" s-ar putea desfășura cu succes prin marketing integrat. Dezvoltarea activităților turistice în condiții foarte eficiente presupune sincronizarea activităților tuturor agenților economici la nivel micro și macro. În caz contrar eforturile uneia sau mai multor unități din lanț vor fi anulate de restul unităților.

Potențialul de piață al produsului turistic este format de simbioza dintre următoarele elemente interconectate:

- ❖ **Autenticitate.** Ruta are o valoare culturală și istorică foarte mare, fiind rezervată autenticitatea site-urilor sale. Desigur, aceasta prezintă o concentrație teritorială a patrimoniului turistic și a ofertei turistice ca atare. Prin aceste caracteristici, produsul concentrează atenția turiștilor cu o afinitate bine exprimată față de patrimoniul cultural și istoric.
- ❖ **Atractivitate.** Ruta este stabilită d.p.d.v. teritorial pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria, care este caracterizată printr-un



Interreg



ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



potențial turistic bogat. În ciuda dezvoltării economice slabe și lipsa capacității sale de a fi recunoscută ca o destinație turistică de către turiștii străini și de cei autohtoni, resursele naturale și antropogene diversificate reprezintă o premisă pentru popularizarea regiunii și pentru dezvoltarea turismului pe tot parcursul anului. Direcția tematică aleasă „Arheologie și cultură” „conviețuiește” cu alte elemente ale mediului cultural de importanță mondială, internațională și națională: patrimoniul roman; artefacte din perioada Paleolitică și Neolitică, site-uri arheologice, arhitecturale, etnografice și religioase, monumente ale artei din timpul totalitarismului și contemporane, site-uri din Lista patrimoniului mondial cultural UNESCO.

2. AVANTAJE COMPETITIVE ALE PRODUSULUI TURISTIC

2.1. PRODUSUL TURISTIC „ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ” - „MOȘTENITORUL UNOR CIVILIZAȚII ANTICE” ȘI PREMISĂ PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI CULTURAL

Produsul turistic, deși slab dezvoltat până în prezent, dispune de resurse foarte valoroase pentru dezvoltarea turismului cultural, inclusiv site-uri arheologice, arhitecturale, religioase, obiective istorice, precum și instituții culturale - muzee, galerii, case de lectură și evenimente culturale de diferită natură, legate de cultura nematerială, caracterizate prin diversitatea, autenticitatea și unicitatea sa.

În plus, este prezentă o tendință de creștere a turismului cultural pe plan mondial. Dacă la mijlocul primului deceniu din secolul 21 în jur de 40% din turiștii

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.4.....	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



de pe glob au practicat acest tip de turism (conform chestionarului realizat în rândul unui număr de 10 000 de persoane pe plan mondial, de către visitbritain.com)² 57% din turiștii arată că aleg cultura sau patrimoniul cultural ca un motiv de a călători. Aceasta se datorează pe de o parte informațiilor tot mai accesibile cu privire la diferite subiecte culturale și istorice, iar pe de altă parte - la prelungirea vacanțelor urbane și de week-end scurte în scopul vizitării unor evenimente culturale. Un aport la dezvoltarea acestui tip de turism, bineînțeles, revine și noilor servicii de transport (de exemplu transportatori aerieni low cost), care fac accesibile destinațiile turistice pentru un număr tot mai mare de turiști.

2.2. POSIBILITATE DE INTEGRARE CU ALTE TIPURI DE TURISM

Un punct forte al produsului turistic și premisă pentru dezvoltarea și afirmarea sa este posibilitatea de a fi integrat cu alte tipuri de turism (eco, rural, viticol, pietonal, velo, fluvial, maritim, etc.).

Totodată, ca o premisă pentru afirmarea sa, este identificat potențialul său de includere într-un produs turistic internațional mai mare - Limesul Dunărean (7 țări).

2.3. DESTINAȚIE IEFTINĂ

Indiferent de faptul că nu doar produsele turistice oferite pe teritoriul bulgar al regiunii transfrontaliere, dar și cele oferite pe teritoriul întreg bulgar sunt definite ca și "ieftine" și țara are o imagine de o destinație ieftină, ~~considerăm~~ că prin poziționarea noului produs turistic vor fi prezente circumstanțe obiective, care ar


² Strategia pentru dezvoltarea durabilă a turismului, orizont 2030

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.1.....	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



putea schimba atitudinea existentă la nivelul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria.

2.4. POSIBILITATE DE SEGMENTARE A PRODUSULUI

Un avantaj competitiv esențial al produsului creat este posibilitatea de segmentare a produsului: crearea individuală a unor sub-rute la nivel municipiu/ județ; la nivel transfrontalier prin conectarea de două sau mai multe municipii, din partea bulgară, română sau româno-bulgară; la nivel de tipuri de site-uri, etc.

Pe de altă parte, produsul are capacitatea a menține și a exprima diferitele tipuri de raporturi între elementele, care reflectă importanța sa de valoare culturală: urme materiale și nemateriale; obiective culturale (antropogene) și naturale; elemente provenite din diferite perioade, etc. Această flexibilitate la construirea sub-produselor asigură în mare măsură posibilitatea de poziționare a produsului și garantează libertate de alegere din partea diferitelor tipuri de turiști.

2.5. APLICAREA UNOR MECANISME FLEXIBILE LA FORMAREA PREȚULUI

Un avantaj competitiv al produsului turistic este posibilitatea de aplicare a unor mecanisme flexibile la formarea prețului, care depinde de o serie de factori. Din cauza necesității de penetrare pe piața turistică a produsului turistic inovativ comun (bulgaro-român), strategia cea mai reușită este strategia de „penetrare prin prețuri” (price-penetration). Aceasta permite aplicarea unui model dinamic, cu segmentarea diferitelor tipuri de turiști pe categorii, în funcție de volumul și calitatea serviciilor folosite.

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.9.....	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2.6. POSIBILITATE DE APLICARE A UNEI SERII BOGATE DE TEHNICI DE MARKETING ȘI INSTRUMENTE PROMOȚIONALE

Un avantaj al produsului este posibilitatea de aplicare a unei serii bogate de tehnici de marketing și instrumente publicitare pentru poziționarea sa publică. Popularitatea existentă a unor site-uri contribuie la mai bună recunoaștere a rutei, dar specificul constă în promovarea sa ca un sistem de site-uri culturale și istorice, care se încadrează în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria și care mai este denumit „Limesul Dunării de Jos“. Activitățile promoționale trebuie conformate cu specificul tipurilor de turiști dintr-o țară, cu profilul acestora (turiști străini sau autohtoni, modalitate de informare, vârstă), etc.

VIII. STRATEGIE DE MARKETING PENTRU POPULARIZAREA PRODUSULUI TURISTIC „ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ “

1. STABILIREA MĂSURILOR DE MARKETING PENTRU AFIRMAREA PRODUSULUI TURISTIC MIX DE MARKETING - STRATEGII

Mix-ul de marketing reprezintă un instrument forte pentru gestionarea anumitor elemente din planul de marketing al sistemului turistic aferent unei destinații turistice date. Acest mix analizează tot, ce se oferă pe teritoriul destinației, reprezentând baza pentru crearea planului de marketing. Mixul de marketing conține 4 elemente principale:

1. Produs

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2. Preț

3. Loc

4. Reclamă

Către cine trebuie orientată activitatea de marketing, prin combinarea acestora într-una în vederea atingerii obiectivelor, stabilite în partea strategică.

1.1. STRATEGIA DE PRODUS

D.p.d.v. al marketingului, produsul este în primul rând „nematerial“. Diferența între două resurse de o calitate comparabilă este prezentată de aspectele „nemateriale“, care conferă unicitate și competitivitate. În sensul acesta, principalele produse oferite de turismul, sunt experiența specifică și ospitalitate. Produsul turistic integrat „Arheologie și cultură” deține avantajul competitiv de creare a numeroaselor variante de combinare și posibilitatea de formare a unor sub-produse turistice la diferite nivele. Această flexibilitate la construirea sub-produselor asigură în mare măsură posibilitatea de poziționare a produselor.

La nivel de destinație, produsul turistic cuprinde oferta de pe un teritoriul stabilit - regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, prezentat cu precădere de județul Dolj din România și județul Plevnen din Bulgaria, și la nivel de municipii: municipiul Moțăței din România și municipiul Dolna Mitropolia din Bulgaria și localitățile, în care sunt prezente site-urile care fac parte din produs.

Accentul se pune pe diversitatea, calitatea site-urilor și a componentelor, legăturile între ele, promovarea lor generală ca un produs turistic-integrat sau ca diferite rute turistice locale (sub-rute ale limesului roman).



Interreg 
UNIUNEA EUROPEANĂ

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Produsul turistic "Arheologie și cultură" este examinat ca un produs turistic individual, fiind propuse posibilități pentru dezvoltarea și afirmarea sa. Strategia de produs este menită creării unei imagini consistente prin crearea identității unice a produsului (brand); calendar (cu evenimentele) cultural și dezvoltarea produselor turistice pentru ameliorarea experienței turistice prin dezvoltarea atracțiilor turistice, legate de subiectul „Arheologie și cultură” și încurajarea dezvoltării produsului și îmbogățirii paletarului de produse, inclusiv dezvoltarea unor sub-produse.

1.1.1. Crearea identității vizuale unice a produsului turistic dezvoltat (brand)

În scopul creării imaginii produsului turistic trebuie elaborată o identitate vizuală unică, bazată pe subiectul proiectului "Arheologie și cultură", cu accent asupra dezvoltării în perspectivă a regiunii transfrontaliere pe baza dezvoltării turismului. Elemente foarte importante ale brandului sunt elementele vizuale (stemă tip - simbol, inscripție, combinație; culori - paletar primar și secundar; litere, simboluri grafice, forme și motive - primare și secundare; fotografii, ilustrări, imagini).

Stemă - Pentru popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură" ar putea fi creată stemă, care să fie prevăzută în cadrul proiectului.

Sloganul - Elementul acesta este foarte important, mai ales în etapa inițială de popularizarea a produsului. Pe termen lung, după obținerea unui grad satisfăcător de recunoaștere a brandului, ar putea fi create diferite mesaje (slogane), care ar putea fi folosite în campaniile de comunicație.

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



Litere - Literele potrivite contribuie la priceperea vizuală bună.

Game de culori / Cod de culori - Elaborarea gamelor de culori trebuie să reprezinte obiectul activității ulterioare, legate de brandul. În scopurile elaborării materialelor promoționale în etapa inițială de realizare a Strategiei se recomandă alegerea unor coduri de culori după județe. Aceasta se datorează faptului că ruta încă este în proces de cunoaștere și prin poziționarea în diferite culori a județelor s-ar obține orientarea mai ușoară a utilizatorilor și asocierea cu alte site-uri cunoscute de pe teritoriul respectiv. Se recomandă elaborarea identității de culoare să fie conformată tendințelor noi din comunicarea vizuală - folosirea multor culori luminoase, printr-o metodă inovativă, care combină formele moderne de integrare a formelor de reclamă posibile cu culorile luminoase nefolosite ale culturii antice.

Elemente grafice - Elementele grafice suplimentare (tone in tone patterns și șabloanele integral color) ar putea fi folosite în scopuri decorative oriunde aplicarea unei imagini (fotografie) este nejustificată (din motive tehnice sau de sens). Elementele grafice trebuie să folosească numai codurile de culori, care garantează o prezență vizuală puternică.

Pictograme - Se recomandă folosirea pictogramelor la elaborarea materialelor promoționale. Astfel, prin limbajul simbolurilor, care arată principalele caracteristici de recunoscut într-un aspect schematic, se va atinge o citire mai bună a materialelor și orientarea mai ușoară a utilizatorilor.

Stilul fotografiilor - Fotografiile artistice reprezintă bazele la elaborarea materialelor promoționale și informaționale. Trebuie asigurate fotografiile de calitate superioară.

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Muzică - Muzica folosită în comunicarea brandului trebuie să poarte sentimentul de o experiență personală. Ca un pas ulterior este posibilă crearea unei "fraze muzicale" principale a produsului, care să fie interpretată în diferite campanii de comunicație.

❖ Principalele direcții la elaborarea brandului produsului

Brandul reprezintă crearea unei identități clare, a unui aspect atractiv, autentic. Acesta este o promisiune, un angajament pentru ceva valoros, memorabil, ușor de recunoscut, diferit de restul. În scopul comunicării consecvente a imaginii produsului turistic trebuie creată o identitate vizuală unică, bazată pe subiectul proiectului. Se recomandă afirmarea mărcii comerciale a produsului, ca o marca comercială proprie a partenerilor la proiect. Marca comercială este dintre cele mai valoroase active ale noului produs turistic, prin care se obțin drepturile exclusive pentru folosirea produselor și a serviciilor. În scopul acesta trebuie întreprinse următoarele măsuri de identitate vizuală:

- ❖ Elaborarea Manualului de identitate vizuală, care conține pe scurt principalele reguli legate de folosirea semnăturilor vizuale (mărime, litere, modul de formare a paginilor)
- ❖ Afirmarea propriei mărci rezervate a rutei.

Aceasta va contribui la gestionarea generală a produsului turistic pentru atingerea unei valori de piață tot mai mari și pentru menținerea unui nivel de competitivitate ridicat. Brandul influențează foarte puternic utilizatorii și reflectă cea ce noi creăm sub formă de imagine. Pentru atingerea interacțiunii eficiente, în

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



afara caracteristicilor culturale și istorice regionale tipice, trebuie examinate și caracteristicile politice și economice ale regiunii.

La dezvoltarea unui brand regional, bazat pe resursele turistice ale regiunii transfrontaliere Bulgaria - România, cu precădere trebuie lucrat asupra identificarea unui nume, termene asociate, mărci, simboluri, design sau combinația acestora, menite a propune recunoașterea ușoară și delimitarea acestora de alte părți. Aspectul specific la dezvoltarea brandului, care include teritorii din două țări, unite într-o regiune transfrontalieră, trebuie să fie foarte puternic orientat către piața și utilizatorii.

1.1.2. Calendar cultural (al evenimentelor)

Crearea unui calendar cultural (al evenimentelor) va îmbunătăți posibilitatea de informare cu privire la evenimente viitoare, legate de produsul turistic, de către părțile interesate și grupurile țintă. Pentru garantarea includerii unor evenimente, care ar reprezenta interes d.p.d.v al turiștilor și care contribuie la îmbunătățirea imaginii produsului turistic, trebuie elaborate criterii privind includerea acestora. Prin aplicarea unor criterii se va preveni reflectarea mecanică a oricărui tip de evenimente, organizate de municipiile. În calendar ar putea fi promovate și evenimente, organizate de furnizori privați de servicii, asociate tematic produsului.

Calendarul evenimentelor trebuie să includă minim următoarele date: denumirea evenimentului și subiectul său; data organizării și locul desfășurării; programul evenimentelor; principalele elemente ale evenimentului (de exemplu, reproduceri, festivaluri, demonstrații, etc.); organizatori și persoane de contact

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Trebuie planificată dezvoltarea și situarea unui calendar cultural online în arhitectura paginii de Internet, create în cadrul proiectului.

Calendarul trebuie actualizat periodic. Ar fi utilă diseminarea sa anuală în rândul touroperatorilor, agenților turistici, pentru a-și putea planifica programele turistice cu mai mult de un an înaintea desfășurării evenimentelor. Stabilirea subiectelor și datelor diferitelor evenimente culturale în prealabil va permite touroperatorilor a include aceste evenimente în ofertele sale și va crea posibilitatea de generare a unor fluxuri turistice. Informațiile actuale sunt foarte importante și d.p.d.v. al planificării călătoriilor individuale.

1.1.3. Dezvoltarea atracțiilor turistice, legate de subiectul "Arheologie și cultura"

Site-urile turistice acoperite de această strategie se încadrează în domeniul arheologiei și culturii. Măsura de marketing pentru popularizarea produsului turistic ar putea fi evenimentele culturale, care "dau viața" destinațiilor, îmbogățesc oferta turistică și o diversifică, subliniază activele patrimoniului cultural și îi conferă autenticitate.

În prezent oferta de evenimente în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria este relativ modestă. Evenimentele culturale ar putea fi; festivaluri de filme; producții de teatru; operă în aer liber; activități educaționale, organizate de instituții culturale pentru copii și tineri; expoziții; plannere, etc.; În regiunea transfrontalieră sunt organizate festivaluri tematice după diferite aspecte ale patrimoniului roman. Exemple bune sunt festivalurile organizate la Constanța (România); Svishtov, Ruse, Turakan, satul Nikiup, Veliko Tarnovô, etc. Pentru

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



dezvoltarea produsului turistic ar putea contribui festivalurile noi, iar organizarea acestora ar putea fi efectuată direct de la administrațiile publice locale sau de organizații private.

Pentru sprijinirea dezvoltării festivalurilor s-ar putea organiza forme de asistență pentru crearea și dezvoltarea unor grupuri de interpretări istorice. S-a dovedit în practica formarea unor formațiuni de voluntari (de exemplu studenți, sau studenți membri ai unor asociații culturale), amatori sau chiar actori profesionali. Avantajele la crearea unor grupuri constante de reproduceri istorice (active și în afara perioadelor de desfășurare a festivalurilor) includ: posibilitatea de includere a membrilor grupului la alte evenimente, diferite de festivalurile și evenimentelor locale, precum târguri, burse, etc. în cursul anului întreg; posibilitatea de organizare a unor competiții între grupuri de reproduceri istorice în diferite orașe din regiune sau de participare la evenimente organizate în alte regiuni din țara sau chiar din străinătate, etc. Organizațiile care implementează strategia ar putea asigura schimb de bune practici și împărtășirea experienței.

1.1.4. Dezvoltarea produsului și îmbogățirea paletarului de produse

Un avantaj competitiv esențial al produsului creat reprezintă posibilitatea pentru segmentarea sa: crearea individuală a unor sub-rute la nivel de județ; la nivel transnațional, prin asociere între două sau mai multe municipii, din partea bulgară, română sau bulgaro-română; la nivel de tipuri de site-uri. Pe de altă parte, produsul are capacitatea a menține și exprima diferitele tipuri de relații între elementele diverse, care reflectă importanța sa de valoare culturală: urme materiale și nemateriale; obiective culturale (antropogene) și naturale; elemente

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



din diferite perioade, etc. Această flexibilitate la construirea sub-produselor asigură în mare măsură posibilitatea de poziționare a produsului și garantează libertatea la alegerea efectuată de diferitele tipuri de turiști.

1.1.4. Crearea condițiilor de integrare cu alte tipuri de turism

Regiunea transfrontalieră este caracterizată prin condiții favorabile de integrare a rutei cu alte tipuri de turism (eco, rural, vinicol, pietonal, velo, fluvial, maritim, etc.), cea ce ar putea fi folosit ca o premisă pentru popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură". Totodată, este prezent potențialul de includere la un produs turistic internațional mai mare - Limesul Dunărean (7 țări).

1.1.5. Folosirea și capitalizarea resurselor existente din regiunea: patrimoniu natural și cultural

Regiunea transfrontalieră România - Bulgaria este caracterizată printr-un potențial turistic bogat. În ciuda dezvoltării economice slabe și necunoașterii sale ca o destinație turistică, de către turiștii străini și autohtoni, diversele resurse naturale și antropogene reprezintă o premisă pentru popularizarea regiunii și pentru dezvoltarea turismului pe tot cursul anului.

Produsul turistic cultural și istoric "Arheologie și cultură " este format din sub-produse din domeniul turismului cultural, de importanță la susținerea turismului de pelerinaj. Fiecare sub-produs s-ar putea crea pe baza unei anumite resurse și a include site-uri specifice, atracții, servicii și animație, dar totodată se dezvoltă în

Interreg EUROPEAN UNION	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



contextul restului sub-produselor - d.p.d.v. teritorial, al resurselor și funcțional, având un rol de diversificare, prin furnizarea unor servicii și atracții suplimentare.

O posibilitate de îmbogățire a paletarului de produse este crearea unor rute de ciclism și de dezvoltare a infrastructurii de ciclism și a serviciilor. Satisfacerea acestei necesități impune realizarea unor proiecte, legate de studierea posibilelor trasee de ciclism; de construire a infrastructurii acestora și de aplicare a marcajului rutier; dezvoltarea serviciilor pentru deservirea cicliștilor, etc. Pe termen lung, infrastructura de ciclism turistic ar putea sprijini și dezvoltarea unei infrastructuri turistice specifice, prin stimularea creării unor unități de cazare mici, localuri de alimentație publică, ateliere de artizanat. În plus, rutele ar putea forma baza pentru organizarea unor evenimente culturale și sportive diverse, care angajează părțile locale interesate și creează baza pentru stabilirea cooperării între ele.

O parte din produsul turistic cultural sunt turismul vinicol și culinar. În ultimul timp regiunea se transformă într-o destinație atractivă de turism vinicol nu doar datorită tradițiilor sale în domeniul producției și culturii vinului, ci și din cauza numeroaselor crame în bună stare de funcționare, o parte dintre care sunt atracții turistice deja afirmate.

Turismul culinar reprezintă un fenomen în creștere, care în ultimele două decenii se dezvoltă ca un produs turistic. Aproximativ 1/3 în cheltuielile ocazionate de turiștii sunt pentru alimentație. Valorificarea tradițiilor culinare și a producției vinului prin turism presupune o serie de eforturi, din partea autorităților publice locale și din partea sectorului nonguvernamental, precum și de către operatori economici.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



În acest context s-ar putea prevedea: inventarierea tehnicilor și rețetelor de gătit, specifice bucătăriei locale, care s-ar putea propune ca și produse culinare; identificarea operatorilor economici (localuri mici, restaurante, organizatori de evenimente culinare), care ar putea oferi articole culinare tipice; identificarea bunelor practici și multiplicarea acestora de-a lungul rutei turistice (de exemplu festival mobil al vinului și culinariei); organizarea unor competiții culinare sau vinicole între producătorii locali din diferitele județe ale regiunii transfrontaliere România - Bulgaria, etc. S-ar putea combina cu diferite manifestări, legate de vinul - sărbători, târguri, crame, festivaluri ale vinului, și altele, precum și cu diferite sărbători și obiceiuri.

Un element important al îmbogățirii produsului este prezentat de liniile de produse individuale ale producătorilor locali de suveniruri, articole alimentare, etc., partenerii la proiect ar putea sprijini procesul elaborării acestora.

În regiunea de frontieră România - Bulgaria suvenirurile vândute (carduri poștale, magneți, obiecte decorative) nu se referă la patrimoniul local. Întrucât suvenirurile ar putea fi un promotor excelent al culturii locale în zonele turistice sau chiar în țările respective, marketingul acestora prin centre informaționale sau magazine specializate ar putea deveni un instrument de marketing pentru întreaga destinație turistică. În aceasta legătură, prezenta strategie propune următoarele acțiuni: crearea unor suveniruri, elaborate pe baza subiectelor produsului turistic („Arheologie și cultură), care ar putea include: forme de artă plastică antică (mozaic roman); artă militară (de exemplu arme foarte mici, specifice legiunilor, situate pe teritoriul regiunii de frontieră).

S-ar putea elabora standarde de calitate ale produselor, referitoare la materialele folosite, paletarul de culori, regulile de siguranță, etc. Sprijinul ar

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



putea fi îndreptat și spre încheierea unor parteneriate între administratorii muzeelor, site-urile arheologice și centrele informaționale turistice din zonele de frontieră și producători locali/ asociații de artizanat și meșteșugari, în vederea vânzării produselor manufacturate.

1.2. STRATEGIE DE PREȚ

Pentru dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură" alegerea strategiei de preț prezintă importanță majoră. Produsul este situat în zonele care înregistrează dezvoltare economică slabă din Bulgaria și din România. Ținând cont de acest fapt, strategia de preț cea mai reușită este „penetrare prin preț” (price-penetration) pe piețele țintă. La aceasta strategie, destinația turistică oferă piețelor țintă prețuri mai mici de majoritatea concurenților, pentru atragerea unui număr tot mai mare de turiști, care contribuie la creșterea popularității și îmbunătățirii imaginii destinației și aduc aportul său la economia locală.

Această strategie probabil este alegerea cea mai logică și d.p.d.v. al timpului necesar pentru afirmarea imaginii unui produs nou calitativ - ruta culturală. Prețul este singurul element al mix-ului de marketing, care realizează profit, în timp ce restul elementelor generează cheltuieli. Prețul, totodată, este dintre cele mai flexibile elemente al mix-ului, fiind posibilă schimbarea sa rapidă, spre deosebire de caracteristicile produsului sau de obligațiile față de canalele de distribuție.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



1.2.1. Formarea prețurilor la destinația turistică

Strategia de preț joacă un rol important la realizarea produsului turistic pe piața. Competitivitatea sa depinde de atractivitatea site-urilor și atracțiilor turistice, precum și de serviciile oferite și condițiile de preț. Scopul strategiei de preț constă în stabilirea limitelor de preț ale produsului turistic și serviciilor turistice oferite. În scopul atingerii unei politici de preț durabile, prețurile serviciilor principale și a celor suplimentare trebuie oferite ținând cont de starea socială (și veniturile) principalelor grupuri țintă.

Pentru determinarea prețului produsului turistic trebuie efectuată analiză comparativă și a altor produse turistice semănătoare. Formarea prețurilor la destinația și stabilirea elementelor produsului turistic local este un proces complicat. Întreprinderile turistice tind a avea propriile sale combinații și politici de preț. Deși aplicarea politicilor de formare a prețurilor este foarte dificilă, gestionarii destinațiilor trebuie să formuleze parteneriate cu întreprinderile turistice și să le instruiască cu privire la importanța menținerii unei structuri și politici de preț relativ standardizate. În câteva locații de vacanță, touroperatorii joacă, de asemenea, un rol cheie la stabilirea prețurilor produselor, plătite de utilizatorii la nivel local. Aceasta prezintă consecințe semnificative pentru destinațiile, care depind de intermediarii (touroperatorii) cu privire la clientela acestora și în special pentru destinațiile, care prezintă supraofertă de facilități. Cu cât mai mari sunt cheltuielile ocazionate de turiști la nivel local, cu atât mai bine este pentru destinațiile, întrucât astfel se îmbunătățește rentabilitatea întreprinderilor locale și cresc beneficiile economice.

ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Utilizatorii iau în vedere cheltuielile totale ocazionate cu călătoria, adică, înaintea, în timpul și după efectuarea vizitei. Destinațiile ar putea calcula prețuri premium doar dacă oferă experiențe unice.

Este important utilizatorii să accepte prețurile ca juste și raportul bun calitate / preț, întrucât frustrarea aduce negative competitivității destinației. Ținând cont de nesustenabilitatea resurselor turistice și de etapa inițială de dezvoltare a destinației, metoda potrivită pentru formarea prețurilor este formarea dinamică a prețurilor.

1.2.2. Model recomandat pentru formarea prețurilor. Ciclul de viață al produsului

Ciclul de viață a produsului este o noțiune folosită în domeniul marketingului, bazată pe analogia cu ciclul de viață al organismelor biologice, pentru că descrie durata și succesiunea schimbărilor vieții pe piață a unui produs. Ciclul de viață nu se referă la o unitate concretă de marfă, ci în plan mai general, la produsul ca o variație a unei anumite linii de produse. Dezvoltarea pe piață este exprimată prin patru etape diferite:

- ❖ Etapă 1. Introducere (penetrare) pe piața,
- ❖ Etapă 2. Creștere pe piața
- ❖ Etapă 3. Maturitate
- ❖ Etapă 4. Scădere

Afirmarea că un anumit produs are un ciclu de viață se justifică de următoarele:

- produsele au o viață limitată

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



- vânzările parcurg câteva etape, fiecare etapă prezentând diferite provocări, posibilități și probleme cu care se confruntă comerciantul
- se observă creștere și scădere a profitului în diferitele etape ale ciclului produsului
- produsele necesită strategii de marketing, financiare și de producție cu diferite structuri, volume și resurse umane în fiecare etapă a ciclului de viață.

Intervalul de timp al prezentei strategii de marketing (5 ani), conform cerințelor Beneficiarului, coincide cu primele 2 etape.

În Etapă 1 „Introducere“ (2020 - 2022) numărul turiștilor este mic și prețurile trebuie oferite cu un discount serios pentru atragerea vizitatorilor și trezirea interesului față de destinația. Provocarea constă în convingerea furnizorilor de servicii că s-ar putea baza pe un randament foarte mic în etapa de introducere, iar obținerea rentabilității investițiilor va avea loc în următoarele etape. Capacitatea de cazare este foarte scăzută, nivelul de ocupare a forței de muncă este foarte mic. Imaginea și atracțiile sunt nesatisfăcătoare.

Formarea prețurilor în etapa de „Introducere“ în domeniul turismului cultural și istoric

Tip de turism	Pachet de bază
Turist de tipul „A“	Pachet de bază -30% discount
Turist de tipul „B“	Pachet de bază -20% discount
Turist de tipul „C“	Pachet de bază
Turist de tipul „D“	Pachet de bază - 0% discount

ROMANIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request No. Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI




În Etapă 2 „Creștere pe piață” (2023-2027) numărul turiștilor deja este mai mare, prețurile sunt mai mari și adecvate interesului în creștere. Capacitatea de cazare este în creștere, dar încă nu este suficientă, nivelul de ocupare a forței de muncă este foarte ridicat. Imaginea și atracțiile sunt excelente.

Formarea prețurilor în etapa de „Creștere” în domeniul turismului cultural și istoric

Tip de turism	Pachet de bază
Turist de tipul „A”	Pachet de bază -10% discount
Turist de tipul „B”	Pachet de bază
Turist de tipul „C”	Pachet de bază + 20% premiu
Turist de tipul „D”	Pachet de bază

În Etapă 3 „Maturitate” (2028 - și după aceea) numărul turiștilor este mare, în momentele de vârf este excesiv de mare, prețurile sunt mai, adecvate interesului sporit, pentru obținerea rentabilității căutate de către investitorii. Capacitatea de cazare este mare și suficientă, nivelul de ocupare a forței de muncă este foarte ridicat. Imaginea și atracțiile sunt foarte bune. Premiile din prețurile sunt acoperite de disponibilitatea de plată mai mare, constatată prin realizarea unor chestionare în diferitele segmente și prin intermediul tamponului format de creșterea prețurilor componentelor pachetului turistic cu prețuri nefixate (de exemplu excursii, spectacole sau servicii suplimentare).

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request No.4..... Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Formarea prețurilor în etapa de „Maturitate” în domeniul turismului cultural și istoric

Tip de turism	Pachet de bază
Turist de tipul „A”	Pachet de bază
Turist de tipul „B”	Pachet de bază + 10% premiu
Turist de tipul „C”	Pachet de bază + 20% premiu
Turist de tipul „D”	Pachet de bază + 10% premiu

Strategie de preț astfel propusă ar putea fi aplicată la elaborarea ulterioară a pachetelor turistice, pentru diferitele sezoane, cu diferite reduceri sau preferințe, care atrag clienții. De importanță majoră este oferirea unei experiențe unice la site-urile culturale și istorice însuși, incluse în ruta, precum și vânzarea unor produse culturale de calitate superioară: festivaluri, scene în aer liber, concerte, etc.

1.3. STRATEGIE PUBLICITARĂ

Scopul strategiei publicitare este crearea unor produse promoționale, care vor promova produsul turistic pe piața autohtonă și pe piețele străine, accentuându-se pe atractivitatea și unicitatea produsului turistic, experiențele și ambianța, care pot fi simțite la vizitarea sa.

În scopul acesta trebuie planificată o socializare eficientă a site-urilor și prezentarea produsului prin reclamă: portal virtual al rutei turistice cu site-urile și

ROMANIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.	amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



atracțiile vizitate; fotografiile care vin în sprijinul imaginii; clipuri promoționale video și audio; elaborarea unor materiale promoționale tipărite; crearea stemei produsului; activitatea cu mass media (PR materialele publicate în ediții tipărite; comunicări de presă; plan media; demo tururi jurnalistice, etc.).

1.4. STRATEGIE DE COMUNICARE

Prezenta strategie este conformată necesității de comunicare specifice a produsului turistic cultural și istoric: "Arheologie și cultură". În primul rând procesul de comunicare este definit ca un „schimb de cunoștințe privind patrimoniul” - expresie a responsabilității europene comune privind păstrarea sa pentru generațiile viitoare. Se deduce teza că pe piața în curs de globalizare, omul obișnuit simte necesitatea a descoperi, a se atinge de, a încerca să ajungă la rădăcinile sale, precum și a descoperi în mod conștient mediul cultural care determină viața altora. Aceasta nu este o dorință unilaterală de acumulare a unor cunoștințe factologice, ci atingere a identității unice a oamenilor, ca agenți de comunicare și a valorilor culturale, care reflectă în diferită măsură propria istorie și patrimoniu. Ca obiect de comunicare, patrimoniul însăși materializează un dialog mai deschis și mai bogat și o cooperare culturală transfrontalieră mai intensivă prin interacțiune.

În al doilea rând, comunicarea este realizată prin canalele de distribuție a produsului turistic. De la alegerea corectă a canalelor de distribuție depinde realizarea sa reușită. Strategia de comunicare este menită a stabili canalele de distribuție a produsului turistic. Distribuția produsului trebuie să contribuie la

 Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



recunoașterea și afirmarea sa la nivel național, regional și internațional. Ca canale de distribuție urmează a fi folosiți:

- Proprietarii și recepționiștii de la unitățile de cazare incluse în ruta turistică;
- Touroperatori și agenți turistici, care să ofere rută și să organizeze demo tururi jurnalistice;
- Centre turistice informaționale (europene, naționale, regionale și locale), care să furnizeze informații referitoare la ruta turistică, serviciile și atracțiile oferite;
- Rețea virtuală și organizații nonguvernamentale
- Distribuție online (portal virtual; reclamă și promovarea la portaluri virtuale specializate)
- Medii de socializare
- Burse turistice (participare la expoziții regionale și naționale)
- Ediții specializate turistice și de afaceri (internaționale, regionale și locale).

Premise pentru realizarea reușită a strategiei de comunicare sunt următoarele:

- ❖ Informațiile, folosite de diferitele părți interesate urmează să fie conformată autenticității faptelor istorice referitoare la site-urile, incluse în ruta și bradului general al produsului
- ❖ Prezența regulată în spațiul online (site-uri, rețele de socializare, etc.)
- ❖ Crearea unor parteneriate eficiente cu organizațiile din sectorul turismului, firmele touroperatoare, centrele turistice informaționale, unități științifice, etc. , care prezintă potențial pentru realizarea măsurilor de comunicare.

Interreg EUROPEAN UNION	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.y.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



1.4.1. Principii de comunicare

Strategia de comunicare se va realiza cu respectarea următoarelor principii de bază:

- **Egalitate** - asigurarea accesului egal la informații a tuturor părților interesate și a tuturor tipurilor de turiști stabilite.
- **Punctualitate** - planificare și realizare în vederea satisfacerii în timp util a necesităților identificate ale grupurilor țintă.
- **Adaptivitate** - conformare cu particularitățile specifice ale grupurilor țintă și cu situația concretă în care sunt realizate.
- **Parteneriat** - un dialog deschis și interacțiune cu toate părțile interesate.

1.4.2. Mijloace de comunicare

Alegerea mijloacelor și activităților de comunicare la realizarea strategiei de comunicare este conformată cu:

- Specificul mesajului sau a mesajelor
- Caracteristicile grupului țintă sau ale sub-grupului de turiști - recipient al mesajului - ca și mărime, canale de comunicare pentru atingerea sa
- Posibilele activități și forme de realizare a comunicării
- La comunicarea unor mesaje, care se referă la diferite grupuri țintă și sub-grupuri, se va folosi un mix de comunicare integrat, care va garanta eficacitatea comunicării, ca activități și forme, dar și ca canale de comunicare.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



1.4.3. Canale de comunicare

Se recomandă realizarea comunicării prin două tipuri de canale de comunicare: de informare și de distribuție.

I. Canale de comunicare informaționale

1. Spațiul Internet

Online este cel mai eficient canal de comunicare, la planificarea unor vizite organizate și individuale, prin sau fără asistența unui touroperator/agent, precum și la alegerea destinației turistice. Web pagina dezvoltată în cadrul proiectului trebuie utilizată în mod regulat ca un canal eficient de comunicare prin întreținerea unor informații actuale privind dezvoltarea site-urilor, evenimente viitoare din calendarul cultural general, etc. Site-ul dezvoltat în cadrul proiectului trebuie să fie inclus la portaluri Internet de turism, care vor asigura contactul cu un număr mai mare de turiști potențiali. Informațiile prezentate pe pagina web trebuie completate cu canalele mediilor de socializare, care includ:

- Twitter este folosit pentru trimiterea unor mesaje de maxim 140 simboluri, care s-ar putea referi la evenimente culturale, exponate noi, proiecte realizate, schimbări în programul vizitelor, etc. Se recomandă mesajul să fie însoțit de un link la web pagină, care furnizează mai multe detalii cu privire la subiectul mesajului, sub forma unui conținut textual sau grafic.
- Facebook este platforma de socializare nr.1 din lume, cu peste un miliard de membri. Deși inițial Facebook a fost creat ca un canal de socializare, prin

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI

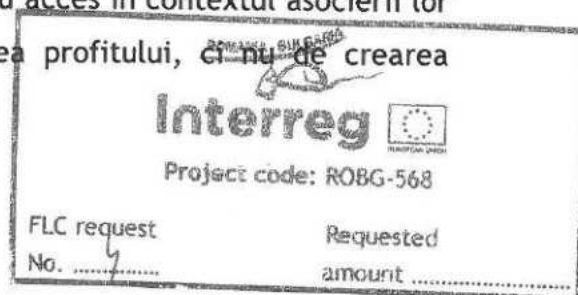


GUVERNUL BULGARIEI



urmare, datorita funcțiilor adăugate, acesta se transformă în spațiu de popularizare a unor produse/servicii, firme/organizații sau chiar destinații turistice. Facebook oferă instrumente specifice de marketing, precum Facebook marketing, Facebook reclamă, Facebook de afaceri, Facebook studio și cloud al Facebook studio. Facebook permite utilizatorilor (de exemplu vizitatorilor site-urilor, incluse în produsul turistic "Arheologie și cultură") a acorda note, în funcție de mulțumirea acestora de la vizitele respective. Aceasta vine în ajutorul touroperatorilor și organizațiilor de gestionare a destinațiilor pentru a obține o imagine reală despre gradul de atractivitate al produsului turistic și despre măsura în care corespunde necesităților grupului țintă.

- ☞ **YouTube** este o posibilitate excelentă de creștere vizibilității produsului turistic la frontiera romană româno-bulgară prin publicarea unor clip-uri promoționale sau chiar a unor filme documentare. Acesta este un instrument gratuit de publicitate, cu potențialul a atrage un număr mare de utilizatori de Internet într-o perioadă de timp relativ scurtă.
- ☞ **Bloguri de călătorii**, care au un impact tot mai mare asupra consumul serviciilor turistice. Povestind despre propriile sale călătorii, blogerii comunică cu consumatorii potențiali ai serviciilor turistice și patrimoniului în mod empatic, personal și de încredere. Ei creează relații de încredere cu turiștii, la care agențiile de publicitate nu au acces în contextul asocierii lor cu mediul corporativ, dirijate de câștigarea profitului, ci nu de crearea valorii sociale.



ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2. Medii

2.1. Televiziune și radio

Folosirea mediilor electronice este eficientă prin difuzarea unor spot-uri de publicitate sau prin prezentarea produsului în emisiuni tematice.

2.2. Ediții tipărite (specializate)

Printre numeroasele ediții tipărite existente de cel mai mare rating se bucură revista „National Geographic” și revista „Traveller Magazin”. Revista „National Geographic Traveler” furnizează informații diverselor cititorilor călători, fiind sursa preferată de informare asupra unor subiecte turistice în rândul turiștilor potențiali. „Traveller Magazin” este o ediție specializată, care prezintă cele mai interesante destinații turistice de pe glob: de la litoralul Mării Britanie și Europa până la Estul Îndepărtat, climatul exotic din Asia.

Din păcate, folosirea acestui tip de canale de comunicare costă mult, dar dacă este posibil și la existența finanțării, este recomandată includerea acestora la realizarea campaniilor informaționale și promoționale.

3. Furnizori locali de servicii în domeniul turismului

Un canal de comunicare reușit ar putea fi furnizorii locali de servicii. Momentan un procent foarte mic din unitățile de cazare oferă informații legate de atracțiile turistice aflate în zona. Sunt oferite excursii până la diferite locații (majoritatea din care prezintă valoare culturală) sau sunt prezente informații și galerii cu site-urile turistice culturale, sugerând interesul acestor hoteluri și case de oaspeți să fie

 Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.4.....	amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



asociate cumva cu turismul cultural. Această indică posibilitatea de realizare a parteneriatului potențial la poziționarea produsului turistic "Arheologie și cultură" prin intermediul afacerilor private. Aceasta ar crește vizitarea site-urilor din ruta și a unităților de cazare, cea ce ar genera o creștere a profiturilor pentru sectorul privat și pentru cel public.

Parteneriatele s-ar putea orienta spre: furnizarea unor informații mediului de afaceri despre produsul turistic, care să fie folosite în web site-urile lor, la elaborarea materialelor informaționale, difuzarea unor materiale pregătite referitoare la ruta, etc. Ar fi utilă organizarea unor seminare / instruiți cu privire la modalitate de promovare a rutei. Această este o posibilitate de îmbunătățire a calității serviciului prestat, care prin urmare va duce la creșterea loialității în rândul turiștilor și oaspeților din unitățile de cazare respective.

4. Organizații de instruire

La îndreptarea accentului strategiei de marketing către tinerii, ca un canal de comunicare netradițional ar putea fi folosite organizațiile de învățământ secundar și superior, organizațiile nonguvernamentale orientate către învățământul și patrimoniul cultural și istoric, căror grup țintă sunt elevii și studenții. Prin intermediul acestora vor fi comunicate mai ușor mesajele din diferitele campanii informaționale, și se va ajunge mai repede la grupurile țintă.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



II. Canalele de comunicare de distribuție

1. Touroperatori și agenți turistici

O influență foarte puternică pe piața turistică este exercitată de către operatorii turistici, agențiile turistice, ghiduri, etc. Interesul touroperatorilor este îndreptat către lărgirea posibilităților de formare a unor pachete competitive, asigurând informații referitoare la diferitele resurse și servicii, precum și publicitatea regiunii turistice; lărgirea cercului de utilizatori potențiali ai pachetelor turistice prin popularizarea posibilităților de turism, respectiv provocare interesului acestora față de vizitarea regiunii. Agenții turistici cu rolul de intermediari ar putea satisface necesitățile sale de informare cu privire la un cerc mai larg de servicii (cazare, servicii suplimentare) și pachete din regiune, precum și, pe baza produsului turistic ar putea dispune de cerc larg de utilizatori motivați de a călători. O atenție specială trebuie acordată operatorilor de croaziere. Folosirea acestora ca un canal de distribuție este importantă pentru poziționarea și dezvoltarea cu succes a rutei în nișele de piață stabilite de ei, iar oferirea produsului va accelera penetrarea sa pe piața turistică. Din aceste motive este foarte importantă promovarea produsului turistic în rândul reprezentanților afacerilor din mediul turismului la nivel național, regional și internațional și realizarea comunicației regulate cu ei.

2. Centre informaționale turistice

Centrele turistice informaționale din regiunea transfrontalieră sunt conectate în rețea națională și au funcția de a furniza turiștilor servicii informaționale. Este



Interreg



ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



importantă crearea unor raporturi de parteneriat cu ei în vederea generării beneficiilor de lungă durată cu privire la imaginea produsului turistic (prin promovare generală, asigurând succesiunea valorilor, care determină imaginea), și la studierea gradului de satisfacție a turiștilor.

Pe teritoriul bulgar al regiunii transfrontaliere sunt asigurate multe centre turistice informaționale. Pentru realizarea unei campanii de comunicare eficiente este importantă asigurarea informațiilor necesare pentru atragerea turiștilor. Informațiile referitoare la ruta și la site-urile trebuie puse la dispoziția reprezentanților mediului de afaceri, touroperatorilor, organizațiilor nonguvernamentale, pentru a fi folosită în activitatea acestora. Pentru formarea atitudinii pozitive față de pagina de Internet dezvoltată și față de aplicația mobilă a produsului, se impune furnizarea curentă și actualizarea informațiilor.

Trebuie creată o infrastructură informațională pentru promovarea site-urilor, incluse în ruta (panou-ri, billboard-uri, marcări indicative, etc.), precum și asigurarea unor puncte la care vor fi furnizate informațiile.

Pentru utilizarea corectă a brandului produsului și interpretarea informațiilor se recomandă a fi asigurată posibilitatea de consultare curentă a reprezentanților organizațiilor, care implementează strategia.

Un accent foarte important este prezentat de dezvoltarea canalelor de distribuție a produsului, profitând de posibilitățile de distribuție a informațiilor referitoare la ruta, prin integrarea sa în ofertele touroperatorilor turistici și de croazieră. Croazierele influențează tot mai mult călătoriile turistice, devenind tipul preferat de turism. În afara accesibilității sale, furnizate de fluviul, ruta prezintă avantajul competitiv de generarea unei valori pentru turism. Această

ROMANIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.	amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



este exprimată în serviciile suplimentare prestate pe mal: site-uri de valoare culturală și istorică ridicată, patrimoniu nematerial, vizitarea unor festivaluri antice, spectacole, etc. Crearea parteneriatelor pentru realizarea unor inițiative/proiecte comune, menite educației, protecției patrimoniului cultural, stimulente economice, ar putea contribui la comunicarea produsului publicului autohton și celui din străinătate. La prestarea activității cu părțile interesate este importantă organizarea unor evenimente (mese rotunde, grupuri focus, etc.) pentru dezvoltarea rutei.

2. CAMPANII DE MARKETING PENTRU POPULARIZAREA PRODUSULUI TURISTIC „ARHEOLOGIE ȘI CULTURA“

2.1. POZIȚIONARE ÎN SPAȚIUL PUBLIC

După cum sugerează denumirea, aici sunt planificate activități menite creșterii gradului de informare a publicului și a experților cu privire la existența rutei. O asemenea activitate ar putea fi includerea rutei la registre și platforme pentru popularizarea turismului. Există o serie de asemenea registre și platforme, toate fiind oferite online.

Asemenea sunt de exemplu: <http://bulgariatravel.org/>,
<http://romaniatourism.com/>,
<http://www.lonelyplanet.com/>,
<https://www.tripadvisor.com/>,
<https://www.roughguides.com/>,
https://www.viator.com,
site-uri și bloguri de călătorie împărtășită și o serie de alte resurse online, la care se adresează un număr tot mai mare de turiști, mai ales cei care preferă călătoriile neorganizate.

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



O altă activitate pentru crearea imaginii pozitive a regiunii este includerea sa la ordinea de zi a multor evenimente relevante regionale, naționale și transfrontaliere. Prezentarea sa la burse/ expoziții/ evenimente specializate turistice și participarea sa la competiții turistice (de exemplu platforma EDEN și competiția Read and Travel organizată de Muzeul regional de istorie din orașul Shumen) trebuie să fie un obiectiv prioritar pe calea transformării sale în destinație turistică.

2.2. PUBLICITATE ÎN INTERNET

Dezvoltarea unui web-site pentru produsul turistic are potențialul a contribui la popularizarea sa. Ar putea fi creată și o aplicație mobilă, care de asemenea trebuie popularizată, pentru a deveni un instrument eficient de publicitate a produsului.

Pe termen scurt, la prezentarea online a produsului turistic se recomandă folosirea unor reclame banner la site-uri de știri de frunte, site-uri turistice specializate, etc. pentru atingerea unui număr mare de utilizatori potențiali, în vederea sprijinirii procesului de impunere a brandului produsului.

Dacă este prezentă posibilitatea și sunt disponibile fonduri de finanțare, trebuie utilizate motoarele de căutare în Internet. Plăcerea de navigare în Internet ocupă o poziție de frunte în rândul destinațiilor, pentru care este utilizat Internetul. Din aceste motive, o parte importantă a poziționării link-urilor promoționale de text la motoarele de căutare mondiale în Internet, rețelele locale bulgare și rețelele/ mediile de socializare, urmează a se realiza prin adresa web a produsului.

Atenția trebuie alocată următoarelor motoare de căutare în Internet:

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



☛ GOOGLE - cel mai mare motor de căutare pe plan mondial

În Bulgaria, Anglia, Germania și România, utilizarea sa este de 100% de către utilizatorii de Internet. Nu există un alt analog local, care s-ar putea apropia chiar la 1/3 la gradul de utilizare a acestui motor de căutare mondial. Orice nevoi pentru găsirea informațiilor de orice tip se adresează acestui motor de căutare. Aceasta face alte analoguri de motoare de căutare insuficient de eficiente ca acoperire a auditorului online din aceste țări.

☛ EASYADS - cea mai populară rețea locală din Bulgaria

Aceasta este o platformă web bazată pentru gestionarea și raportarea campaniilor publicitare on-line în rețea de site-uri bazate pe „publicității per click“, care permit cumpărarea simultană a publicității online într-o serie largă de web site-uri bulgare. Platforma reprezintă o tehnologie complexă, dezvoltată pe baza unor standarde contemporane, care realizează optimizare precisă a reclamelor afișate. Este o modalitate foarte bună de a conduce traficul către un anumit site. Rețeaua EasyAds cuprinde peste 250 site-uri, aceasta furnizând un număr de peste 1 miliard de impresii, prezentând o acoperire de 95% a auditoriului de Internet din Bulgaria. Prezența publicitară este asigurată prin linkuri textuale, precum și prin principalele formate de bannere standard, care se rotesc în mod aleatoriu în toate site-urile, care fac parte din rețeaua locală, până la atingerea numărului programat de click-uri.

2.3. CLIP PUBLICITAR ȘI FILM PUBLICITAR

O măsură de marketing eficientă, care ar putea fi inclusă în activitatea publicitară orientată către popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură".

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



deși mai scumpă, este elaborarea clipurilor/ filmelor promoționale. Ele ar putea fi tirajate în timpul desfășurării evenimentelor, burselor și expozițiilor, la televiziuni locale/ regionale, ar putea fi difuzate și în Internet.

2.4. ELABORAREA UNUI GHID TURISTIC GENERAL CU FOTOGRAFII IMPRESIONANTE

Această activitate face parte din proiectul „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță“, -MS code: ROBG-568, respectiv o metodă eficientă pentru popularizarea produsului turistic. Produsul acesta, împreună cu toate formatele elaborate în cadrul proiectului din sfera activităților de comunicare (evenimente publice, publicații în medii, material promoționale, dezvoltarea web site-ului) - trebuie folosite ca o parte din activitatea promoțională orientată. În afara tirajării și diseminării acestora în cadrul proiectului, ele ar putea fi folosite în timpul evenimentelor, burselor și expozițiilor, difuzate la televiziuni locale/ regionale, precum și difuzate în Internet.

2.5. MATERIALE PROMOȚIONALE TIPĂRITE

Pentru etapa inițială a realizării strategiei promoționale sunt disponibile produsele informaționale planificate și elaborate în cadrul proiectului, inclusiv: pagina web a proiectului; carduri de cadouri turistice; bilete gratuite promoționale pentru centrul turistic din Dolna Mitropolia; broșuri promoționale; postere; pixuri fabricate din materiale ecologice; tricouri, stema proiectului, stema produsului turistic; billboard; rulou banner.

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



Pe termen mediu și lung trebuie planificată elaborarea unor materiale tipărite, inclusiv materiale care a putea fi folosite de turiștii în timpul sejurului acestora la destinația (carduri, ghiduri turistice, etc.). Se recomandă elaborarea unor materiale promoționale adresate turiștilor autohtoni, turiștilor de croazieră, velo turiștilor, etc. în cadrul cărora conceptul general să fie îndreptat către provocarea intereselor lor și furnizarea unor informații, care ar putea genera inspirația acestora de a realiza călătoria turistică.

O atenție specială urmează a fi acordată etapei de pregătire din procesul de elaborare a materialelor publicitare tipărite - asigurarea unor fotografii artistice, concepute tematic și cu un spirit; elaborarea textelor în diferite limbi, în funcție de piețele țintă, în scopul depășirii barierei lingvistice, dar și pentru sublinierea respectului față de turiștii respectivi. Un format bun sunt materialele tipărite bilingve - întocmite în limba țării vizitate și în limba turistului. Aceasta facilitează comunicarea în timpul efectuării călătoriei turistice.

Pe baza parteneriatelor durabile create, s-ar putea căuta posibilități de publicitate tipărită în cataloage informaționale, ghiduri profesionale; programe de transport; programe ale unor evenimente culturale.

Publicitatea produsului turistic ar putea fi realizată și prin tipărirea stemei pe bonurile fiscale (de către furnizorii de servicii locale); facturi; formulare standard de comunicare, etc.

2.6. PUBLICITATE EXTERIOARĂ

Publicitatea exterioară este foarte importantă pentru interpretarea mesajului produsului - „Arheologie și cultură“, precum și pentru direcționarea fluxului

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.4.....	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



turistic. Cu ajutorul acestora s-ar putea impune cu succes elementele vizuale ale brandului. Posibile forme de publicitate exterioară sunt:

- billboard-uri, panouri, elemente ale mobilierului urban (stații de autobuze, bănci, etc.)
- publicitate afișată pe mijloace de transport urban
- Reclama „live“ - organizarea unor acțiuni sau manifestări sau demonstrații / flash mob-uri în locuri aglomerate din piețele generatoare
- Expoziții în aer liber (mai ales în lunile de vară în locuri aglomerate din centre urbane, etc.)

Pe termen scurt publicitatea exterioară a produsului turistic este aplicabilă cu precădere pentru piața internă a regiunii (România, Bulgaria).

2.7. PARTICIPARE LA BURSE ȘI EXPOZIȚII TURISTICE

Pentru popularizarea rutei turistice este necesară prezentarea sa la evenimente și expoziții internaționale. Stabilirea expozițiilor turistice internaționale, la care urmează să fie prezentat produsul turistic depinde de identificarea piețelor prioritare. Astfel se va garanta cea mai mare rată de rentabilitate a investițiilor.

Posibilitatea de participare este prin:

- Ștanduri naționale reprezentative
- Ștanduri informaționale

Expozițiile prioritare sunt: CMT - Stuttgart, ITB - Berlin (Germania), FITUR - Madrid, Spania; Ferien Messe Wien - Viena, Austria; IFT - Belgrad, Republica Serbia; UTAZAS, Budapesta, Ungaria; IFTM Top Resa - Paris, Franța, Salon Mondial du

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.4.....	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Tourisme - Paris, Franța; BIT Milano - Milano, Italia; BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO ARCHEOLOGICO - Paestum, Italia; WTM - London, Marea britanie; TT Warsaw - Varșovia, Polonia.

Pe termen scurt cea mai realistă este organizarea participării la TTR - București (România); Holiday & SPA Expo, Sofia; Turism cultural - Veliko Tarnovo, Turism de week-end - Ruse (Bulgaria).

La participările, în afara ștandurilor, trebuie folosite diferite forme de publicitate, oferite de către organizatorii evenimentelor și expozițiilor, de exemplu:

- Includerea filmelor pentru produse turistice la festivalurile pentru filme turistice
- Folosirea instrumentelor pentru găsirea părților interesate prin profiluri înregistrate și întâlniri B2B. Activitate cu blogger-i.
- Organizarea unor ateliere externe și demonstrații pe teritoriul site-ului din ruta
- Organizarea unor întâlniri personale cu touroperatorii, etc.
- Prezentare multimedia în programul expoziției și proiectarea unui film referitor la ruta
- Organizarea unei prezentări la stand prin grupuri de reenactment și invitare prealabilă de touroperatorii, jurnaliști și alți vizitatori profesionali.

2.8. POZIȚIONARE ÎN REȚEA DE RUTE ȘI EVENIMENTE CULTURALE

În momentul de față vizitarea site-urilor înregistrează intensitate diferită, iar popularitatea acestora este nesatisfăcător de scăzută. Integrarea cailor culturale în



Interreg 

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



diferite niveluri (local, național, regional, european, mondial) într-o rețea creează posibilități de turism cultural deschis, care este în stare de a acoperi toate nivelele valorilor culturale. Fragmentarea pieței turistice culturale doar în cadre locale va produce efecte parțiale și incomplete, unde o mare parte a resurselor turistice va rămâne inaccesibilă. Incontestabil, un avantaj competitiv al rutei este prezentat de posibilitatea de alăturarea sa la o rețea de rute cu subiect similar, de exemplu Limesul Dunărean, Pe drumul împăraților romani, Pe drumul vinului, Frontiere romane, Limesul German Superior Raetia, și altele. Astfel ruta își asigură recunoaștere pe plan mondial și un loc cheie în cataloagele turistice europene și mondiale.

Conectarea rutelor culturale într-o rețea teritorială creează posibilități de reglare flexibilă a fluxurilor turistice. În schimbul unui număr limitat de destinații unice, care încarcă excesiv site-urile culturale principale, s-ar putea dezvolta o rețea de destinații interioare, care distribuie uniform fluxurile turistice. Astfel sunt create condiții de satisfacere a interesului turistic manifestat față de diversitatea de caracteristici ale patrimoniului cultural cu privire la tipurile, straturile, valorile, subiectele sale, etc. Și nu în ultimul rând, se deschide posibilitatea de manifestare a potențialului turistic cultural complet al regiunii transfrontaliere și a fi activate resurse turistice culturale necunoscute până acum.

2.9. SUVENIRURI PUBLICITARE

Suvenirurile ar putea fi folosite în diferite modalități, scopul lor principal este de a provoca reacții emoționale pozitive față de produs din partea destinatorilor

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



lor. Avantajul lor principal este că sunt păstrate de către deținătorilor lor, adică ele sunt un purtător trainic al mesajului turistic sau un element care contribuie la formarea imaginii. Cele trei tipuri de suveniruri, care se recomandă a fi elaborate sunt:

- ❖ **Cognitive.** Sunt menite a asocia produsul regional cu unele trăsături memorizabile - elemente ale patrimoniului arheologic, imaginile site-urilor, simboluri ale patrimoniului roman, etc.
- ❖ **Standard** - magneți, brelocuri de chei, păhăre, ecusoane, etc., care satisfac interesul de colecționare al turiștilor, fiind printre cele mai bine cumpărate articole la vizitele turistice
- ❖ **Monede suveniruri, care ilustrează stema produsului.** Ar putea fi elaborate în diferite mărimi și din diferite materiale, conform parametrilor de preț. Ar fi potrivită instalarea în apropierea site-urilor din rută a unor mașini vending, pentru stimularea turiștilor a-și elabora singuri moneda sa de amintire.

Diseminarea suvenirurilor în funcție de valoarea și tirajul acestora, este potrivită a fi efectuată la bursele turistice, în timpul desfășurării unor evenimente, ca cadouri pentru diferite ocazii, precum și comunicarea ulterioară cu oaspeții după plecarea acestora.

Pentru atingerea obiectivelor strategiei de marketing trebuie planificate activități orientate către: organizarea și desfășurarea unor campanii de publicitate/ informaționale/ de motivare; folosirea activă a rețelei de Internet; aplicarea unor tehnici inovative de publicitate; organizarea unor tururi de demonstrare, promoționale, cognitive pentru reprezentanții părților interesate. Este importantă participarea la burse și expoziții turistice internaționale, precum și la

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.7.....	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



forum-uri culturale și turistice specializate la nivel național, regional și internațional.

În scopul publicității active și motivării pentru aderare a Strategiei se propune instituirea unor premii acordate pentru aportul la dezvoltarea rutei turistice, care sunt înmânate pe baza de rotație în orașele - gazde, în care sunt situate site-uri incluse în ruta.

Pe termen scurt s-ar putea să nu fie prevăzută elaborarea unor materiale noi publicitare și informaționale, pentru că vor fi diseminate cele elaborate în cadrul proiectului. Dar pe termen lung și dacă este prezenta posibilitatea de asigurare a finanțării necesare, se recomandă activitățile publicitare să fie orientate către folosirea tehnologiilor inovative.

VIII. RUTE TURISTICE, INCLUSE ÎN PRODUSUL TURISTIC „ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ“

Ruta culturală turistică este o noțiune tot mai des întâlnită în viața noastră de zi cu zi. Mulți istorici, etnologi și culturologi consideră că rutele culturale apar în urma evoluției patrimoniului cultural și a modalităților în care acesta este perceput de oamenii.

Rutele culturale integrate unesc patrimoniul material și nematerial, prezentând posibilitatea de studierea și cunoașterea sa dintr-un nou punct de vedere. Sunt asociate diferite subiecte istorice, fiind schimbată modalitatea în care societatea participă la procesul de cunoaștere a acestuia.

Conform PLANULUI GENERAL DE GESTIONARE, RESTAURARE ȘI PROMOVAREA UTILIZĂRII ECONOMICE DURABILE A SITE-URILOR Istorice și culturale“ elaborat în cadrul proiectului „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei

ROMANIA - BULGARIA	
RESTAURARE ȘI PROMOVAREA UTILIZĂRII ECONOMICE DURABILE A SITE-URILOR Istorice și culturale“	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



regiunii de graniță“, e-MS code: ROBG-568, pe teritoriul regiunii transfrontaliere, în contextul produsului turistic „Arheologie și cultură“, sunt identificate următoarele site-uri turistice care prezintă potențial de dezvoltare și afirmare:

1. CREAREA ȘI AFIRMAREA RUTEI CULTURALE ȘI ISTORICE PE TERITORIUL MUNICIPIULUI DOLNA MITROPOLIA „PATRIMONIUL CULTURAL - PURTĂTOR DE MEMORIE ISTORICĂ ȘI IDENTITATE NAȚIONALĂ“.

Patrimoniul cultural din municipiul Dolna Mitropolia este concentrat în Riben, Podem, Orehovitsa și Baikal, în care sunt poziționate bunurile culturale imobile de „importanță națională“. El sunt martori ai istoriei, traiului și dezvoltării culturale a populației locale. Chiar asemenea rută culturală și istorică poate fi creată și dezvoltată, întrucât aceasta ar putea include un tur al site-urilor de importanță națională: marginea Stația romană lângă marginea drumului „Ad Putea“, satul Riben; „Mogila“ din zona „Tumbata“, satul Podem; site-ul „Mogili“, din satul Orehovitsa și „Locul de ucidere a persoanelor revoluționare din răscoala din septembrie“, satul Baikal.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ Stația română lângă marginea drumului „Ad Putea“, satul Riben

Stația lângă marginea drumului Ad Putea a deservit drumul roman popular „Via



Traiana”. Pe teritoriul bulgar actual acesta începe de la Ulpia Escus, situată lângă satul Gigen și continuă până la Philipopol - orașul actual Plovdiv. Stația se află lângă satul Riben, municipiul Dolna Mitropolia, județul Pleven. Este cunoscută de la Tabula Peutingeriana,

cercetări de teren și publicații științifice. Are statutul de monument al culturii de importanță națională, declarat în Monitorul Oficial - nr. 88 din 1965. Ruinele stației lângă marginea drumului și castelului sunt cunoscute sub denumirea „Gradishteto”, în vecinătate imediată de satul Riben. Sunt situate pe malul drept al râului Vit, pe un teren cu protecție



naturală cu suprafața de aproximativ 13 mii de m.p. și acces numai din partea de Nord. Așezarea fortificată, obiect al studiilor arheologice reprezintă o etapă mai târzie din dezvoltarea stației lângă marginea drumului „Ad Putea” datată din secolul I-III, care a fost situată în zona apropiată.

Amplasarea site-ului oferă posibilitatea rară de observare a panoramei din jur aproape la 250 de grade și la distanță de mulți kilometri, pe vreme senină de la

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



turnul de pază se văd vârfurile mușii Stara planina. Aceasta presupune conservarea structurilor descoperite pentru expunerea acestora în aer liber, întrucât acoperiri de orice tip și mărime ar ascunde vederea.

❖ „Movila“ din zona ”Tumbata”, satul Podem

Satul se află la 20 de kilometri în Nordul orașului județean Pleven, la aproximativ 200 de metri de la malul stâng al râului Vit, în apropierea liniei de cale ferată Yasen (județul Pleven) - Cherkvitsa.

❖ Site-ul „Movile“ , satul Orehovitsa

Satul Orehovitsa este o așezare veche din timpul Evului Mediu, înregistrată în documente turcești la mijlocul secolului XV cu denumirea Rahovitsa ca un timar aferent cetății Hlunik (cetate care în momentul de față nu este descoperită situată în apropierea orașului Nikopol), unitatea ”mezra” Rahovitsa din cadrul mării moșii feudale militare Pleven, ca timar Rahovitsa, care participă la campaniile militare. O parte din satul Rahovitsa pe atunci este mării moșii feudale militare Gigen. Existența satului în următoarele secole- XVI -XVII este documentată în registrele trupelor militare nemusulmane la ”kaz”-ul Niibolu su denumirea Rahovche: cetatea antică - Kaleto, Așezarea antică - zona Chengene, facilitate antică pentru captarea apei subterane și conductă - zona Tsarevets.

❖ „Locul de ucidere a persoanelor revoluționare din răscoala din septembrie“, satul Baikal

Satul Baikal este situat lângă fluviul Dunărea, în Sud-Estul râului Iskar, la o altitudine de 34 de metri. În Nordul satului este amplasată insula dunăreană Boril,

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



acoperită cu sălcii și plopi. Satul este situat la o distanță de 45 km în Nord-Vestul orașului Pleven, și la 40 km de la centrul municipal, orașul Dolna Mitropolia. Site-ul istoric „Locul de ucidere a persoanelor revoluționare din răscoala din septembrie” se află pe malul fluviului Dunărea, în apropierea portului. Descoperit pe data de 2 aprilie 1971, acest monument arhitectural și sculptural magnific este realizat de arh. Kiril Ruskov și sculptorul Dimitar Tsonkov din orașul Pleven. Monumentul reprezintă 3 stâlpi din rocă albă din Vratsa, cu înălțime respectiv de 12, 13 și 14 metri, ridicat în onoarea participanților la prima răscoală antifascistă înecați în Dunăre - răscoala din septembrie.

2. RUTA CULTURALĂ ȘI ISTORICĂ INTEGRATĂ DIN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ „LOCURILE SFINTE - PĂZITORI AI CREDINȚEI CREȘTINE”

Crearea și afirmarea unei rute culturale și istorice integrate în regiunea transfrontalieră „Locurile sfinte - păzitorii credinței creștine”. Crearea unei rute culturale și istorice integrate în diferite variante, care include bisericile „Sfântul Nicolae” din satul Moțăței și „Sfântul Nicolae” din satul Dobridor, aflate pe teritoriul municipiului Moțăței și bisericile situate pe teritoriul municipiului Dolna Mitropolia: biserica „Adormirea Maicii Domnului” din orașul Trastenik; biserica „Sfântul Simeon Stâlpnicul” din satul Oriahovitsa; biserica „Sfântul Nicolae” din satul Riben; biserica „Sfântă Treime” din satul Gorna Mitropolia; biserica „Sfântă Paraschiva” din satul Stavertsi; biserica „Înima sacră a lui Isus” din satul Gostilia.



Interreg 

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



❖ Biserica "Sfântu Nicolae", municipiul Moțăței



Biserica "Sfântu Nicolae", dedicată Sfântului Nicolae este îndreptată cu față spre satul, întrucât este construită la înălțime, ocupând un loc central în municipiul Moțăței. Inițial biserica a fost construită din lemn, dar în anul 1843 a ars și a fost înlocuită de o construcție din cărămizi în anul 1845. Din cauza stării sale prea deteriorate, biserica a

fost demolată complet și în anul 1914 începe construirea bisericii actuale cu formă de cruce. Biserica a fost construită de către enoriașul Stoian Stancescu, mai târziu continuată de fiul său, Ioan Stoian Stancescu și soția sa Velița, sprijiniți de un alt enoriaș - Ioan Ionescu. Desenarea bisericii este finalizată în anul 1922, iar până în anul 1924 sunt montate mobilele și restul facilităților. Biserica este sfințită la 3 mai 1925 de către arhiepiscopul județului Rimonicu, Preasfinția Sa Vartolomeu Stănescu, de protopreotul Radu Gramescu și de preotul Mihai Amzulescu. Parohia, construită în anul 1915, este compusă din casa parohiei cu trei camere, o zonă mică și o verandă bisericească. Paraclisul din cimitir este construit înaintea anului 1910. Clopotnița este construită în anul 1932 de către Ioan Stoian Stănescu, cu ajutorul parohiilor rurale. Înaintea construirii clopotniței, turnul vestic a fost folosit în scopul acesta. Cutremurul din noiembrie 1940 deteriorează o parte din biserica, mai ales Turnul Estic.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.7.....	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Preoți: Ioachim Popilian, Ioan Moșachianu, M. Brabeanu, Grigore Dumitrescu, Dumitru Raia, Mihai Amsulescu, Gheorghe Roșescu, N. Nicola, Ioan Piroteala, Ioan Cojocaru, Ioan Georgescu.

La 1 septembrie 1964 Dumitru Diaconescu este numit ca preot gradul doi datorita gradului de licență de teologie absolvit, care la 1 ianuarie 1965 a fost promovat la o preoție parohială.

Cântăreții parohiei sunt: H. Mogaeanu, Dumitru Popescu Gramatic, Ștefan Capraren, Marin Glavan și Gheorghe Șiganele. Intendant Mladin Ghn. Ioana.

❖ Biserica Sfântul Nicolae - satul Dobridor, Moțăței



Biserica " Sfântul Nicolae " din satul Dobridor face parte din Lista monumentelor istorice, elaborată de către Institutul național pentru patrimoniul României, nr. DJ-II-B-08 259 m. Aceasta este un monument istoric, construit în anul 1845 pe locul fostei biserici - bordel. Constructorii săi sunt doi frați macedoneni și surori.

Pe pereții exteriori nu sunt prezente picturi murale, ele fiind vopsite în negru și cenușă de culoare închisă. Picturile murale din interior sunt realizate în stil neobișnuit.

Unele obiecte din biserica datează de mai mult de 200 de ani și sunt incluse la Patrimoniul național cultural.

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.y.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



În curtea bisericii este clopotnița, construită în anul 1904, precum și unele cruci din piatră la peste 150 de ani, în memoria unor eroi, cu propria lor istorie.

❖ orașul Trastenik - biserica „Adormirea Maicii Domnului“



Biserica „Adormirea Maicii Domnului “ este construită în perioada 1880 - 1886 și sfințită la 15 august 1886 de către Mitropolitul Constantin. Este construită din pietre, cărămizi, var și nisip, cu o cupolă centrală. Primele picturi murale au fost desenate de către un pictor necunoscut și distruse în anul 1938. A doua desenare a fost realizată de către Ilia Pefev, în anul 1942. Iconostasul este din lemn, iar icoanele sunt realizate de către Nestor Traianov. Lângă biserica este o celulă cu două camere și clopotnița, construite în anul.

❖ satul Oriahovitsa - biserica „Sfântul Simeon Stâlpnicul “

Biserica „Sfântul Simeon Stâlpnicul “ este declarată monument cultural. Este construită cu donațiile și munca gratuită a populației locale și a refugiaților din Tracia Mării Albe și Macedonia, stabiliți aici după eliberarea de jugul turc. Oficial este inaugurată și sfințită în anul 1896 de către Mitropolitul din Vratsa Constantin. Mai târziu este desenată de Nikola Popov, elevul lui Danail Nestorov din Școală de artă din Debar și directorul școlii



Interreg
ROMANIA - BULGARIA
Project code: ROBG-568
FLC request No. 4 Requested amount



Interreg





generale „Hristo Smirnenski” este remarcabilă, formând un ansamblu arhitectural în centrul satului, împreună cu clădirea municipiului, casei de lectură, combinatul gospodăresc și biroul poștal. În curtea școlii se regăsește și monumentul soldaților decedați în Războiul Balcanic 1912-1913, Războiul între aliați 1913 și Primul război mondial 1914-1918. Monumentul este de tip piramidal. Data inaugurării: 1 ianuarie 1914.

❖ satul Riben - biserica „Sfântul Nicolae”

Biserica se află în centrul satului și este restaurată cu ajutorul primăriei, donatori din sat și subvenții furnizate de diferite organizații.

❖ Satul Gorna Mitropolia - biserica „Sfântă Treime”



Templul “Sfântă Treime” este un monument cultural, construit în anul 1869, iar după părerea unor specialiști construcția sa datează de mai mult timp, biserica fiind restaurată și construită suplimentar în timpul Renașterii. După Eliberarea este construită clopotnița, împreună cu cupola și pronaosul. În templul se regăsesc puține icoane de sfinți, dar are o ornamentare bogată. Picturile murale probabil datează din secolul 20, dar iconostasul, icoanele și ușile sunt din epoca Renașterii.

În curtea bisericii “Sfântă Treime” din Gorna Mitropolia se mai regăsește încă o construcție. Sursele istorice, dar și localnicii afirmă că în timpul Războiului Ruso-

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No.y.....	amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI




Turc biserica a adăpostit infirmeria Dr.-lui Nikolai Pirogov, în care au fost tratați bolnavii în timpul Războiului Ruso-Turc în perioada 1877/78.



❖ Satul Stavertsi - biserica „Sfântă Paraschivă “



Biserica „Sfântă Paraschivă”, construită în anul 1868, este declarată monument cultural. În anul 1858, oamenii de frunte ai satului de atunci, Ivan Panov, Valcho Radoetsa, Pano Panov, Marin Surdzhiata și alții au prezentat o rugămintă sultanului Abdul Azis pentru acordarea unei autorizații de a fi construită biserică. Biserica este construită timp de zece ani. Construcția este sub formă de cruce, fiind compusă din pronaos, spațiu de mijloc și altar. Dimensiunile bisericii sunt de 18 arșini lungime, 12 arșini lățime și 6 arșini înălțime. Construcția este realizată din pietre și cărămizi. Meșterul principal a fost Krastio Pravchanina, asistat de Vuto, Gergo și Bratan. Pe poarta de intrare de Vest, pe treapta superioară este prezentă inscripția: ”Acest templu s-a construit în anul 1868 de către locuitorii mici și mari ai satului Stavertsi”. Icoanele sunt pictate de pictorii Hristo și Ivan Drenski din orașul Troian. Templul este sfințit de episcopul Paisii Vrachanski. Preoții, care au deservit templul inițial au venit din Knezha, apoi de - Dimitar Tsvetkov din satul Kunino, călugărul Evtimii, preotul Pavel II. Popov din Stavertsi, Kristo Dochev din

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



satul Varbitsa, Vladimir Drenski din Dupnitsa, Danail Vasilev din Varbitsa, ginere la Stavertsi, iar acum - de preotul Boiko din satul Orehovitsa. În ultimii ani s-a făcut o renovare generală, datorita eforturilor depuse de primarul satului, Sergei Kojuharov.

❖ **Satul Gostilia - biserica „Inima sacră a lui Isus “ și casa ”Banashata kashta”**



„Inima sacră a lui Isus “ este o biserică ortodoxă situată în satul Gostilia, Bulgaria de Nord, făcând parte din Eparhia de Nikopol a Bisericii Romano-Catolice. Biserica este un templu parohial. Din primul an de locuirii sale preotul Ambrozii reușește a construi o mică biserică și casa parohială acoperite cu paie. Apoi se ocupă de colectarea unor fonduri pentru construirea bisericii masive. Episcopul Iacob Raasan în ajută cu procurarea unor

fonduri din Franța. Bani sunt colectați și din satele catolice vechi din cadrul eparhiei. Clădirea este proiectată de arhitectul Giovanni Mosutii, care pe atunci a lucrat la Tarnovo , construcția fiind finalizată în anul 1904. La sărbătoarea bisericii „Inima sacră a lui Isus“ anul următor, templul a fost sfințit de episcopul Raasan. În vara anului 1906 cade clopotnița biserici, prin urmare fiind deteriorat acoperișul bisericii.



Project code: ROBG-568

FLC request
No.

Requested
amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



anul 1923 cu ajutorul unor fonduri colectate în Belgia, biserica este renovată din nou de către preotul Rihard Hofman. După trei ani a fost construită și o clopotniță nouă, și de data această cu ajutorul unor donații provenite din Olanda și Germania. Cu ocazia aniversării sale seculare, la începutul secolului XXI interiorul bisericii este complet renovat, iar în anul 2016 templul este renovat în exterior. Sărbătoarea templului - prima zi de vineri după sărbătoarea de Optime a Corpului Hristos.

3. COMPLEXUL SERVICIILOR TURISTICE - O PREMISĂ CHEIE PENTRU AFIRMAREA PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

3.1. DEFINIȚII DE BAZĂ

- ❖ **Serviciu turistic:** Activitate legată de asigurarea călătoriei, cazării, alimentației, informațiilor, divertismentului vizitatorilor, prestate de alte persoane și organizații economice.
- ❖ **Pachet turistic:** combinație de servicii turistice de bază și suplimentare în cadrul unei călătorii organizate, la un preț comun.
- ❖ **Site turistic:** Resurse naturale și antropogene, care reprezintă obiective concrete ale vizitelor turistice: locații în care sunt prezente resurse adaptate spre folosință și/sau locații pentru prestarea unor servicii.
- ❖ **Produs turistic:** O unitate orientată către piața compusă din resurse turistice naturale și antropogene și/sau site-uri (inclusiv infrastructurale), și servicii turistice.

Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.7.....	Requested amount



Interreg 



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3.2. PREMISELE PENTRU CREAREA UNUI PRODUS TURISTIC DE SUCCES

Produsul turistic este un sistem complex de bunuri corporale și necorporale, de beneficii plătite și gratuite, în care sunt prezente două etape de planificare:

1. pregătirea produsului turistic (crearea bazei materiale, pregătirea cadrelor, situarea produsului în timp și spațiu înainte de a fi deserviți turiștii)
2. producția și consumul produsului turistic sub forma serviciilor prestate.

Serviciile turistice posedă următoarele trei caracteristici:

- producția și consumul coincid în timp și spațiu
- obiectul serviciului turistic este utilizatorul, oaspetul, clientul
- de importanță majoră este prestarea în timp util a serviciilor

Nu există o definiție de produs turistic, unii îl caracterizează prin următoarele trei servicii de bază furnizate: *cazare, alimentație și transport*.

Este larg răspândită opinia că produsul turistic este compus din trei elemente:

1) atracții turistice - atracții locale (resurse naturale și climatice; resurse, legate de trai și obiceiuri și de rămășițe de culturi antice; resurse infrastructurale (arhitectură și altele)

- evenimente atractive - manifestări special organizate în scopul creșterii numărului turiștilor (târguri expoziții, congrese, competiții, festivaluri și altele)

2) structura sejurului - condiții accesibile ale destinației sau a locației în care este concentrată atracția turistică (unități de cazare, alimentație, servicii)

ROMÂNIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- acești factori nu generează fluxul de turiști, dar ultimul nu este posibil în absența lor

3) accesibilitate - toate serviciile legate de deplasarea turiștilor (transport internațional, vize și altele)

Există un concept atomic cu privire la esența produsului turistic. Acesta este examinat ca o structură de tip atomic (nucleu și elemente care gravitează în jurul său). Nucleul produsului turistic este prezentat de diferitele resurse în jurul cărora gravitează următoarele elemente:

- 1) servicii de cazare și alimentație
- 2) servicii de transport
- 3) servicii legate de asigurarea funcțiilor țintă ale turistului (a profita la maxim de atracțiile)
- 4) servicii cu caracter comunal și menajer, igienă, aspect și altele
- 5) obiecte pentru amintire (suveniruri)

IX. STABILIREA MĂSURILOR PENTRU ATRAGEREA INTERESULUI ȘI SPRIJINUL AFACERILOR LOCALE FAȚĂ DE SECTORUL TURISTIC

1. ANALIZA TENDINȚELOR DIN DOMENIUL CERERI UTILIZATORILOR

În baza poziționării pe piața a produsului turistic trebuie să fie prevăzute următoarele tendințe în domeniul cererii utilizatorilor, ca măsuri pentru atragerea interesului

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- Îndrumarea utilizatorilor către activități cu o valoare experimentală mai mare și cu o intensitate ridicată a experiențelor
- Creșterea cererii pentru produse "spirituale", care se va combina cu eco-turismul existent în regiune de-a lungul fluviului, cu turismul rural, vinicol și culinar, precum și cu viitoarea creștere a turismului urban, bazat pe divertisment și shopping
- Internetul va avea un rol determinat pentru distribuția generației următoare de produse turistice. Momentan acesta mai este priceput mai degrabă ca o sursă de publicitate gratuită decât ca un mediu, care trebuie folosit în mod creativ și strategic într-o ambianță competitivă
- O importanță tot mai mare dobândește cunoașterea motivării și intereselor segmentelor de utilizatori în vederea atragerii atenției acestora către informațiile furnizate. Aceasta pune accentul pe segmentarea și poziționarea produsului
- Mesajele de marketing, bazate pe experiență și sentimente vor avea o importanță majoră la luarea deciziilor de călătorii. Se vor genera produse personalizate mult mai accentuate
- Posibilitățile financiare mai mici ale anumitor sectoare din populația vor impune crearea unor produse „bugetate” și necesitatea de „branduri de încredere”
- Touroperatorii și agenții turistice vor juca un rol nou prin care ar putea adăuga valoare produsului prin intermediul serviciilor prestate de ei

Potențialul pieței va fi influențat de globalizarea, care va continua în creștere, care va influența numărul și călătoriile estimate de tineri, pentru care informațiile sunt accesibile prin internet/ canale de comunicare. Globalizarea va intensifica și rolul

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No. 4	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



„nomazilor mondiali” și migrările temporare, cea ce va accelera călătoriile pentru vizitarea unor prieteni și rude. De exemplu studenții străini din Europa, căror număr crește cu 5 % per an.

Conform studiului Comisiei Europene de Turism (CET), piața europeană va fi influențată tot mai mult de îmbătrânirea populației, de dezvoltarea sectorului pentru tineri, care generează 20 % din turismul pe plan mondial, concurența de pe alte continente și eforturile pentru sustenabilitate. Vârsta medie tot mai înaintată a populației predetermină căutarea turismului cultural și a programelor destinate unor grupuri compuse de persoane în vârstă. Pe de altă parte, piața tineretului va căuta produse tot mai atractive, inclusiv diferite forme de turism de aventură. Aceste tendințe generale vor determina prioritatea vacanțelor individuale în detrimentul pachetelor tradiționale, prin urmare, destinațiile pentru turiștii individuali se vor dezvolta mai bine.

Schimbările climei reprezintă un factor major, care va determina dezvoltarea turismului pe termen lung. S-ar putea aștepta schimbări în fluxurile turistice - creșterea călătoriilor în afara sezonului de vară și popularitatea tot mai mare a destinațiilor cu climă de vară în timpul iernii. Furnizarea informațiilor privind durabilitatea unui produs va crește cererea pentru acest produs, iar utilizatorul de masă se va influența de imaginea produsului durabil.

Pentru desfășurarea potențialului de piață sunt foarte importante parteneriatele care vor fi create. Cu lansarea pe piață a unui produs turistic comun crește competitivitatea tuturor părților interesate de nișa de piață respectivă. Se obține o vizibilitate și recunoaștere generală pe piața internațională și atragerea unui număr tot mai mare de turiști. Asocierea site-urilor într-o rută comună asigură

Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



completarea ofertei turistice pe de o parte și posibilitatea de combinare cu celelalte tipuri de turism, care contribuie la conexiunea emoțională deplină, pe de altă parte.

2. MĂSURI PENTRU AFIRMAREA ȘI SPRIJINIREA PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

Sunt identificate următoarele măsuri pentru afirmarea și sprijinirea produsului turistic "Arheologie și cultură", o premisă pentru dezvoltarea turismului de nișă din regiunea transfrontalieră și soluționarea problemei complexe identificate a regiunii și a orașelor mici din regiune:

- Dezvoltarea unui concept de produs, bazat pe abordări contemporane tematice de interpretare
- Dotarea site-urilor cu facilitățile interactive contemporane, corespunzătoare conceptului, cu ajutorul cărora s-ar putea crea pachet de servicii diverse
- Popularizarea atracțiilor culturale în rândul turiștilor individuali pentru includerea acestora la rutele culturale cognitive
- Comunicare eficientă a tuturor părților interesate, incluse la dezvoltarea turismului cultural
- Asigurarea participării active a părților interesate din sectorul public și privat la gestionarea și gospodărirea atracțiilor culturale
- Măsuri concentrate pentru protejarea site-urilor împotriva efectelor negative externe și crearea mediului corespunzător natural și/sau social, care îmbunătățește efectul site-urilor asupra turiștilor
- Luarea unor măsuri adecvate și în timp util pentru conservarea, întreținerea și expunerea site-urilor

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.4.....	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



- Angajarea ONG-urilor locale, administrațiilor municipale și organizațiilor de afaceri la elaborarea și implementarea proiectelor din domeniul turismului cultural, finanțate prin fonduri alocate din diferite programe
- Crearea unor posibilități care ar permite completarea de către turismul cultural a altor tipuri de turism și sprijinirea competitivității tipurilor de turism de masă, precum turism balnear și SPA, turism de afaceri, turism urban și turism în week-end-urile, și prelungirea durată sezonelor
- Încurajarea angajatorilor din domeniul turismului a investi în formarea unor abilități profesionale noi, în pregătirea și calificarea cadrelor din domeniul turismului cultural și socializarea patrimoniului cultural și industriile asociate acestora
- Stabilirea unor legături între diferitele regiuni din țara și județe cu acoperire comparabilă din alte țări din regiune sau din Europa, în proiecte culturale comune, cunoscute sub denumirea de rute culturale
- Efectuarea unor studii de marketing regulate a turiștilor și intereselor și preferințelor lor specifice la vizitarea instituțiilor și site-urilor culturale din patrimoniul cultural și istoric
- Elaborarea și diseminarea unor materiale informaționale și publicitare, realizarea unor participări la seminare, mese rotunde, conferințe, expoziții turistice și campanii de PR, publicitare și de marketing și alte inițiative, legate de dezvoltarea turismului cultural
- Crearea unor rețele de parteneriat între instituțiile legate de dezvoltarea turismului cultural și oferta produselor turistice
- Oferirea unui echilibru între experiența specială, legată de un așezament emoțional, confort și calitatea serviciilor.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3. RESPONSABILITĂȚI ALE INSTITUȚIILOR PUBLICE ȘI SECTORUL PRIVAT ÎN PROCESUL DE ATRAGERE A INTERESULUI ȘI SPRIJINULUI - PREMISĂ PENTRU AFIRMAREA PRODUSULUI TURISTIC

3.1. RESPONSABILITĂȚILE STATULUI (SECTORULUI PUBLIC)

- Încurajarea participării tuturor părților interesate (comunitățile locale, societatea civilă, ONG-urile și sectorul privat) la toate etapele de dezvoltare a turismului cultural, de la planificarea, implementarea, monitorizarea, evaluarea și distribuția beneficiilor.
- Asigurarea posibilității de formare și instruire a cercetătorilor, participanților la procesele de planificare și stabilirea politicii, traducătorilor, conservatorilor, touroperatorilor și comunităților locale;
- Alocarea unor resurse financiare și umane suficiente pentru păstrarea, conservarea și interpretarea patrimoniului cultural prin alocarea unui părți esențiale din taxele percepute pentru desfășurarea unor evenimente și pentru diferite locații
- Elaborarea unei strategii clare pentru dezvoltarea turismului cultural în fiecare județ, menționat ca o destinație turistică, prin consultări cu părțile interesate respective
- Asigurarea resurselor necesare pentru monitorizarea și evaluarea rezultatelor obținute în urma dezvoltării turismului cultural
- Asigurarea informațiilor tehnice, financiare, de marketing necesare și a sprijinului profesional pentru segmentele mai puțin favorizate ale comunităților locale din destinațiile de turism cultural, pentru asigurarea

Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request NO.y.....	Requested amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



acestora condițiilor necesare de dezvoltare a afacerii turistice durabile și obținerea beneficiilor generale în urma fluxului de turiști

- Sprijinirea furnizorilor și a touroperatorilor locali, care dezvoltă turism pe baza turiștilor sosiți, la alegerea canalelor de marketing pentru produsele și serviciile acestora, pentru asigurarea repartizării juste a beneficiilor între furnizorii locali și tourooperatorii străini.

3.2. RESPONSABILITĂȚILE SECTORULUI PRIVAT

- Încurajarea parteneriatelor cu comunitățile locale la dezvoltarea turismului și culturii pentru obținerea unor beneficii maxime pentru economia locală în urma turismului cultural
- Acordarea avantajului populației locale la angajarea personalului cu instruire asigurată, pentru că populația locală să facă parte din industria turistică
- Promovarea importanței culturilor locale la protejarea caracteristicilor acestora, conformarea cu capacitatea de primire a patrimoniului material și nematerial
- Acordarea priorității furnizorilor locali de mărfuri și servicii în vederea creării locurilor de muncă și menținerii durabilității artelor și tradițiilor tradiționale;

3.3. RESPONSABILITĂȚILE COMUNITĂȚILOR LOCALE

- Un rol activ organizațional la planificarea și monitorizarea proiectului

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- Menținerea valorilor culturale și a tradițiilor vii prin programe de instruire și activități de conservare
- Folosirea unor inițiative inovative bazate pe principiul cooperativelor pentru repartizarea egală a beneficiilor obținute în urma turismului
- Folosirea festivalurilor și a altor evenimente pentru poziționarea potențialului turismului cultural pentru comunitățile locale
- Activitate activă cu sectorul privat în vederea asigurării dezvoltării responsabile a populației locale și a sectorului.

3.4. RESPONSABILITĂȚI ALE ALTOR PĂRȚI INTERESATE

- ONG-urile trebuie să coopereze cu comunitățile locale pentru atingerea obiectivelor economice și culturale, prin sprijin financiar și prin consultanță
- Instituțiile academice trebuie să includă studii și activități de instruire legate de turismul cultural
- Mediile naționale și internaționale trebuie să promoveze o imagine corectă și completă a turismului cultural.

X. PROPUNERE DE UN PLAN DE MARKETING DE 5 ANI PENTRU DEZVOLTAREA PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

1. ANALIZA PĂRȚILOR INTERESATE ÎN CONTEXTUL POPULARIZĂRII PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

Părțile interesate joacă un rol important pentru realizarea Strategiei de popularizare, întrucât dezvoltarea și afirmarea produsului turistic este posibilă

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



doar prin crearea unei interacțiuni active între ele. Trei factori de bază (public, privat și nonguvernamental) trebuie să-și unească eforturile și competențele pentru a atinge rezultate eficiente și durabile.

În centrul interesului comun este dezvoltarea sectorului turistic, păstrarea și dezvoltarea durabilă a patrimoniului cultural și istoric în regiunea transfrontalieră cu un accent concret - arheologia și cultura și crearea condițiilor pentru dezvoltarea economiei locale și regionale.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. <u>4</u>	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Reprezentanți ai puterii centrale la nivel național și regional				
Grup	Reprezentanți	Rol în procesul de realizare a strategiei	Interes de parteneriat	Mecanisme consultare/ interacțiune
Parte interesată <ul style="list-style-type: none"> Autorități ale administrației centrale și organizații culturale la nivel național 	<ul style="list-style-type: none"> România Ministerul Culturii; Institutul Național al Patrimoniului; Ministerul Turismului ; Institutul Cultural Român; Rețeaua Națională a Muzeelor. 	<ul style="list-style-type: none"> Sprrijinirea procesului de asigurare a finanțelor pentru activitățile planificate prin fonduri de la bugetul național și resurse europene Popularizarea rutei 	Implementarea politicilor naționale pentru dezvoltare regională și locală în domeniul turismului	<ul style="list-style-type: none"> Participare la grupuri de lucru (focus); Forumuri naționale Comisii consultative;

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg

www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bulgaria ▪ Ministerul dezvoltării regionale și a amenajării teritoriului ▪ Ministerul Turismului ▪ Ministerul mediului și apelor ▪ Ministerul Educației ▪ Ministerul Economiei ▪ Ministerul agriculturii și alimentelor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Popularizarea rutei ▪ Sprijinirea procesului de dezvoltare regională 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agentii pentru dezvoltare regională 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprijinirea atingerii direcțiilor strategice la nivel regional și 					
--	---	---	---	---	--	--	--	--	--

<p>Autoritate regională</p>	<p>ROMANIA - BULGARIA</p> <p>Interreg</p>  
<p>Project code: ROBG-568</p>	
<p>FLC request No. 5</p>	<p>Requested amount</p>

ROMANIA - BULGARIA



Interreg

UNIONE EUROPEA

www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”, e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



	<p>Bulgaria</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consilii regionale de dezvoltare ▪ Consilii regionale de coordonare ▪ Prefecți 	<p>formare a politicilor</p>	<p>a județean.</p>	
Grup				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autorități ale administrației locale, pe raza cărora sunt prezente site-uri legate de patrimoniul cultural, anume 	<p>România</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consilii locale ale județelor Mehedinți, Dolj, Olt, Teleorman, Giurgiu, Călărași și Constanța, primării ale localităților din 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborarea unor politici și proiecte comune legate de produsul; ▪ Asigurarea finanțării de la bugetul municipal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dezvoltarea economiei locale și a dezvoltării regionale. ▪ Efecte pozitive asupra valorificării patrimoniului 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stabilirea unor relații durabile între administrațiile, în vederea generării unor idei și inițiative generale pentru dezvoltarea

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg

UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”, e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.

FLC request
No. 4

Requested
amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



arheologice și/sau muzee și colecții muzeistice	România și Bulgaria Bulgaria <ul style="list-style-type: none"> ▪ Administrații municipale ▪ Consilii municipale locale (Vidin, Vratsa, Pleven, Tarnovo, Silistra)	și prin finanțare europeană; <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborarea și întreținerea unui calendar al evenimentelor la site-urile din ruta; ▪ Sprijin pentru diseminarea unor informații referitoare la ruta 	cultural local.	noului turistic produs
Reprezentanți ai mediului de afaceri				
Touroperatori, agenții turistice		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Includerea rutei sau a unor site-uri 	Diversificarea atracțiilor turistice	Stabilirea unor contacte și relații trainice pentru



Project code: ROBG-568

FLC request
No.

Requested
amount

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Operatori de croazierele pe Dunărea	din ruta la pachetele oferite de ei;	oferite	popularizarea produsului turistic
Ghiduri certificați	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Popularizarea atracției; ▪ Creșterea fluxului de turiști; ▪ Organizarea unor tururi/rute culturale sau excursii tematice până la site-urile sau individuale prin agenții turistice 	Diversificarea posibilităților oferite de activități în timpul sejurului în orașele portuare;	Stabilirea unor
Hotelier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oferirea site-urilor 	Asigurarea ocupării și îmbunătățirea calității serviciilor prestate turiștilor	Stabilirea unor

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request No. Requested amount



www.interregrog.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Restauratori	turistice, popularizarea acestora în rândul oaspeților;	programe stimularea gradului de ocupare a forței de muncă și a veniturilor.	parteneriate organizații sectoriale și/sau individuale
Reprezentanți ai structurilor societății civile			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uniuni de beneficiu public ▪ Asociații de beneficiu public ▪ Grupuri de inițiativă locale ▪ Asocieri sectoriale ale afacerii ▪ Organizații de angajatori 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Popularizarea atracției; ▪ Realizarea unor inițiative și evenimente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Popularizarea furnizorilor locali de servicii turistice ▪ Posibilitate de activitatea în rețea 	Stabilirea unor contacte și relații durabile în scopul dezvoltării și popularizării produsului turistic


 Project code: ROBG-568
 FLC request No. 5 Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg

URANIA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



<ul style="list-style-type: none"> ▪ Camere de comerț și industrie ▪ Societăți turistice ▪ Uniuni turistice 	<p>comune;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborarea unor proiecte comune; 	
Reprezentanți ai unor organizații științifice și instituții educaționale		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizații de cercetare dezvoltare ▪ Universități ▪ Școli secundare ▪ Licee profesionale 	<p>Contribuie la popularizarea produsului</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplică expertiză științifică în dezvoltarea rutei ▪ Organizează vizite cu caracter educațional a site-urilor de către 	<p>Posibilitatea de aplicare a expertizei științifice și dezvoltarea unor proiecte comune pentru finanțare de la fonduri ale UE și alte surse;</p> <p>Organizarea unor</p> <p>Constatarea unor contacte și parteneriate durabile;</p> <p>crearea unor</p>

 Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Popularizarea produsului ▪ Organizarea unor evenimente comune 	stagii, etc.	
Reprezentanți ai unor muzee regionale și locale, instituții culturale			
România <ul style="list-style-type: none"> ▪ Direcții culturale județene ▪ Muzee și instituții culturale. Bulgaria <ul style="list-style-type: none"> ▪ Muzee regionale de istorie ▪ Muzee locale ▪ Case de lectură 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Popularizarea patrimoniului cultural și istoric ▪ Organizarea unor evenimente tematice ▪ Creșterea gradului 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desfășurarea unei politici durabile pentru păstrarea patrimoniului cultural și istoric ▪ Dezvoltarea patrimoniului 	Parteneriat la elaborarea materiale, proiecte, legate de ruta.



Project code: ROBG-568

FLC request
No. 4

Requested
amount

www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



<ul style="list-style-type: none"> Instituții culturale 	<p>de informare a turiștilor asupra patrimoniului cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizarea unor inițiative comune, aplicarea expertizei ridicate a acestora. 	<p>material și nematerial</p> <ul style="list-style-type: none"> Descoperirea unor monumente arheologice noi Sprijinirea asigurării fondurilor necesare. 	
--	---	--	--

 Project code: ROBG-568	
FLC request No. <u>4</u>	Requested amount



www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2. VIZIUNE PENTRU DEZVOLTAREA PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ "

Viziunea pentru dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură" este realizabilă și reală, reflectând cu exactitate necesitățile reale pentru popularizarea produsului turistic cultural și istoric comun, precum și rolul său de a aduce contribuție la dezvoltarea economică și socială a regiunii transfrontaliere. Principalele accente la definirea viziunii sunt durabilitate și inovație.

Viziunea conturează așteptările principale ale Strategiei pentru popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultura" și dezvoltarea sa până în anul 2025. Viziunea formulează pe scurt dezvoltarea în perspectivă a principalelor procese, legate de poziționarea publică a noului produs turistic comun în regiunea transfrontalieră. Viziunea de produs ca un produs de marketing reflectă obiectivele pe termen lung pentru dezvoltarea produsului întreg.

Viziunea însăși se apropie de starea dorită și nu este limitată de resursele disponibile (site-uri principale, destinații turistice dezvoltate, site-uri din arealul lateral), dar prevede și necesitatea de dezvoltare a potențialului elementelor secundare pentru atingerea durabilității rutei întregi. Aceasta conține o componentă de construire și definire, care îndreaptă atenția către caracterul inovativ al rutei, presupunând folosirea și a tehnologiilor de comunicații inovative la prezentarea site-urilor, precum și inovații la gestionarea însăși și marketingul rutei prin participarea motivată a părților interesate.



Interreg



ROMANIA - BULGARIA	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Prin Viziunea astfel definită se obține echilibru între realism și ambiție, între termen scurt și termen lung, între posibilități și dorințe.

Viziunea este realistă și este bazată pe resursele disponibile în regiunea transfrontalieră, raportând punctele sale forte și slabe, potențialele și provocările.

3. OBIECTIVE DE MARKETING

Viziunea, prezentată mai sus va fi atinsă prin realizarea următoarelor obiective de marketing:

Obiectiv de Marketing 1: Dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură" ca o modalitate de utilizare și capitalizare a resurselor culturale din regiunea transfrontalieră.

Obiectiv de Marketing 2: Îmbunătățirea utilizării și capitalizării patrimoniului cultural, menite creșterii economice și dezvoltării comunității din regiune.

Obiectiv de Marketing 3: Popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură".

Pe termen lung strategia urmărește valorificarea responsabilă a patrimoniului arheologic și a expozițiilor muzeistice din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria prin dezvoltarea activității turistice.

4. INTERVALE DE TIMP PENTRU REALIZAREA STRATEGIEI

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.1.....	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



www.interregrobg.eu



Atingerea obiectivelor este structurată în trei intervale de timp, conform cadrului de timp solicitat de prezentul document strategic, respectiv și de timpul necesar pentru realizarea măsurilor și acțiunilor propuse:

- ❖ 2020 - 2022: popularizarea activă a produsului, elaborarea unor sub-produse pentru lărgirea paletarului de produse
- ❖ 2022-2024: dezvoltarea produsului; dezvoltarea unor canale eficiente de distribuție prin crearea parteneriatelor; sprijinirea popularizării prin construirea unei infrastructuri informaționale și tehnice, etc.
- ❖ 2025 - și după aceea: capitalizarea produsului turistic ca o sursă de înnoire și dezvoltare a comunității, crearea unor locuri de muncă în domeniul turismului și industriile asociate acestuia.

5. ACȚIUNI PENTRU REALIZAREA STRATEGIEI DE POPULARIZARE A PRODUSULUI TURISTIC "ARHEOLOGIE ȘI CULTURĂ"

Prin identificarea acțiunilor concrete se obține îndeplinirea realizării obiectivelor de marketing ale Strategiei de popularizare a produsului turistic "Arheologie și cultură". Pentru atingerea eficacității maxime la realizarea strategiei, obiectivele de marketing sunt asociate unor măsuri, la care sunt prezentate acțiunile concrete. Activitățile sunt grupate conform măsurilor prevăzute, care contribuie la atingerea obiectivelor de marketing. Fiecare acțiune este definită clar și exact d.p.d.v. al graficului de timp și resurselor necesare. Această abordare logic asociată va garanta realizarea strategiei.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



		Conform Strategiei										
1.2.2.	Încurajarea dezvoltării produsului și îmbogățirii paletarului de produse	Dezvoltarea unor produse din ruta turistică	sub-valorificării locale și a activității vinicole prin evenimente și linii tematice	Sprijinirea dezvoltării unor linii de produse individuale ale fabricațiilor locale suveniruri, produse alimentare, etc.; standarde de calitate referitoare la articolele și suvenirurile).	5 000	5 000	5 000					2 500
					5 000	5 000	5 000					2 500
					5 000	5 000	5 000					2 500



www.interregrog.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.

ROMANIA - BULGARIA
Interreg
Project code: ROBG-568
FLC request
No.
Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



5.2. ACȚIUNI MENITE ATINGERII OBIECTIVULUI DE MARKETING 2. ÎMBUNĂȚĂȚIREA FOLOSIRII ȘI CAPITALIZĂRII PATRIMONIULUI CULTURAL, ADRESATE

CREȘTERII ECONOMICE ȘI DEZVOLTĂRII COMUNITĂȚII DIN REGIUNE

Măsură	Acțiuni	Sarcini	Termen de realizare (perioada de 5 ani)					Valoare (euro) (perioada de 5 ani)	estimată
			1	2	3	4	5		
2.1.	Asigurarea informațiilor necesare legate de produsul în scopul atragerii turiștilor	Acordarea unui sprijin pentru îmbunătățirea asigurării informațiilor necesare legate de produsul turistic	Furnizarea informațiilor referitoare la produsul și site-urile incluse în cadrul acestuia, în atenția mediului de afaceri, touroperatorilor, organizațiilor nonguvernamentale, etc.						000 8
	2.1.1.								000 8
									000 8
									000 8
									000 8
									000 8

FLC request
No. 1

Requested
amount



ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIONA EUROPEANĂ

www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2.1.2.	Acordarea unui sprijin la crearea infrastructurii informaționale pentru popularizarea site-urilor incluse în produsul turistic (indicatoare, panouri, marcaje indicative , etc.)	Acordarea unui sprijin la crearea și întreținerea unor puncte informaționale și publicitare (cu materiale informaționale tipărite și electronice) a principalelor puncte de intrare în regiune.	Acordarea unui sprijin la elaborarea și instalarea panourilor informative, billboard-urilor, etc. referitoare la produsul (pe principalele trasee rutiere, în/la site-uri și în alte locații)	16 000	16 000	4 000	4 000	4 000					
--------	--	---	---	--------	--------	-------	-------	-------	--	--	--	--	--

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIONA EUROPEANĂ

www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.

FLC request No. 4	 Project code: ROBG-568 Requested amount
----------------------	---



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



	2.2. Crearea unor parteneriate pentru promovarea și distribuția produsului turistic туристический продукт	2.2.1.	Utilizare eficientă a posibilităților de distribuție în vederea diseminării informațiilor referitoare la produs prin integrarea sa în ofertele operatorilor turistici și de	Diseminarea materialelor informaționale referitoare la ruta prin centre informaționale turistice, partenerul turistic sau prin alți parteneri.											4 000	4 000	4 000
--	--	--------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------	-------	-------

FLC request No.

Requested amount



www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”, e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



	<p>2.2.2.</p> <p>Crearea unor parteneriate pentru realizarea unor inițiative/proiecte comune, menite de educației, păstrării patrimoniului cultural, stimulării economice</p>	<p>Interacțiune cu instituții educaționale și culturale pentru includerea elevilor și studenților la realizarea unor activități, legate de dezvoltarea produsului;</p> <p>Elaborarea unor proiecte comune, menite promovării produsului</p>	2 000	2 000	2 000	3 000	3 000
--	---	---	-------	-------	-------	-------	-------

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request No. 5

Requested amount



www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-M5 code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



2.2.3.	Organizarea unor evenimente de desfășurare a unor dezbateri (mese rotunde, grupuri focus, etc.) pentru dezvoltarea produsului.	Organizarea unor întâlniri între părțile interesate pentru încurajarea creării parteneriatului public - privat între instituțiile educaționale și mediului de afaceri	Organizarea unor formate de dezbateri/ de lucru pentru discutarea posibilității de creare a unui sistem de acces prin implementarea cardurilor de acces la site-urile incluse în produs.							2 000	1 500	2 000	1 500
--------	--	---	--	--	--	--	--	--	--	-------	-------	-------	-------

FLC request No. 4

Requested amount

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

e-MS



www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



3.1.2.	Elaborarea și realizarea unor campanii publicitare/informaționale pentru produsul turistic	Planificarea și realizarea unor campanii publicitare și informaționale pentru atragerea turiștilor, adresate pieței autohtone și piețelor externe (inclusiv piețelor, care generează vizite pe tot cursul anului)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
--------	--	--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

ROMANIA - BULGARIA



Interreg

www.interregbg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request No. 4

Requested amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



		3.1.3	Organizarea unor tururi publicitare / demonstrative	Pregătirea, organizarea și desfășurarea unor tururi, pentru reprezentanții părților interesate - touroperatorii , operatorii de croaziere, medii, reprezentanții mediului de afaceri, etc. Organizarea unor vizite informaționale pentru reprezentanții croazierelor pe Dunărea, touroperatorii și agențiile turistice				8 000	8 000	8 000	4 000	4 000
--	--	-------	---	---	--	--	--	-------	-------	-------	-------	-------

 Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount



www.interregbg.eu

e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.
Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



		Conform Strategiei				
3.1.4	Prezentarea produsului la expoziții și burse turistice internaționale	Planificare anuală a participării și a modului de prezentare a produsului turistic la expoziții și burse internaționale				
		Participare la expoziții și burse internaționale				
		Elaborarea evaluării eficacității participărilor la expozițiile și bursele				
3.1.5.	Organizarea unor premii pentru aportul adus la dezvoltarea produsului	Elaborarea statutului pentru organizarea premiilor Ha				2 000

ROMANIA - BULGARIA

Interreg 

Project code: ROBG-568

FLC request
No.

Requested
amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg

www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
eMS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



6. REZULTATE AȘTEPTATE

Beneficiile economice obținute în urma dezvoltării turistice sunt observate în aspect sectorial (turistic), precum și în aspect economic și social general.

Rezultatele așteptate în urma realizării strategiei sunt următoarele:

- ❖ **Rezultatul 1:** Un produs turistic popularizat și îmbunătățirea recunoașterii sale pe piața autohtonă și pe piețele externe

Popularizarea reușită și poziționarea pe piața turistică a produsului turistic "Arheologie și cultură" va contribui la îmbunătățirea imaginii și creșterea popularității regiunii transfrontaliere ca un loc de vacanță atractiv, care oferă experiență turistică deplină și bogată. Îmbunătățirea recunoașterii rutei și a site-urilor, incluse în ruta, atracțiilor turistice, posibilităților de animație și acțiuni, precum și a evenimentelor desfășurate va contribui la prelungirea sejurului mediu al turiștilor și la creșterea veniturilor medii obținute de la un turist.

- ❖ **Rezultatul 2:** Dezvoltare durabilă a produsului turistic, diversificare atinsă a ofertei și un grad crescut de satisfacție a turiștilor

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount



Interreg



www.interregrobg.eu

173



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Prin realizarea produsului turistic se asigură un instrument de păstrare și utilizare durabilă a patrimoniului cultural și natural din regiune. Angajarea funcției turistice a localităților mici (care nu sunt populare ca destinații turistice) va contribui la dezvoltarea serviciilor, legate de turismul și păstrarea modalității de viață locale. Dezvoltarea turistică activizată va provoca lărgirea lanțului de valori a turismului prin generarea angajării și consumului din sectoarele asociate și domeniile publice, adică repartizarea beneficiilor economice în cercuri mai largi din populația locală. Prin diversitatea ofertei turistice și caracteristicile îmbunătățite ale fluxului turistic se vor genera beneficii economice - creșterea veniturilor obținute din turism, inclusiv impozite și taxe, creșterea gradului de ocupare a forței de muncă, etc.

- ❖ **Rezultatul 3:** Dezvoltarea turistică activizată și numărul crescut al turiștilor în regiune

Îmbunătățirea repartizării turistice se va obține prin lărgirea paletarului de sub-produse și servicii din produsul turistic în cadrul regiunii, precum și prin construirea infrastructurii necesare.

O combinație potrivită a resurselor turistice existente și calitatea îmbunătățită a ofertei, folosirea eficientă a canalelor de distribuție, va genera creșterea numărului turiștilor.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No. 4	amount



Interreg



www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Legătură între obiectivele de marketing și rezultatele așteptate

<p>OM1. Dezvoltarea produsului turistic "Arheologie și cultură" ca o modalitate de folosire și capitalizare a resurselor culturale ale regiunii transfrontaliere</p>	<p>Rezultatul 1: Un produs turistic popularizat și recunoașterea sa mai bună pe piața autohtonă și pe piața externă.</p>
<p>OM2. Îmbunătățirea folosirii și capitalizării patrimoniului cultural, îndreptate către creșterea economică și dezvoltarea comunității din regiune</p>	<p>Rezultatul 2: Dezvoltare durabilă a produsului turistic, diversificarea ofertei și creșterea gradului de mulțumire în rândul turiștilor</p>
<p>OM3. Popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură"</p>	<p>Rezultatul 3: Dezvoltare turistică activizată și un număr crescut al turiștilor în regiune</p>

ROMANIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested
No. <u>4</u>	amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



MC1. Разработване на туристическия продукт "Археология и култура" като начин за използване и капитализиране на културните ресурси на трансграничния регион

Резултат 1: Популяризиран туристически продукт и повишена разпознаваемостта му на вътрешния и външния пазар

MC2. Подобряване на използването и капитализирането на културното наследство, насочено към икономическия растеж и развитието на общността в региона

Резултат 2: Устойчиво развитие на туристическия продукт, постигната диверсификация на предлагането и повишена степен на удовлетвореност на туристите

MC3. Популяризиране на туристическия продукт "Археология и култура"

Резултат 3: Активизирано туристическо развитие и нараснал брой туристи в региона

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.4.....	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GVERNUL ROMÂNIEI



GVERNUL BULGARIEI



X. METODE DE EVALUARE A GRADULUI DE IMPLEMENTARE ȘI A EFICACITĂȚII STRATEGIEI DE MARKETING. MONITORIZAREA REALIZĂRII.

1. MONITORIZAREA REALIZĂRII

Monitorizarea și controlul implementării Strategiei fac parte integrantă din procesul general de realizare a documentului. Sistemul de monitorizare trebuie să asigure realizarea eficientă și eficace a măsurilor și acțiunilor prevăzute, care se încadrează în subiectul Strategiei. Rolul sistemului de monitorizare este de a garanta monitorizarea permanentă a rezultatelor, prevăzute de documentul strategic și a le populariza. Procesul de monitorizare necesită colectarea unor date cantitative și calitative referitoare la realizarea acțiunilor respective. Prin sistemul de monitorizare se urmărește furnizarea autorităților competente naționale, regionale și locale din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, precum și a tuturor părților interesate, informații regulate cu privire la progresul în atingerea obiectivelor și rezultatelor prevăzute.

Obiectivul principal este identificarea abaterilor sau a zonelor de risc la realizarea acțiunilor prevăzute, astfel îmbunătățindu-se implementarea Strategiei de dezvoltare, perfecționarea și inovațiile și facilitatea/ îmbunătățirea dezvoltării ulterioare a procesului de realizare.

Pe baza rezultatelor obținute în urma monitorizării s-ar putea efectua schimbări în timp util și actualizări ale modului de realizare a Strategiei.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.4.....	amount



Interreg



www.interregrobg.eu



Monitorizarea este de importanță majoră pentru realizarea documentului strategic, cărui realizare acoperă o perioadă lungă de timp (câteva etape de timp), se referă la diferite teritorii și grupuri din populația și la câteva sectoare economice.

1.1. MONITORIZARE CONTINUĂ

Strategia de marketing pentru popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură" presupune existența unor acțiuni și resurse interconectate (resurse tehnice, organizaționale, juridice, financiare, umane și de altă natură) pentru realizarea sa. Mecanismele de monitorizare și control a Strategiei sunt conformate și cu următoarele principii de bază ale procesului de planificare, gestionare și aplicare, monitorizare, control și evaluare a implementării documentelor strategice:

Unitatea documentului strategic

- Adecvarea și relevanța documentului strategic
- Aplicabilitatea documentului strategic
- Impactul general al documentului strategic
- Eficiența și eficacitatea documentului strategic
- Gestionare financiară
- Deschidere, transparență și publicitate
- Monitorizare și raportare
- Durabilitate

<small>ROMANIA - BULGARIA</small>	
 	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Doar la existența tuturor elemente și la respectarea principiilor menționate mai sus o Strategie ar avea șansa reală de succes și de atingere a obiectivelor preconizate și a rezultatelor așteptate.

Procesul de desfășurare și implementare a Strategiei trebuie efectuat cu respectarea următoarelor câteva principii:

- Gradul cuprinzător de acoperire a site-urilor supuse monitorizării
- Claritate și transparență
- Obiectivitate
- Control reciproc și coordonare între unitățile instituționale responsabile
- Existența unor reguli și proceduri clare de desfășurare și monitorizare
- Parteneriat și interacțiune cu toate părțile interesate

Obiectele monitorizării Strategiei vor fi toate elementele de evaluare:

- **eficiența resurselor folosite** - resursele folosite ar putea fi financiare, umane, tehnice și orice alte mijloace și/sau active
- **eficacitate cu privire la atingerea obiectivelor** - eficacitatea se va măsura ca un raport procentual între rezultatele preconizate și obiectivele atinse.

Subiecții monitorizării progresului Strategiei sunt acele autorități, unități instituționale și/sau părți interesate, care sunt angajate cu și/sau responsabile direct sau indirect de desfășurarea activităților de monitorizare, după cum urmează:

- Reprezentați ai autorităților municipale/ județene, naționale, care sunt responsabile direct/ indirect de aplicarea Strategiei evaluate

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. 4	Requested amount



Interreg



UNIONA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu

179



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- Reprezentați ai populației locale și ai structurilor societății civile, organizații educaționale și științifice și altele, în calitatea lor de părți interesate sau de participanți la procesul de monitorizare
- Organizații externe/ evaluatori/ experți - în cazurile monitorizării externe

1.2. ELEMENTE CHEIE ALE SISTEMULUI DE MONITORIZARE

1.2.1. **Rezultate planificate** - rezultatele prevăzute conturează clar efectul dorit - schimbarea așteptată în urma implementării Strategiei

1.2.2. **Indicatori de monitorizare** - identifică schimbarea concretă dorită, fiind programate valori țintă realizabile

1.2.3. **Surse de informații, metode și periodicitatea colectării informațiilor.** Sistemul de monitorizare furnizează informații suficient de exhaustive și exacte cu privire la sursele de informații concrete pentru urmărirea indicatorilor cheie stabiliți, mijloacele de colectare a informațiilor, precum și periodicitatea colectării informațiilor pentru fiecare tip de indicatorii definiți.

Monitorizarea și evaluarea sunt instrumente obligatorii ale bunei gestionări. Ele reprezintă o parte integrantă principală din procesul decizional și de gestionare a ciclului general de elaborare, aplicare și evaluare a Strategiei. Aceste instrumente creează și garantează:

- **Eficiența și eficacitatea Strategiei:**

Instituțiile, organizațiile și părțile interesate ating rezultate adecvate necesităților publice, resursele disponibile fiind utilizate în mod eficient.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



Liderii și publicul creează o perspectivă largă pe termen lung pentru buna gestionare și dezvoltare. Îmbunătățirea calității realizării Strategiei, rezultatele atinse, produsele create și serviciile prestate. Este îmbunătățită și dezvoltată capacitatea tuturor instituțiilor, organizațiilor și a rețelelor lor, angajate cu realizarea Strategiei.

▪ **Raportare:**

Trebuie acordate răspunsuri întrebărilor: în ce măsură Strategia atinge obiectivele sale, cât de rațional sunt folosite resursele publice, care este impactul public. Raportarea prezintă posibilitatea tuturor părților interesate - a evalua gradul în care interesele acestora sunt protejate.

▪ **Responsabilitatea conducerii:**

Autoritățile de management al Strategiei fac publice rezultatele obținute în urma realizării Strategiei, iau măsuri la prezența unor abateri ale rezultatele planificate cu cele obținute.

▪ **Transparența proceselor de management:**

Informațiile referitoare Strategia, procedurile și organizațiile responsabile de managementul sunt accesibile părților interesate și publicului, canalele de comunicare între părțile interesate și ele fiind deschise.

Mecanisme pentru participarea cetățenilor:

Cetățenii activi au posibilitatea de a participa la luarea deciziilor legate de realizarea Strategiei sau de necesitatea de schimbare a Strategiei.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Acord: dezbaterile publice permit coordonarea diferitelor interese și atingerea acordului și sprijinului cu privire la realizarea Strategiei. În procesul de monitorizare și evaluare a Strategiei, părțile interesate au posibilitatea a le influența, provocând mobilizarea și coordonarea acțiunilor publice ale diferitelor părți interesate.

2. METODICA DE MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Metodica de monitorizare și evaluare este accentuată pe revizuirea analitică și analiza comparativă a rezultatelor și a impactului în urma aplicării Strategiei, ținând cont de schimbările sociale, economice și politice produse la nivel local, regional, național și european.

Evaluarea Strategiei trebuie să parcurgă următoarele etape principale: studiere, analiză și evaluare, coordonare și finalizare.

Metodica pentru realizarea evaluării este bazată pe un proces structurat sistematic de colectare, analiza și prezentare a informațiilor și ar putea fi prezentată sumar în felul următor:

2.1. ALEGEREA LOGICI DE INTERVENȚIE

Metodica de evaluare trebuie să îndrepte atenția către îndeplinirea și îmbunătățirea calității planificării. Accentul asupra îndeplinirii se atinge prin

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount

ROMANIA - BULGARIA



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



evaluarea eficienței și eficacității, iar accentul asupra îmbunătățirii calității și a relevanței planificării se atinge prin:

- revizuire activă a implementării Strategiei
- studierea schimbărilor în contextul Strategiei
- efectuarea schimbărilor necesare pentru optimizarea efectelor Strategiei.

2.2. ELABORAREA METODICII DE EVALUARE

Instrumentele metodice ale evaluării includ utilizarea anumitor criterii de evaluare, care caracterizează potențialul de realizare și calitatea rezultatelor obținute în urma implementării Strategiei:

- ❖ Conformitate strategică și armonizare cu obiectivele și prioritățile politicilor locale, regionale, naționale și europene pentru dezvoltarea turismului în perioada de programare respectivă
- ❖ Conformitate normativă cu principiile și standardele de management în turismul, prevăzute de legislația națională și europeană
- ❖ Reflectarea și influența asupra stării și schimbărilor din profilul social și economic al regiunii transfrontaliere România - Bulgaria
- ❖ Rezultate atinse, impact și eficiență generală a realizării curente a Strategiei
- ❖ Utilizare eficace și eficientă a resurselor pentru realizarea Strategiei
- ❖ Angajament politic și social, capacitate administrativă și instituțională pentru aplicarea Strategiei

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- ❖ Durabilitatea efectelor dorite atinse - este posibilă existența acestora și după perioada de timp a Strategiei ?

Evaluarea este o activitate, prin care este evaluat sistematic și obiectiv progresul atins pe calea către un rezultat final și atingerea sa. Principalele tipuri de evaluare a documentelor strategice sunt: prealabilă, intermediară și ulterioară.

Obiectivul evaluării prealabile este de a verifica dacă scopurile programate sunt relevante și dacă corespund necesităților și posibilităților subiecților, care vor participa la realizarea măsurilor pentru atingerea acestora.

Evaluarea intermediară are scopul a semnaliza dacă intervențiile realizate generează schimbările dorite. Din acest motiv se recomandă acest tip de evaluări să fie efectuate după ce o parte din acțiunile planificate deja sunt realizate. Cu ajutorul recomandărilor, procurate în urma evaluării intermediare, s-ar putea întreprinde acțiuni pentru schimbarea mersului realizării proiectelor și programelor, în cazul în care se afirmă că ele nu sunt eficiente și nu se așteaptă a produce efecte pozitive.

Evaluarea ulterioară studiază cu precădere impactul produs de durabilitatea rezultatelor obținute în urma intervențiilor implementate în cadrul strategiei. De obicei acest tip de evaluări sunt efectuate după expirarea unei anumite perioade de la finalizarea activităților, pentru a fi acordată posibilitatea de aplicare a rezultatelor, respectiv de acumulare a schimbărilor asupra grupurilor/ site-urilor țintă.

ROMANIA - BULGARIA	
	
Project code: ROBG-568	
FLC request	requested
No.	amount



Interreg



www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Evaluarea reprezintă un proces structurat care își găsește expresia în elaborarea evaluării practice a Strategiei. Obiectivul său principal este de a sprijini procesele de dezvoltare a unor produse de calitate superioară și competitive, pe baza cărora vor fi satisfăcute necesitățile locale și vor fi repartizate eficient resursele necesare pentru atingerea stării dorite. La efectuarea sa trebuie avute în vedere următoarele:

- Concluziile trase în urma experienței precedente
- Contextul social și economic al acțiunilor realizate în cadrul Strategiei
- Alegerea strategică a priorităților de acțiune și succesiunea internă și externă a acestora
- Determinarea cantitativă a obiectivelor
- Evaluarea impactului preconizat social și economic și repartizarea resurselor
- Sistemul de monitorizare a Strategiei.

Rezultatele obținute în urma evaluării reprezintă temei pentru actualizarea Strategiei sau pentru luarea unor măsuri corective. Schimbarea concretă și progresul realizat în urma implementării Strategiei și atingerii rezultatelor dorite ar putea fi urmărită doar pe baza unor valori concrete (indicatori cheie).

2.3. SISTEM DE INDICATORI PENTRU MONITORIZARE CONTINUĂ

Sistemul de indicatori reprezintă o parte indispensabilă a procesului întreg, legat de monitorizarea și evaluarea implementării Strategiei, precum și de actualizarea sa. Indicatorii acoperă o serie largă de subiecte, care corespund direct

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



cu creșterea socială și economică a regiunii țintă, cu dezvoltarea industriei turistice, cu instituționalizarea și legitimarea rutei. În general, ei măsoară măsura în care sunt realizate obiectivele și măsurile preconizate și justifică necesitatea de actualizare a documentelor strategice respective.

În scopurile prezentei Strategii este dezvoltat un sistem tridimensional de indicatori, fiecare din cele trei grupuri urmărește dinamica realizării unui anumit nivel ierarhic din structura cadrului său strategic.

Cele trei grupuri de indicatori sunt următoarele:

2.3.1. Indicatori de impact - Ei măsoară efectele atinse în urma realizării obiectivelor strategice. Indicatorii de impact prezintă importanță pentru evaluarea generală a eficienței strategiei selectate și a politicii de dezvoltare inovativă și durabilă a rutei pentru perioada respectivă. Gradul de impact este raportat prin intermediul unor indicatori măsurabili cantitativ și/sau calitativ, iar în unele cazuri - prin indicatori calitativi, cu privire la gradul atins de dezvoltare socială, economică și infrastructurală a regiunii / țării.

2.3.2. Indicatori de rezultat - evaluează progresul atins în cea ce privește îndeplinirea obiectivelor specifice și a rezultatelor atinse.

2.3.3. Indicatori de produs - înregistrează rezultatele/ produsele măsurabile cantitativ în urma implementării Strategiei.

Printr-un asemenea sistem tridimensional de indicatori se urmărește crearea condițiilor de o monitorizare și evaluare a implementării Strategiei cât mai

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



cuprinzătoare, complete și complexe. Principiul de bază la alegerea indicatorilor este ei să fie măsurabili cantitativ, iar informațiile acestora - să fie accesibile. Toți indicatorii sunt formulați pe baza componentelor cheie tematice din conținutul nivelului ierarhic respectiv al cadrului strategic, cărei implementări măsoară. Dacă se urmărește evaluarea unui impact sau rezultat, unitatea de măsură cel mai des folosită este procentul, întrucât permite măsurarea gradului de schimbare între nivelul inițial și nivelul final al realizării.

Grupul indicatorilor de impact este compus din patru indicatori cantitativi, care măsoară efectele sociale și economice produse, prin media aritmetică a datelor procurate la nivelul tuturor județelor țintă: rata de creștere a înnoptărilor pe teritoriul regiunilor de planificare, rata de creștere a sosirilor la obiectivele de cazare din regiunile țintă de planificare, rata de creștere a ponderii turismului la PIB al Bulgariei și rata de creștere a turismului la PIB al României. Dacă valorile țintă finale dorite ale acestor indicatori sunt atinse, aceasta ar însemna că Strategia a atins obiectivul său principal - ruta funcționează ca o destinație turistică căutată și deseori vizitată. Aici trebuie menționat faptul că aportul rutei la schimbarea adusă PIB, volumul înnoptărilor și sosirilor ar putea avea doar un caracter ipotetic, întrucât creșterea indicatorilor este influențată de o serie de alți factori.

Grupul indicatorilor de rezultat este compus din 8 indicatori cantitativi, după cum urmează:

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. <u>4</u>	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- 1) Numărul publicărilor media referitoare la ruta/ site-urile care fac parte din ruta - evaluează prezența în medii a rutei, care din partea sa reprezintă un indicator de popularitate.
- 2) Numărul întâlnirilor cu părțile interesate - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma activităților comune cu părțile interesate
- 3) Numărul parteneriatelor stabilite - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma inițiativelor de parteneriat realizate
- 4) Rata de creștere a numărului vizitatorilor site-urilor din ruta
- 5) Numărul inițiativelor pentru dezvoltarea și perfecționarea rutei - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma inițiativelor de parteneriat realizate
- 6) Numărul evenimentelor/ forumurilor/ instruirilor pentru creșterea capacității de management - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma intervențiilor desfășurate pentru creșterea capacității de management
- 7) Rata de creștere a numărului vizitatorilor site-urilor secundare - măsoară schimbarea vizitării site-urilor secundare, în urma modernizării efectuate a infrastructurii generale și specializate asociate site-urilor
- 8) Numărul inițiativelor de popularizare a rutei ca o rută integrată - eforturile adresate creșterii integrității rutei ar putea fi măsurate prin inițiative, care o popularizează ca asemenea.

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No. <u>1</u>	Requested amount





UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



Alegerea indicatorilor de produs este condusă de accentul și sfera de acoperire a activităților însăși pentru realizarea Strategiei. Întrucât acesta este nivelul la care practic are loc implementarea Strategiei, acesta se poate măsura cu ușurință. Indicatorii urmăresc volumul produselor fabricate / rezultatelor obținute în urma realizării activităților.

3. MODALITĂȚI DE COLECTARE A INFORMAȚIILOR

Monitorizarea și evaluarea presupun studierea situației de bază și urmărirea în cursul timpului a schimbărilor, care au loc în urma intervențiilor aduse în urma aplicării Strategiei. Pentru realizarea monitorizării și pentru efectuarea evaluării și urmării s-ar putea folosi surse diverse de informații, precum și diferite metode și abordări pentru colectarea acestora. La efectuarea monitorizării, evaluării și controlului asupra Strategiei, urmează a fi folosite următoarele surse de informații:

3.1. INFORMAȚII, PROVENITE DE LA DOCUMENTE INTERNE

În această categorie de documente sunt incluse:

- Informații periodice privind implementarea Strategiei
- Rapoarte periodice privind implementarea Strategiei
- Informații privind acțiunile/ proiectele realizate și a inițiativele legate de site-urile din ruta
- Rapoarte, memorii și alte documente, emise de la administrațiile locale respective (organizații lider la realizarea proiectelor) care au

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



o legătură directă cu implementarea politicii sau a programului respectiv

- Recomandări pentru actualizarea Strategiei, adresate în urma unor schimbări apărute sau în urma unei evaluări desfășurate.

3.2. SURSE DE INFORMAȚII, CARE DECURG DE LA DOCUMENTE, EMISE DE AUTORITĂȚI ȘI INSTITUȚII EXTERNE

În această categorie de surse de informații ar putea fi incluse următoarele documente:

- Pozițiile diferitelor instituții și autorități de control, referitoare la implementarea Strategiei
- Evaluări intermediare și ulterioare ale Strategiei
- Recomandări pentru actualizarea Strategiei, apărute în urma unor schimbări aduse sau în urma evaluărilor efectuate.

3.3. DATE STATISTICE ȘI INFORMAȚII, REFERITOARE LA BAZE DE DATE, COLECTATE LA NIVEL NAȚIONAL, REGIONAL ȘI LOCAL

În această categorie sunt incluse următoarele tipuri de informații:

- Informații, furnizate de Institutul național de statistică după indicatori cheie pentru sectorul turismului, pentru perioada de evaluare a politici concrete
- Informații, furnizate de alte instituții și organizații, care colectează și prelucrează date la nivel regional cu privire la vizitarea site-urilor

ROMANIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request No.

Request No.



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



turistice (de exemplu Muzee regionale de istorie, administrații municipale/ județene, etc.).

3.4. INFORMAȚII, PRIMITE DE LA PĂRȚILE INTERESATE ÎN URMA LEGĂTURII INVERSE

Participarea și includerea tuturor părților interesate la fiecare etapă a dezvoltării și implementării Strategiei este de importanță majoră, pentru succesul realizării sale, precum și pentru obținerea unei evaluări obiective și eficiente cu privire la implementarea sa. Abordările și metodele, care ar putea fi folosite sunt diferite, pentru obținerea legăturii inverse de la diferitele părți interesate, care este o garanție pentru evaluarea obiectivă a Strategiei.

Unele dintre ele sunt:

- Chestionar
- Studiu online prin paginile de Internet ale instituțiilor și organizațiilor participante
 - Consultarea părților interesate la acceptarea, realizarea, monitorizarea, controlul și evaluarea documentelor se afirmă ca un mecanism care funcționează și care duce la îmbunătățirea calității documentelor strategice, precum și a legitimității deciziilor luate și a managementului în general. Astfel deciziile luate reflectă în mai mare măsură interesele nu doar ale autorilor documentului strategic, dar și ale părților interesate, în marea lor diversitate.

Atragerea părților interesate la procesele de realizare, monitorizare și evaluare a Strategiei provoacă:

ROMANIA - BULGARIA

Interreg

Project code: ROBG-568

FLC request	Requested amount
10.000.000	10.000.000

Interreg

ROMANIA - BULGARIA

www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a
Uniunii Europene.



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



- O mai mare transparență și o raportare mai bună
- Îmbunătățirea calității Strategiei, întrucât se obțin informații referitoare la toate efectele posibile, pe care le-ar putea avea, la care astfel nu ar avea acces
- Strategia răspunde, dar și reflectă în mare măsură interesul public
- Îmbunătățirea implementării Strategiei
- Raportarea diferitelor puncte de vedere și interese

4. RAPORT ÎN URMA EVALUĂRII EFECTUATE

În urma evaluării efectuate se întocmește un raport sumar, care include analiza descriptivă a datelor colectate generalizate. Conținutul raportului ar putea respecta următorul exemplu de structură:

I. Introducere

II. Metodică

III. Principalele componente ale evaluării:

1. *Evaluarea principiului 1: Unitatea Strategiei*
2. *Evaluarea principiului 2: Adecvarea și relevanța Strategiei*
3. *Evaluarea principiului 3: Aplicabilitatea Strategiei*
4. *Evaluarea principiului 4: Impact general al Strategiei*
5. *Evaluarea principiului 5: Eficiența și eficacitatea Strategiei*
6. *Evaluarea principiului 6: Gestionare financiară*

ROMANIA - BULGARIA	
Interreg 	
Project code: ROBG-568	
FLC request No.	Requested amount



Interreg



UNIUNEA EUROPEANĂ



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



7. Evaluarea principiului 7: Deschidere, transparența și publicitate

8. Evaluarea principiului 8: Monitorizare și raportare

9. Evaluarea principiului 9: Durabilitate

IV. Evaluarea îndeplinirii indicatorilor de monitorizare a Strategiei

V. Concluzii

VI. Recomandări

VII. Anexe

XI. CONCLUZIE

Conform datelor furnizate de Organizația mondială de turism, așteptările sunt de o rată de creștere media anuală a călătoriilor turistice internaționale până în anul 2030 de 3.3%. Estimările arată o creștere a interesului călătorilor către destinații mai puțin populare din Europa de Est. În cazul în care se lucrează pentru implementarea prezentei strategii, legate de popularizarea produsului turistic "Arheologie și cultură", este prezentă posibilitatea reală toate părțile interesate să profite de aceste tendințe, pentru a atrage mai mulți turiști. S-ar putea aștepta că călătoriile turistice în regiune vor înregistra o creștere semnificativă. La prezența unei imagini dinamice schimbătoare a piețelor de frunte, regiunea transfrontalieră posedă potențialul de a ocupa un loc stabil prin atragerea unor turiști din țări către care este îndreptat accentul la poziționarea regiunii ca o destinație turistică. Posibilitatea reală în scopul acesta este realizată prin însușirea eficienței durabile

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg

ROMÂNIA - BULGARIA	
Project code: ROBG-568	
FLC request	Requested
No.	amount



UNIUNEA EUROPEANĂ

www.interregrobg.eu



UNIUNEA EUROPEANĂ
FONDUL EUROPEAN PENTRU
DEZVOLTARE REGIONALĂ
INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



GUVERNUL BULGARIEI



a potențialului turistic, afirmarea unui produs turistic specific și ușor de recunoscut.

Implementarea strategiei reprezintă un factor pentru soluționarea problemelor reale și potențiale existente pe teritoriul, ameliorarea bunăstării și calității vieții din regiune, pentru calitatea, confortul și accesibilitatea la serviciile publice. Condițiile create pentru atragerea investițiilor străine în economia vor favoriza dezvoltarea evenimentelor regionale, interregionale și internaționale și vor contribui la creșterea numărului structurilor de afaceri și a turiștilor urbani.

Strategia garantează și crearea condițiilor pentru întâmpinarea necesităților culturale ale populației și necesitatea de o odihnă activă și cognitivă, dezvoltarea turismului și activitățile asociate acestuia. Studiile de marketing și campaniile informaționale vor contribui la formarea unei calități noi a vieții.

Rezultatele așteptate în urma realizării strategiei sunt: creșterea gradului de ocupare a forței de muncă; creșterea eficacității întreprinderilor mici și mijlocii, precum și a climatului investițional și dezvoltarea inovațiilor, precum și realizarea inițiativelor antreprenoriale.



www.interregrobg.eu

Proiect „Turismul ca o legătură a dezvoltării perspectivei regiunii de graniță”,
e-MS code: ROBG-568. Conținutul prezentului material nu neapărat reprezintă poziția oficială a
Uniunii Europene.