



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Strategie de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural-istoric comun - Ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“



CONȚINUT

Abrevieri folosite.....	4
I. Premise pentru elaborarea Strategiei.....	5
1.1. Cadru strategic	9
1.1.1 Examinarea cadrului strategic pentru managementul turismului și planificare strategică în domeniul turismului cultural - istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria și Uniunea Europeană	9
1.1.2 Examinarea legislației naționale și europene aplicabile din domeniul turismului	19
II. Analiza situațională a dezvoltării turismului cultural - istoric pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria	25
2.1. Caracteristică generală - profilul regiunii ca o destinație cultural - istorică	37
2.2. Stare actuală a turismului cultural - istoric din regiune	43
2.2.1. Analiza bunelor practici	49
2.3. Analiza pieței turistice	69
2.4. Piețe de prioritate	88
2.5 Analiza SWOT.....	98
III. Obiective strategice, misiune, viziune de dezvoltare durabilă a turismului cultural - istoric roman din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria.....	102
3.1. Priorități, viziune, misiune și obiective strategice	102
IV. Plan strategic	108
4.1. Obiective specifice	109
4.3 Mecanism de actualizare	121
V. Tabel financiar indicativ, în care sunt sintetizate resursele necesare pentru realizarea Strategiei	122
VI. Surse de finanțare	127
6.1. Tipurile surselor de finanțare după originea acestora	127
VII. Monitorizarea acțiunile de realizare a Strategiei.....	137
7.1. Monitorizare continuă	138
7.1.1. Catalog cu indicatorii de monitorizare continuă	145
7.1.2. Modalități de colectare a informației	147
7.1.3. Structura organizațională de monitorizare și evaluare	149
VIII. Metodologie pentru actualizarea Strategiei.....	158



8.1. Factori, care impun elaborarea metodologiei pentru actualizarea Strategiei și a programelor strategice	158
8.2. Metodă de conformare cu principalele documente care influențează realizarea Strategiei	159
8.3. Metoda de conformare între obiective, priorități, măsuri și acțiuni pentru realizarea Strategiei	159
8.4. Metodă de actualizare financiară	162
Tabelul 1 Metodică pentru selectarea părților interesate	28
Tabelul 2 Numărul turiștilor străini care au vizitat Bulgaria, după regiuni selectate, 1995-2013.....	71
Tabelul 3 Numărul locurilor de cazare din județele țintă, 2011-2015, Bulgaria	79
Tabelul 4 Înnoptări realizate după județe țintă, 2008, 2012, 2016, Bulgaria	80
Tabelul 5 Numărul turiștilor, sosiți la obiective turistice de cazare și numărul înnoptărilor după regiuni de planificare, 2015 și 2016, România	85
Tabelul 6 Numărul turiștilor români, care participă la activități turistice locale, după diferitele forme de turism, 2015 și 2016	87
Tabelul 7 Înnoptări realizate în Bulgaria exprimate în locuri de cazare de cetățeni străini.....	92
Tabelul 8 Înnoptări realizate de către cetățeni străini în locuri de cazare, România, 2016	93
Tabelul 9 Analiza SWOT a dezvoltării rutei “Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“	100
Tabelul 10 Bugetul Strategiei.....	125
Grafic 1 Structura călătoriilor în țări din Europa Centrală și de Est	73
Grafic 2 Sosiri turistice la obiective de cazare în țări din Europa Centrală și de Est	74
Grafic 3 Dinamica numărului înnoptărilor în obiective de cazare, ECE	74
Grafic 4 Amplitudinea sezonality în țările din ECE	76
Grafic 5 Costuri de turism din Bulgaria, 2008-2016, mii leva, INS	78
Grafic 6 Numărul turiștilor sosiți la obiective de cazare, România	83
Grafic 7 Numărul înnoptărilor la obiective de cazare după zone turistice, 2016, România	84
Grafic 8 Rata de creștere a numărului turiștilor, paturi și înnoptări după regiuni țintă de planificare, 2015/2005, Bulgaria și România	86



Abrevieri folosite

PIB БВП	Proodus intern brut
CE ЕК	Comisia Europeană
СЕРРА ЕКЗАН	Convenția europeană de protecție a patrimoniului arheologic
ЛРС ЗКН	Legea privind patrimoniul cultural
LT ЗТ	Legea turismului
LP ЗГ	Legea pădurilor
LPFTA ЗСПЗЗ	Legea privind proprietatea și folosința terenurilor agricole
LPTA ЗОЗЗ	Legea referitoare la protecția terenurilor agricole
LTP ЗЗТ	Legea privind teritoriile protejate
LB	Legea biodiversității
ИКОМОС СИМСО	Consiliu internațional al monumentelor culturii și obiectivelor
ТИС ИКТ	Tehnologii informaționale și de comunicație
РСИ КИН	Patrimoniul cultural - istoric
ССИНА КТИНЗ	Camera de comerț, industrie, navigație și agricultură - Constanța, România
АШСД НИРД	Activitate științifică de cercetare și dezvoltare
ONG НПО	Organizații neguvernamentale
INS НСИ	Institut național de statistică
ОМРТ ОУТР	Organizație de management a unei regiuni turistice
СЕ	Consiliul Europei
RPNV СЗРП	Regiune de planificare de Nord-Vest
СМТС ССПТ	Consiliu mondial al turismului și călătoriilor
ОМТОНУ СОТООН	Organizația mondială de turism pe lângă ONU
RPCN СЦРП	Regiune de planificare Centrală și de Nord
ЕСЕ ЦИЕ	Europa Centrală și de Est
EASME	Агенția Executivă Europeană pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii
ТСИ	Indicele climatic turistic



I. Premise pentru elaborarea Strategiei

Turismul cultural - istoric este o unitate de călătorii cognitive la anumite rute și vizite ale unor obiective, care reprezintă valori culturale interpretate turistice. Studiarea și interpretarea valorilor culturale, legate de frontierele Imperiului Roman, deseori denumite și limes roman, au lungime de peste 5000 km, fiind situate pe teritoriul zeci de state de pe trei continente - Europa, Asia și Africa. Din cauza importanței și influenței extraordinare ale limesului roman în istoria Lumii Vechi, în anul 1987 sunt inițiate eforturi legate de declararea sa de monument al patrimoniului mondial cultural conform Convenției UNESCO. Prima instituționalizare a rutei cultural - istorice romane este efectuată în anul 2005, când UNESCO include *“Frontierele patrimoniului mondial ale Imperiului Roman”*, căror artefacte sunt situate în Germania și Marea Britanie, în lista obiectivelor patrimoniului cultural mondial.

Cinci ani mai târziu începe proiectul european "Limes Dunărean - patrimoniu mondial al UNESCO", cofinanțat prin Programul Europa Centrală, concentrat asupra protecției și dezvoltării monumentelor romane de-a lungul fluviului Dunăre.

În anul 2011 este inițiat și proiectul internațional „LIMES - Dezvoltarea și realizarea a unui sistem informațional mobil de exploatare turistică și marketing al limes-urilor ca un patrimoniu cultural european”, sprijinit și cofinanțat de GD "Întreprinderi și industrie" al CE. Acesta este primul proiect tematic axat pe turism. Durat sa este de 2 ani, fiind menit promovării dezvoltării turismului durabil în toate țările europene, traversate de rămășițele frontierelor Imperiului Roman (Limes Roman). Proiectul urmărește, de asemenea, sprijinirea mobilității din regiunile rurale, prin crearea unor servicii mobile inovative. La realizarea sa participă organizații partenere din 3 state (Germania, Austria și Bulgaria (Municipiul Ruse)), precum și reprezentanți din 7 țări europene (Anglia, Olanda, Slovacia, Ungaria, Croația, Serbia și România) la Consiliul consultativ angajat cu managementul proiectului.

În anul 2012, cu sprijinul financiar al Programului Europa de Sud-Est 2007-2013 începe proiectul "Brand Limes Dunărean - Lărgirea obiectivului patrimoniului mondial "Frontiere ale Imperiului Roman în țările Dunărene"¹. Implementarea proiectului este realizată prin participarea unui număr de nouă organizații (universități, institute de cercetare și altele) din opt țări europene - Austria, Italia, Slovacia, Ungaria, Croația, Serbia, Bulgaria și România. Scopul său principal este de a sprijini părțile participante

¹ <http://danubelimesbrand.org/bg/>



la pregătirea documentelor și procedurilor, prin care fiecare țară va reprezenta secțiunea sa din limesul, pentru includere la lista indicativă conform Convenției UNESCO pentru patrimoniul mondial cultural și natural. Din partea Bulgariei sunt identificate 29 de obiective, care vor forma obiectivul viitor de serie "Frontiere ale Imperiului Roman - Limesul Dunărean din Bulgaria". Obiectivele sunt incluse la lista indicativă UNESCO². Din partea României nu există obiective incluse la lista.

În acest an începe și un alt proiect european - LIMES TOURISM CONNECTION³, din nou sprijinit prin fonduri asigurate de UE. Scopul său este transformarea frontierelor Imperiului Roman, care se întind de la Marea Britanie de Vest, prin Olanda și Germania, până la Marea Neagră, într-un produs european transnațional de turism durabil.

Eforturile pentru transformarea patrimoniului cultural roman comun într-un produs turistic continuă și în anul 2016, când este inițiat proiectul „Dezvoltarea și promovarea unui produs turistic cultural - istoric comun: Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ (Proiect). Astfel, acesta este o continuare motivată rațională a eforturilor părților interesate de a studia pe o scară mai largă Limesul Dunărean, pentru dezvoltarea regiunii transfrontaliere într-o destinație cultural - istorică atractivă. Conceperea atentă a acestui demers duce la necesitatea de elaborare și adoptarea a unei Strategii de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - *Ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“* (Strategia), cărei funcții principale constă în transformarea rutei într-o destinație turistică afirmată și căutată. Elaborarea Strategiei este o condiție necesară pentru realizarea potențialului regiunii transfrontaliere România - Bulgaria, pentru dezvoltarea durabilă a turismului cultural - istoric.

Pentru proiectul s-a efectuat un “Studiu de fezabilitate al produsului turistic cultural - istoric comun: Rută ”Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“. Definiția de rută culturală, acceptată în scopurile studiului ca definiția principală, rămâne ca atare și în cadrul prezentei Strategii, anume:

Ruta culturală este o porțiune fizică, clar definită în spațiu, o serie determinată de elemente culturale și istorice materiale și nemateriale, legate de un subiect, concept sau definiție, precum și prin identificarea unor obiective din cadrul patrimoniului

² <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/6126/>

³ <http://www.romanfrontier.eu/en>



cultural - istoric existent dintr-o structură împrăștiată, liniară sau regională, pentru care se creează o interpretare marcată și permanentă a unui obiectiv întreg în cadrul contextului unic al rutei.

Studiul este primul de genul său, care identifică și studiază un număr total de 181 obiective arheologice ale patrimoniului roman din teritoriul țintă. În urma aplicării unei metodologii complexe, care include și criteriile pentru ruta culturală UNESCO și Consiliului Europei (CE), s-a diferențiat aspectul final al rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“. Aceasta este compusă din 18 obiective arheologice principale și 44 secundare, precum și din 8 obiective ale patrimoniului cultural nematerial și 20 muzee tematice, în total 90 de obiective (vezi Anexa 1 Lista obiectivelor din ruta). Principalele obiective arheologice au o valoare cultural - istorică ridicată, dispun de o infrastructură turistică suficientă, care permite oferirea acestora ca un produs, căror folosire este posibilă în momentul de față (între obiectivele principale se pot diferenția sub-rute locale ale rutei). Prin includerea unor obiective arheologice secundare, ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ oferă și o viziune mai durabilă pentru participarea unor elemente, cu potențialul de a fi dezvoltate în conformitate cu priceperile contemporane legate de păstrarea patrimoniului cultural și industria turistică. Includerea unor destinații turistice nedezvoltate transformă ruta într-un sistem dinamic, care unește relațiile istorice și caracteristicile culturale, asociate existenței acestora. Totodată, includerea elementelor secundare la ruta corespunde complet politicii noi de dezvoltare durabilă și responsabilă a turismului, care sprijină dezvoltarea sa în regiuni mai puțin populare. Aderarea unor obiective din patrimoniul cultural nematerial (de exemplu festivalurile „NIKE jocul și victoria“ și „Tomis“) la ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ crește și mai mult integritatea sa în direcția trăirii istoriei antice, în paralel cu posibilitatea de „supraveghere“ a acesteia prin intermediul obiectivelor arheologice. Muzeele care fac parte din sfera de acoperire a rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ reprezintă institute turistice culturale, care se îngrijesc de depistarea, studierea, protecție, expunerea corectă și popularizarea valorilor culturale cu caracter diferit. Patrimoniul cultural mobil din perioada romană este prezentat de colecțiile muzeelor istorice și arheologice și de expozițiile din așezările mai mici de pe lângă obiectivelor arheologice. Colecțiile mari din patrimoniul cultural roman sunt prezente și la muzeele regionale,



care sunt și motoarele principale de manifestare a patrimoniului cultural nematerial. În această legătură muzeele joacă un rol cheie la transformarea rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ într-un produs turistic, întrucât, deseori, pentru o anumită regiune muzeul existent se definește ca un factor principal și resursă a turismului cultural - istoric.

Astfel, varianta finală a rutei în mare măsură este subordonată direcțiilor UNESCO legate de manifestarea și păstrarea autenticității și integrității rutei culturale în caracteristicile sale multidimensionale, întrucât prin includerea unui număr mai mare de obiective (principale, secundare, nemateriale și din cadrul patrimoniului cultural mobil), aparținând primordial subiectului rutei și care au păstrat structura lor originală, ruta crește integritatea sa ca un sistem. Prin urmare, „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ se poate caracteriza ca o rută în dinamica, căror dezvoltare este planificată a se realiza în parteneriat cu toate părțile interesate. Aceasta este singura ruta cultural - istorică din toate rutele studiate (certificate și în proces de certificare de UNESCO și UE), căror transformare în produs turistic finit este planificată a se realiza în mers, simultan cu funcționarea obiectivelor din cadrul său ca destinații cultural -istorice dezvoltate. Această caracteristică distinctivă a rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ o face o rută diferită și inovativă în rândul rutelor certificate. Abundența de obiective diverse, care fac parte din ruta, creează o altă caracteristică inovativă a acesteia - permite diferențierea unor sub-rute locale, care vor acorda un impuls suplimentar la dezvoltarea rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“. Nu în ultimul loc, la conturarea imaginii inovative a rutei sunt și intențiile pentru socializarea obiectivelor secundare prin metodele arheologiei neinvazive și reconstrucției digitale a obiectivelor. Dacă realizarea Strategiei are loc prin soluții tehnologice contemporane, ruta ținta se va transforma în prima ruta de această natură pe teritoriul regiunii transfrontaliere Bulgaria - România.

Limesul Dunărean din România are lungimea de 1075 km și include sisteme de fortificare de zidărie și de pământ (pereți de pământ), cetăți, orașe, așezări, elemente structurale ale unor poduri și porturi. Limesul Dunărean bulgar are lungimea de 471 km, cu punctul cel mai vestic situat la gura râului Timoc și punctul cel mai estic - la orașul Silistra. Astfel, sfera de acoperire geografică a rutei include următoarele unități teritoriale administrative de planificare:



- (1) 3 regiuni de planificare române - Sud-Est, Sud-Muntenia, Sud-Vest Oltenia, și 2 regiuni de planificare bulgare - Regiune de planificare de Nord-Vest și Regiune de planificare Centrală și de Nord;
- (2) 7 județe române - Mehedinți, Dolj, Olt, Teleorman, Constanta, Călărași и Giurgiu, и 7 județe bulgare - Vidin, Montana, Vratsa, Pleven, Veliko Tarnovo, Ruse, Silistra,
- (3) 21 municipii bulgare - Vidin, Kula, Novo selo, Kozlodui, Oriahovo, Lom, Nicopole, Gulyantsi, Belene, Silistra, Sitovo, Svishtov, Ruse, Borovo, Tsenovo, Ivanovo, Slivo pole, Belogradchik, Dolna Mitropolia, Pleven, Veliko Tarnovo.

1.1. Cadru strategic

Cadrul strategic este un element cheie din Strategia completă. În cadrul sunt prezentate obiectivele, locul și rolul Strategiei elaborate în sistemul întreg de documente pentru planificare strategică din domeniul turismului cultural - istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria. Sunt examinate documente importante strategice și de program de toate nivelele de administrare, care reglementează păstrarea și protecția patrimoniului cultural - istoric, precum și dezvoltarea turismului, pentru argumentarea principalelor abordări și principii la elaborarea Strategiei, și pentru justificarea logicii structurării sale.

1.1.1 Examinarea cadrului general pentru managementul turismului și planificarea strategică în domeniul turismului cultural - istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria și Uniunea Europeană.

Cadrul normativ pentru reglementarea parametrilor și aspectelor patrimoniului cultural - istoric, protecția, păstrarea, dezvoltarea și transformarea sa într-un produs turistic, este foarte cuprinzător. Include zeci de convenții ale UNESCO, directive, rezoluții, notificări ale UE. Mesajele tuturor regulamentelor sunt direcționate creșterii competitivității sectorului turistic din Europa, dezvoltării inovărilor din domeniul turismului, în vederea îmbunătățirii calității ofertei sale, în toate dimensiunile sale, creșterii calificărilor profesionale, depășirii caracterului sezonier al cererii, diversificării produsului și serviciilor turistice. În baza diversificării serviciilor turistice este sprijinirea dezvoltării serviciilor turistice tematice, inclusiv prin "interacțiunile transnaționale utile". Dezvoltarea rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este conformată normelor internaționale și europene prezentate în mod rezumat mai jos din domeniul patrimoniului cultural -



istoric și turismului. Pe scurt sunt prezentate convențiile și directivele UE, abordate în cadrul studiului de fezabilitate, pentru păstrarea conceptualității cadrului legislativ examinat. Aici sunt descrise și alte documente normative internaționale relevante, care supra-construiesc examinarea cadrului juridic efectuată în studiul de fezabilitate pentru protecția și dezvoltarea patrimoniului cultural - istoric.

❖ **Convenția privind protecția patrimoniului mondial cultural și natural, adoptată de la 16 noiembrie 1972.**

Convenția este menită creării unui sistem de colaborare internațională și sprijinirea țărilor - părți la această convenție, cu privire la eforturile de păstrare și identificare depuse, ca o formă de manifestare a protecției internaționale a patrimoniului cultural și natural. Sfera de acoperire normativă a Convenției afectează protecția, păstrarea, popularizarea sau restaurarea obiectivelor, care sunt patrimoniu cultural, inclusiv, determinarea și diferențierea diferitelor tipuri de obiective, identificarea, păstrarea și popularizarea acestora, prin folosirea resurselor lor disponibile și asistența și cooperarea internațională, care pot fi acordate țărilor - membre ale Convenției în raport financiar, artistic, științific și tehnic.

❖ **Convenția asupra măsurilor ce urmează a fi luate pentru interzicerea și împiedicarea operațiunilor ilicite de import, export și transfer de proprietate al bunurilor culturale adoptată de UNESCO la 17 noiembrie 1970.**

Convenția urmărește crearea unui sistem eficient pentru păstrarea valorilor culturale, prin stabilirea unor reguli la nivel național și prin cooperare internațională și sprijinirea țărilor - membre la convenția, cu privire la eforturile depuse de ele pentru combaterea importului ilicit, exportului și transferului de proprietate al bunurilor culturale.

❖ **Convenția culturală europeană din 19 decembrie 1954.**

Convenția este menită atingerii unității mai bune între membrii Consiliului Europei pentru păstrarea și realizarea idealurilor și principiilor, care sunt patrimoniul lor comun, prin dezvoltarea înțelegerii comune între popoarele europene, fiind promovată învățarea limbilor, istoriei și civilizației celorlalte țări și a civilizației europene, precum și prin desfășurarea unei politici și acțiuni comune pentru păstrarea culturii europene și pentru promovarea dezvoltării sale.

❖ **Convenția europeană pentru protecția patrimoniului arheologic din 16 ianuarie 1992.**



Convenția urmărește crearea unor proceduri potrivite de control administrativ și științific pentru păstrarea patrimoniului arheologic ca o sursă de memorie europeană colectivă și ca un mijloc de cercetări istorice și științifice, în măsura în care acesta este serios periclitat de deteriorarea condiției sale din cauza numărului în creștere a planurilor de amenajare de avengură, riscurilor naturale, secretelor sau excavărilor neștiințifice și cunoașterii insuficiente a subiectului de către publicului larg. Convenția definește noțiunea de patrimoniu arheologic, reglementează măsurile care urmează să fie întreprinse de părțile la convenție pentru definirea și păstrarea sa, pentru conservarea, colectarea și diseminarea informației științifice, popularizarea, prevenirea deplasării ilicite de elemente ale patrimoniului arheologic și finanțarea acțiunilor pentru realizarea acestor cerințe. Conform convenției, fiecare din părțile participante se angajează cu crearea unui sistem juridic pentru păstrarea patrimoniului arheologic, care prevede ținerea registrelor sale și pentru definirea monumentelor și zonelor protejate, înființarea unor rezervații arheologice și în absența unor rămășițe materiale pe suprafața sau sub apă, păstrarea dovezilor materiale, care urmează să fie studiate de către generațiile viitoare, raportarea obligatorie în fața autorităților competente de către descoperitorul rămășițelor aleatorii, care reprezintă elemente ale patrimoniului arheologic și furnizarea acestora spre cercetare.

❖ **Convenția pentru protecția patrimoniului arhitectural al Europei din 3 octombrie 1985.**

Convenția urmărește crearea unor proceduri adecvate de control administrativ și științific pentru păstrarea patrimoniului arhitectural ca o expresie a abundenței și diversității patrimoniului cultural al Europei. Definește noțiunea de patrimoniu arhitectural, reglementează necesitatea de elaborare a unei politici generale coordonate și a unor măsuri, care urmează să fie întreprinse de către țările semnatare ale Convenției pentru definirea, păstrarea și restaurarea sa și pentru colectarea și diseminarea a informației științifice, popularizarea, promovarea activității unor asociații non-profit și mecenat în domeniul păstrării patrimoniului arhitectural, prevenirea sau distrugerea sa și pentru finanțarea activitățile legate de realizarea acestor cerințe.

❖ **Convenția europeană privind landșaftul din 20.10.2000.**

Convenția se concentrează asupra dezvoltării durabile, bazate pe relații echilibrate între nevoile sociale, activitatea economică și mediul înconjurător. Convenția se bazează pe priceperea că landșaftul joacă un rol important în domeniul culturii, ecologiei, mediului și sferei sociale, reprezentând o resursă favorabilă pentru prestarea



activității economice, чăри protectie, management și planificare pot contribui la crearea unor noi locuri de muncă. Convenția recunoaște landsaftul ca un factor care beneficiază crearea unor culturi locale și ca o componentă de bază a patrimoniului european natural și cultural, care contribuie la bunăstarea oamenilor și la consolidarea identității europene.

❖ **Rezoluția Comitetului de miniștri al Consiliului Europei CM/Res (2007) 12 privind "Rutelor culturale ale Consiliului Europei"**

Programul pentru rute culturale ale Consiliului Europei este inițiat oficial în anii 80 ai secolului 20, cu inaugurarea unei rute, care unește drumurile folosite de majoritatea pelerinilor în toate părțile Europei. Programul este menit a prezenta, sprijini și transforma într-o practică uzuală identitatea culturală comună a cetățenilor europeni; a proteja și sublinia importanța patrimoniului cultural ca un factor pentru îmbunătățirea condițiilor de viața în rolul său de sursă de dezvoltare socială, economică și culturală; a furniza cetățenilor posibilități noi pentru diversificarea timpului liber prin garantarea unui statut special al turismului cultural și practicilor aferente acestuia. Rezoluția referitoare la "Rutele culturale ale Consiliului Europei" reafirmă obiectivele programului: a populariza identitatea, unitatea și diversitatea europeană; a păstra diversitatea culturilor europene; a promova dialogul intercultural și a facilita prevenirea conflictelor și reconciliere în Europa. Rezoluția afirmă că pentru păstrarea identității și valorilor europene comune, este necesară înțelegerea istoriei europene pe baza patrimoniului său fizic, nematerial și natural, pentru expunerea conexiunilor care unesc diferitele culturi și regiuni. Astfel, rezoluția (2007)12 creează cadrul operațional formal al programului de rute culturale al Consiliului Europei. Acest cadru reglează procedura pentru obținerea certificatului "rută culturală a Consiliului Europei". Pentru a deveni o parte din program, fiecare rută trebuie organizată în jurul unui subiect dat și trebuie să corespundă unei serii de criterii, printre care:

- subiectul trebuie să fie reprezentativ pentru valorile europene și să fie comun pentru câteva țări din Europa (modificată la "minim trei țări din Europa", prin rezoluție (2013)67);
- subiectul trebuie să fie studiat și dezvoltat de un grup de experți multidisciplinari din diferite regiuni ale Europei, pentru asigurarea unui consens la realizarea acțiunilor și proiectelor, care fac parte din ruta culturală;
- subiectul trebuie să permită dezvoltarea unor inițiative, bune practici și proiecte inovative din domeniul turismului cultural și dezvoltării culturale durabile;



- субектът трябва да позволи развитието на туристически продукти в партньорство с туристически агенции и туроператори, предназначени за друг тип на публика, включително групите от ученици

За постигане на оптимални резултати от програмата, субектите трябва да регистрират началото на един брой на проекти за сътрудничество мултидисциплинарни по дълъг срок и трябва да се вписват в една от петте области на дейност, определени от Съвета на Европейския съюз.

- (1) Сътрудничество в дейностите за изследване и развитие;
- (2) Интензивизиране на паметта, историята и културното наследство на европейския общ;
- (3) Обмен на култура и образование за европейските млади;
- (4) Съвременни културни и творчески практики;
- (5) Културен туризъм и устойчиво културно развитие.

❖ **Резолюцията на Комитета на министрите на Съвета на Европейския съюз CM/Res(2013)66 относно частично разширения на Съвета на Европейския съюз относно културните маршрути от 18 декември 2013 г.**

За постигане на целите на CM/Res(2007)12 относно "Културните маршрути на Съвета на Европейския съюз" (промени, внесени с резолюцията (2013)67), Комитетът на министрите приема резолюцията (2013)66, с която потвърждава сключването на частично разширения на ЕС относно културните маршрути, както и продължаването на дейността на Европейския институт за културни маршрути, създаден през 1997 г. в резултат на сключването на споразумение между Съвета на Европейския съюз и Великото кралство на Люксембург (представено от министъра на културата, образованието и науката). Целта на частично разширения на Съвета на Европейския съюз относно културните маршрути е да допринесе за популяризирането на идентичността и гражданството на европейците чрез осъществяването и разбирането на европейското наследство, както и чрез създаването на културни връзки и диалог на територията на Европа, както и с други държави и региони. Заедно с частично разширения на Съвета на Европейския съюз относно културните маршрути е създаден и Съвет за консултации, който представлява форум за включването на операторите на културните маршрути, мрежите, организациите в областта на запазването на наследството и туризма, местните и регионалните власти, НПО-та, търговските палати, фондовете и организациите на професионалните дейности в туризма, запазването на наследството и културата. Съветът се свиква веднъж годишно и поставя на разположение платформа за обсъждане на тенденциите и предизвикателствата в областта



rutelor culturale, precum și spațiu pentru schimb de experiență, dezbaterea progresului atins la realizarea rutelor culturale, inițierea unor inițiative și parteneriate noi.

❖ **Comunicare CE COM(2010)352 Europa – o destinație turistică mondială de frunte – un nou cadru politic al turismului european**

Prin această comunicare Comisia recunoaște inovațiile aduse prin tratatul de la Lisabona, care extind competențele UE în domeniul turismului privind sprijinirea, coordonarea și completarea acțiunilor satelor - membre, exprimând intenția sa de a promova o abordare coordonată față de inițiativele legate de turismul, și a stabili un nou cadru de acțiune în vederea creșterii competitivității și a capacității sale de dezvoltare durabilă. Această comunicare este bazată pe înțelegerea că, fiind dintre destinațiile turistice de frunte pe plan mondial, în condiții de o competiție tot mai dinamică mondială, Europa trebuie să ofere servicii turistice durabile și de calitate corespunzătoare, bazându-se pe avantajele sale competitive, în special pe diversitatea obiectivelor sale naturale și pe patrimoniul său cultural foarte bogat. Comunicarea accentuează pe potențialul turismului de a contribui la dezvoltarea inițiativelor de frunte din cadrul programului "Europa 2020": „Uniune de inovații“, „Program în domeniul tehnologiilor digitale pentru Europa“ și „Programul pentru noile abilități și locuri de muncă“. Decizia stimulează dezvoltarea inovațiilor în domeniul turismului, pentru îmbunătățirea calității ofertei în toate dimensiunile sale, pentru îmbunătățirea calificărilor profesionale, depășirea caracterului sezonier al cererii, pentru diversificarea ofertei de servicii turistice și nu în ultimul loc - pentru îmbunătățirea calității datelor statistice și a analizelor, legate de turism. Diversificarea serviciilor turistice se bazează pe promovarea serviciilor turistice tematice la nivel european, inclusiv prin "interacțiunile transnaționale utile".

❖ **Directiva 2014/60/EC al Parlamentului European și al Consiliului din 15 mai 2014 privind restituirea obiectelor culturale care au părăsit ilegal teritoriul unui stat membru**

Directiva este menită stabilirii unui cadru juridic de reguli clare prelucrate sau actualizate, aplicabile la restituirea obiectivelor culturale, clasificate sau determinate ca patrimoniu național, exportate ilegal din teritoriul statelor - membre.

❖ **Regulament nr.116/2009 al Consiliului din 18 decembrie 2008 privind exportul obiectelor culturii**



Regulamentul urmărește crearea unui cadrul legislativ clar de control unic asupra exportului de obiecte culturale din frontierele externe ale Comunității. În special, conform regulamentului, exportul de obiecte culturale are loc după prezentarea unei licențe de export, emise de către un stat - membru competent și valabil pentru întreaga comunitate, care se încadrează în sfera sa de acoperire. Licența este eliberată la cererea persoanei respective, de către autoritățile competente ale statului - membru, pe teritoriul căruia se regăsesc legal obiectele culturii. Licența de export se prezintă anexată declarației de export, al efectuarea formalităților vamale legate de exportul obiectelor.

❖ **Orientările operaționale pentru punerea în aplicare a Convenției Patrimoniului Mondial, UNESCO, 2012**

Orientările operaționale (denumite și "linii directoare") pentru punerea în aplicare a Convenției privind protecția patrimoniului cultural și natural definesc termenul de „valoare universală excepțională” și criteriile pentru evaluarea „valorii universale excepționale”. Termenul „valoare universală excepțională” este atribuit unui obiectiv (natural sau rezultat al activității umane) de importanță culturală excepțională, care depășește frontierele naționale. Comitetul de patrimoniu mondial stabilește criteriile pentru includerea obiectivelor la Lista patrimoniului mondial cultural și natural. La includerea unui obiectiv la Lista patrimoniului mondial cultural și natural, Comitetul primește declarație privind valoarea sa extraordinară mondială, care reprezintă principală justificare și recomandare pentru păstrarea eficientă viitoare și pentru administrarea obiectivului dat.

❖ **Carta internațională a turismului cultural (ICOMOS 1999)**

Carta sprijină inițiativele mai largi ale ICOMOS, ale altor autorități internaționale din industria turistică pentru păstrarea integrității managementului și conservării patrimoniului. Aceasta promovează atragerea tuturor părților interesate de participare la atingerea acestor obiective.

Carta este elaborată e baza următoarelor principii:

(1) Întrucât turismul intern și internațional sunt printre cele mai importante mijloace de schimb cultural, păstrarea patrimoniului trebuie să asigure posibilități responsabile și bine gestionate membrilor comunității gazda și vizitatorilor, de a încerca/ trăi și înțelege patrimoniul și cultura comunității „de prima mână”.



(2) Raporturile între locațiile patrimoniului și turismul sunt dinamice și pot include valori contrare. Ele trebuie gestionate n mod durabil, în numele generațiilor actuale și celor viitoare.

(3) Activitățile legate de conservarea patrimoniului și de planificare turistică a locațiilor patrimoniului trebuie să garanteze vizitatorilor o experiență plăcută de neuitat, care merită.

(4) Comunitățile gazdă și popoarele locale trebuie să participe la planificarea activităților legate de conservarea patrimoniului și de turismul.

(5) Activitățile din domeniul turismului și conservarea patrimoniului trebuie să aducă beneficii comunității gazdă.

(6) Programele pentru promovarea turismului trebuie să asigure păstrarea și intensificarea trăsăturilor caracteristice ale patrimoniului natural și cultural.

Normele internaționale menționate sunt aplicabile ambelor state din regiunea transfrontalieră, România și Bulgaria, la dezvoltarea și realizarea produsului turistic integrat pentru patrimoniul cultural - ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ trebuie ținut cont și de specificul cadrului normativ național al statului respectiv.

În momentul de față, în România este în vigoare un sistem pentru stabilirea categoriilor obiectivelor din patrimoniul cultural - istoric, implementat prin legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice (RUM) și prin actele normative delegate ale acestei legi / ordonanțe. Conform legii nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, ca obiective istorice sunt considerate monumente, ansambluri și obiective istorice, fiecare din aceste categorii fiind definită de lege (Legea nr. 422/2001 Privind protejarea monumentelor istorice), fiind clasificate în două grupuri: grupul A (monumente istorice de importanță națională și mondială) și grupul B (monumente ale patrimoniului cultural local).

Monumentele pot fi repartizate după categorii tipologice, precum cele menționate în legea nr. 5/2000 pentru aprobarea planificării naționale - secțiune III - referitoare la teritoriile protejate (Legea nr. 5/2000 Planului de amenajare a teritoriului național) , care se apropie foarte mult de tipul de categorii, stabilite prin legea nr. 422/2001, dar cu o abordare mai pragmatică în acest domeniu.



Principalele acte ale legislației bulgare, relevante contextului de pregătire și realizare a produsului turistic integrat pentru patrimoniul cultural - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, sunt: Legea privind patrimoniul cultural (LPC), Legea turismului (LT), Legea referitoare la pădurile (LP), Legea privind proprietatea și folosința terenurilor agricole (LPFTA), Legea referitoare la protecția terenurilor agricole (LPTA), Legea privind teritoriilor protejate (LTP), Legea biodiversității (LB), precum și Ordonanța nr. N-1 din 14.02.2011 a Ministrului culturii pentru efectuarea cercetărilor arheologice de câmp, Ordonanța din 25.02.2011 a Ministrului culturii privind sfera de cuprindere, structura, conținutul și metodologia pentru elaborarea planurilor de păstrare și management al obiectelor culturale imobiliare unice sau de grup, Ordonanța nr. N-4 din 8.10.2013 al Ministrului culturii privind condițiile și ordinea de expunere a obiectelor culturale și Ordonanță nr. N-5 din 8.06.2010 al Ministrului culturii privind condițiile și ordinea de reproducere obiectelor culturale în copii, replici și obiecte de destinație comercială. În scopul prezentei examinări normative sunt studiate obiectul și sfera de acoperire a actelor normative, principiilor, obiectivelor, regulilor și procedurilor, stabilite în legătură cu raporturile publice reglementate de ele. Această include reproducerile, legate de păstrarea și protecția patrimoniului cultural, managementul, regularea și controlul activităților, serviciilor și obiectivelor turistice, zonarea turistică a țării, schimbarea destinației terenurilor agricole și de pădure, protecția și păstrarea teritoriilor protejate, protecția și utilizarea durabilă a biodiversității. Sunt studiate autoritățile de stat și municipale competente, care desfășoară politica de stat respectivă în contextul dispozițiilor descrise studiate, precum și actele din legislația europeană, transpuse prin legile respective, inclusiv noțiunile folosite în actele.

„Rută culturală“ conform art.47, p. 9 din LPC, este un ansamblul de rută istorică cu obiectivele patrimoniului cultural imobiliar și landșafturile incluse acesteia. Un landșaft cultural reprezintă totalitatea stratificărilor culturale durabile diferențiate în spațiu, rezultate în urma interacțiunii oamenilor și mediul natural, care caracterizează identitatea culturală a unui teritoriu. Patrimoniul cultural imobiliar este prezentat de totalitatea obiectelor culturii, atașate permanent pământului, inclusiv cele situate sub apa, împreună cu mediul aferent acestora, care sunt purtătoare de memorie istorică, identitate națională și a o valoare științifică sau culturală. Din patrimoniul cultural imobiliar fac parte și obiectele culturii arheologice imobiliare sau obiective arheologice în sensul art. 146, al.1, în care, în conformitate cu Convenția europeană de protecție a patrimoniului arheologic (CEPPA), este definită noțiunea de obiective arheologice - toate



urmele materiale mobile și imobile de activitate umană din epoci trecute, situate sau descoperite în straturile de pământ, pe suprafața acestora, pe pământ și sub apă, pentru care principalele surse de informație sunt cercetările de teren.

De importanță pentru determinarea metodicii și a criteriilor de evaluare a obiectelor culturii imobiliare este și Ordonanță nr.N-12 din 21 noiembrie 2012 privind modalitatea de identificare, declarare, acordare statut și pentru stabilirea categoriei obiectelor culturii imobiliare, pentru accesul și circumstanțele care urmează să fie înscrise la registrul național al obiectelor culturii imobiliare, în vigoare din 11.12.2012, eliberată de Ministerul culturii, publicată la MO nr. 98 din 11.12.2012, prin care se reglementează și eliberarea unei evaluări prealabile a obiectivelor declarate ale patrimoniului cultural imobiliar și unei evaluări finale pentru acordarea statutului de „valoare culturală națională“ (VCN), precum și determinarea categoriei de „VCN“, cea ce de fond reprezintă stabilirea importanței cultural - istorice a obiectivelor. Conform ordonanței se stabilesc și evaluează conectivitatea cu rețeaua rutieră națională, proprietatea și principala apartenența de tip, starea actuală și funcția (starea tehnică și gradul de amenințare), caracteristicile mediului în care este situat obiectivul, infrastructura construită, intențiile viitoare și evaluarea științifică. Principalele criterii prezentate în fișa de evaluare finală, sunt autenticitate și grad de rezervare, valoare științifică, valoare artistică, importanța obiectivului pentru mediul respectiv, valoarea utilitară și importanța publică.

Deocamdată în legislația bulgară referitoare la valorile culturale (LPC), nu este destul de bine prevăzut subiectul rutelor culturale, care devine tot mai actual și obiect de dezbateri de către organizațiile internaționale din domeniul patrimoniului cultural și turismului. Imaginea de patrimoniu cultural evoluează continuu, dezvoltându-se treptat o viziune mult mai cuprinzătoare cu privire la patrimoniul, examinat în aspect material și nematerial, cu privire la valori, credințe, abilități și tradiții, ca o resursă de dezvoltare durabilă și calitate a vieții, ca un mijloc de dialog intercultural, un stimulent de schimb și de contacte.

Examinarea realizată până aici a cadrului normativ privind păstrarea patrimoniului cultural -istoric (PCI) în Europa, Bulgaria și România scoate în evidență și unele premise importante legate de responsabilitățile autorităților publice de întreținere și dezvoltare a PCI. Aceste accente sunt de importanță majoră la definirea cadrului strategic al strategiei și programului pentru realizarea sa, întrucât nu numai o justifică dar se



transformă în punct de referință, la formularea măsurilor de acțiune. Unele responsabilități ale autorităților publice, în majoritatea cazurilor locale, includ:

- Extinderea numărului obiectivelor patrimoniului cultural adaptate și expuse;
- Combinarea turismului cultural cu alte forme de turism;
- Realizarea unor lucrări de rehabilitare, restaurare și modernizare a infrastructurii turistice;
- Oferirea de calitate și confort la călătoriile turistice;
- Îmbunătățirea condițiilor de protecție, păstrare, adaptare și expunere a patrimoniului cultural, ca o premisă pentru dezvoltarea ulterioară a turismului cultural.

1.1.2 Examinarea legislației naționale și europene aplicabile din domeniul turismului

Strategia este dezvoltată în contextul stării social - economice actuale a regiunii transfrontaliere, în conformitate cu orientarea strategică a politicii regionale a Uniunii Europene și cu obiectivele naționale și prioritățile de dezvoltare regională, ținând cont de mediul normativ și instituțional pentru implementarea, monitorizarea și evaluarea sa. Prin urmare, Strategia se încadrează în întregime obiectivelor identificate în cadrul documentelor strategice analizate, domenii de prioritate și măsuri pentru dezvoltarea turismului cultural - istoric în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria. În plus, bazându-se pe documentele examinate, Strategia le continuă și supra-construiește, înregistrând începutul unor activități legate de realizarea obiectivelor strategice ale documentelor examinate. Sistemul de documente de planificare și strategice legate de dezvoltarea turismului, în special a turismului cultural - istoric, este compus din câteva documente cheie de nivel național, transfrontalier și european, printre care:

(1) Strategia pentru dezvoltare durabilă a turismului din Bulgaria, 2014-2030;

Strategia urmărește creșterea competitivității Bulgariei ca o destinație turistică și sprijinirii dezvoltării durabile a industriei turistice. Pregătește o serie de măsuri pe termen lung în domeniul planificării, investițiilor, turismului intern, cercetărilor, prestarea serviciilor, îmbunătățirii infrastructurii și a serviciilor de transport, pregătirii profesionale și calificării personalului angajat în sfera turismului, diversificarea produsului turistic, restaurarea și întreținerea zonelor turistice existente și ameliorarea imaginii destinației ca atare. Strategia prevede transformarea turismului într-un sector care determină structura economiei bulgare, prezenta Strategie pentru dezvoltarea,



perfecționarea și inovarea produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ reprezentând un pas în sprijinul acestei inițiative.

(2) Conceptul zonării turistice a Bulgariei

Conceptul este direct legat de implementarea Legii turismului din 26.03.2013, Conform art. 15. (1) din această lege, diferențierea zonelor turistice din țara este efectuată în scopul formării unor produse turistice regionale și pentru realizarea activităților de marketing și promovare la nivel regional. Necesitatea de zonare turistică a Bulgariei este recunoscută de aproape toate părțile interesate din sectorul turistic. Aceasta este motivată de dorința tuturor părților de dezvoltare a turismului competitiv, de desfășurare a unei politici turistice regionalizate, conformate particularităților teritoriale și specificului diferitelor zone din țară și realizarea unui marketing regional eficient, care face posibilă recunoașterea zonelor turistice de turiștii potențiali, permițând ”vânzarea” reușită a acestora pe piața națională și pe cea internațională. În contextul regionalizării turistice este elaborată și prezenta Strategie, care cuprinde o zonă geografică concretă din țara, care coincide cu regiunea turistică „Dunăre”, diferențiate în cadrul Conceptului. Documentul diferențiază 9 zone turistice, fiecare dintre care cu o anumită orientare turistică, divizată în specializare de bază și extinsă, Pentru zona Dunăre imaginea este următoarea:

Zona Dunăre	Specializare de bază	Specializare extinsă
	Turism cultural și de croazieră	1. Turism cultural - istoric
		2. Turism fluvial de croazieră
		3. Ecoturism și turism de aventură
		4. Turism urban de divertisment și de shopping
		5. Turism vinicol și culinar
		6. Turism religios și de pelerinaj

Conceptia strategică a rutei țintă „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ corespunde în întregime direcțiilor conceptuale pentru dezvoltarea turismului, prezentate în cadrul documentului discutat. Zona Dunăre este destinația turistică cu cel mai mare teritoriu din țara, dar datele pentru evaluarea stării sale actuale, cu privire la indicatorii turistici, o prezintă ca destinația turistică cel mai puțin preferată, împreună cu zonele Tracia și Valea trandafirilor.



Aceasta înseamnă că aceste zone posedă un potențial turistic neutilizat, care necesită investiții serioase, un marketing atractiv și management eficient.

(3) Programul național de dezvoltare: Bulgaria 2020;

Bulgaria 2020 este dezvoltat ca un document național de program de termen lung pentru dezvoltarea țării, cărui scop este a constitui baza pentru programarea unor documente strategice, legate de implementarea politicilor naționale și a politicilor UE. Conform viziunii formulate de programul, în anul 2020 Bulgaria va deveni țară cu o economie competitivă, care asigură condiții pentru realizarea deplină socială, creativă și profesională a personalității, prin creștere inteligentă, durabilă, de includere și echilibrată teritorial. Toate măsurile, prevăzute de prezenta Strategie contribuie la atingerea obiectivelor programate în Bulgaria 2020.

(4) Romania National Tourism Master Plan 2007 - 2026;

În anul 2006 România a adoptat un Master plan pentru dezvoltarea turismului în România (2007 - 2026), menit identificării punctelor slabe ale industriei turistice române și prezentării unor orientări strategice cu privire la restructurarea, garantarea și regenerarea acesteia, pentru a participa eficient și competitiv la piața mondială. Reprezintă o politică generală, care include diferite planuri și strategii, pentru optimizarea aderării turismului la cadrul economic general al țării. Durata îndelungată cuprinsă de planul reduce actualitatea sa, astfel o serie de destinații nou formate rămân în afara sferei de acoperire a documentului și pierd caracterul său strategic legitim. Documentul prevede așteptări pentru creșterea investițiilor străine, egalizarea economiei române cu cele ale țărilor din UE, ameliorarea standardului de viață, accelerarea investițiilor în toate sferele turismului, stimularea păstrării patrimoniului cultural, precum și a naturii și resurselor fizice ale României. În cea ce privește turismul, în planul se accentuează pe faptul că “regiunile centrale ale României și litoralul Mării Negre sunt de importanță majoră cu privire la patrimoniul cultural”⁴ (pag. 18). Planul, asemănător Concepției bulgare pentru zonarea turistică, conturează 6 regiuni cu potențial de dezvoltare turistică, după cum urmează:

1. **București** - turism cultural, de conferințe și turism de divertisment;
2. **Transilvania** - turism cultural, de natură, ecoturism, de sănătate, schi și de aventură;

⁴ Romania National Tourism Master Plan 2007-2026



3. **Litoralul Mării Negre** - recreare de mare, turism cultural și de sănătate, croaziere pe mare;
4. **Bucovina** - turism cultural, ecoturism, turism cognitiv de natură, wellness, schi și turism de aventură;
5. **Maramureș** - turism cultural, de natură, ecoturism, schi și turism de aventură;
6. **Delta Dunării** - de natură, ecoturism, croaziere fluviale și divertisment.

Teritoriul de-a lungul fluviului Dunăre nu este recunoscut ca o regiune turistică. Această duce la concluzia, că la această etapă, statul nu recunoaște potențialul turistic al regiunii Dunăre pentru dezvoltarea turismului cultural - istoric. Iar aceasta ar îngreuna încercările autorităților locale legate de atragerea unei resurse financiare externe pentru transformarea obiectivelor de valoare cultural - istorică în produse turistice. În măsură în care reiese din informația disponibilă, arealele turistice menționate sunt conturate cu precădere pentru scopurile planificării teritoriale și investiționale a turismului din România, și nu atât de mult pentru marketingul regional. Totodată, lipsește informație legată de măsura în care aceste formații regăesc o aplicare reală în politica turistică a României. Aceasta reiese indirect de la raportul Băncii mondiale pentru activitatea Ministerului dezvoltării regionale și turismului (2011), după care strategia însăși nu este implementată, niciuna din subdiviziunile ale Direcției generale de "Turism" din minister nefiind angajată cu responsabilități legate de realizarea Strategiei. Deși dezvoltarea turismului este prezentă într-o serie de documente strategice din România, este absentă o politică de stat globală pentru dezvoltarea sa. În momentul de față, statul nu are nici regiuni adoptate oficial în scopurile marketingului turistic regional. În acest sens, Strategia completează unele lipse în sistemul de documente strategice din România legate de dezvoltarea turismului, oferind dezvoltarea unui activ cultural - istoric (ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“) pe baza unor consultări publice pe scară largă cu părțile interesate, care au declarat categoric necesitatea de transformare a rutei într-un factor regional (de-a lungul cursului fluviului Dunăre și regiunea transfrontalieră România - Bulgaria) pentru dezvoltarea social - economică.

(5) National Strategy for Ecotourism Development (2010 - 2020), România;

Strategia se bazează pe principii cheie pentru dezvoltarea ecoturismului, fiind întemeiată pe două modele internaționale: (1) Program pentru acreditarea naturii și ecoturismului, elaborat de către Asociației de ecoturism din Australia și (2) Best's Nature, sistemul de acreditare, promovat de către Asociația de ecoturism din Suedia.



Prin Strategia pentru dezvoltarea ecoturismului, România a devenit primul stat din Europa, care a elaborat un sistem pentru evaluarea destinațiilor ecologice. Acesta se bazează pe un standard de etichetare a ecoturismului, recunoscut de Consiliul Global al Turismului Durabil. Un asemenea principiu de certificare este oferit și de prezenta Strategie.

(6) National Sustainable Development National Strategy and Action Plan for Strategy (2013 - 2030), România;

Strategia prevede aducerea unor îmbunătățiri într-o serie de domenii, care determină calitatea vieții, inclusiv extinderi de infrastructură și modernizări ale unor porturi Dunărene, măsura de care depinde în mare măsură succesul obiectivelor prevăzute de prezenta Strategie.

(7) Strategie UE pentru Regiunea Dunării;

Strategia este elaborată la inițiativa statelor situate de-a lungul fluviului Dunăre, realizarea sa depinzând în întregime de eforturilor acestora. Strategia cuprinde 9 state - membre ale UE (Germania, Austria, Ungaria, Cehia, Slovacia, Slovenia, Croația, Bulgaria și România) și 5 state, în afara UE (Serbia, Bosnia și Herțegovina, Muntenegru, Ucraina și Moldova). Principalele probleme sunt organizate în 4 stâlpi: (1) Conectivitate, (2) Mediu înconjurător, (3) Dezvoltarea prosperității, (4) Consolidare, care conțin 11 domenii de prioritate, adoptate prin plan de acțiune. O echipă formată din 2 state este coordonatorul unui domeniu de prioritate respectiv. Bulgaria și România coordonează realizarea domeniului prioritar 3 "Turism", totodată Bulgaria este coordonator împreună cu Germania a domeniului prioritar 11 „Siguranța, combaterea criminalității organizate”. Realizarea în comun de către Bulgaria și România a domeniului "Turism" atestă raționalitatea și relevanța Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun, legat de patrimoniul roman, ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.

(8) Strategia generală pentru dezvoltare teritorială durabilă a regiunii transfrontaliere România - Bulgaria (SPATIAL);

Strategia este menită coordonării direcțiilor și politicilor naționale de dezvoltare teritorială ale celor două state participante și identificării instrumentelor tehnice aprobate de ambele state (domenii de interes, etape de realizare, indicatori de analiză, detalii ale dispozițiilor de dezvoltare/ cooperare). În sensul acesta, Strategia de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun, legat



de patrimoniul roman, ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este o continuare naturală a Strategiei SPATIAL, cu accent asupra turismului, patrimoniului cultural - istoric și dezvoltarea spațială integrată.

(9) 5 planuri regionale pentru dezvoltarea regiunilor Sud-Vest-, Sud-Multenia, Sud-Est (România), Regiune de planificare Centrală și de Nord (RPCN) și Regiune de planificare de Nord - Vest (RPNV) (Bulgaria);

(10) 7 strategii județene pentru dezvoltarea județelor Dolj, Mehedinți, Olt, Teleorman, Constanta, Călărași и Giurgiu (România) și 7 strategii județene pentru dezvoltarea județelor Vidin, Vratsa, Montana, Pleven, Veliko Tarnovo, Ruse, Silistra;

O examinare rezumată a documentelor din p. 9,10 și 11 este prezentată în Anexele 2 și 3.

(11) 21 Planuri municipale pentru dezvoltarea municipiilor bulgare care se încadrează în arealul rutei

Gestionarea politicilor publice pentru dezvoltarea turismului în Bulgaria cu precădere este centralizată. Cadrul strategic pentru dezvoltarea turismului din țară nu stabilește prioritățile, ci determină gradul de atractivitate turistică a tuturor formelor potențiale de turism. Sunt absente măsuri fiscale pentru stimularea spiritului întreprinzător în sector, în ciuda modificării aduse în anul 2011 în Legea privind TVA, prin care se adoptă un procent unic pentru turismul în cotă de 9%. O dificultate serioasă în managementul turismului la nivel local decurge din capacitatea financiară limitată a municipiilor și dependența ridicată a acestora de subvenții și finanțare externă - un deficit al sistemului politic și juridic întreg cu privire la autogovernarea locală din țară.

Spre deosebire de Bulgaria, managementul turismului în România este deconcentrată, iar statul aplică un pachet de diverse măsuri fiscale, care stimulează antreprenoriatul din acest sector:

- Scutire de plata impozitului de profit pentru 3 ani, pentru investiții noi în facilități turistice;
- Scutire de plata impozitului de profit pentru 5 ani, pentru investiții în Spa turism;
- Scutire de plata impozitului de profit reinvestit, în condiția în care sunt realizate investiții pentru ameliorarea facilităților turistice;
- Alte stimulente fiscale pentru obiective de cazare turistică, cu marcă eco.



Autoritatea națională de turism de pe lângă Ministerului Economiei din România are 13 reprezentanți la nivel regional și local și 11 birouri în străinătate, responsabile pentru popularizarea României în următoarele orașe: Roma, Viena, Berlin, Paris, Madrid, London, Varșovia, Moscova, New York, Beijing, Tel Aviv. Statul a stabilit ca prioritate două segmente principale ale turismului: turismul de sănătate și eco-turismul. Din anul 2017, Autoritatea Națională pentru Turism din România a fost transformată în Minister al turismului.

În concluzie, s-ar putea afirma rezumat că Cadrul strategic al Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este elaborat în așa fel încât se poate adresa unei serii de dificultăți din Bulgaria și România, din sectorul turismului, transformându-se într-un catalizator puternic de inițiative și măsuri de acțiune. Deficite importante de adresat sunt garantarea limitată a informației (comunicării) pe linie Bulgaria și România și produsul turistic oferit; reclama insuficientă/ineficientă a ambelor state și lipsa unor avantaje competitive clar exprimate ale ambelor state ca destinații turistice. Totodată, efectele așteptate de la realizarea Strategiei corectează existența continuă a infrastructurii generale sau specializate slab sau insuficient dezvoltate; întreținerea necorespunzătoare a obiectivelor turistice; calificarea necorespunzătoare a cadrelor - toate deficite ale mediului instituțional din regiunea țintă. Documentele strategice studiate recomandă includerea Bulgariei și României în produse turistice comune împreună cu alte state, prin formarea unor produse turistice transfrontaliere, creându-se astfel destinații noi. Astfel se atinge o dezvoltare regională echilibrată, sunt îmbunătățite pozițiile turismului bulgar și român și se creează premisele pentru formarea unei politici de marketing comune în domeniul turismului.

II. Analiza situațională a dezvoltării turismului cultural - istoric pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria

În cadrul etapei de pregătire din elaborarea Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ au fost aplicate câteva metode de culegere a datelor și informațiilor necesare pentru elaborarea analizei situaționale, cadrului strategic al Strategiei și bunele practici din acest domeniu. Ele constă în



анализarea unor documente, analiza comparativă, 2 tipuri de chestionare în rândul părților interesate, desfășurarea unui număr de 10 mese rotunde cu peste 300 de participanți. Volumul și calitatea informației dobândite au fost suficiente pentru elaborarea unor analize tematice detaliate, conform cerințelor ADO Dunav și CCINA.

Pr primul loc, autorii Strategiei au făcut o analiză și rezumat al studiului de fezabilitate le Proiect, pentru evaluarea cantității și calității bazelor de date, pe care se bazează Strategia. Studiul de fezabilitate al produsului turistic cultural - istoric comun: Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ reprezintă un proiect de avengură pentru identificarea și studierea unor obiective ale patrimoniului cultural - istoric roman, situate pe teritoriul regiunii transfrontaliere Bulgaria - România. Scopul este diferențierea unei rute cultural - istorice tematice cu potențial turistic, care urmează să fie dezvoltat în produs turistic integrat de către prezenta Strategie de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic integrat - Rută „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“. În total, în cadrul regiunii transfrontaliere autorii studiului de fezabilitate identifică și studiază un număr de 181 obiective arheologice care fac parte din patrimoniul roman. Fiecare dintre aceste obiective are dosarul său informațional, care în suficientă măsură prezintă imagine despre profilul obiectivului, din punct de vedere al: (1) valoarea arheologică a obiectivului; (2) valoarea cultural - istorică; (3) starea obiectivului; (4) interacțiunea cu contextul și mediul; (5) potențialul turistic.

Informația completă, conținută în studiul cu privire la diferite aspecte legate de dezvoltarea, protejarea necesității de și dezvoltarea rutei țintă are și un aport diferit la diferitele acțiuni la elaborarea Strategiei. În primele două secțiuni ale studiului se prezintă o examinare detaliată a legislației europene în domeniul patrimoniului cultural - istoric (PCI) și turismului. Totodată, sunt prezentate bune practici pentru dezvoltarea, managementul și promovarea produselor cultural - istorice. Este urmărită evoluția turismului cultural - istoric și a noțiunii „rută culturală” într-o serie de Convenții UNESCO și directive ale UE. Studiul stabilește și direcția pentru integrarea rutei cu alte rute similare („*Frontiere romane*“, „*Valul lui Hadrian*“, „*Valul lui Antonin*“, „*Limesul German Retinian superior*“, „*Limes Dunărean*“, „*Drumul împăraților romani*“, „*Drumul vinului de a lungul Dunării*“). Totodată, această informație ajută la evidențierea și a rutelor concurente, pentru a fi posibilă definirea cu punctualitate maximă a punctelor forte și a punctelor slabe ale rutei țintă. Ele sunt parte integrantă din analiza SWOT a Strategiei, iar punctele slabe reprezintă baza fundamentală pentru definirea



obiectivelor, priorităților și măsurilor pentru realizarea Strategiei. Studiul prezintă, de asemenea, răspunsul aspectului de importanță esențială, legat de proprietatea obiectivelor, incluse în ruta, cărui specific constituie premisele pentru evaluarea potențialului său turistic, ca un potențial favorabil (punct forte), sau ca un potențial nefavorabil (punct slab).

Un alt aport semnificativ al studiului de fezabilitate pentru elaborarea Strategiei constă în faptul că acesta stabilește parametrii caracterului său inovativ, anume: (1) un potențial mare pentru realizarea soluțiilor tehnologice contemporane la dezvoltarea rutei (2) transformarea rutei într-un produs turistic finit este planificată a se realiza în mers, simultan cu funcționarea obiectivelor din cadrul său, ca destinații cultural - istorice dezvoltate, (3) permite diferențierea unor sub-rute locale, care vor fi un impuls suplimentar la dezvoltarea sa.

Gama largă a beneficiilor studiului de fezabilitate permite formularea mai exhaustivă, dar totodată, mai accentuată, a propunerilor de cadru strategic al Strategiei. Aceasta are loc în direcție, care garantează obținerea unui produs cultural - istoric, care "să reprezintă un lanț de puncte focale de oprire, conectate tematic, care promovează dezvoltarea identității regionale și a memoriei colective"⁵ (pag. 59).

Obținerea integrității rutei în mare măsură este rezultatul eforturilor și acțiunilor unei serii de persoane interesate⁶ de pe ambele maluri ale fluviului Dunăre. În scopurile Strategiei, autorii au încercat a identifica toate grupurile de persoane, unite sub scopul comun de a transforma ruta într-un produs turistic competitiv. Analiza pune bazele și structurează planificarea, monitorizarea și evaluarea Strategiei prin participarea la aceste procese a tuturor persoanelor, legate de dezvoltarea rutei. Selectarea părților interesate, care vor fi atrase la planificarea și realizarea Strategiei s-a realizat prin tehnica PRES (Pressure Analysis) după următoarea metodică:

⁵ Studiul de fezabilitate al produsului turistic cultural - istoric comun: Rută „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, pag. 59, 2017

⁶ Părțile interesate sunt persoane, grupuri de persoane, organizații și instituții, care ar putea fi afectate (pozitiv sau negativ) de Strategia, sau cele care ar putea influența rezultatele și consecințele în urma realizării Strategiei.



Tabelul 1 Metodica pentru selectarea părților interesate cheie

Parte interesată	Criterii de evaluare					Rezultat	
	Interes	Relație	Putere	Influență	Evaluare generală	Necesitate de includere	Grad de participare
Lista părților interesate	Măsurarea motivelor și preocupărilor ale părții interesate cu privire la politica de stabilire a dezvoltării economice durabile ale CTF România - Bulgaria. Se poate interpreta și ca eventuale beneficii și/sau pierderi ale părții interesate respective în urma implementării politicii. Sunt enumerate trei interese principale.	Este reflectată reacția potențială a diferitelor părți interesate cu privire la Strategia realizată. Este evaluată după următoarea scală: 3 - susținător puternic; 2- susținător moderat; 1 - neutru/ independent; „-2” - oponent moderat; „-3” - oponent puternic.	Puterea diferitelor părți interesate se referă la cantitatea resurselor, după cum urmează: U - umane, F - financiare, P - politice, resursele, deținute de părțile interesate și capacitatea acestora de a mobiliza aceste resurse în sprijinul sau împotriva realizării Strategiei. În această coloană este identificată puterea fiecărei părți interesate Cu privire la existența de resurse U, F și P. Puterea fiecărei resurse este stabilită pe scală de la 1 la 5, unde: 5 - foarte puternică; 4 - puternică; 3 - medie; 2 - slabă; 1 - foarte slabă	Nivelul influenței fiecărei părți interesate se stabilește de suma evaluărilor acordate pentru fiecare dintre tipurile de resurse, adică, influență = U+F+P;	Evaluarea pentru fiecare dintre părțile interesate este produsul de la atitudinea/ poziția și influența, adică, Evaluarea generală = Atitudine X Influență.	Necesitatea de includere a fiecărei părți interesate la procesul de elaborare și realizare a Strategiei este definită în felul următor: Dacă evaluarea generală este mai mare de 10 în valoare absolută - partea interesată trebuie să participe, iar dacă evaluarea generală este mai mică de 10, în valoare absolută, partea interesată poate fi invitată.	În această coloană este identificat nivelul de angajare a părților interesate la procesul de elaborare a unor politici de dezvoltare durabilă a turismului și de protecție a patrimoniului cultural, și la includerea sa la produse turistice. În scopul analizei părțile interesate pot fi divizate în trei grupuri: Grupul 1: Cu o atitudine puternic pozitivă sau negativă față de obiectivele și prioritățile Strategiei și un nivel ridicat de putere/autoritate (Grupul acesta participă activ la procesul decizional) Grupul 2: Cu atitudine moderată pozitivă sau negativă și un nivel mediu de putere/autoritate (cu acest grup trebuie efectuate consultări).



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



							<p>Grupul 3: Cu atitudine moderată pozitivă sau negativă și un nivel scăzut de putere/autoritate (acest grup trebuie să fie informat). Dacă evaluarea generală în valoare absolută a părții interesate este: între 10 și 20 - Trebuie să fie informată; între 20 și 30 - Participă la consultări; Peste 30 - Participare activă la procesul decizional.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

În rezultatul metodicii aplicate s-au identificat următoarele grupuri de persoane:

GRUP	PĂRȚI INTERESATE
Putere centrală	<p>Bulgaria Ministerul dezvoltării regionale și amenajării teritoriului Ministerul turismului Ministerul mediului și apelor Ministerul educației Ministerul economiei Ministerul agriculturii și alimentelor</p> <p>România Autoritatea națională de turism (ANT) de e lângă Ministerul economiei</p>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



GRUP	ПĂРТИ ИНТЕРЕСАТЕ
<p>Autorități regionale</p>	<p>Bulgaria Consilii regionale de dezvoltare Consilii regionale de coordonare Prefecți România Agenții regionale de dezvoltare</p>
<p>Autorități locale</p>	<p>Bulgaria Administrații municipale Consilii municipale România Administrații județene Administrații urbane</p>
<p>Afaceri</p>	<p>Operatori turistici Agenți turistici Hotelieri Restaurantori</p>
<p>Structuri ale societății civile (ONG)</p>	<p>Uniuni în interes public Asociații în interes public Grupuri de inițiativă locală Uniuni de afaceri de branșă Organizații ale angajatorilor Camere de comerț și industrie Societăți turistice Uniuni turistice</p>
<p>Muzee</p>	<p>Muzee de istorie regionale Muzee locale</p>
<p>Instituții științifice și educaționale</p>	<p>Organizații științifice de cercetare Universități Licee</p>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



GRUP	PĂRȚI INTERESATE
	Gimnazii profesionale Licee tehnice

Este colectată o bază de date cu toate părțile interesate, care este la dispoziția ADO Dunav și CCINA. După identificarea părților interesate, autorii Strategiei au efectuat un studiu cu privire la viziunea lor de dezvoltare, perfecționare și inovație a rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“. În scopul acesta s-au aplicat diverse metode, orientate diferitelor grupuri țintă, pentru strângerea unor opinii, evaluări și recomandări legate de cadrul strategic (viziune, obiective, priorități) și activitățile, legate de dezvoltarea inovativă și perfecționarea rutei. Aceste metode includ:

- desfășurare 10 mese rotunde (5 în Bulgaria și 5 în România) cu părțile interesate;
- desfășurarea unui chestionar în rândul participanților la mesele rotunde;
- efectuarea unui studiu online separat în rândul touroperatorilor și agenților turistici;

Toți participanții participanți la aceste activități sprijină categoric dezvoltarea și instituționalizarea rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.



La cele 10 mese rotunde au participat în total 301 reprezentanți ai autorităților locale, ai afacerilor, ONG-uri, muzee regionale, medii, cetățeni. Dezbaterile la aceste întâlniri au fost orientate în următoarele direcții: (1) stabilirea mai realistă a obiectivelor cadrului strategic al Strategiei de dezvoltare, perfecționarea și inovarea produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, (2) mai multe și mai adecvate demersuri și produse contemporane de marketing, (3) efectuarea unor dezbateri asemănătoare regulate, întrucât întâlnirile unice nu generează rezultate durabile, (4) toate etapele ale activității de dezvoltare a rutei urmează să țină cont de diferitele grupuri țintă de turiști, de atras de către ruta, (5) integrarea rutei cu rutele și produsele turistice existente, (6) îmbunătățirea cooperării cu operatorii și agenții turistici, care în momentul de față, mai ales în regiunea bulgară de a lungul Dunării, aproape lipsește, (7) la structura de management al Strategiei să fie incluse organizații științifice și nonguvernamentale, care funcționează în domeniul dezvoltării patrimoniului cultural - istoric, (8) regiunea transfrontalieră nu este o destinație recunoscută cu privire la patrimoniul roman, aceste puncte slabe trebuie depășite la începutul însăși al realizării Strategiei, (9) sunt necesare instruiri ale personalului angajat în domeniul prestării serviciilor turistice în regiunea țintă.

Chestionarul realizat în rândul participanților la mesele rotunde este menit a studia pozițiile părților interesate cu privire la modalitatea și direcția de dezvoltare a rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“. S-a obținut legătură inversă de la 114 de participanți.

La întrebarea legată de avantajele competitive ale rutei, 75% dintre respondenți menționează **condițiile favorabile pentru integrarea rutei cu alte tipuri de turism**, ca cel mai important punct forte. Pe locul doi (46%), după gradul de competitivitate, respondenții clasifică **potențialul rutei de includere la un produs turistic internațional mai mare - Limesul Dunărean**. O evaluare mai slabă de o prioritate mai mică este alocată accesibilitatea economică a rutei.

În cea ce privește punctele slabe ale rutei și piedicile 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 clasifică lipsa antreprenoriatului în sectorul turismului, iar pe locul trei - lipsa unui personal calificat. Toate punctele slabe ale rutei evaluate ca prioritate sunt reflectate prin măsuri și acțiuni adecvate în cadrul strategic al Strategiei.

La întrebarea **Cum vă imaginați ruta în anul 2030?**, respondenții au avut posibilitatea a ordona după prioritate răspunsurile propuse după gradul lor de



realism. Cele mai multe evaluări de performanță realistă moderată (58.6%) primește viziunea rutei ca *Un centru prosper al culturii romane de pe Limes Romanus Dunărean Inferior*. Ca o viziune cea mai realistă de atins, deși cu rezultat mai mic de cel menționat mai sus (41%), este selectat răspunsul *O rută cultural - istorică afirmată și instituționalizată, ca o parte din Limes Romanus Dunărean*. Propunerea de viziune a rutei ca *O destinație principală de turism cultural - istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria* este cel mai slab suportată de către părțile interesate care au participat la chestionarul realizat.

Întrebarea, care studiază imaginea respondenților cu privire la rolul ADO “Dunav” și CCINA pentru atingerea rezultatului drit în anul 2030, oferă trei scenarii posibile, evaluate de către respondenții după gradul lor de realitate. Suportul cel mai însemnat, dar ca un scenariu moderat de realist (44%), primește misiunea celor două organizații de a *desfășura o politică cuprinzătoare pentru dezvoltarea și managementul rutei*. Ca scenariu cel mai realist de atins, cu 40% din răspunsurile, este evaluat scenariul, care prezintă cele două organizații ca *inițiatori și suporteri la realizarea unor activități organizate pentru recunoașterea rutei de către autoritățile publice ca un produs potențial de creștere economică, precum și în procesul de dezvoltare și afirmare a rutei ca o parte din Limes Romanus Dunărean*. Cu un număr egal de răspunsuri cu evaluare realistă până în moderat de realist este menționat rolul celor două organizații de a fi *coordonatori la formarea unor parteneriate între autoritățile centrale și cele locale, sectorul privat și cel nonguvernamental, în vederea transformării rutei într-un produs turistic integrat*.

Chestionarul online efectuat în rândul touroperatorilor și agenților turistici bulgari, specializați în domeniul turismului cultural - istoric, este merit studierii opiniei de expertiză cu privire la caracteristicile care ar trebuie deținute de ruta, pentru a fi posibilă transformarea sa într-un produs turistic atractiv. Realizarea chestionarului a fost posibilă datorită suportului mediator al Asociației touroperatorilor și agenților turistici bulgari, care a difuzat link-ul cu chestionarul membrilor săi. S-a priit legătură inversă de la 7 respondenți, toți activând în domeniul turismului cultural - istoric. Mai mult de jumătate din respondenții prestează servicii turistice în regiunea transfrontalieră Bulgaria - România și de a lungul cursului fluviului Dunăre.

La întrebarea *Vă rugăm să stabiliți prioritatea avantajelor competitive ale rutei, pentru transformarea sa într-un produs turistic, pe scală de la 1 la 4, unde 1 reprezintă cea mai mică prioritate, iar 4 - cea mai mare prioritate*, 71% arată ca un avantaj cel mai competitiv potențialul rutei de includere la un produs turistic internațional mai mare - Limesul Dunărean. Un număr egal de respondenți

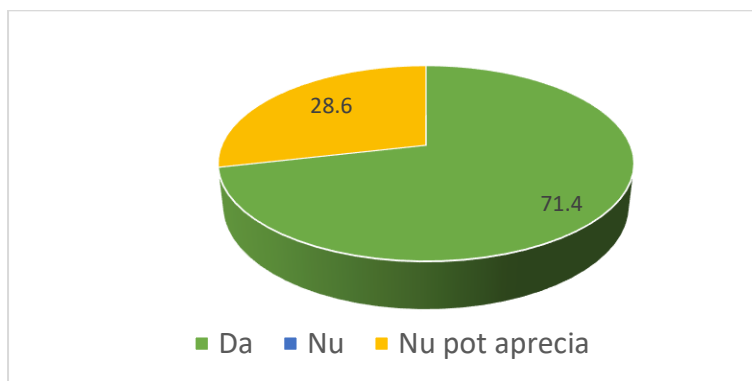


(57%) evaluatează existența unor condiții favorabile pentru integrarea rutei cu alte tipuri de turism (eco-, rural, viti-vinicol, pietonal, velo-, fluvial, maritim, etc.) și faptul că patrimoniul cultural și natural din regiunea țintă este un obiect potențial de protecție UNESCO.

La întrebarea *Vă rugăm a stabili prioritatea delimitărilor rutei, legate de transformarea sa într-un produs turistic, pe scală de la 1 la 4, unde 1 reprezintă cea mai mică prioritate, iar 4 - cea mai mare prioritate*, respondenții arată ca obstacolul cel mai mare infrastructura generală (drumuri, alimentare cu apă și canalizare, energie electrică) și specializată (cazare, alimentare, alte servicii și posibilități de divertisment) slab dezvoltate, și lipsa unui personal calificat. Pe locul doi după gradul de importanță, respondenții selectează slabă coordonare a politicilor și măsurilor de management și dezvoltare a obiectivelor care fac parte din ruta. Obiective și măsuri pentru depășirea caracteristicilor slabe după prioritățile stabilite ale acestora, urmează să fie reflectate în cadrul strategic al Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.

Ca o dovada a potențialului mare al rutei de a se transforma într-un produs turistic se pot accepta rezultatele obținute la întrebarea:

Considerați că diferențierea unei rute cultural - istorice însăși, cu obiective de pe timpul roman de a lungul fluviului Dunăre, este un produs turistic atractiv ?



Mai mult de jumătatea respondenților (57%) din nou răspund pozitiv întrebării dacă apartenența tematică a rutei pachetului turistic (patrimoniu cultural - istoric) atrage mai mulți clienți/ turiști. s

La întrebarea *Pentru ce tip de grupuri de turiști ar fi atractivă ruta*, din cele 5 tipuri de grupuri de turiști, touroperatorii menționează numai trei:

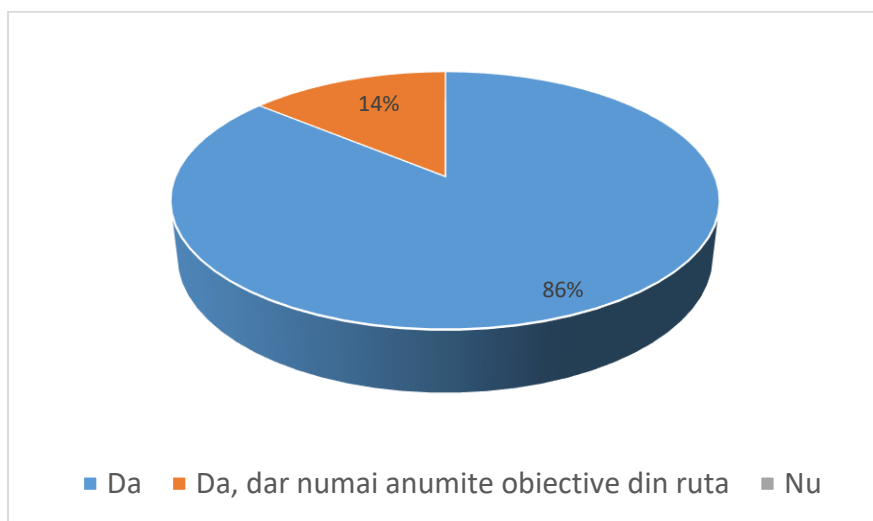
- Persoane de vârstă medie și peste vârstă medie, în grupuri organizate - 43%



- Групи организирани от круизни кораби по Дунав - 29%
- Лични организирани пътувания - 29%

При оценката на степента на посещаване на маршрута, 57% от респондентите показват, че това може да се развие като сезонен маршрут, а 43% - като маршрут по целия път през годината.

Оптимистична перспектива за реализацията на маршрута е дадена от отговорите на въпроса ***Дacă ruta deja este un produs turistic finit, аți include ruta în serviciile voastre turistice ?***



La въпроса свързан с предишния, ***Дacă аți include numai anumite obiective din ruta, vă rugăm a menționa criteriile, după care le-ați alege?***, респондентите споменават три:

Atractivitatea pentru grupul țintă de clienți în ceea ce privește orientarea spre experiențe trăite de turiști, ci nu numai vizitarea unor obiective.

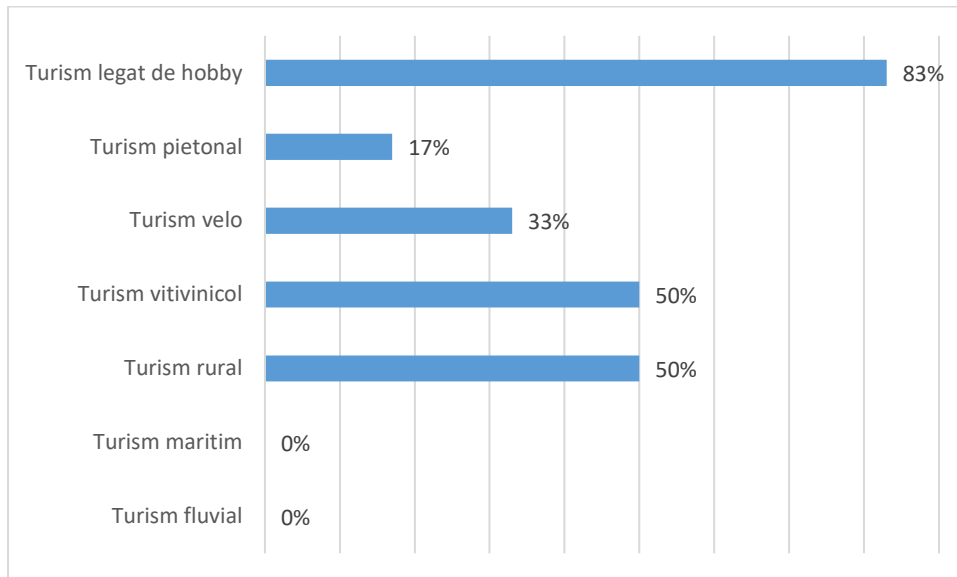
O destinație interesantă, bine organizată, cu drumuri bine întreținute până la aceasta, restaurante de calitate, posibilitate de manifestări suplimentare

Accesibilitate, posibilitate de cazare, oferta suplimentară (restaurante, crame, manifestări culturale)

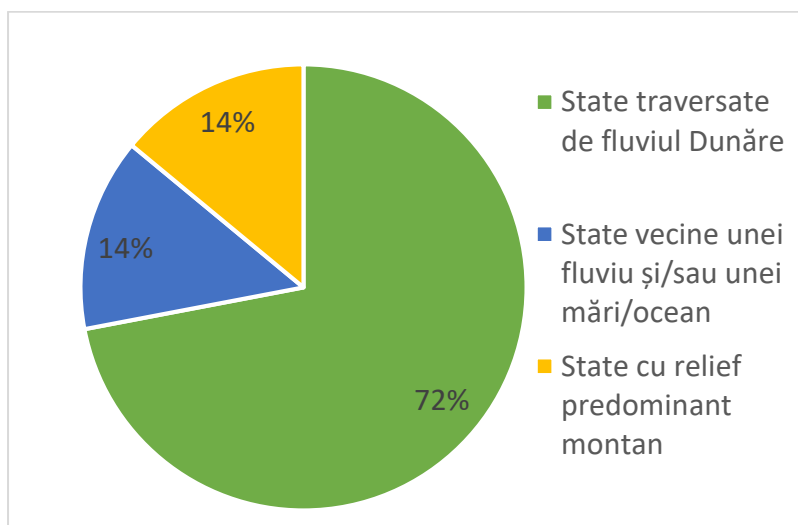


Accente principale în cadrul criteriilor menționate sunt infrastructura și integritatea rutei cu alte forme de turism. Aceste două componente sunt încorporate în cadrul strategic al Strategiei.

La sub-întrebarea, în combinație cu care alte servicii turistice ați propune ruta, respondenții răspund:



În cea ce privește fluxul de turiști, participanții la chestionar stabilesc trei grupuri de țări, din care s-ar putea aștepta numărul cel mai mare de vizitatori. Această informație este utilă la planificarea activităților de marketing pentru popularizarea rutei.





După opinia respondenților, țările cu cele mai puternice tradiții în domeniul turismului cultural - istoric, care sunt destinații simultan concurente, dar și potențiale pentru atragerea turiștilor, sunt Italia, Grecia, Spania, Austria, Germania, Franța, Croația. Totodată, țările din Europa de Vest, Centrală și de Nord, în special Franța, Germania, Belgia și Spania, formează un grup potențial de vizitatori ai rutei proveniți din străinătate. Touroperatorii menționează numai Japonia ca un stat situat în afara Europei, care prezintă interes potențial față de ruta.

Ultima întrebare din chestionarul online, ***Vă rugăm a menționa criteriile, după care firma voastră alege produsele turistice pe care le va oferi clienților?***, urmărește studierea elementelor produselor turistice reușite, care, în limitele posibilului vor fi proiectate și pe ruta în curs de dezvoltare „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.

- Orientare spre experiențe ale turiștilor și locații frumoase de fotografiat;
- Atractivitate;
- Posibilitate de mai multe experiențe (*pentru satisfacerea acestei necesități, în sfera de acoperire a rutei fiind incluse obiective ale patrimoniului cultural nematerial*);
- Posibilitatea de a fi vândute;
- Oferim produsele pentru care primim cele mai multe cereri. La primirea unor cereri de ofertă individuale, cu aceiași cerințe, formăm și program de pachet;
- Autenticitate, accesibilitate, posibilitate de cazare, oferta suplimentară.

Răspunsurile demonstrează necesitatea de existența unor premise (autenticitate, atractivitate, mai multe experiențe) pentru transformarea unei destinații turistice într-o destinație căutată, pe baza căreia se formează pachetul turistic. Adică, abordarea aplicată în oferta turistică este de sus în jos. Această determină planificarea dezvoltării rutei în perspectivă analogică - *condiții-cerere-ofertă*.

2.1. Caracterizare generală - profilul regiunii ca o destinație cultural - istorică

Dezvoltarea turismului cultural în ultimele decenii este puternic afectată de procesele de globalizare și de progresul tehnologic din domeniul logisticii și tehnologiilor informaționale. În condițiile de societate globală, în secolul XXI noțiuni precum „apropiat” și „îndepărat”, „străin” și „necunoscut” treptat își pierd esența și capătă forme noi ale conținutului său, precum „autentic”, „specific”, „unic”, care



corespund mai bine noilor realități. Accesibilitatea informațională și logistică la orice punct și loc de pe glob schimbă viziunea globală asupra lumii și perceperea turistului, care la rândul său caută forme noi și manifestare a experienței sale turistice. Această necesitate relativ nouă a cererii regăsește răspunsul său în gradul tot mai accentuat al specializării și diversificării ofertei turistice.

Dezvoltarea turismului în mod tradițional este asociată cu dezvoltarea culturii. Patrimoniul cultural material (de ex. clădiri istorice, monumente, biserici) și nematerial (de ex. tradiții, festivaluri) pot atrage un spectru larg de vizitatori. Caracteristicile culturale unice ale unei regiuni servesc ca o bază pentru formarea ofertei din sfera culturii, fiind necesare comunității locale, dar totodată ele contribuie și la creșterea competitivității sale turistice.

În ultimul deceniu se desfășoară o politică regională intensivă de nivel național și european, orientată popularizării patrimoniului cultural - istoric al țărilor din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, ca o resursă comună purtătoare de valoare europeană comună prețioasă și ca dovada pentru trecutul istoric și dezvoltarea regiunii. Este bogat în patrimoniu cultural - istoric din toate epocile: artefacte din epocile de paleolitică și neolitică, obiective arheologice, arhitecturale, etnografice și religioase, monumente ale arte din perioada totalitarismului și ale arte contemporane. Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ cuprinde 5 regiuni de planificare (3 din România și 2 din Bulgaria), 14 județe (7 din România și 7 din Bulgaria) și 21 municipii bulgare. Prezentarea sintetizată a activelor culturale - istorice din fiecare regiune de planificare va forma o imagine clară cu privire la mărimea patrimoniului cultural - istoric acumulat în regiunea - țintă.

Regiune de planificare de Nord-Vest (RPNV), Bulgaria⁷

RPNV posedă un potențial cultural însemnat ca regiunea - poartă a țării. Pe teritoriul său sunt înregistrate **3 883** valori culturale imobiliare cu dovezi istorice și culturale, care datează din timpuri antice până în perioade contemporane - Antichitate, Evul Mediu, Epoca Nouă; cu legături remarcabile cu țări din Europa Centrală și de Vest și cu țările situate de-a lungul fluviului Dunăre, în diferite perioade istorice. Monumentele din categoria „de importanță națională” pe teritoriul regiunii sunt 198 (județul Vidin - 42, județul Montana - 28, județul Vratsa - 44, județul Pleven - 25 și județul Lovech - 59).

⁷ În cadrul RPNV sunt analizate numai județele Vidin, Vratsa; Montana, Pleven, care se încadrează în sfera de cuprindere a Rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.



Обiective ale patrimoniului cultural mobil sunt **11** muzee, iar ale patrimoniului cultural nematerial - **35** de festivaluri și tradiții sărbătorite. Elementele înregistrate la Lista națională reprezentativă a patrimoniului cultural nematerial „Comorile umane vii - Bulgaria - Tradiții și sărbători tradiționale” sunt:

- Denumirea proiectului - „Kalusha - o tradiție antică, păstrată pentru generații”, Casa de cultură „Nikola I. Vaptsarov”, satul Harlets, municipiul Kozlodui, județul Vratsa, Trupă de folclor autentic „Kalushari”;
- Denumirea proiectului - „Să păstrăm ritmurile dunărene în satul Antimovo”, Casa de cultură „Razvitie - 1926”, satul Antimovo, municipiul Vidin, județul Vidin, Muzică fanfară „Ritmuri Dunărene”.

RPNV este traversată de coridoare culturale europene din diferite epoci, aici sunt situate monumente propuse de includere la Lista monumentelor mondiale ale patrimoniului cultural și natural UNESCO - Peștera „Magura”, Rezervația naturală din carst, Vratsa și Rocile din Belogradchik.

Teritoriul regiunii este traversat și de coridoare culturale europene, precum Rută culturală a Dunării.

Regiunea de planificare Centrală de Nord (RPCN), Bulgaria⁸

Obiectivele culturale și istorice din regiune sunt numeroase, unele dintre ele fiind unice ca purtătoare de informație despre traiul și cultura din această regiune a Bulgariei, precum și despre dezvoltarea regiuni întregi a Peninsulei Balcanice. Acest teritoriu, lângă apele cursului inferior al Dunării are o istorie tulbură, a fost intersecția la deplasarea diferitelor triburi și popoare. Din acest motiv teritoriul dispune de un patrimoniu cultural și istoric bogat - monumente de importanță regională, națională, internațională sau chiar mondială - bisericilor săpate în stâncă de la Ivanovo și mormântul de la Sveshtari.

Valorile culturale imobiliare de pe teritoriul RPCN sunt **5 480**, reprezentând 18,6 % din valorile culturale din țara, ocupând locul doi după regiunea de Sud-Vest (25,0 %). Printre valorile culturale imobiliare în regiune, unele sunt incluse la Lista UNESCO a patrimoniului mondial cultural și natural și în Lista celor 100 de obiective turistice naționale a Uniunii turistice bulgare (UTB).

Obiecte ale patrimoniului cultural mobil sunt **20** de muzee, iar ale patrimoniului cultural nematerial - **44** de festivaluri și tradiții sărbătorite.

⁸ Din RPCN sunt analizate numai județele Veliko Tarnovo, Ruse și Silistra, care se încadrează în sfera de acoperire a rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria”.



Regiune de dezvoltare sudică Muntenia, România⁹

Regiunea se încadrează în regiunea istorică Valahia (Țara Românească), care a existat în perioada 1330 - 1859 - de la bătălia de la Posada, până la formarea Principatelor Unite ale Valahiei (Țării Românești) și Moldovei. Principatul Valahia este un teritoriu autonom cu autogovernare, apărut în diferite perioade istorice, cu statut vasal față de Bulgaria, Ungaria și Imperiului Otoman.

Totodată, această regiune se încadrează și în sfera de acoperire a Daciei Traiana, care ocupa un teritoriu vast, cu frontieră în Vest - râul Tisa, în Nord - munții Carpați, în Sud - fluviul Dunăre și în Est - râul Nistru. În perioada 85 - 89, în timpul domniei lui Duras-Diurpaneus, populația locală (geți) întreprind o politică agresivă și au două războaie de succes cu Roma. În timpul domniei împăratului Domițian, romanii înregistrează un succes militar însemnat, dar nu reușesc a cuceri Dacia, fiind forțați a încheia o pace strategică.

Istoria antică bogată a regiunii Muntenia este materializată în numeroase obiective arheologice, culturale, monumente istorice și muzee locale. În județul Călărași, de exemplu există în jur de 170 biblioteci, 5 muzee și un teatru. Peisajul vieții culturale a județului este completat de Centrul cultural al direcției județene de cultură și patrimoniu cultural național Călărași, care organizează împreună multe activități culturale și câteva festivaluri populare, printre care Festivalul național de interpretare muzică română laică - "Mai flori", Festivalul teatrului național Stefan Banița, Festivalul folcloric "Chitară Dunăreană" și altele. Din patrimoniul cultural mobil este evidențiat muzeul "Dunăre Inferior" din orașul Călărași, care este fondat în anul 1951, fiind o oglindă a istoriei acestor locuri. Amplasat pe o suprafață de 441 metri pătrați, acesta dispune de un număr de peste 43 mii de exponate - de la Epoca Neolitică până la cea contemporană.

Regiune de dezvoltare de Sud-Vest, Oltenia, România¹⁰

Analogic regiunii Muntenia, și regiunea Oltenia se încadrează în teritoriul regiunii istorice Valahia. Activele culturale - istorice din teritoriile țintă ale regiunii conferă o identitate/ unicitate patrimoniului cultural, fiind prezentate o serie de artefacte imobiliare, printre care: turnuri, cetăți, băi, poduri. De exemplu în județul Mehedinți sunt înregistrate 569 obiective ale patrimoniului cultural - istoric, printre

⁹ Din regiunea Muntenia sunt analizate numai județele Teleorman, Călărași și Giurgiu, care se încadrează în teritoriul rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.

¹⁰ În regiunea Oltenia sunt analizate numai județele Mehedinți, Dolj și Olt, care se încadrează în teritoriul rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.



care se regăsesc diferite monumente istorice, descoperiri arheologice, monumente arhitecturale. De importanță cheie pentru dezvoltarea rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ sunt:

- **Cetatea medievală Severinului** - cea mai importantă cetate strategică de pe malul Dunării. Deținerea acestei cetăți a însemnat deschiderea unor posibilități de cuceriri noi. La sfârșitul secolului XIII, regele ungar Istvan (Stefan) a condus 5 războaie cu regele bulgar pentru apărarea cetății Severinului.

- **Cetatea romană din Drobeta** - este prima cetate din piatră, ridicată în provincia romană Dacia. Columna lui Traian ne prezintă o scenă de la inaugurarea podului (în primăvară anul 105) și ne arată cetatea deja construită.

- **Podul lui Traian din Drobeta** - este cel mai mare pod, construit în lumea antică. Avengura și tehnica de construcție folosită sunt de uimit și în zilele de azi. Podul este construit pentru perioada record de trei ani (103-105), în perioada de pace între cele două războaie romano-dacice.

În județul Dolj există 20 de muzee, accentuându-se pe muzeul Olteniei (din Craiova), care este divizat în trei secțiuni: istorie, etnografie și științe naturale.

Departamentul județean de cultură și patrimoniu național propune crearea de 6 rute culturale - istorice pe teritoriul județului Dolj, anume:

- Perișor-Maglavit-Ceet-Desa-Calafat-Vidin, care include casa memorială lui Henri Coandă, mănăstirea Maglavit, cetatea Baba Vida, obiectivul arheologic Desa și asociația culturală a cetății din Disa Marincu, precum și plaja orașului Calafat;
- Craiova-Cernatești-Grătești - care include muzeele, instituțiile culturale și locuri de cult din Craiova, Parcul Romanescu, grădină botanică, turnurile cernatești și terenurile Grătești;
- Craiova-Cotofeni-Racari-Filiași - compusă din 2 obiective arheologice, bibliotecă și capela "Faseinilo";
- Craiova-Segarcea-Giurgita-Ostroveni/Zaval/Gighera - include mănăstirea, bibliotecă și cramele din Segarcea și ansamblul "Giurgita";
- Craiova-Sadova-Călărași-Bechet-Oriahovo - mănăstirea din Sadova, festivalul folcloric Maria Tănase din Călărași, atelier de țesut covoare și portul la Bechet;
- Craiova/Calafat-cetatea din Plenita-Terpețița - include seminar de ocarină din Terpețița, Sărbătoarea bujorului plenară și cultura Harber Castle.



- Turism rural și de landsaft s-ar putea dezvolta pe următoarea rută: Ciuperceii Noi - Desa - Poiana Mare - Băilești - Bucovăț - Craiova - Coșoveni - Bratovoesti - Geormani - Segarcea - Gighera - Bistreț.

Foarte curând, Asociația profesioniștilor în domeniul turismului din România a realizat un proiect cu finanțare europeană pentru crearea unei rute turistice etnoculturale și arhitecturale la nivel regional, anume: Bechet - Sadova - Segarcea - Podari - Craiova - Bucovăț - Filiași - Butoiesti - Turceni - Vladimir - Țicleni - Rovinari - Târgu Jiu - Bălănești - Cartiu - Curtisoara - Mușetești - Bumbști Jiu.

Rutele cultural - istorice potențiale menționate pot fi dezvoltate ca sub-rute locale ale rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.

Nu trebuie omis manifestarea realizată în Draganești, județul Olt - desfășurarea Concursului național de balade și doină - cântece populare tradiționale române, incluse în lista monumentelor UNESCO.

Regiunea de planificare de Sud-Est, România¹¹

În județul Constanța, județul artei și culturii, este prezent un patrimoniu istoric bogat și o infrastructura culturală bine dezvoltată - 6 teatre și instituții muzicale (inclusiv teatrul dramatic din Constanța, teatrul "Fantasio", baleta "Oleg Danovski"), 12 muzee, 9 biblioteci publice, 6 cinematografe și 2 gradine de vară. D.p.d.v. cultural, o trăsătură importantă a județului constă în combinația între veche și nou și între tradiția și modernul.

Orașul actual Constanța este fosta colonie grecească Tomis, fondată în jurul secolului VI î.n. Hr. Este o dovadă pentru lumea fantastică a antichității grecești, fiind păstrate legende misterioase despre poeți în căutarea unor muze, despre erori și zeități. Istoria orașului se vede peste tot, dar în special în cadrul expozițiilor Muzeului arheologic. În incinta sa se regăsesc obiecte antice ale artei, colecții, care fac dovadă culturii Hamagia, statuia de marmură a zeiței Fortuna, statuia șarpelui Glycon (zeitate asiatică). Dovada pentru prosperitatea regiunii în perioada română sunt amforele și coloanele din parc, care reprezintă o adevărată galerie în aer liber, precum și clădirea romană extraordinară păstrată cu mozaic roman.

După datele Institutului național de monumente istorice de pe lângă Ministerul culturii și cultelor, pe teritoriul județului Constanța se regăsesc 265 monumente istorice, dintre care 164 sunt situate în orașul Constanța. Din numărul total de 164

¹¹ În regiunea de Sud-Est este analizat numai județul Constanța, care se încadrează în teritoriul rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.



monumente din oraș, 67 fac parte din categoria monumentelor de importanță națională, iar 97 se încadrează în categoria “de importanță regională”. În orașul Constanța sunt situate și 7 muzee.

Din sfera patrimoniului cultural nematerial, ce mai însemnat este festivalul Tomis, dedicat patrimoniului cultural roman din regiune.

2.2. Stare actuală a turismului cultural - istoric din regiune

Regiunea transfrontaliera Romania-Bulgaria este bogata în obiective de patrimoniu cultural - istoric din toate epocile - există artefacte din epoca paleolitică și neolitică, sunt evidențiate obiective arheologice, arhitecturale, etnografice și religioase, monumente ale artei din perioada totalitarismului și ale artei contemporane. Printre obiectivele arheologice și istorice cel mai bine rezervate și des vizitate sunt cetatea „Baba Vida” din Vidin; cetatea antică „Almus” lângă Lom; cetatea antică târzie „Storgozia” și panorama „Epopaea Pleven - Pleven; Cetatea Shishman și fântână Elia din Nicopole; așezarea preistorică lângă satul Telish, municipiul Cherven briag, unde este descoperit și unicul altar preistoric din Europa; cetatea antică romană ”Dimum” - Belene; cetatea Nove - Svishtov; rezervația arheologică ”Ulpia Escus”; cetatea militară “Sexaginta Prista”; orașul medieval Cherven; cetatea Megidi Tabia, mormântul roman, zidul de apărare de Nord și de Sud din Silistra; mormântul din Sveshtari și așezare antică romană „Abritus” - județul Razgrad. Dintre monumentele religioase în rândul obiectivelor turistice populare se pot menționa mănăstirile din Chiprovtsi, ”Lopushanskia manastir”, ”Rakovshkiat manastir”, mănăstirile din Koprivets, Kamen și Gradesh. Aproape în fiecare așezare există biserici și capele interesante, regiunea Chiprovtsi este evidențiat cu sistemul său unic de locuri sfinte. Bisericile săpate în stâncă de la Ivanovo sunt incluse în lista patrimoniului mondial cultural UNESCO.

Obiective turistice de importanță națională sunt și mănăstirea săpată în roci din Albotina lângă Vidin, mănăstirea mică și cea mare din Nisa, biserica săpată în roci lângă satul Tabachka, etc. Mănăstirea ”Basarbovskiat manastir” este singura mănăstire săpată în roci care funcționează din Bulgaria. Există numeroase obiective turistice de valoare arhitecturală, printre care: rezervația arhitecturală „Ribarska mahala” - Tutrakan, podul lui Kolio Ficheto deasupra râului Yantra, lângă orașul Biala, centru orașului Ruse, înregistrat la lista patrimoniului cultural material UNESCO. Expoziții la muzeele de istorie regionale din 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 ”Majestatea sa Regală



Carol I" - Pordim, Parcul de lavre - satul Gorni Dabnik, Muzeul de pescuit - Tutrakan; Casa Dobrogeană din Alfatar, Epopeea Tutrakan, Complex memorial „Nava Radetski” și multe alte obiective care provoacă un interes mare în rândul turiștilor.

Un farmec al regiunii este prezentată de patrimoniul viu și traiul comunităților locale, exprimat în diversitatea de etnoși, tradiții și folclor păstrate. Până în zilele de azi sunt păstrate meșteșuguri, printre care țesutul covoarelor din Chiprovtsi, procesarea argintului filigran din Berkovitsa, manufacturat plase de pescuit, fabricat bărci, țesut rogojini de trestie din Ruse și Silistra, împletire măhuri și tricostat din Pleven. Aproape peste tot în regiune se mai practică meșteșugurile manufacturat vase ceramice, țesut și fierărie. Din specialitățile culinare, caracteristice regiunii Vratsa, s-ar putea menționa salata de ardei iuți, brânză pregătită după o rețetă din Vratsa și amestecul de sare cu condimente. Cârnații din Gorna Oriahovitsa, oala de Gorna Oriahovitsa, plăcintă ”spălată” și tocana ”kuiruklia”, preparatele dobrogene sarmale cu frunze de viță, mămăligă, carne de miel cu burghulul, țuică de caise, ciorbă de pește, preparate cu pește, ”Trienița”, ”Preasol”, ”Maznița” și ”Barkanița” sunt specialități caracteristice regiunii Nicopole și Svishtov. Cramele Lopushna, Magura, Borovitsa, Shato de Burgozone pot fi incluse ca obiective de turism vitivinicol.

Numeroasele obiceiuri, sărbători și festivaluri sunt premise pentru dezvoltarea turismului de manifestări. Din sărbătorile religioase în mod tradițional sunt sărbătorite Sfântu Lazăr, Sânziene, Crăciun, Sfântu George, Sfântu Valentin, Sfântu Patru. Festivalurile tradiționale folclorice și de pescuit sunt păstrate în orașele Dunărene, inclusiv ”Orașul Dunării”, dedicat fluviului. Sunt caracteristice festivalul muzicii de fanfară din Oriahovo, Sărbătorile culturale Dunării din Nicopole și festivalul internațional de arte din Svishtov. Până în zilele de azi sunt păstrate obiceiuri păgâne, precum festivalul Kalusha din Dolni Tsibar, cu influența culturală a tracilor de pe ambele maluri ale Dunării, obiceiurile „iapa chioară” și „fluture” din Dolna Mitropolia, festivalul internațional de kukeri din satul Kalipetrovo. Obiceiul „Rosen” și hora morților este tipic regiunii Vidinului. Nouă case de cultură din Bregova și Nedelino în fiecare an organizează festival folcloric de două zile, în care prima zi este dedicată unor echipe de amatori, iar a doua zi reprezintă festival al muzicii de fanfară. Tentațiilor culinare sunt dedicate festivalul internațional „Specialități din Banat - tradițiile satului meu” și sărbătoarea din satul Asenovo, cu participarea unor trupe din România, Serbia și Ungaria. Sărbătoarea crinului de apă din satul Malak Preslavets și Festivalul bujorului sălbatic reprezintă o atracție pentru iubitorii de natură. Alte manifestări care provoacă interesul vizitatorilor sunt festivalul patrimoniului antic „Vultere al Dunării” și ”Laduvane” din Svishtov,



Сărbătoarea caiselor, „Note de apă”, „Dunărea de foc”, Adunarea populară-comemorare din Silistra, Festival internațional de muzică clasică “Zile muzicale de Martie”, festivalul de folclor autentic “Viola de aur” și festivalul - jazz din Ruse, Festivalul folcloric internațional și Târgul iaurtului din Razgrad. Bulgarii din Banat sunt o nișă nedezvoltată din teritoriul bulgar al regiunii transfrontaliere. Ei sunt foarte activi, și participă la festivaluri, adunări, turism culinar și de pelerinaj, în Bulgaria și în România.

Obiective turistice, incluse la rute de turism cognitiv sau la programe de turism rural sunt Așezarea pescarilor din satul Vrav, Muzeul de pescuit și Cartierul pescarilor din Tutrakan. Municipiul Silistra are un patrimoniu cultural - istoric roman bogat, care se poate dezvolta ca un produs turistic, combinat cu obiectivele naturale: ”Srebarna - Megidi tabia - zidul de apărare de Sud și de Nord”.

Pe teritoriul județului Veliko Tarnovo sunt situate aproximativ 140 de monumente ale culturii de importanță națională (aproximativ 15% din numărul total al acestora din țara), concentrate aproape integral în municipiile Veliko Tarnovo (67%), Svishtov (11%) și Elena (8%). Aici este zona cu cea mai mare concentrație de mănăstiri din Bulgaria (“Sveta gora din Tarnovo”), cu aproximativ 15 mănăstiri (Preobrazhenski, Patriarsheski, Petropavlovski, Kilifarevski, Kapinovski, Prisovski, Arbanashki, etc.). Județul dispune de atracții turistice importante, legate de folclorul, obiceiurile, meșteșugurile tradiționale (de ex. Samovodskata charshia) și manufacturări (de ex. viticultură și vinificație), și manifestări periodice și episodice (adunări, sărbători, congrese, etc.). Județul Ruse ocupă un loc aparte în istoria națională bulgară și posedă un patrimoniu cultural - istoric bogat, compus inclusiv din monumente de importanță mondială, precum mănăstirile săpate în roci din Ivanovo.

Patrimoniul cultural - istoric și arhitectural din regiunea țintă este păstrat și relativ bine studiat, obiectivelor sale de cea mai mare valoare fiind atribuit statutul de „monument al culturii”, conform ordinii și condițiilor, stabilite prin legea referitoare la monumentele culturii și muzeele și actelor sale normative aferente. Obiectivele imobiliare din cadrul patrimoniului cultural - istoric, protejate din teritoriul examinat sunt de diferite tipuri și cu caracter eterogen cu privire la starea fizică actuală a acestora, gradul de socializare (expunere, respectiv folosință contemporană și accesibilitate) și amplasarea acestora în mediul urban, respectiv în afara acestuia. Ca un obiect de cercetare în contextul potențialelor turistice, aceasta este legată de existența unor condiții de accesabilitate și de gradul de asigurare a infrastructurii turistice și de servicii aferente acesteia. O resursă specifică pentru dezvoltarea turismului este și arhitectura bogată și unica de natura sa din țara orașului veche Ruse, care datează de la sfârșitul secolului 19 și începutul



secolului 20, în stil "Baroc" și "Sezession", realizate de către arhitecți italieni, austrieci, germani și bulgari. Lista clădirilor de acest stil este foarte lungă, fiind emblematică pentru orașul Ruse clădirea "Clădirea fiscului" (azi DT „Sava Ognyanov”). Este bine dezvoltată și rețeaua de expoziții muzeistice de pe lângă Muzeului de istorie regional - Ruse. Printre ele se distinge Muzeul traiului urban - „Casa Caliopa” și Muzeul transportului, care sunt unice la nivel de țară. În toamna anului 2002, după restaurare prin programul „Frumoasă Bulgaria”, este inaugurată Expoziția în aer liber „Sexaginta Prista”. Sunt finalizate și lucrările de reparații ale „Panteonul renaștenștilor”. În general, pe teritoriul județului Ruse sunt identificate aproximativ 30 de obiective, care pot fi examinate ca resurse și care doar parțial se suprapun cu monumentele culturii. Patrimoniul cultural - istoric, ca o resursă turistică principală, este foarte concentrată cu precădere pe teritoriul municipiilor Ruse și Ivanovo. În municipiul Dve mogili și Municipiul Biala, acesta înregistrează o concentrație mai slabă. Obiectivele din cadrul patrimoniului cultural - istoric posedă un potențial turistic, deși statusul actual al acestora în toate cazurile (stare fizică, expunere, modalitate de folosință funcțională, accesibilitate, asigurarea serviciilor turistice aferente) permite realizarea optimă a acestui potențial.

Straturile culturale și prezența din regiunea județului Silistra atestă o prezență tracă, romană, bizantină, turcă, de pe timpul Renașterii și contemporană. O mare parte a acestuia este concentrată pe teritoriul centrului județean.

În ciuda patrimoniului cultural - istoric bogat din regiunea țintă din România, turismul cultural - istoric de-a lungul fluviului Dunăre nu este recunoscut de documente naționale strategice (vezi mai sus revizuirea Romania National Tourism Master Plan 2007 - 2026) ca o nișă pentru dezvoltarea potențialului turistic. Cu toate acestea, există multe documente de planificare regionale și județene (vezi Anexă 3) care confirmă necesitatea de întreprinderea unor măsuri concentrate pentru dezvoltarea turismului cultural - istoric pe teritoriul respectiv, ca un sector complementar direcțiilor turistice prioritare - de croazieră, maritim, vitivinicol, rural, ecoturism, Spa și altele). Conectivitatea obiectivelor arheologice din cadrul rutei „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” cu atracții din alte forme de turism este foarte bogată și comparativ bine poziționată în harta turistică generală a regiunii/județului respectiv. Sunt bine expuse artefacte din Evul Mediu, în special în regiunile Muntenia și Oltenia, furnizând experiențe excelente turiștilor, posibilitatea de a ”trăi” trecerea de la Antichitate la Evul Mediu. Obiective din perioada Evului Mediu sunt, de exemplu:

- Cetatea medievală Severinului, în Drobeta - Turnu Severin



- Рămășițe de la cetatea medievală Tri Kule, din Șvinița
- Мănăstirile Mraconia (în golful Mraconia) și Sfânta Ana (Orșova)
- Placa memorială „Tabela lui Traian”, situată la ieșirea așezării Cazanele Mici
- Turnurile Tudor Vladimirescu și Nistor din Cerneți, municipiul Șimian

Starea actuală a turismului cultural - istoric este strâns legată de practicarea altor forme de turism. Posibilitățile de turism în natura, de exemplu, pe teritoriul român al regiunii transfrontaliere România - Bulgaria sunt inepuizabile. Dintre mai populare sunt:

- Defileul Dunării Cazanele;
- Parcul național ”Porțile de Fier” (defileul cel mai lung din Europa cu lungime de 134 km.) și masivele de rocă Ciucaru Mare;
- Pădurile din Strehareți, Seaca, Poboru, Teslui, Lunca Oltului, județul Olt;
- Rezervația naturală „Balta Suhaia” în apropierea orașului Zimnicea - o zonă specială protejată pentru păsările;
- În județul Mehedinți se regăsesc câteva peșteri populare, dintre care Topolnița, Epuran, Gura Ponicevei, Bulba;
- Rezervația geologică Ponoarele - un pod natural de carst și pădurea de liliac Ponoarele;
- Rezervația ornitologică Ciupercenii;
- Rezervația paleontologică - Bucovat, în apropierea orașului Craiova;

Fluviul Dunăre, împreună cu diversitatea geologică (deseori definită ca “un muzeu geologic în aer liber”¹²) și diversitatea biologică (peste 1600 specii vegetale și peste 5200 specii de animale), care îl înconjoară, creează condiții unice de ecoturism.

Orașul Craiova, județul Dolj, oferă diverse experiențe cultural - istorice, în combinație cu turism religios, întrucât orașul și împrejurimile sale sunt foarte bogate în clădiri religioase, simboluri, biserici, mănăstiri. Muzeul de artă din Craiova, amplasat în castelul Dinu Mihail, construit la începutul secolului 19 în stil neoclasic, proiectat de un arhitect francez, în fiecare an atrage sute de iubitori a artelor. Un alt punct de contact și vizite pentru iubitorii artelor, este centrul cultural "Izbiceni" din județul Olt¹³. Și acest județ este o destinație cheie pentru turismul cultural - istoric și religios, datorita existenței unor mănăstiri cu arhitectură foarte diversificată, precum de exemplu: Brâncoveni, Căluu, Hotarani, Clocociov,

¹² <http://danube.travel/main-menu/explore/romania/useful-information/about.160.html>

¹³ <http://www.izbiceniolt.ro/>



Streharet. Județul Olt este popular și prin Ruinele Caracal, reședința a voievozilor Matei Basarab și Constantin Brâncoveanu în timpul Curagiosului Mihail (secolul 16).

Diverse experiențe cultural - istorice, de asemenea accentuate pe turismul religios, sunt oferite și de județul Mehedinți, cu mănăstirile sale Gura Motrului, Strehaia, Vodița. Monumente cultural - istorice și statui care provoacă interesul turiștilor prezintă monumentul lui Traian, care preia conducerea civilizației romane în Nordul Dunării, realizat de sculptorul D. Franasovich în anul 1906 ; statuia lui Decebal - dacul curagios, care alege sinuciderea în loc de a fi capturat de cuceritorii romani; statuia lui Apolodor din Damasc, un arhitect celebru, care a trăit în perioada 60 - 125 și a creat dintre cele mai mari construcții în Lumea antică.

Turismul cultural - istoric se dezvoltă și datorita condițiilor excelente pentru practicarea turismului vitivinicol, determinate de clima și de solul din zona Muntenia de Sud și Oltenia de Sud-Vest. Artefacte legate de producția vinului regăsite în apropierea Dunării datează dinaintea erei noi. Regiunea este foarte competitivă destinațiilor mondiale de turism vitivinicol. Un potențial turistic mare prezintă crama Vinju Mare (din anul 1898), care oferă sorturi vechi de viță de vie, precum vinul dulce alb "Tămâioasă Românească 2010", recoltă târzie sau vinul roșu uscat "Prince Vlad Fetească Neagră (Black Feteasca) Grand Rezerv 2011". Iar vinul uscat "Merlot Rosé" este premiat cu medalie de aur în Can (Franța) în anul 2012.

Județul Constanța este nu numai cea mai populară zonă de turism maritim, dar o zonă Spa foarte mult vizitată din România, fiind o regiune care dispune de un patrimoniu abundent cultural, istoric și etnografic. Regiunea se încadrează în teritoriul istoric Dobrogea. După date ale Ministerului dezvoltării regionale, administrației publice și fondurile europene¹⁴, resursele istorice, culturale și religioase de pe platoul Oltina, reprezintă 59% din potențialul turistic remarcabil al Dobrogei. Asemenea, de exemplu sunt rămășițele orașelor antice Histria, Tomis și Callatis, completate de descoperirile pentru Halmyris, Arrubium, Dinogetia, Beroe, Aegyssus, Noviodunum, Tropaeum Traiani, Capidava, Carsium. Obiectivele arheologice principale din perioada bizantină sunt cetatea medievală Păcuilui lui Soare (care datează de la sec. 10 până în sec. 11), Citadela Eraclea din Enisala (sec.13), complexul rustic din Basarabi (sec.10). Rutele turistice cel mai des promovate și folosite din incinta și în jurul județului Constanța, sunt¹⁵:

(1) Constanța - Murfatlar - Adamclisi - Ion Corvin - Ostrov - Ion Corvin - Cernavodă - Murfatlar - Constanța, cu vizitarea vițelor de vie și muzeul vinului din Murfatlar,

¹⁴ <http://mdrap.ro/>

¹⁵ https://mpr.ub.uni-muenchen.de/61767/1/MPRA_paper_61767.pdf



rezervația botanică Valu lui Traian, complexul monastic de piatră Basarabi, rezervația botanică “Fântânița-Murfatlar”, Monumentul triumfal de la Adamclisi, mănăstirea “Saint Apostle Andrew’s Cave”, Mănăstirea Derwent, Rezervația Canaraua Fetii, Pădurile Esei, Citadela bizantină din “Păcuiul lui Soare”, lacurile Bugeac, Vederoasa, Oltina.

(2) Tourism route Constanța - Istria - Baia - Babadag - Enisala - Murighiol - Tulcea - Niculițel - Măcin - Ciucurova - Baia - Constanța, cu vizitarea cetăților Histria și Enisala, mănăstiri Celic Dere, Saon, Cocoș, Uspenia, bazilica cu martirion din Niculițel, Parcul național Măcin, rezervații arheologice lângă fluviul Dunăre.

2.2.1. Analiza bunelor practici

În sprijinul realizării durabile a Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului cultural - istoric comun - Ruta „Frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” s-au examinat și analizat o serie de bune practici de dezvoltare și management al rutelor culturale - istorice, ținând cont de 3 criterii principale:

- 1) Experiența în formarea și funcționarea unor destinații la nivel regional - aplicarea celor mai bune practici la dezvoltarea strategiilor și programelor de marketing la gestionarea Organizațiilor de management al destinațiilor;
- 2) Experiența în domeniul managementului turismului cultural - istoric;
- 3) Experiența la formarea zonării turistice și includerea părților interesate la managementul destinațiilor la nivel regional.

Bunele practici sunt o noțiune, care descrie procesele de dezvoltare și respectarea unei căi standard pentru realizarea unei practici date, care ar putea fi aplicate de diferitele organizații la managementul său, practici organizaționale și modele de dezvoltare. "Bunele practici reprezintă o tehnică/ metodă/ proces/ acțiune, considerate mai eficiente la furnizarea unui rezultat concret față de orice altă tehnică, metodă sau proces. În sensul acesta, realizarea unor procese, verificări, teste potrivite poate duce la rezultatul finit dorit cu mai puține probleme și complicații neprevizibile. Bunele practici s-ar putea defini ca modalitatea cea mai eficientă (cu puține eforturi) și efectivă (cele mai bune rezultate) pentru realizarea unei sarcini, bazată pe proceduri repetabile, dovedite în cursul timpului în fața unui cerc larg de persoane"¹⁶.

¹⁶ Analiza experienței europene în domeniul turismului alternativ, prezentarea bunelor practici de turism alternativ; Programul operațional "Dezvoltare regională" 2007-2013; Octombrie 2009



În scopurile prezente Strategii sunt folosite bunele practici, descrise în "Analiza practicilor străine în domeniul managementului turismului la nivel regional" aferentă Concepției de zonare turistică a teritoriului Bulgariei; Studiarea și analiza bunelor practici în contextul european de dezvoltare, management și promovare a produselor cultural - istorice, inclusiv transnaționale - Consorțiul „Danubius”; Prezentarea bunelor practici din domeniul turismului alternativ de pe lângă proiectului № BG161PO001/4.2-01/2008/010 „Împărtășirea practicilor europene reușite de turism alternativ - cheie pentru dezvoltarea regională durabilă a municipiilor Krushari și Tervel”.

Franța

Managementul regiunilor turistice în Franța este evidențiat în Codul Turismului, capitolul III (Comunități teritoriale și gruparea acestora). Fiecare regiune administrativă are un Consiliu regional, care stabilește politica de dezvoltare pe termen mediu a turismului din regiune, pe lângă care se formează un Comitet regional de Turism. Participarea la comitetele regionale de turism se determină prin lege.

În Franța, organizațiile pentru managementul destinațiilor există în diferite forme juridice. Organizațiile pentru managementul regiunilor turistice (OMRT) la nivel de NUTS 2 sunt de natură administrativă (Consiliu regional, Comitet regional de turism). La nivel de Departament s-ar putea înființa Consilii de turism CDT (Conseil Departamental de Tourisme), care au dreptul a-și alege forma juridică. Totodată sunt formate și uniuni voluntare între autoritățile locale și cele regionale și structurile profesionale (turistice) (grupuri de departamente sau municipii în parteneriat cu companii, asociații private, etc.).

În virtutea legii, Consiliul regional de turism stabilește statutul, organizația și completul Comitetului regional de turism. Astfel comitetul include delegații consiliului regional, câte unul sau mai multor delegați la fiecare consiliu general (nu consiliul de turism), precum și membri, care reprezintă:

- Organe cu funcții consultative de turism din regiune
- Fiecare Comitet județean (departamental) de turism sau o organizație asemănătoare
- Birouri turistice (CIT) și uniunile de inițiativă turistică;
- Profesioniști din domeniu turismului, industriei SPA și industriei divertismentelor;
- Asociații de turism și divertisment;



- Асоциациите municipale sau autoritățile de turism sau uniunile acestora și birouri de turism (CIT sub-regionale).

În Franța, în afara organizațiilor individuale de management al regiunilor turistice există și organizații care îndeplinesc această funcție, deși sunt organizații regionale cu o sferă de activitate mai largă - camere de comerț, fundații pentru dezvoltarea regiunilor, etc. În unele regiuni sau grupuri de departamente, OMRT este o structură individuală, iar în alte - face parte dintr-o fundație pentru dezvoltarea regiunii respective, în altele - face parte din Camera de comerț.

Teritoriul întreg al Franței este acoperite de regiuni turistice, din cauza coinciderea acestora cu unitățile regionale teritoriale administrative de pe teritoriul țării.

Funcțiile și activitățile principale în domeniul turismului din regiunile depind de OMRT concretă și de organizarea sa juridică. În unele cazuri, organizația face parte din fundații mai mari pentru dezvoltarea regiunilor și promovare pentru atragerea investițiilor în regiune. Uneori este OMRT "pură" cu funcții de marketing (inclusiv comisioane de la vânzări prin intermediul unui web site) pentru turismul din regiune.

D.p.d.v. al aplicabilității acestei practici în Bulgaria, teritoriul întreg aș țării este acoperit de regiuni turistice, există o OMD națională (Organizație de management al destinației - ATOUT FRANCE). Se observă o decentralizare puternică a managementului operațional al OMRT și multe parteneriate public-private puternice. Totodată este prezentă p rețea informațională foarte bine dezvoltată, inclusiv site-uri Internet ale tuturor regiunilor turistice. Este prezentă o planificare strategică și de marketing foarte puternică.

Un punct slab d.p.d.v. al aplicabilității în Bulgaria este faptul că regiunile turistice coincid cu regiunile administrative, care au autoguvernare regională, iar gestionarea acestora este asigurată prin organizații, create de către autoritățile regionale. Gestionarea completă este supusă administrativ autorităților regionale și de stat, ci nu industriei însăși, cea ce provoacă o expertiză slabă, pe de o parte, și un nivel scăzut de angajare a întreprinderilor turistice. Totodată, sunt prezente proceduri complicate legate de desfășurarea concursurilor pentru programe de marketing - o dată pe an și un buget de stat mare de finanțare, cea ce este inaplicabil în Bulgaria.

Spania

Spania are o organizație națională pentru managementul destinației (ONMD): TURESPAÑA, cu funcție de marketing internațional al țării. TURESPAÑA, prin Consiliul național de turism (CONESTUR), precum și prin Conferencia Sectorial del



Turismo, realizează legătură și coordonarea cu regiunile cu privire la aspecte legate de strategii, politici și marketing al Spaniei ca o destinație turistică.

Ca și în majoritatea țărilor europene, regiunile turistice din Spania sunt justificate istoric. Ele coincid în întregime cu divizarea administrativă a țării - așa denumitele comunități autonome, care sunt și regiuni la nivel de NUTS 2. Comunitatea autonomă este o unitate teritorială, care în cadrul constituțional al Spaniei, posedă o putere legislativă și executivă, inclusiv competențe semnificative în domeniul turismului.

La un nivel mai scăzut al calității regiunilor turistice, respectiv ca o bază pentru înființarea unor organizații de management al destinațiilor, sunt folosite provinciile (40), care de asemenea sunt comunități regionale tradiționale formate în decursul istoriei. Comunitățile autonome dispun de competențe extraordinare în domeniul turismului, au și propriile lor ministere, responsabile pentru turismul. Fiecare din aceste ministere poate avea un domeniu diferit de activitate și diferită denumire. Activitatea concretă de marketing este realizată de agenții relativ diferențiate, căror formă juridică variază în diferitele comunități autonome (este stabilită de ele înseși) și care se modifică în decursul timpului (agenție publică, societate pe acțiuni cu acționar unic sau societate cu răspundere limitată, asociere a unor organizații teritoriale și sectoriale). Fiecare regiune are propria sa lege a turismului, pe baza căreia sunt gestionate activitățile din domeniul turismului, inclusiv politici, strategii, impozite și altele.

Funcțiile concrete ale organizațiilor de management al regiunilor turistice din Spania sunt determinate de legea turismului pentru fiecare regiune aparte.

Bugetele OMRT-lor sunt determinate de Comunitatea autonomă respectivă. Ele sunt alocate prin subsidii, proiecte și fonduri, finanțarea din partea comunității autonome respective ajungând până în 80%. OMRT-le sunt finanțate de comunitatea autonomă respectivă, iar pentru marketing extern - de către TURESPAÑA.

Aplicabilitate pentru Bulgaria

Studierea zonării teritoriului Spaniei prezintă răspuns la două întrebări, care sunt relevante pentru Bulgaria: 1) Modalitatea în care comunitățile autonome au făcut față noilor lor responsabilități cu privire la turismul în anul 1978 ? și 2) Care este efectul deciziilor și intervențiilor noului nivel intermediar asupra dezvoltării turismului din țară - Pearce (1996)?

Indiferent de faptul că studiul este realizat în urma cu aproape 20 de ani, aceste este foarte actual pentru Bulgaria cel puțin din trei motive: 1) rezultatele reflectă etapa inițială de regionalizare (trecere de la o țară foarte centralizată spre o țară regionalizată) în domeniul turismului; 2) în ciuda diferenței în mărimea, sunt



prezente multe aspecte analoge între Spania (mai ales în anii 80 și 90 din secolul trecut) și Bulgaria, în special cu privire la structura foarte deformată de produs, de piață și teritorială a turismului (cu accent asupra turismului internațional de pe litoral), deficit de planificare, infrastructura, etc.

În legătură cu primul aspect (realizarea responsabilităților noi ale comunităților autonome), principalele concluzii sunt următoarele:

- Întrucât Spania a fost un stat foarte centralizat, funcțiile (competențele) dobândite de către comunitățile autonome noi au fost cu precădere posibilități potențiale, decât un transfer de responsabilități stabilite (afirmate).
- În cea ce privește turismul, toate comunitățile autonome îndeplinesc două grupuri de funcții: Reglare - reglare, înregistrare și control asupra hotelurilor și restaurantelor și Promoție - marketing, campanii promoționale, servicii prestate vizitatorilor pe loc. Alte funcții, realizate în diferită măsură sunt clasificate în mod diferit într-una din cele două grupuri și includ: cercetări, dezvoltare, planificare, educație.
- În cadrul comunităților autonome în decursul timpului sunt înființate agenții individuale pentru realizarea funcției de marketing și alte funcții. Înființarea acestora în afara cadrului administrativ tradițional, contribuie la asigurarea flexibilității structurii la realizarea funcției promoționale, fără delimitările instituțiilor birocratice și participarea mai ușoară a sectorului privat la ele. („Depolitizarea promoției turistice”).
- Formele juridice ale acestor organizații turistice regionale sunt diferite și se schimbă în decursul timpului.
- Inițial bugetele au fost mici, dar demonstrează o tendință de creștere rapidă (de la 2 până în 20 de ori) de la începutul anilor 90, un factor principal care determină această creștere fiind accesarea Fondurilor structurale ale UE. Partea predominantă a bugetului provine de la surse publice.
- O atenție specială, după înființarea organizațiilor turistice regionale, este acordată dezvoltării unor strategii și planuri.
- Activitățile promoționale sunt orientate cu precădere pieței interne - de piețele externe se preocupă exclusiv organizația turistică națională).

În legătură cu celui de al doilea aspect (efectul regionalizării), principalele concluzii sunt următoarele:



- O atenție sporită alocată promoției pieței interne - autoritățile regionale nu sunt obsedați de idea veniturilor în valută: transferurile interregionale, legate de turismul intern, generează același efect ca și veniturile în valută provenite din turismul internațional.
- la apariție un nou nivel de imagine turistică - regional, care înlocuiește sau completează imaginea stațiilor individuale și imaginea generală a Spaniei.
- O mai largă cuprindere a destinațiilor locale în fiecare comunitate, diversificare, o valorificare mai deplină a potențialului divers (ci nu accentuare pe un singur produs principal și cele mai atractive areale)
- Coordonarea inițiativelor locale.

Crearea unui nivel regional de intervenții în sectorul public a influențat dezvoltarea turistică, dar aceasta nu trebuie supraevaluată, întrucât există multe altele - cu precădere factori externi. "Crearea" nivelului regional asigură instrumente suplimentare de reacție.

Indiferent de toate avantajele și beneficiile ale modelului spaniol, trebuie remarcate diferențele în mărimea și aparatul politic, fiind posibilă folosirea unor abordări ale acestui model la managementul rutei.

Italia

La nivel de stat, turismul din Italia este condus de Departamentul de dezvoltare și competitivitate a turismului, cărui scop este sprijinirea implementării politicii guvernului în sectorul turistic de pe lângă cabinetului premierului, cărui conducător are rangul de ministru (până în 2011 - din Ministerul culturii și turismului). Funcțiile Organizației naționale pentru managementul destinației sunt îndeplinite de către Agenția națională de turism (ENIT) - agenție de stat, în consiliul său de administrare fiind reprezentate și regiunile, împreună cu alte părți interesate. Activitatea ENIT este realizată sub supravegherea Departamentului de turism. În Italia, ca și în Spania, există un institut național de date statistice din domeniul turismului.

Temeiul juridic al politicii turistice la nivel național este Codul turismului, adoptat în anul 2011. (Codice della normativa statale in materia di ordinamento e mercato del turismo), care simplifică normele legislative, integrând actele normative anterioare.



Regiunile turistice din Italia coincid cu cele 20 de regiuni la nivel NUTS 2, care sunt și regiuni istorice tradiționale. În scopuri statistice sunt folosite și macro-regiunile - în număr de cinci, care coincid cu NUTS 1.

Această țară se deosebește prin autoguvernarea regională puternică. În anul 2001 constituția conferă o autonomie mult mai mare regiunilor - ele pot determina toate politicile și strategiile sale turistice, a elibera propriile sale legi (există peste 60 de legi regionale, care reglementează infrastructura hotelieră și cealaltă infrastructură turistică, determinarea categoriilor locurilor de cazare, sectorul intermediar, organizațiile turistice, reclama turistică și altele). Din partea sa, OMRT ale regiunilor pot delega activități municipiilor.

Birourile turistice administrative existente din începutul anilor 90 sunt înlocuite de organizații turistice provinciale (Agenzie di promozione turistica - APT), cărui scop este stimularea turismului din regiunea respectivă. Ele sunt finanțate de regiunea. La înființarea organizațiilor turistice provinciale se pleacă de la numărul înnoptărilor - o organizația poate fi creată la existența unui număr de 10 milioane de înnoptări. La nivel local există centre de informare turistice (Agenzie di Informazione turistica), care sunt membri ai APT.

În Italia sunt prezente 3 forme juridice de management ale tuturor organizațiilor de turism, care activează la nivel regional:

- Administrații turistice regionale;
- Parteneriatul public - privat, creat între anumite structuri regionale, provinciale sau locale și companii sau organizații private - asociații, centre de informare turistice (CIT) și altele;
- Structuri private - unele CIT, asociații, etc.

Administrațiile turistice regionale, care joacă rolul de OMD, îndeplinesc următoarele funcții:

- ❖ Dezvoltarea legislației din domeniul turismului la nivel regional;
- ❖ Planificare strategică în domeniul turismului la nivel regional, sub-regional și municipal;
- ❖ Marketing destinat turismului la nivel național și internațional (ultimul coordonat cu ENIT);
- ❖ Funcții de licențiere - ghiduri și alte profesii în regim licențiat;
- ❖ Înregistrare și categorizare firme turistice, inclusiv a touroperatorilor și agențiilor turistice;



- ❖ Функции стратегиче, inclusiv înmatricularea întreprinderilor turistice locale la registrul național;
- ❖ Asigurarea calității în domeniul turismului;
- ❖ Coordonare între cultură și turism.

Funcții ale altor OMD:

- Participare comună la proiecte împreună cu OMRT-le oficiale;
- Marketing în domeniul turismului la nivel național, regional și local;
- Unele cercetări de marketing - profilul turistului, atitudini legate de vizite și alți indicatori moderați;
- Vânzări, rezervări și altele.

D.p.d.v. al aplicabilității pentru Bulgaria, trebuie remarcate următoarele puncte forte:

- (1) Regiunile turistice de nivel superior coincid cu cele administrative la nivel de NUTS 2, simultan având comunități regionale tradiționale cu o imagine formată și ușoară de recunoscut;
- (2) O structură organizațională clară, simplificată la nivel regional;
- (3) Competențe largi ale OMRT, inclusiv în sfera reglării ofertei, planificării și altele.
- (4) Un sistem clar, simplificat de finanțare - din bugetul autorităților regionale.

Punctele slabe și delimitările legate de aplicabilitatea pentru Bulgaria sunt legate din nou de diferențele în autogovernarea regională - regiunile italiene au competențe foarte largi și resurse proprii esențiale. Totodată, regiunile administrative corespund comunităților regionale formate în decursul istoriei. Aceste premise nu sunt prezente în Bulgaria.

Analizând reforma de trecere de la un stat centralizat la un stat decentralizat, merită atenție abordarea legată de determinarea organizațiilor de management al destinațiilor la un nivel mai inferior - introducerea criteriului cantitativ număr de înnoptări), care asigură formarea unor organizații pentru regiuni destul de mari și previne apariția tendinței de fragmentare.

Estonia

Estonia este cea mai dezvoltată țară turistică din cele trei țări Baltice - foste republici ale URSS. Din anul 2001 este în vigoare Legea turismului, care nu afectează subiectelor zonării. Turismul din Estonia este condus de Ministerul economiilor și



comunicațiilor, care din partea sa a delegat aceste funcții Enterprise Estonia - Agenția de stat pentru dezvoltare economică, inovări, investiții și turism (ASDEIIT), înființată în anul 2000 pentru sprijinirea afacerilor și dezvoltării regionale din țara. În structura agenției, sectorul de turism intră în competențele Consiliului Național al Turismului, care este responsabil și pentru dezvoltarea regiunilor turistice.

În Estonia există trei regiuni turistice: 1) Estonia de Nord, 2) Estonia de Sud și 3) Estonia de Vest, în care un statut aparte revine capitalei, Talin.

OMRT-le ale regiunilor turistice din Estonia sunt formate pe baze voluntare, fără intervenția autorităților centrale. Ele sunt înființate în diferite momente: în anul 1994 - Estonia de Sud, în anul 1998 - Estonia de Vest și în anul 2008 - Estonia de Nord.

La Enterprise Estonia este format Centrul de dezvoltare turistică (Tourism Development Center), responsabil pentru coordonarea regiunilor turistice.

În anul 2013 este elaborat Planul național pentru dezvoltarea turismului din Estonia pentru perioada 2014-2020. Acesta prevede crearea unei strategii naționale de zonare turistică. Conform planului, Enterprise Estonia urmează a acorda un suport metodic la elaborarea acestei strategii.

Organizațiile de management din Estonia de Nord și de Sud sunt fundații, iar organizația Estoniei de Vest este o organizație nonguvernamentală non profit. Toate ele au raporturi de parteneriat cu Enterprise Estonia.

Toate regiunile turistice din Estonia sunt create cu precădere publicitatea și promovarea destinațiilor și pentru dezvoltarea propriilor produse regionale. Din funcțiile organizațiilor lipsesc - cercetări și statistici de marketing, analiza piețelor, etc.

Punctele forte ale zonării turistice din Estonia constă în faptul că dezvoltarea sa a început pe baze voluntare înaintea creării unei strategii pentru aceasta. Un alt punct forte este prezentat de faptul că toate fundațiile înființate (de management) sunt în parteneriat voluntar cu organizația de stat de turism. D.p.d.v. al aplicabilității în Bulgaria, această este în măsură în care este necesară necesitatea de includere la organizațiile de management, a unor reprezentanți ai autorităților locale, regionale și ai părților interesate din sectorul privat și organizațiile nonguvernamentale, adică necesitatea de dezvoltare a destinațiilor și regiunilor turistice în parteneriat. O altă particularitate este crearea neconcomitentă a diferitelor regiuni - în diferite momente, într-o perioadă de timp destul de îndelungată, în funcție de starea lor de pregătire.



Grecia

În Grecia există 13 regiuni turistice, dar dacă ele nu funcționează bine d.p.d.v. al marketingului, prefecturile înregistrează performanțe excelente legate de marketingul destinațiilor.

În Grecia se observă o repartizare clară a responsabilităților legate de marketingul destinațiilor între diferitele nivele teritoriale:

- (1) Nivel național: Organizație națională turistică din Grecia (ONTG)
- (2) Nivel regional: Autoritățile regionale (Țara este divizată în 13 regiuni)
- (3) Nivel regional nivel II: Prefecturi cu Comitetele acestora de Promovare a turismului prefecturii (CPTP) - țara este divizată în 54 de prefecturi
- (4) Nivel local: Municipii sau grupuri de municipii.

Concluzii de la experiența Greciei

- Eșecul încercării de decentralizare a marketingului turistic și planificarea la nivel regional (peste prefecturile) se datorează faptului că această acțiune nu a fost sprijinită de acțiunile aferente necesare, precum restructurare organizațională și asigurarea resurselor umane necesare. Pe de altă parte, organizațiilor create prin lege în cadrul prefecturilor este asigurată finanțarea, funcționând în mod corespunzător;
- Mai puțin de 10% din finanțarea provine din fonduri nepublice, chiar 13 ani după înființarea KPTP;
- Costurile de marketing planificate, chiar la examinarea acestora de către ONTG cu directoratul de marketing, din nou generează un marketing neeficient;
- La existența unor fonduri de promovare nu este urmărită eficiența acestora.

Croația

Prin modificarea Constituției și prin Legea privind modificarea și completarea Legii referitoare la amenajarea teritoriului și administrația de stat din noiembrie 2000 (MO 5/08), în Croația se înființează un Minister al turismului individual. Ministerul turismului realizează și alte sarcini, legate de politica turismului din Croația - ajută dezvoltarea turismului și planificarea strategică, precum și investițiile în domeniul



turismului, contribuie pentru dezvoltarea diferitelor forme de turism și a întreprinderilor mici din industria turistică, răspunde pentru diseminarea informației turistice și popularizarea turismului croat în străinătate, etc.

Organizația națională turistică a Croației este Consiliul național turistic din Croația (CNTB71). Consiliul este înființat în anul 2008 pentru promovarea dezvoltării turismului și crearea identității, pentru îmbunătățirea imaginii și reputației turismului croat în străinătate. Misiunea include planificarea și implementarea strategiei generale și pentru popularizarea sa, pentru aplicarea și realizarea unor activități promoționale de interes comun pentru toți participanții în turism din țara și străinătate, precum și pentru creșterea calității serviciilor turistice, oferite în Republica Croația, prin crearea și oficializarea unor regiuni turistice în scopuri de marketing.

Consiliul național turistic din Croația și restul uniunilor turistice din țara (după date neoficiale în număr de 96) sunt înființate în implementarea legii privind uniunile turistice (consilii) și promovarea turismului croat (decembrie, 2008), care reglementează sistemul uniunilor turistice, structura, obiectivele și modalitatea de funcționare a acestora, și principiile principale pentru finanțarea și gospodărirea lor.

Sistemul uniunilor turistice include: uniuni turistice ale așezărilor, uniuni turistice ale municipiilor, uniuni turistice ale orașelor, uniuni turistice ale teritoriilor, uniuni turistice ale județelor, uniunea turistică a orașului Zagreb și Consiliul național turistic din Croația. Municipiile și așezările sunt ordonate după clase turistice, înființarea uniunilor fiind obligatorie pentru municipii și județe, care se încadrează în teritoriile de clase A și B, dar poate fi și voluntară (neobligatorie), dacă nu se încadrează în clasele menționate. Fiecare uniune este o persoană juridică și este înmatriculată la un registru special.

Așezările turistice sunt repartizate după importanța acestora pentru turism în patru clase turistice: A, B, C și D. În aceste clase turistice sunt incluse așezări, municipii și orașe, care îndeplinesc condițiile de includere la o anumită clasă turistică, conform unor criterii cantitative și calitative și în conformitate cu Legea privind taxa de membru la uniunile turistice (din decembrie 2008). Gruparea așezărilor în clase turistice are loc pe baza datelor oficiale ale Institutului statistic de stat, în conformitate cu următoarele criterii cantitative:

1. Numărul mediu anual al înoptărilor turistice realizate în municipiul turistic, orașul sau așezarea pentru o perioadă de 5 ani;



2. Numărul înnoptărilor pe cap de locuitor din municipiul turistic, oraș sau așezare (coeficient de intensitate a fluxului turistic);
3. Valoarea cifrei de afaceri din activitatea hotelieră și de restaurant pe cap de locuitor din municipiul turistic, oraș sau așezare (coeficient de cifra de afaceri turistică specifică);
4. Numărul mediu anual al înnoptărilor turistice pe pat sau unitate de cazare pentru o perioadă de 5 ani.

Obiectivele generale ale uniunilor turistice sunt următoarele:

- ❖ Stimularea și inițierea dezvoltării și îmbunătățirii produsului turistic existent, inițierea dezvoltării unor produse turistice noi pe teritoriul, pentru care sunt înființate, realizând managementul destinației la nivelul pentru care sunt înființate;
- ❖ Promovarea produselor turistice pe teritoriul pentru care sunt înființate;
- ❖ Dezvoltarea conștientizării importanței și efectelor economice, sociale și altor efecte ale turismului, și necesității și importanței păstrării și ridicării tuturor elementelor produsului turistic pe un teritoriu dat, în special pentru protecția mediului înconjurător, naturii și patrimoniului cultural, în conformitate cu obiectivele dezvoltării durabile.

În mod obligatoriu, membrii uniunii turistice a unui municipiu sau oraș sunt toate persoanele fizice și juridice, care au un sediu, filială sau unitate, etc. (pe scurt - unitate) pe teritoriul municipiului sau orașului, în care este înființată uniunea turistică și care realizează venituri de la prestarea unor servicii hoteliere sau de restaurant sau alte tipuri de servicii turistice, sau exercită activități legate direct de turism. Ele plătesc o taxă de membru uniunii turistice, conform unei legi aparte.

Modelul croat al organizațiilor turistice de management al destinațiilor (uniuni turistice) prezintă o serie de puncte forte, precum:

- Calitatea obligatorie de membru a tuturor persoanelor care realizează venituri din turism;
- O repartizare clară a membrilor obligatorii - la nivel local ele sunt firmele, iar la nivel regional - uniunile turistice locale;
- Surse de finanțare garantate (taxa sejur - analogică impozitului turistic bulgar - și taxa de membru), care asigură previzibilitatea veniturilor lor și independența acestora de conjunctura politică și deciziile respective aferente bugetelor locale sau bugetului de stat;



- O reglementare clară și justă a taxei de membru în funcție de beneficiile turismului;
- O încărcare suplimentară minimă a afacerilor - taxa de membru variază între 0,08 și 0,25% din cifra de afaceri a firmelor turistice și între 0,01 și 0,05% pentru alte firme;
- O repartizare reglementată clară a veniturilor între diferitele nivele teritoriale.

Pentru implementarea modelului croat în forma sa "pură", acesta presupune o modificare esențială în cadrul legislației din Bulgaria (nu doar a Legii turismului, ci și a altor legi, de exemplu Legea privind impozitele și taxele locale). Totodată, există diferențe semnificative la nivelul regional de management, precum și la structurarea Organizației turistice naționale (care nu există în Bulgaria).

Totodată, unele elemente s-ar putea implementa la o etapă mai târzie, în special mecanismul pentru folosirea taxei turistice (impozit) pentru finanțarea activității organizațiilor de management al destinațiilor la diferite nivele și introducerea unui impozit pentru activitățile de marketing (analogic taxei de membru obligatorie din Croația).

Studiul Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE, 2012)

Studiul OCDE din anul 2012 cuprinde 15 state, inclusiv toate țările membre OCDE și UE. Studiul examinează diferite aspecte ale managementului turismului, dar în scopurile Strategiei, aici este examinată secțiunea referitoare la nivelul subnațional de management al turismului, cărui constatări și concluzii mai importante sunt următoarele:

- În multe țări, nu toate competențele din domeniul turismului revin guvernului central, din acest motiv fiind important managementul turismului la nivel subnațional;
- O sarcină importantă a guvernelor centrale este de a elabora un brand al țării, care să asigure o „căciulă” („umbrelă”), sub care să funcționeze brandurile subnaționale. Managementul turismului la nivel regional trebuie să țină cont de posibilitatea de a funcționa sub brandul național, pentru a fi eficient;
- La nivel subnațional este prezentă posibilitatea de interacțiune cu un cerc larg de întreprinderi mai mici și organizații locale și regionale ale afacerii. Apropierea mai mare de sectorul privat înseamnă că autoritățile subnaționale



deseori sunt responsabile pentru reglarea operațională și creșterea calității serviciilor;

- O funcție importantă a autorităților subnaționale este planificarea teritorială spațială și urbană a turismului;
- La nivel subnațional de obicei există două tipuri de organizații pentru managementul turismului. Primul tip este un minister sau agenția, care este responsabilă pentru politica și managementul și asigură interacțiunea cu alte ministere. Al doilea tip este prezentat de o organizație de management al destinației, deseori sub forma de parteneriat public - privat, care asigurăm interacțiunea cu sectorul privat și poartă responsabilitatea principală cu privire la marketingul și promovarea. Organizația de management al destinației (OMD) de obicei este finanțată și prezintă rapoartele sale în fața ministerului subnațional sau agenției. OMD regională poate crea OMD subregionale sau locale;
- Funcționarea eficientă a turismului, ca o activitate economică, necesită coordonarea diferitelor persoane interesate la nivel regional și local. Rolul acesta deseori este realizat de organizația pentru managementul destinației sau de o altă organizație asemănătoare;
- Capacitatea actorilor este de importanță majoră. Buna formulare a politicii nu este suficientă pentru atingerea rezultatelor dorite. De importanță esențială pentru succesul politicilor este aplicarea (realizarea). Iar aceasta depinde de capacitatea și resursele organizațiilor (financiare, materiale, umane, de cunoștințele, chiar de timpul) și de folosirea acestora. Din acest motiv este necesară dezvoltarea capacității la nivel național și regional, prin educație, instruire, participare la programe de "învățare prin practică", etc.;
- Dezvoltarea capacității este importantă pentru toate nivelele, fiind de importanță critică pentru nivelul regional și local;
- Principalele obstacole cu care se confruntă creșterea capacității includ: schimbarea personalului angajat; ocuparea unor posturi fără educație specială din domeniul turismului; dificultăți la includerea municipiului; aspecte politice (abordare pe termen scurt; abordare subiectivă la selectarea proiectelor; tendința de repartizare uniformă a resurselor, ci nu în funcție de prioritățile respective); lipsa clarității cu privire la rolurile și responsabilitățile (în special teama unor organizații cu privire la faptul că alte organizații „pot cuceri teritoriul lor”); deficitul de informație și date statistice la nivel regional și local;
- Ca un obstacol specific pentru creșterea capacității este considerată „suprapunerea competențelor” - în special, în cazurile în care limitele regiunilor



turistice nu coincid cu limitele politice și administrative. Se subliniază faptul că în asemenea cazuri се impune formarea unor organizații noi. Scopul politicianilor este de a regăsi mecanisme de management (instrumente și stimulente), pentru asigurarea coordonării politicii în areale fizice și economice, dar fragmentate politic.

- Deși funcțiile de management și marketing al destinației depășesc cu mult sfera de activitate a OMD, ele trebuie să exercite rolul de lider. Dintre cele mai importante provocări sunt cerințele de conflict legate de mărimea OMD (regiunile) - ele trebuie să fie destul de "locale" (mici), pentru a fi posibilă identificarea părților interesate cu obiectivele acestora, dar totodată trebuie să fie destul de mari, pentru a fi eficiente pe piață și a dispune de un buget, suficient pentru atingerea obiectivelor.

Ghid pentru managementul destinațiilor turistice, Organizația mondială a turismului ONU (2007)

În anul 2007 Organizația mondială a turismului emite un ghid pentru managementul destinațiilor turistice, care prezintă rezumat experiența multor țări. Deși nu este corelat de un nivel teritorial dat, ghidul acesta prezintă o serie de principii li direcții, de importanță pentru prezenta Strategie. Mai importante dintre ele sunt următoarele:

- Este accentuată importanța nivelului regional: „nivelul optim pentru managementul destinațiilor în majoritatea cazurilor este cel subnațional”;
- Sunt definite nivelele de management al destinației -național, regional, local. Organizațiile regionale pentru managementul destinațiilor sunt definite ca organizații, care sunt „responsabile pentru managementul și/sau marketingul turismului într-o regiune geografică, stabilită în scopul acesta, care uneori, dar nu în toate cazurile, este o regiune administrativă sub formă de județ, stat sau provincie”;
- Este subliniată diversitatea formelor juridice, sub care este posibilă existența organizațiilor de management al destinațiilor:
 - ❖ Departament (secție) dintr-un organ public;
 - ❖ Parteneriat între autorități publice, deservit de partenerii;
 - ❖ Parteneriat între autorități publice, deservit de către o unitate comună de management;



- ❖ Transferul realizării de la autoritățile publice către companii private;
- ❖ Parteneriat public - privat pentru anumite funcții - deseori sub forma unei companii, care nu repartizează profit;
- ❖ Asociație sau companie, finanțată în întregime de parteneriat al sectorului privat sau de venituri provenite din propria activitate - din nou doar pentru anumite funcții;

Se disting clar două grupuri funcții de management al destinației - marketing (orientat spre exterior), care trebuie să atragă vizitatori în regiune și prestarea unor servicii pe loc (orientat spre interior), care pe de altă parte, trebuie să asigure calitatea tuturor aspectelor ale experienței turiștilor - coordonare, dezvoltarea unor produse noi, organizarea unor manifestări, dezvoltarea și managementul unor atracții, furnizarea unor informații, instruire, consultări adresate afacerilor, planificare și cercetări).

Pe de altă parte, activitățile OMD se separă în activități primare, legate exclusiv de marketingul (dezvoltarea produsului, oferirea unor pachete de destinația și produs, promovare, distribuție și vânzări, logistica, activități și servicii prestate în locul destinației, îngrijiri ulterioare pentru client) și accesorii, de influență indirectă dar importantă (infrastructura, planificare, dezvoltarea resurselor umane, tehnologii - cu accent asupra tehnologiilor informaționale și de comunicare, dezvoltarea sectoarelor și activităților legate de turism și altele).

Este accentuată tendința de modificare a politicii turistice (managementul destinațiilor) - „trecere de la modelul tradițional al sectorului public, care realizează politica guvernamentală, spre un model cu caracter mai corporativ, care pune accent asupra eficacitatea, rentabilitatea investiției, rolul pieței și parteneriatul între sectorul public și cel privat”.

Este accentuată necesitatea de planificare și gestionare a dezvoltării turistice în cadrul destinației (părăsirea funcțiilor mai strânse ale marketingului) pentru asigurarea dezvoltării sale durabile.

Este accentuată necesitatea de includere a părților interesate și de coordonarea activității acestora la nivel regional.

Sunt criticate aspirațiile unor agenții publice de a adopta o strategie de reducere treptată a finanțării OMD, bazată pe autofinanțării acestora. „Organizațiile de management al destinațiilor trebuie să se concentreze pe furnizarea serviciilor așteptate din partea lor, și să nu fie forțate tot timpul a căuta fonduri - care este destinul multor organizații turistice”.



Se recomandă asigurarea standardelor de management corespunzător prin acreditare (de către Destination Marketing Association International), care recunoaște respectarea unor standarde universale privind operațiunile OMD sau certificare (program de certificare al Organizației mondiale a turismului UNWTO Sbest Certification of excellence), care este o recunoaștere pentru aplicarea managementului bun în domeniul turismului.

Rută culturală „Frontiere romane“, Carnuntum, Austria

Carnuntum (Καρνουϋς, Carnous în limbă greacă antică conform Ptolemeu) este o cetate fondată de un legionar roman și centrala Flotei Panoniei. După secolul 1, această devine capitala provinciei Panonia Superioară, respectiv într-un oraș mare cu populație de 500 000 de locuitori.

Ruinele sale impresionante sunt situate de-a lungul malurilor fluviului Dunării din Austria Inferioară, în mijlocul distanței dintre Viena și Bratislava, în „Parcul arheologic Carnuntum-Petronel“, care ocupă o suprafață de 10 km pătrați. Acesta include județele Petronel - Carnunt și Bad Deutch - Altenburg. Parcul însăși este compus din trei sectoare.

- Sunt restaurate termele, încălzite prin hipocaustul cu praefurniimi.
- După o tradiție romană veche sunt restaurate și magazinele, atașate termelor și latrina (toaleta), care permite valorificarea practică a apei deja folosite în termele.
- Bazilica civilă este complet reconstruită - loc de întâlniri, de soluționare a unor litigii judiciare, etc., și a hanului orașului.

O atenție primordială se acordă trezirii unui interes și formarea unei educații cu privire la valorile și patrimoniul cultural în rândul copiilor. Există activități organizate permanent pentru copii de vârstă diferită și pentru diferite interese, care e permit a deveni participanți la batalii, lupte de gladiatori, ateliere meșteșugărești și altele.

În septembrie 2011, cu ajutorul unor fotografii din aer și radare cu capacitate de pătrundere în sol au făcut posibilă descoperirea conturilor caracteristice unei școli antice romane de gladiatori în partea sudică a așezării romane, care ocupă o suprafață de aproximativ 3350 yarzi pătrați (0.280 ha). Această abordare de



fotografieri din aer și supraveghere modernă de la distanță este folosită pentru examinarea virtuală detaliată a școlii de gladiatori.

Sunt realizare studii geo-radare ale castrului legionar (arheologie neinvazivă), pe baza cărora ulterior este construit un model tridimensional, folosit în cadrul prezentărilor și cu ajutorul posibilităților realității virtuale.

Pentru dezvoltarea produsului turistice este creat muzeul arheologic Carnunt, situat în satul BadDeutsch-Altenburg, pe malul Dunării, în care sunt expuse toate descoperirile arheologice ale orașului antic. Este adaptată o fabrică veche, transformată în centru cultural (Culturfabric) - loc de manifestări culturale și întâlniri, spectacole, muzeu, care relatează în mod fascinant și accesibil, istoria cercetării și restaurării orașului roman vecin.

Carnuntum-Petronel este un exemplu foarte bun pentru un obiectiv, care participă la rute culturale de câteva niveluri - rute în incinta sa, rute locale și ruta transnațională mare Danubelimes, în care sunt realizate cele mai bune concepte legate de protecția și expunerea patrimoniului cultural într-o perioadă de timp destul de lungă. Aici s-ar putea urmări și învăța nu numai istoria romană, ci și istoria sistemului de protecție a valorilor culturale imobiliare, aici pot fi văzute și cele mai inovative mijloace pentru prezentarea patrimoniului cultural și istoric. Obiectivul este un bun exemplu de includere pe scară largă - a comunităților locale, a persoanelor de diferită vârstă și apartenența națională, a copiilor și tinerilor. Activitatea științifică și de cercetare continuă, adăugarea unor obiective nou descoperite și implementarea unor tehnologii noi, garantează vitalitatea obiectivului, dezvoltarea sa continuă și asigurarea atractivității sale în orice moment ulterior.

Pula, Croația

Un alt exemplu bun de "Supra-construire" este orașul croat Pula, situat pe Coasta Adriatică, o colonie romană, înființată la mijlocul secolului întâi înainte de Hristos pe aceste locuri.

În amfiteatrul roman păstrat în întregime - dintre cele șase cel mai bine păstrate amfiteatre pe plan mondial, este construit un muzeu contemporan, cu dezvoltare continuă sub formă de expoziții și activități. În oraș sunt păstrate și alte două amfiteatre romane de dimensiuni mai mici. Și în zilele de azi ele servesc ca decor pentru diverse manifestări culturale, festivaluri și concerte. Ele sunt unite într-o



rută culturală unică (pentru Pula), incluzând și ruinele zidurilor de apărare și ale două din porțile orașului roman, păstrate până în zilele de azi - Arcul lui Sergius, poarta lui Hercule și Poarta dublă.

În centrul orașului, care a moștenit forumul antic, se ridică templul autentic păstrat lui August, geamăn cu templul lui Diana și în compoziție cu templul „Treimii capitoline” (care nu sunt păstrate). Aici au loc diferite manifestări culturale și expoziții, acesta participând nu numai în amenajarea orașului, ca u element activ, ci și la viața culturală a orașului.

Implementarea rutelor culturale ajută la diferențierea sectorului prin atingerea unui segment turistic nou. Includerea resurselor patrimoniului cultural prezintă posibilitatea creării unui produs turistic, caracteristic doar locului acesta, în care vizitatorul poate fi stimulat a experimenta un sentiment unic, care combină distracție, cunoaștere și descoperire.

Colecția arheologică Merida (Spania)

O bună practică din Spania, care prezintă interesa ca un caz cu privire la următoarele aspecte: managementul valorii culturale de către un consorțiu, cooperare cu părțile interesate, strategie deplină de management, cercetări științifice, instruire, dezvoltare durabilă urbană și economică, un plan special de protecție, crearea unor modele de sponsorizare privată, planuri de management, reguli destinate vizitatorilor.

Consortiul „Orașul Merid monumental, istoric și arheologic de valoare artistică“, ca un organ pentru managementul rămășițelor arheologice ale orașului Merida, din anul 1996 preia rolul său cu privire la garantarea protecției importanței sale mondiale extraordinare (OUV) cu ajutorul Strategiei de management. Consortiul unește toate autoritățile, responsabile pentru patrimoniul istoric, cea ce facilitează managementul obiectivelor și creează premisele de o coordonare flexibilă. Consortiul este responsabil pentru participarea cetățenilor, asigurându-se astfel reprezentanța cetățenilor la managementul obiectivelor, procesul decizional este rezultatul atingerii unui consens cu toate părțile interesate. Managementul general al Ansamblului arheologic Merida acoperă toate câmpurile de acțiune, care duc la atingerea obiectivului final prezentat de protecția și îmbunătățirea ansamblului. Sferele de impact sunt următoarele:



- **Администраție** - Consorțiul asumă toate competențele administrative legate de patrimoniul, care influențează Ansamblul arheologic, pentru garantarea protecției sale juridice.
- **Intervenții arheologice** - Consorțiul execută și/sau urmărește toate lucrările arheologice, desfășurate în cadrul ansamblului.
- **Documentație** - Consorțiul a creat propriul său sistem de documentare, bazat pe trei aspecte: examinarea orașului ca „un loc“, crearea unei unități metodice a registrului arheologic și păstrarea documentație despre întreaga succesiune istorică. Astfel întreaga documentație referitoare la Ansamblul arheologic este sistematizată și stă la dispoziția cercetărilor, care permit lărgirea și menținerea cunoștințelor despre complexul și prezentarea acestora în fața publicului.
- **Cercetare** - este creat Institutul arheologic din Merida în anul 2004, care realizează cercetări științifice, în special cercetări arheologice ale Ansamblului arheologic Merida .
- **Păstrare** - planul special pentru protecția Ansamblului arheologic Merida este oferit de Consorțiul, permițând sincronizarea dezvoltării urbane cu păstrarea și protecția complexului arheologic. Totodată, creează diferite posibilități pentru păstrarea și integrarea rămășițelor, în așa fel încât nu împiedică extinderea orașului.

Ruta culturală europeană „Drumurile arborelui de măline“, Mesina (Grecia)

Ruta culturală europeană „Drumurile arborelui de mălin“, care deține un certificat oficial din anul 2004, este condus de o fundație culturală cu aceeași denumire, special înființată de către Camera de comerț și industrie din orașul Mesina, Grecia, în parteneriat cu alte uniuni de a lungul coastei Mării Mediterane, depășind arealul Europei. Ideea se naște în anul 1999, când președintele Camerei întreprinde o deplasare cu motociclete de a lungul coastei Mării Mediterane, descoperind cu această ocazie o cultură incredibil de apropiată, legată de arborelui de mălin. Anul următor este organizată a două călătorie, de dată astă cu participarea unor experți, când este inițiat dialogul privind patrimoniul comun cu camerele și universitățile locale. Călătoriile continuă și în anul 2001, când recunoașterea legăturilor istorice și culturale, care unesc oamenii, capătă un succes sub forma de Memorandum de cooperare, încheiat între camere, organizații, instituții publice și private din multe țări. Inițiativa este sprijinită de Consiliul internațional al uleiului de măline. Astfel, în anul 2002, Camera de comerț și industrie din orașul Mesina înființează Fundația



culturală „Друмurile arborelui de мăслин“. În cadrul acesteia prioritatea constă în formarea unei echipe multidisciplinare de specialiști (funcționari de muzee, istoric, tehnologi, gastronomi, etnografi, etc.), care dezvoltă în continuare metodologia pentru promovarea culturii, legate de arborele de мăслин, privind protecția și promovarea patrimoniului cultural comun și dezvoltarea turismului cultural pe drumurile arborelui de мăслин.

2.3. Analiza pieței turistice

Analiza se bazează pe datele statistice ale institutelor naționale de statistică din Bulgaria și România, Eurostat, Organizația mondială a turismului de pe lângă ONU (OMTONU), Consiliul mondial al turismului și călătoriilor. Totodată, datele urmează să fie interpretate și pricepute foarte atent, din cauza imperfecțiunilor metodologice ale statisticii turistice și din cauza existenței unei economii ascunse în sectorul turismului din Bulgaria și România. Cu toate acestea, datele descoperă direcția tendințelor de dezvoltare a turismului în ambele țări, cea ce prezintă importanță pentru planificarea adecvată și utilă a cadrului strategic al Strategiei. Pentru depășirea incomparabilității statistice între Bulgaria și România cu privire la mărimea acestora, obiectul principal al analizei și evaluării nu este prezentat de valorile absolute ale datelor, ci de modificarea acestora în raport procentual față de intervalul de timp programat.

Turismul continuă să demonstreze rolul său cheie la generarea creșterii economice. Este determinat ca al patrulea după importanță sector economic, după combustibilele, industria chimică și alimentară. După date ale OMTONU¹⁷, în anul 2016 numărul călătoriilor turistice internaționale a crescut pentru al șaptelea an succesiv, ajungând 1,2 miliarde (o rată de creștere de 4% față de anul 2015) - o succesiune de creștere continuă, care nu este înregistrată din anii 60 ai secolului trecut. Cea mai mare rată de creștere este înregistrată în Africa, Asia și Pakistan. Rata de creștere a călătoriilor turistice către destinații din economiile dezvoltate (+5%) depășește cea din țările în curs de dezvoltare (+2%).

Conform Consiliul mondial al turismului și călătoriilor¹⁸, în ciuda șocurilor tot mai mari și imprevizibile legate de atacuri teroriste, instabilitate politică, pandemii și calamități naturale, turismul continuă înregistrarea unei dezvoltări durabile, în anul 2016 raportând un aport direct față de creșterea PIB de 3.1% (economia raportează

¹⁷ <http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016>

¹⁸ <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>



un aport direct de 2.6%) sau un aport total de \$7.6 miliarde (10.2%) pentru PIB. În anul 2016 turismul a asigurat 292 milioane de locuri de muncă (1/10 din numărul total al locurilor de muncă). Independent turismul realizează 6% din exportul mondial sau 29% din exportul de servicii (OMTONU).

Din nou după date ale OMTONU¹⁹, turismul din UE înregistrează o creștere de la 153 milioane de călătorii turistice internaționale în anul 1980 până în 433 milioane în anul 2013. Totodată, veniturile internaționale provenite din activitatea de turism cresc de la 55 miliarde de dolari până în 403 miliarde de dolari americani. În ultimii ani, pe plan mondial și la nivel de UE, veniturile internaționale din turism au crescut mai repede de creșterea PIB.

Europa este regiunea - lider din lume după gradul de vizitare turistică (OMTONU). Tabelul prezentat mai jos arată rezumat date referitoare la turiștii străini care vizitează țara, accentuându-se în special pe Europa Centrală și de Est (ECE), cărui date sunt defalcate pe diferitele țări. După cum reiese din tabel, Europa înregistrează o cotă de piață de 52% în anul 2013, depistându-se o tendință de scădere.

¹⁹ http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8828&lang=en



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Tabelul 2 Turiști străini care au vizitat zona respectivă, după regiuni selectate, 1995-2013

	Turiști străini care au vizitat zona respectivă							Cotă de piață			Rata de creștere		Creștere medie anuală	
	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	1995	2005	2013	2012/11	2013/12	1995/13	2005/13
	Numărul turiștilor străini (1000)										%		%	
Lumea întreagă	528 mln	676 mln	807 mln	948 mln	995 mln	1035 mln	1087 mln	100	100	100	4.0	5.0	4.1	3.8
Europa	305 mln	387 mln	449 mln	485 mln	516 mln	534 mln	563 mln	58	56	52	3.6	5.4	3.5	2.9
UE-28	268 mln	331 mln	364 mln	380 mln	401 mln	412 mln	433 mln	51	45	40	2.7	5.0	2.7	2.2
<i>Europa de Nord</i>	33,351	42,092	56,239	57,398	58,951	60,040	63,317	6.3	7	5.8	1.8	5.5	3.6	1.5
<i>Europa de Vest</i>	104,956	131,476	134,106	145,402	152,581	158,272	165,234	19.9	16.6	15.2	3.7	4.4	2.6	2.6
<i>Europa Centrală și de Est</i>	43,571	40,897	47,398	44,578	47,855	50,454	52,278	8.2	5.9	4.8	5.4	3.6	1.2	1.2
Bulgaria	3,466	2,785	4,837	6,047	6,328	6,541	6,897	0.7	0.6	0.6	3.4	5.5	3.9	4.5
Cehia	3,381	4,773	9,404	8,629	9,019	9,461	9,004	0.6	1.2	0.8	4.9	-4.8	n.a	-0.5
Estonia	530	1,220	1,917	2,372	2,665	2,744	2,868	0.1	0.2	0.3	3.0	4.5	9.8	5.2
Ungaria	2,878	2,992	9,979	9,510	10,250	10,353	10,675	0.5	1.2	1.0	1.0	3.1	n.a	0.8
Letona	539	509	1,116	1,373	1,493	1,435	1,536	0.1	0.1	0.1	-3.9	7.0	6.0	4.1
Lituania	650	1,083	2,000	1,507	1,775	1,900	..	0.1	0.2	..	7.0	..	6.5	-0.7
Polonia	19,215	17,400	15,200	12,470	13,350	14,840	15,845	3.6	1.9	1.5	11.2	6.8	-1.1	0.5



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



România	766	867	1,430	1,343	1,515	1,653	1,715	0.1	0.2	0.2	9.1	3.7	4.6	2.3
Slovenia	903	1,053	1,515	1,327	1,460	1,528	1,653	0.2	0.2	0.2	4.6	8.2	3.4	1.1
<i>Europa de Est</i>	86,074	116,734	126,085	132,634	141,906	143,460	151,809	16.3	15.6	14.0	1.1	5.8	3.2	2.3

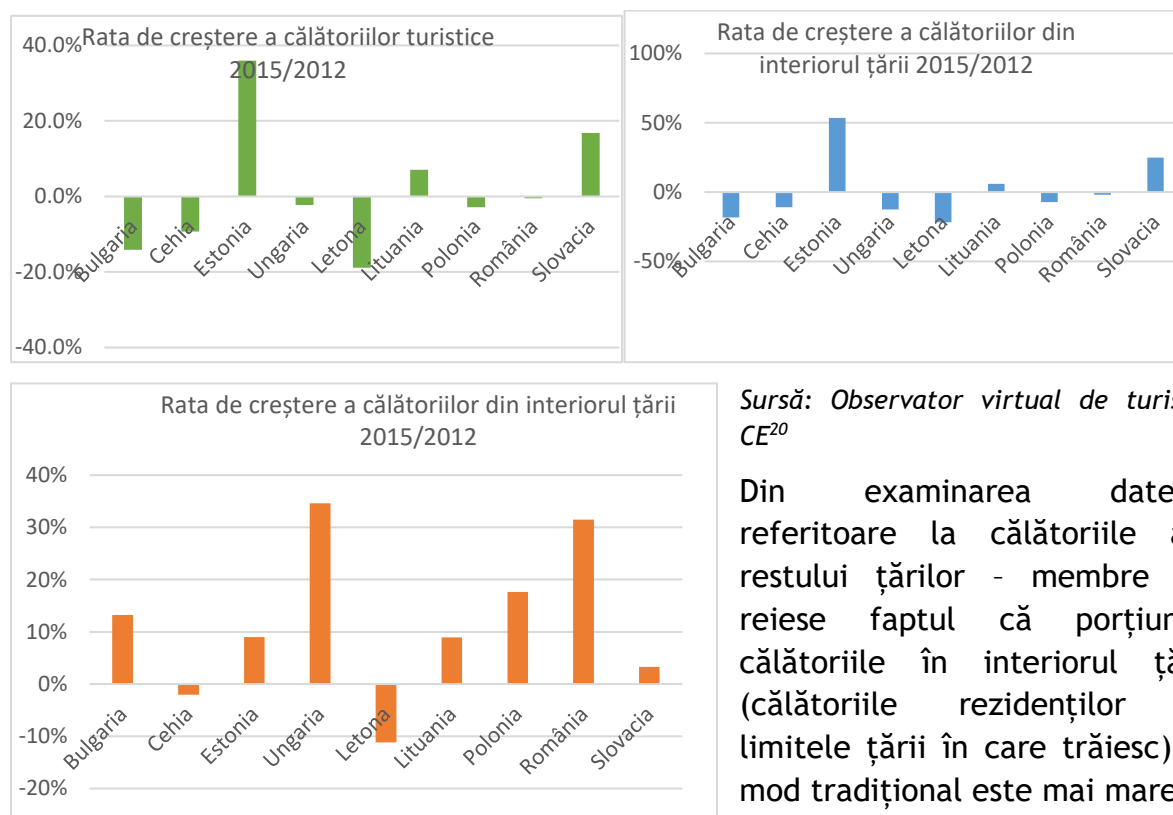
Sursă: *Organizația mondială a turismului pe lângă ONU*

În perioada 1995-2013 numărul turiștilor străini din ECE înregistrează o rată de creștere durabilă la toate destinațiile menționate, cu excepția Poloniei. Bineînțeles, locul de lider este ocupat de Europa de Vest, iar ultimul loc după gradul de vizitare revenind ECE. Dar în anul 2012 față de 2011, ECE înregistrează cea mai mare rată de creștere a turiștilor străini, ceea ce s-ar putea explica prin efectele economice negative în urma crizei financiare observate, întrucât destinația este cea mai accesibilă în comparație cu restul regiunilor din continentul European. Polonia, urmată de România, înregistrează cel mai mare grad de vizitare a turiștilor străini în anul 2012 față de anul 2011 în ECE. Un an mai târziu, Bulgaria ocupă locul patru (după Slovenia, Letonia și Polonia) după destinații din Europa Centrală și de Est cele mai vizitate de turiști străini.

Structura călătoriilor în cadrul ECE este de asemenea un indicator interesant cu privire la gradul de atractivitate turistică.



Grafic 1 Structura călătoriilor în țări din Europa Centrală și de Est



Sursă: Observator virtual de turism, CE²⁰

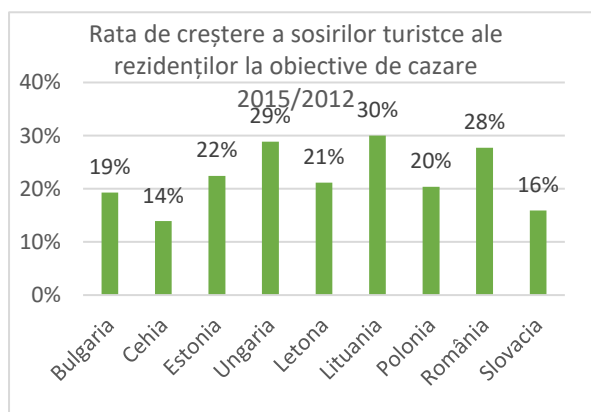
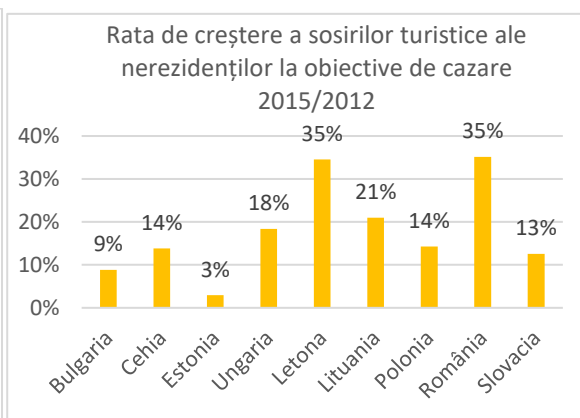
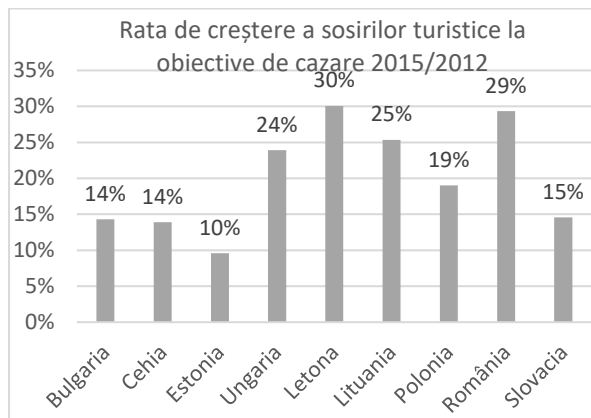
Din examinarea datelor referitoare la călătoriile ale restului țărilor - membre UE reiese faptul că porțiunea călătoriile în interiorul țării (călătoriile rezidenților în limitele țării în care trăiesc) în mod tradițional este mai mare în țările/destinațiile mai mari, iar

cele mai mici înregistrează o porțiune mai mare a turiștilor străini (călătorii ale nerezidenților). În ciuda acestui fapt, în anul 2015, față de anul 2012, Bulgaria, deși este o țară mică, înregistrează o porțiune în creștere a călătoriilor turiștilor străini care au vizitat teritoriul său (+13%) pe seama porțiunii în scădere a călătoriilor realizate în interiorul țării (-18%). În general, călătoriile spre Bulgaria scad cu 14% pentru perioada examinată. Datele referitoare la România descoperă o tendință asemănătoare, dar pe o scară diferită - pentru perioada țintă porțiunea călătoriilor interne scade doar cu 2%, iar vizitele turiștilor străini înregistrează o creștere de 32%. România și Ungaria (rata de creștere de 35%) sunt evidențiate ca destinațiile cele mai preferate de către turiștii străini pentru vizitele realizate în perioada 2012-2015.

²⁰ <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/country-fact-sheets>



Grafic 2 Sosiri turistice la obiective de cazare în țări din Europa Centrală și de Est



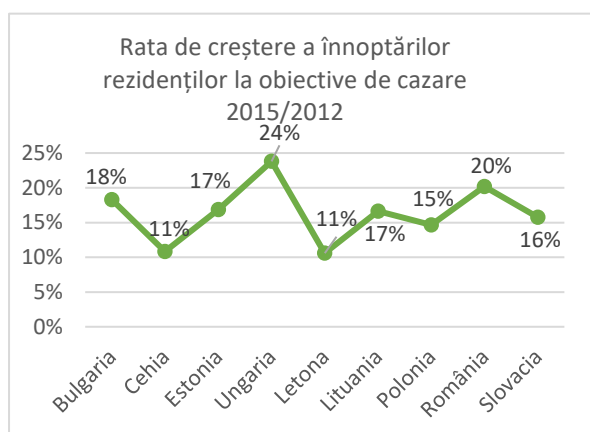
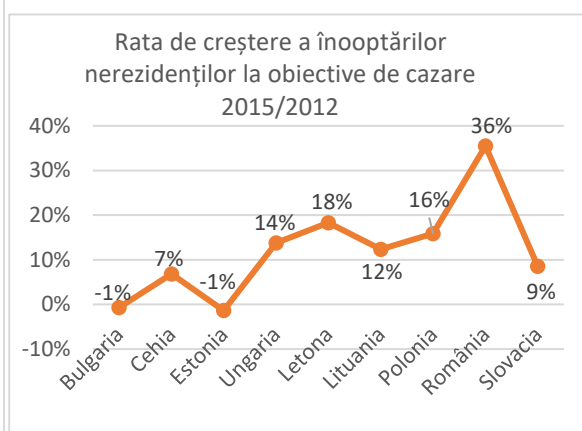
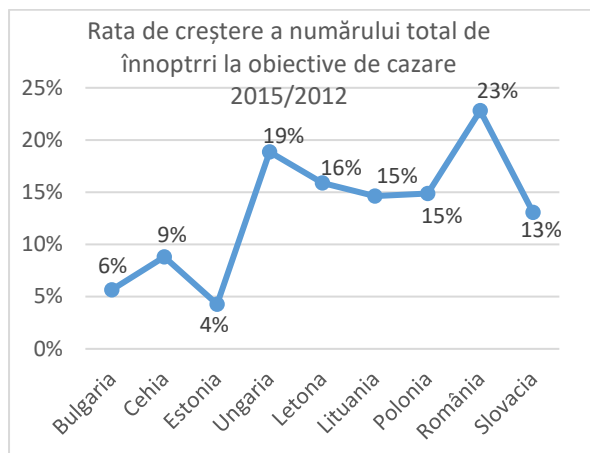
Sursă: *Observator virtual de turism, CE*

După cum reiese din primul grafic, preferințele turiștilor de înoptare la obiective de cazare crește semnificativ în perioada 2012-2015, cea mai mare rate de creștere înregistrând Letonia și România, iar cea mai mică - Estonia, Bulgaria și Cehia. Rate de creștere analogice sunt înregistrate și de

indicatorul de sosiri ale nerezidenților la obiectivele de cazare - din nou locurile de frunte sunt ocupate de Letonia și România, celălalt capăt al clasării fiind ocupat de Estonia și Bulgaria.

Numărul înoptărilor la obiective de cazare este un alt indicator cheie în cea ce privește atractivitatea turistică a destinației. Acesta furnizează informație esențială cu privire la corelarea încă nu atât de bine cercetate între mulțumire și durata sejurului turistic. Există o serie de alți factori direcți și indirecti, care determină durata șederii turistice, printre care am putea menționa: mărimea țării - destinație, existența altor obiective turistice în țara vizitată, prezența unei superstructuri de calitate, prețul biletelor de avion și altele. Incontestabil, cu cât mai lung este sejurul turistic, cu atât mai atractivă este destinația țintă.

Grafic 3 Dinamica numărului înoptărilor la obiective de cazare, ECE



regiunea țintă înregistrează o tendință de creștere a numărului înoptărilor în favoarea turiștilor străini.

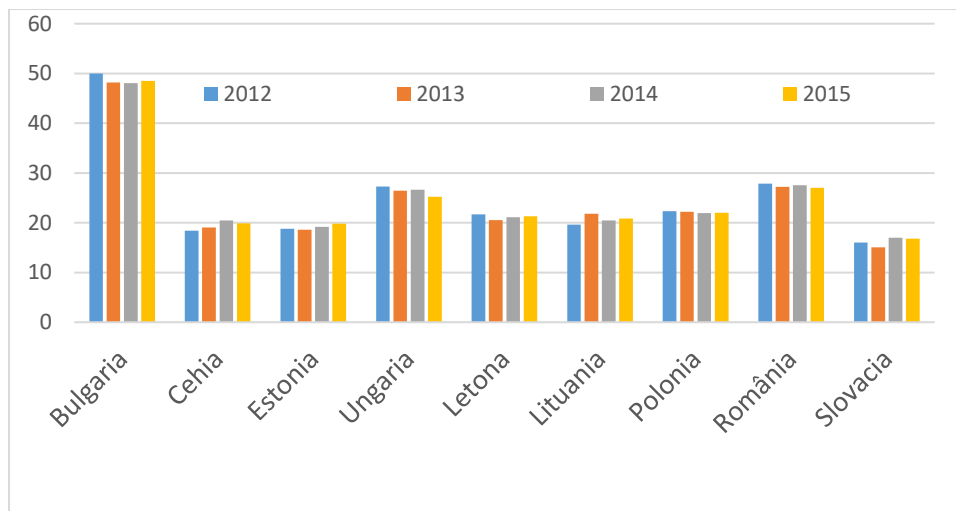
Indicatorul care prezintă gradul de atractivitate turistică a unei destinații este indicatorul “durată medie a înoptărilor”. O durată medie mai scurtă atestă un interes turistic cu precădere de tip excursie, legat mai degrabă de o vizită unică a atracțiilor turistice, decât de un sejur în locul respectiv. Toate țările studiate din ECE înregistrează tendință de reducere a duratei medii a înoptărilor în perioada 2012-2015 (-6% mediu la nivel de regiune), manifestarea cea mai negativă a trendului observându-se în Letonia (-11%), Lituania (-9%) și Bulgaria (-8%). Restul țărilor din grupul respectiv înregistrează o dinamică mai mică în durata înoptărilor, rezultatul pentru România fiind de -5%.

Un alt indicator esențial referitor la starea turismului este indicatorul “amplitudinea sezonality”. Acesta prezintă o evaluare importantă cu privire la potențialul turistic al țărilor studiate. Sezonality creează dificultăți importante, legate de reducerea rentabilității întreprinderilor turistice și a modului de folosire a fondurilor lor principale, deteriorează calitatea serviciilor prestate teriștilor și



generează schimbarea deasă a personalului angajat. Amplitudinea sezonality este evaluată cu ajutorul așa denumitului “индиге ле Гини”, care мѐсоарѐ градул ън care repartizarea ънnoптѐриле турисгиче динтр-о ѓарѐ презинтѐ devieri фѐѓѐ репаргизация ацесгара фѐрѐ инфлуенѓа факгорулу сезонality. Валориле care се апропие де 0, reflectѐ аn град mic де сезонality, iar valori апропие де 100, reflectѐ аn gard ridicat де сезонality.

Грагич 4 Амплитудина сезонality ън ѓѐриле дин ECE



Sursѐ: *Observator virtual de turism, CE*

Dupѐ cum reiese дин грагичул, ѓарѐ cu cel mai mic град де сезонality este Slovacia, cea ce ънseamnѐ cѐ ацeastѐ ѓарѐ презинтѐ posibilidadѐ де турисм pe tot parcursul аnului realizat pe гегориул сѐу. La capѐтул contrar al clasѐрии este Bulgaria, care este ѓарѐ дин UE cu cele mai пуѓине condiѓии де турисм pe tot parcursul аnului.

O алѓ perspective пеггуга репаргизация ѓѐриле дин ECE ън доменилу турисмулу este Indигеle competitivitѐѓии ън турисм, меггугинут де Форумул економич мондичал. Пеггуга аnул 2017, Romѐния окупѐ locul 68 дин clasarea cu 138 де locuri ън гогол (locurile sunt echivalente нумѐрулу ѓѐриле cuprinse), iar Bulgaria este poziѓionatѐ pe locul 45. Cu cѐтул locul окупат дин clasare este mai mic, cu атуѓ mai mare este competitivitatea ѓѐрии respective ън турисм.

Bulgaria (locul 45), Romѐния (locul 68), Cehia (locul 39), Estonia (locul 37), Ungaria (locul 49), Lituania (locul 56), Letona (locul 54), Polonia (locul 46), Slovacia (locul 59).

Conform indигелу, cele mai slabe (respectiv cele mai vulnerabile) элементе ale турисмулу дин Romѐния sunt инфраструктура гегегрѐрѐ ѓи portuarѐ, urmatѐ де



infraструктура de aeroporturi, resurse umane și piață de muncă, competitivitatea prețurilor. La capătul opus al clasării, nivelul superior al clasării este ocupat de indicatorii „sănătate și igienă”, „siguranța”, „durabilitatea mediului înconjurător”, „resurse culturale”. Punctele slabe ale competitivității turistice din Bulgaria sunt: „siguranță”, infrastructură de aeroporturi, terestră și portuară, punctele forte fiind: „sănătate și igienă”, „mediu înconjurător” și „servicii turistice și infrastructură”.

De la analiza comparativă a datelor referitoare la dezvoltarea turismului din ECE, s-ar putea rezuma următoarele concluzii:

- În ciuda numeroaselor provocări cu care se confruntă turismul (amenințări teroriste, schimbări ale climei, instabilitate politică), dezvoltarea sa depășește rata de creștere a PIB al economiei mondiale;
- Europa continuă a ocupa destinația lider pe plan mondial cu privire la turismul intern și extern;
- Conurenții principali ai Bulgariei și României din regiunea ECE sunt Letonia, Lituania și Ungaria - această tendință arată un interes turistic în creștere față de destinații nu atât de populare;
- În ECE se formează axa turistică Est - Nord

România depășește Bulgaria după toți indicatorii legați de dezvoltarea turismului.

Bulgaria

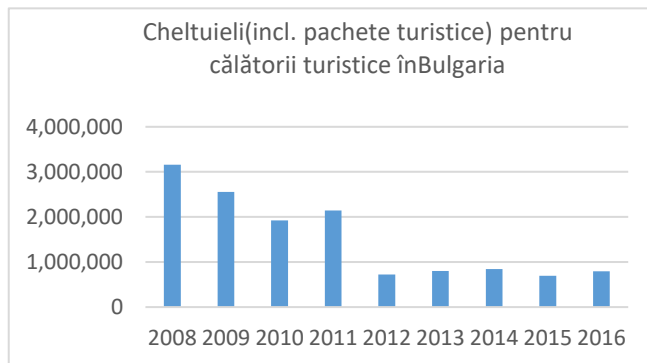
Timp de decenii, turismul internațional din Bulgaria înregistrează o tendință stabilă de creștere continuă a numărului turiștilor străini, care au ales această țară ca un loc de odihnă. După datele Consiliului mondial al călătoriilor și turismului, aportul direct al turismului la PIB din Bulgaria în anul 2016 a fost 3 115,9 milioane leva (3,4% din PIB). Pentru anul 2017 este estimată creșterea acestuia cu 4.6% ajungând 2,358.7 milioane leva. Turismul din țara a generat 98 000 locuri de muncă în anul 2016 (3,2% din numărul total al locurilor de muncă ocupate), așteptându-se creșterea acestora cu 6,2% în anul 2017, ajungând 104 000 (3,4% din numărul total al locurilor de muncă ocupate). Cheltuielile turiștilor străini reprezintă un element cheie din aportul direct al turismului pentru PIB. În anul 2016 Bulgaria a generat 6 962,0 milioane leva după acest indicator. Pentru anul 2017 este estimată creșterea acestora cu 5,7%, iar țara va atrage 8,163,000 de turiști străini.

În ciuda evaluării optimiste și prognozele legate de dezvoltarea turismului în țara, efectuate de organizații internaționale, date statistice actuale ale INS ilustrează scenarii de dezvoltare nu atât de pozitive. Analiza comparativă prezentată mai sus cu privire la dezvoltarea turismului în țările din ECE poziționează Bulgaria pe ultimele locuri după toți indicatorii studiați, inclusiv după rata de creștere a



turiștilor străini. Tendința negativă cu privire la dezvoltarea țării după indicatorii “călătorii turistice”, “călătorii în interiorul țării”, “înnoptări ale turiștilor străini (nerezidenți) la obiective de cazare”. Turismul din țara este singurul din Europa cu cel mai ridicat grad de sezonalitate. În ciuda numărului în creștere al turiștilor străini din Bulgaria, și cheltuielile de turism înregistrează o tendință negativă, în anul 2016 ele scad cu 75% față de anul 2008.

Grafic 5 Cheltuieli de turism din Bulgaria, 2008-2016, mii leva, INS



Ilustrarea arată o scădere bruscă a cheltuielilor ocazionate în anul 2012 (-66% față de 2011), acest nivel menținându-se până în anul 2016. - Cauzele, care au provocat această scădere sunt complexe, o puternică impresie fiind adusă de faptul că cheltuielile mai mari coincid cu perioada crizei mondiale, iar

scăderea bruscă a acestora are loc în perioada de după criza. S-ar putea trage concluzia că Bulgaria continuă a menține imaginea negativă de o destinație ieftină (este vizitată mai des în perioada de criză), fiind evidentă incapacitatea sa de a răspunde cererii în creștere de o calitate superioară, autenticitate, atractivitate și diversitate a serviciilor și mediului turistice. Țara încă nu este destul de competitivă pe piața serviciilor turistice. Este împărtășită și opinia că Bulgaria este populară mai degrabă ca o țară de turism litoral de masă, popularitatea formelor alternative de turism încă fiind limitată, în ciuda condițiilor favorabile pentru practicarea acestora. Este incontestabilă și evaluarea după care beneficiile economice de la cheltuielilor ocazionate de cetățenii străini în cadrul destinației bulgare sunt mult mai însemnate. Faptul acesta sugerează că eforturile de caracter de marketing și comercial vor fi mult mai justificate dacă sunt orientate către piețe externe (generatoare). Din cauza cheltuielilor mult mai scăzute ocazionate de turiștii din țara în legătură cu consumul finit al unor produse, caracteristice turismului, stimularea intenționată a turismului intern ar aduce efecte economice mult mai mici.

Tendințe negative asemănătoare în dezvoltarea turismului din Bulgaria se pot observa și la nivel județean. Obiect al studiului sunt 7b județe, care se încadrează în arealul rutei - țintă: Vidin, Vratsa, Montana, Pleven, Silistra, Veliko Tarnovo și Ruse.



Tabelul 3 Numărul locurilor de cazare în județele țintă, 2011-2015, Bulgaria

Județ	2011	2012	2013	2014	2015	% modificare 15/11
Vidin	45	33	36	36	32	-29%
Vratsa	32	30	26	27	27	-16%
Montana	33	25	29	30	29	-12%
Pleven	13	14	23	29	29	123%
Veliko Tarnovo	107	104	112	118	116	8%
Ruse	123	46	44	42	47	-62%
Silistra	33	20	20	20	20	-39%

Sursă: INS

Județele Pleven și Silistra sunt singurele județe din județele țintă, care înregistrează o rată de creștere pozitivă în numărul locurilor de cazare. Pentru aceeași perioadă, rata de creștere a numărului înnoptărilor realizate în județul Pleven crește cu 20%, iar în județul Silistra scade cu -8%. Adică, în ambele județe dezvoltarea bazei materiale depășește volumul turiștilor, care o folosesc, aceasta fiind un indicator care atestă desfășurarea unor procese nestructurate și inconsistente în dezvoltarea turismului.

Tabelul mai jos prezintă o imagine mai detaliată privind dinamica în numărul înnoptărilor realizate în județele țintă.



Tabel 4 Înnoptări realizate după județe țintă, 2008, 2012, 2016, Bulgaria

Județ	2008			2012			2016			% modificarea numărului total de înnoptări 16/08
	Înnoptări realizate în locuri de cazare – total	Înnoptări realizate de către cetățeni bulgari	Înnoptări realizate de către cetățeni străini	Înnoptări realizate exprimate în locuri de cazare – total	Înnoptări realizate de către cetățeni bulgari	Înnoptări realizate de către cetățeni străini	Înnoptări realizate exprimate în locuri de cazare – total	Înnoptări realizate de către cetățeni bulgari	Înnoptări realizate de către cetățeni străini	
Total, la nivel de țară	18,295,403	35%	65%	20,252,038	34%	66%	25,185,996	36%	64%	38%
Vidin	35,413	79%	21%	52,249	79%	21%	51,090	77%	23%	44%
Vratsa	51,884	85%	15%	72,679	86%	14%	95,703	81%	19%	84%
Montana	61,482	92%	8%	71,917	92%	8%	63,772	92%	8%	4%
Pleven	95,708	83%	17%	80,863	74%	26%	80,962	82%	18%	-15%
Veliko Tarnovo	221,033	82%	18%	275,162	78%	22%	320,395	80%	20%	45%
Ruse	133,761	76%	24%	148,091	71%	29%	145,759	69%	31%	9%
Silistra	33,288	75%	25%	39,337	74%	26%	30,902	80%	20%	-7%

Sursă: INS În perioada 2008-2016, din nou pe teritoriul județelor Pleven și Silistra se înregistrează o tendință negativă de scădere a numărului înnoptărilor realizate. Județele Vidin, Vratsa și Veliko Tarnovo raportează o tendință de creștere a numărului înnoptărilor, cu valori care depășesc valorile medii la nivel de țară. Înnoptările în județele Montana și Ruse de asemenea înregistrează o creștere, dar cu valori sub valorile medii la nivel de țară. O particularitate cheie a județelor studiate constă în



faptul că turismul intern este mai mare față de vizitele turiștilor străini, iar datele medii pentru țară prezintă o perspectivă inversă. Din cele 7 județe studiate, județul Ruse, urmat de județul Vidin, deține cea mai mare cotă a înnoptărilor realizate de turiști străini, iar județul Montana, urmat de județul Pleven, cea mai mică cotă. În ceea ce privește numărul persoanelor care s-au cazat în județele țintă, imaginea se aseamănă celei cu numărul înnoptărilor realizate. Județul lider în acest grup este Vratsa, care înregistrează o creștere de 62% în anul 2016 față de anul 2008, urmat de județul Vidin cu o creștere de 56%. Rezultatele înregistrate în ambele județe depășesc nivelul mediu al numărului persoanelor care s-au cazat în țara, raportându-se o creștere de 43% în perioada 2008-2016. Celălalt capăt al clasării este ocupat de județele Pleven (-18%) și Silistra (-11%).

Examinarea datelor după indicatorul “număr mediu al înnoptărilor per turist” clasează județele țintă în ordine inversă. Județul lider după durata înnoptărilor în perioada 2008-2016 este județul Silistra (51%), care de altfel înregistrează o tendință de scădere cu privire la numărul turiștilor care vizitează regiunea, și numărul înnoptărilor realizate. În valori absolute, județul pe teritoriul căruia turiștii realizează cel mai lung sejur în anul 2016, este județul Montana - 2.4 înnoptări per turist. Sejurul cel mai scurt raportează județul Vidin (1.3 înnoptări), urmat de Veliko Tarnovo (1.4). Durata sejurului turistic în toate județele țintă depășește nivelul mediu pentru țară. Durata sejurului turistic este un factor esențial cu efecte pozitive asupra dezvoltării economice a teritoriului respectiv, și un indicator important pentru atractivitatea sa turistică.

Referitor la gradul de dezvoltare a turismului cultural - istoric în județele țintă bulgare, s-ar putea menționa că starea sa actuală este nesatisfăcătoare, dar deține un mare potențial pentru diferențierea sa ca o destinație turistică cheie. În cadrul studiului de fezabilitate și în pregătirea prezentei Strategii, toate cele 90 de obiective din cadrul rutei sunt evaluate detaliat d.p.d.v. al unei serii de indicatori, precum accesabilitate, infrastructura informațională și tehnică, stare fizică, statut juridic, legături cu alte forme de turism, locuri de cazare și altele. Principalele provocări de adresat la obiectivele arheologice sunt din domeniul îmbunătățirii accesibilității, socializării și a expunerii obiectivelor.

În ceea ce privește obiectivele bulgare ale patrimoniului cultural mobil (muzee) din cadrul rutei, s-ar putea prezenta rezumat următoarele dificultăți, cu care se confruntă muzeele:



- O problemă esențială, referitoare la întreg teritoriul Bulgariei de Nord-Vest este scara incontrollabilă a vânătorilor de comori, din cauza cărora sunt distruse majoritatea obiectivelor arheologice situate în afara așezărilor. Lipsiște pază.
- La realizarea hărții proprietăților restituite (HPR) și a cadastrului, nu sunt luate în considerare obiectivele arheologice - nu sunt înregistrate sau nu sunt trecute locurile exacte ale acestora, proprietățile neavând destinația de valoare culturală;
- Pentru majoritatea obiectivelor arheologice nu sunt stabilite limitele și regimurile, nu este determinat statutul multor obiective arheologice;
- O mare parte a proprietății asupra terenurilor pe care sunt situate obiectivele arheologice, este privată. O parte din ea este gestionată ca terenuri agricole, o altă parte se încadrează în sisteme urbane, astfel obiectivele nu dobândesc destinația lor necesară de „obiectiv arheologic“.
- Fondurile destinate excavărilor arheologice sunt foarte limitate;
- Obiectivele arheologice ale patrimoniului roman cultural nu sunt populare;
- Muzeele se confruntă cu probleme legate de baza materială, determinate de lucrări de restaurare de calitate necorespunzătoare;
- Conexiunea slab dezvoltată a muzeelor cu afacerile turistice. Este prezentă necesitatea de creștere a capacității de management al expozițiilor muzeistice în contextul unei concurențe în creștere și de dezvoltare a societății digitale.

Mai jos este prezentată o examinare și analiză a gradului de dezvoltare a turismului cultural - istoric în România.

România

Pe pagina oficială de Internet a României pentru popularizarea turismului din țara sunt prezentate 37 județe administrative (din numărul total de 41), ca destinații turistice și 9 regiuni istorice²¹. Marketingul tuturor județelor, traversate de ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este destinat ca destinații de turism cultural, dar nu sunt menționate direcțiile sale tematice (de exemplu Antichitate, Evul Mediu, etc.). Totodată, regiunile istorice Oltenia și Muntenia, traversate de ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, sunt prezentate ca Valahia Mică (Oltenia) și Valahia Mare (Muntenia). Regiunea comună Valahia este prezentată ca un amestec colorat de atracții istorice și

²¹ <http://www.romania.travel/>

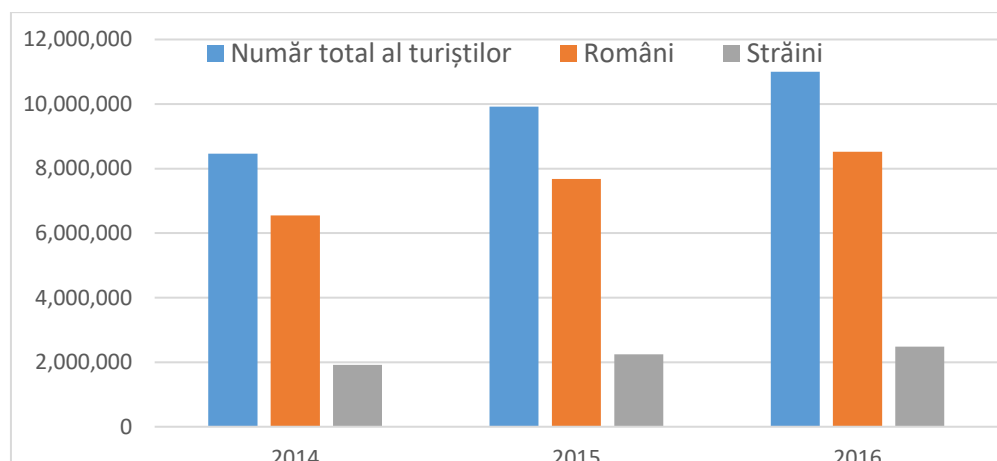


naturale, cu accent asupra numeroasele muzee, teatre și săli de expoziție din capitala București, stațiunile de schi și castelul Peleș din Carpați, și numeroasele mănăstiri, inclusiv Horezu (obiectiv UNESCO).

În Internet România este prezentată ca o destinație turistică și prin diferite site-uri în limba străină respectivă, realizate pentru țările țintă: www.rumaenien-info.at, www.rumaenien-tourismus.de, www.guideroumanie.com, www.romania.it, www.romaniatravel.ru.

Tot mai accentuată și orientată către grupuri țintă de turiști, politica României pentru dezvoltarea turismului și prezentarea tot mai competitivă a țării în ECE generează efecte pozitive și asupra dinamicii de dezvoltare a principalilor indicatori turistici. Mai jos este prezentată o selecție de indicatori, fiind acoperită perioadă de trei ani, 2014-2016, conform ultimei ediții INS, dedicate turismului²².

Grafic 6 Numărul turiștilor, sosiți la obiective de cazare, România



Sursă: INS

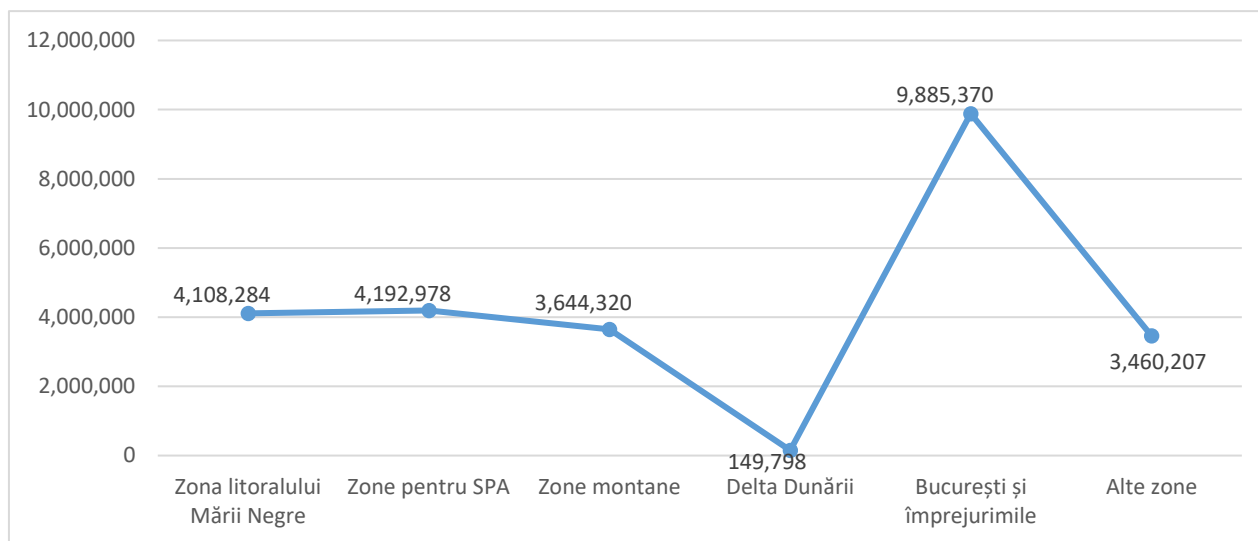
Cele trei grupuri de turiști înregistrează o rată medie anuală de creștere de câte 30% în perioada 2014-2016. Impresionantă este cota predominantă a turismului intern, în Bulgaria predominând turismul de turiști străini față de cel intern. Aici trebuie specificat faptul că România are o populație de aproximativ 3.5 ori mai mare față de cea a Bulgariei, din acest motiv compararea directă între cele două țări nu este corectă

²² <http://www.insse.ro/cms/en>



d.p.d.v. statistic. Numărul înnoptărilor este în proporție de 3:1 în favoarea turismului intern.

Grafic 7 Numărul înnoptărilor la obiective de cazare după zone turistice, 2016, România



Sursă: INS

Din graficul reiese că regiunea orașului București este cea mai vizitată de turiștii, celălalt capăt al clasării revenind Deltei Dunării. Deși arealul rutei țintă „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ nu se încadrează în întregime în nici una dintre zonele turistice diferențiate, aceste date sunt importante pentru evidențierea destinațiilor competitive și pentru definirea măsurilor de marketing pentru depășirea caracteristicilor necompetitive ale rutei.

La nivel de regiune de planificare, din nou lider după grad de vizitare de către turiștii este regiunea cu capitala București.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Tabel 5 Numărul turiștilor, sosiți la obiective de cazare și numărul înoptărilor după regiuni de planificare, 2015 и 2016, România

Regiune	Turiști sosiți la obiective de cazare (număr)						Număr înoptări					
	2015			2016			2015			2016		
	Total	Români	Străini	Total	Români	Străini	Total	Români	Străini	Total	Români	Străini
TOTAL	9,921,874	7,681,896	2,239,978	11,002,522	8,521,698	2,480,824	23,519,340	19,047,701	4,471,639	25,440,957	20,609,141	4,831,816
1. Nord-Est	939,475	822,251	117,224	1,084,045	948,926	135,119	1,934,306	1,699,624	234,682	2,205,775	1,935,068	270,707
2. Sud-Est	1,347,969	1,251,822	96,147	1,506,616	1,404,096	102,520	4,918,408	4,547,330	371,078	5,313,781	4,974,217	339,564
3. Sud - Muntenia	852,652	730,491	122,161	914,141	785,648	128,493	1,909,901	1,661,086	248,815	1,996,392	1,709,716	286,676
4. Sud-Vest - Oltenia	582,142	531,301	50,841	630,446	582,423	48,023	1,727,528	1,615,675	111,853	1,810,428	1,692,412	118,016
5. Vest	875,750	713,729	162,021	899,961	726,143	173,818	2,233,754	1,872,194	361,560	2,283,902	1,914,718	369,184
6. Nord-Vest	1,140,667	931,900	208,767	1,316,363	1,077,788	238,575	2,713,820	2,270,244	443,576	3,088,566	2,607,023	481,543
7. Centrală	2,332,362	1,901,886	430,476	2,585,938	2,094,943	490,995	5,042,039	4,122,471	919,568	5,386,220	4,373,269	1,012,951
8. București-Ilfov	1,850,857	798,516	1,052,341	2,065,012	901,731	1,163,281	3,039,584	1,259,077	1,780,507	3,355,893	1,402,718	1,953,175

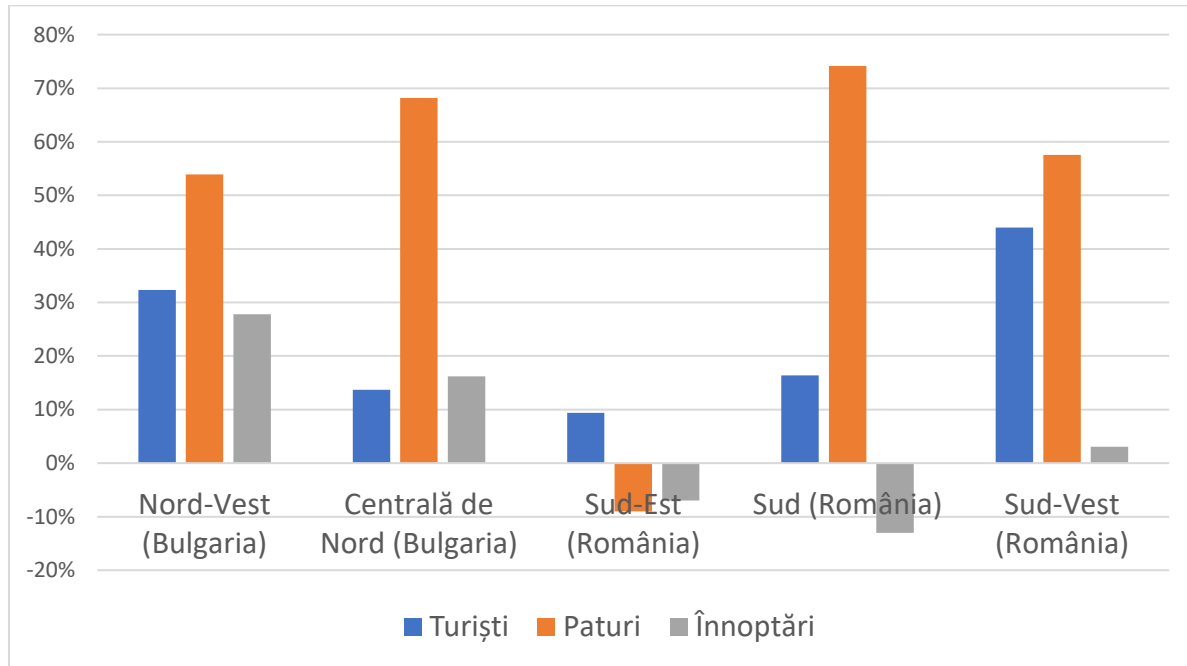
Sursă: INS

Cele mai atractive regiuni de vizitat de către turiștii români sunt regiunile Sud-Est (care acoperă zona litoralului Mării Negre și Delta Dunării), Centrală (Transilvania), București-Ilfov și de Nord-Vest (regiunea istorică Maramureș). Acestea sunt și cele mai dezvoltate d.p.d.v. economic regiuni din țara. Cu excepția regiunii de Sud-Est (evident această destinație este înlocuită de litoralul bulgar al Mării Negre), restul trei destinații sunt cele mai vizitate și de către turiștii străini, regiunea - lider din grup din nou fiind București - Ilfov. Aceste regiuni ocupă locurile de frunte și la clasarea pentru cele mai multe înoptări realizate de către turiști străini.



La compararea atractivității turistice a celor 5 regiuni de planificare, care se încadrează în teritoriul rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, se obțin următoarele rezultate ilustrate:

Grafic 8 Rata de creștere în numărul turiștilor, paturilor și înnoptărilor după regiuni de planificare țintă, 2015/2005, Bulgaria și România



Sursă: Eurostat

Pentru o perioadă de 10 ani, în regiunile bulgare și române de planificare ilustrate au loc diverse procese de dezvoltare turistică. În Bulgaria se înregistrează o tendință de creștere în dezvoltarea principalelor indicatori turistici, iar în România rata de creștere este ezitantă până negativă. Indicatorul cheie pentru dezvoltarea economică, “număr de înnoptări realizate” înregistrează o rată de creștere negativă în România și pozitivă în Bulgaria. O examinare atentă a graficii ar putea evidenția următorul profil de conduită a turistului în areala rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“: vizitează regiunea de Sud-Vest din România, cazându-se în Bulgaria de Nord-Vest. Turiștii își aleg locuri de cazare acolo, unde regiunea prezintă o concentrare mai mare de atracții turistice relativ apropiate una de cealaltă. Ca suprafață, atracțiile din regiunea de Sud-Vest sunt poziționate în teritorii îndepărtate una de cealaltă.



Alegerea turiștilor români pentru realizarea formelor specializate de turism este ilustrată în tabelul mai jos:

Tabelul 6 Numărul turiștilor români, care participă la activități turistice locale, după forme de turism, 2015 și 2016

<i>Agenții de touroperatori</i>		<i>Agenții, care realizează vânzări</i>		<i>Forme de turism</i>
2015	2016	2015	2016	
430832	590500	133502	162618	<i>Total turiști</i>
248174	340949	50302	61437	<i>Turism pe litoralul Mării Negre</i>
151	282	-	31	<i>Croaziere fluviale</i>
114	125	25	79	<i>Croaziere maritime</i>
8984	6043	849	1587	<i>Delta Dunării</i>
5120	15356	7257	9145	<i>Turism cultural</i>
2484	21014	1366	1871	<i>Turism religios</i>
63105	76758	21068	24155	<i>Turism montan</i>
29212	24892	9009	13159	<i>Turism SPA</i>
73488	105081	43626	51154	<i>Ate forme</i>

Sursă: INS

Preferințele turiștilor români pentru practicarea turismului cultural în țara în anul 2015, cu ajutorul agențiilor de touroperatori, ocupă o cotă de 1% din turismul intern general, iar în anul 2016 această cotă crește până la 3%. Turismul cultural înregistrează a doua după mărime rata de creștere de 200% în anul 2016 față de 2015, precedat de turismul religios, care înregistrează o rată de creștere de 746%. Motivul probabil căruia se datorează acest fapt este cea mai deasă combinație între turism cultural și alt tip de turism. Combinațiile tipice ale turismului cultural sunt cu turismul culinar, maritim, rural și cu ecoturismul. Aceasta face ruta „Frontiera română pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ o rută culturală atractivă de integrat cu o destinație turistică principală.



2.4. Piețe prioritare

Conform Consiliului mondial al turismului și călătoriilor (CMTC), în ciuda șocurilor tot mai imprevizibile de atacuri teroriste, instabilitate politică, pandemii și calamități naturale, turismul continuă a înregistra o dezvoltare durabilă, iar în anul 2016 acesta raportează un aport direct la creșterea PIB de 3.1% (economia înregistrează un aport direct de 2.6%). Piața turistică este printre piețele cu cea mai dinamică dezvoltare, tendințele fiind de creștere a fluxului de turiști care intră și iasă din și în Asia, Oceanul Pacific, Americă Latină, Europa Centrală și de Est.

După date ale OMTONU²³, în ultimii ani **China** este piața cu cea mai rapidă dezvoltare de turiști care iasă din țara, ocupând primul loc în clasarea cheltuielilor străini ocazionate pentru turism în anul 2012. În anul 2013 China înregistrează un record, majorând cheltuielile sale pentru turism cu 17 miliarde de euro, ajungând un nivel de 97 miliarde euro, cea ce formează un avans de 32 miliarde de euro față de SUA (al doilea loc în clasare) și Germania (a treia în clasare). Sprijinite de clasa medie în creștere și de veniturile disponibile în creștere rapidă, precum și de existența unui număr tot mai mic de delimitări pentru călătoriile în străinătate și valuta puternică, cheltuielile chineze de turism înregistrează o rată de creștere aproape exponențială în ultimele decenii. Cheltuielile chineze de turism au crescut de aproape șapte ori pentru 13 de ani, de la 14 miliarde euro în anul 2000 până la 97 miliarde euro în anul 2013.

În 2013 **Federația Rusă** devine a partea cea mai mare piață de proveniență a turiștilor străini, înregistrând o creștere de 25% a cheltuielilor de turism, ajungând astfel 40 miliarde de euro. Aceasta este a doua piața după dezvoltare rapidă în ultimii ani după China, datorita creșterii cheltuielilor anuale cu 26 miliarde de euro față de anul precedent crizei - 2006. În 2000 rușii care călătoresc în străinătate cheltuie cu puțin sub 10 miliarde euro de atunci aceste cheltuieli au crescut de patru ori.

Brazilia este a treia piață după dezvoltare rapidă de proveniență turiștilor, cu cheltuieli anuale medii din anul 2006 până acu, de 14 miliarde euro. În 2013 cheltuielile de călătorii în străinătate ocazionate de brazilieni au crescut 13% ajungând 19 miliarde euro. În 2000 brazilienii care călătoresc în străinătate cheltuie abia 4 miliarde euro, de atunci aceste cheltuieli înregistrând o creștere de peste 4 ori.

²³ <http://mkt.unwto.org/en/barometer>



O serie întregă de economii dezvoltate și în curs de dezvoltare măresc cheltuielile sale de turism cu 1 miliard de euro (până în 6 miliarde euro). Printre ele sunt Emiratele Arabe Unite, Kuweit, Arabia Saudită și Qatar în Orientul Mijlociu, Malaezia, Filipine, India, Indonezia, Iran și Thailanda din Asia și Oceanul Pacific. Numai două state cheltui semnificativ mai puține fonduri în anul 2013, față de cele cheltuite înaintea crizei: Regatul Unit (-11 miliarde euro) și Japonia (-5 miliarde euro). Astfel rata de creștere a turiștilor neeuropeni este estimată la 2,9% mediu anual, ajungând 144 milioane în anul 2025 г. În deceniile 2010-2030, o mare parte a turiștilor din UE vor veni din țările din Asia, America Latină, Europa Centrală și de Est, Europa de Est Mediterană, Africa și Orientul Mijlociu (ORTONU).

Această tendință de dezvoltare a pieței turistice dezvăluie care sunt piețele prioritare cu privire la turiștii străini, care urmează să fie atrași de ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ printr-o strategie de marketing adecvată. Fluxul turiștilor străini spre Bulgaria și România este estimat a crește cu 3.7% mediu anual până în anul 2025, iar cota turiștilor neeuropeni este estimat a crește chiar și cu ritmuri mai rapide.

În Strategia bulgară de dezvoltare durabilă a turismului 2014-2030, piețele țintă sunt identificate și divizate în următoarele grupuri:

(1) Piețele ale țărilor din Europa de Vest (Marea Britanie, Germania și Suedia), care de obicei au o putere de cumpărare mare, a intensitate ridicată a călătoriilor în străinătate și ocazionează cheltuieli sporite în străinătate. Totodată, în general pentru cele trei piețe se poate menționa marea lor afinitate la vacanțele de mare, în țări cu o climă răsărită și caldă - cea ce este de neregăsit în aceste țări. O altă trăsătură comună a acestora constă în faptul că până în momentul de față, Bulgaria înregistrează o cotă de piață mică pe aceste trei piețe, dar toate aceste piețe au potențialul de un interes, care depășește cu mult volumul actual al călătoriilor.

(2) Al doilea grup este compus din state din Europa de Este, respectiv piețe vecine (Cehia, Rusia, Ucraina, Serbia, România, Grecia și Turcia). Totodată, spre deosebire de piețele țărilor din Europa de Vest, unde majoritatea populației într-adevăr își poate permite călătorii în străinătate sau călătorii până în Bulgaria, doar o mică parte a populației din piețele ale țărilor din Europa de Est sau din piețele vecine își poate permite călătorie în străinătate (din cauza puterii de cumpărare mici). Totuși, Bulgaria are un mare potențial de interes manifestat pe toate aceste piețe, care depășește (în unele țări de câteva ori) volumul actual al călătoriilor. Un alt avantaj comun al acestor



piețe este prezentat de faptul că ele au o anumită "apropiere" de Bulgaria, cea ce înseamnă o apropiere geografică ca o țară vecină (care de obicei crește numărul călătoriilor), sau apropiere și cunoaștere, bazate pe cultura, istoria și limba apropiate.

Piețele țintă pot fi conturate și pe baza preferințelor față de forme specifice de turism. Bulgaria are un grup țintă relativ larg. Aceasta se datorează cu precădere produsului principal al țării - vacanța la mare (așa denumitul produs turistic de masă oferit pe piață), care de obicei atrage persoane din toate vârstele, și din toate nivelele de educație și venituri. Spre deosebire de acesta, călătoriile orientate spre turismul cultural sau vacanțele cu sporturi de iarnă, de exemplu, sunt atractive numai pentru persoane din anumite vârste, nivele de educație și venituri.

Programul anual de promovare națională turistică pentru anul 2016 al Bulgariei specifică următoarele piețe, în conformitate cu alegerea tradițională a turiștilor din țara respectivă:

Piața "Bulgaria" - turiștii bulgari preferă vacanțele de week-end, Spa și wellness, ecoturism, festivaluri culturale și artistice, manifestări sportive, vacanțe de schi și de vară;

Piețe tradiționale de masă - vacanță la mare și vacanță de schi - Germania, Marea Britanie, Rusia, Ucraina, țările Scandinave, Europa Centrală, Franța, Benelux, țările Balcanice;

Piețe de interese speciale - manifestări specializate (Spania), ecoturism și turism cultural (Franța), turism cultural și balnear (Germania, Israel), de aventură (Marea Britanie), de pelerinaj (Rusia), festivaluri culturale și artistice (Japonia și China), turism cultural (Italia, Spania), turism balnear (țările Scandinave);

Piețe noi cu potențial de dezvoltare - Asia Centrală și Orientul Îndepărtat.

Programul național de promovare turistică pentru anul 2016 al Bulgariei stabilește prioritatea următoarelor piețe, cu scopul de a sprijini măsurile de comunicare:

(1) Piețe de prioritate primordială pentru Bulgaria trebuie să fie Germania, Rusia, România, Marea Britanie, Grecia, Turcia;

(2) Piețe de prioritate secundară trebuie să fie Franța, Polonia, Benelux, Cehia, Austria, Macedonia, Israel, Serbia, Italia, Suedia, Ungaria;



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Дателe фурнлзатe де INS реферитoарe ла турлштлл стрлнл care au vizitat Bulgaria stabllesc o altл ordlne a плeтeлor, cлror турлштл алeг Bulgaria ca destlналтe турлстлcл.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Tabelul 7 Înnoptări realizate în Bulgaria, exprimate în locuri de cazare de cetățeni străini

	2013	2014	2015	2016	% rata de creștere 2016/2013
<i>TOTAL</i>	14,370,426.00	14,077,798.00	13,352,281.00	16,150,666.00	12.4%
<i>Uniunea Europeană</i>	8,299,093.00	8,232,264.00	8,660,299.00	10,888,611.00	31.2%
<i>Alte țări europene</i>	4,398,673.00	3,896,720.00	2,723,160.00	3,286,609.00	-25.3%
<i>Germania</i>	2,286,613.00	2,342,577.00	2,339,836.00	3,232,877.00	41.4%
<i>Federația Rusă</i>	2,823,295.00	2,396,020.00	1,355,826.00	1,865,558.00	-33.9%
<i>România</i>	1,454,411.00	1,203,802.00	1,462,940.00	1,587,836.00	9.2%
<i>Polonia</i>	837,196.00	933,527.00	989,481.00	1,368,215.00	63.4%
<i>Marea Britanie</i>	1,042,027.00	1,010,391.00	1,124,930.00	1,341,086.00	28.7%
<i>Alte țări</i>	446,144.00	536,935.00	632,910.00	722,548.00	62.0%
<i>Israel</i>	318,596.00	401,104.00	467,981.00	546,817.00	71.6%
<i>Republica Cehă</i>	312,840.00	339,099.00	360,762.00	502,461.00	60.6%
<i>Norvegia</i>	335,719.00	328,516.00	292,558.00	321,416.00	-4.3%
<i>Belgia</i>	177,567.00	185,751.00	210,164.00	315,099.00	77.5%
<i>Franța</i>	259,255.00	274,332.00	261,327.00	303,767.00	17.2%
<i>Grecia</i>	225,925.00	226,457.00	225,201.00	246,235.00	9.0%
<i>Slovacia</i>	222,026.00	220,884.00	205,760.00	224,202.00	1.0%
<i>Dania</i>	165,581.00	150,038.00	170,985.00	186,533.00	12.7%
<i>Ungaria</i>	168,056.00	139,739.00	158,569.00	184,279.00	9.7%
<i>Olanda</i>	151,084.00	144,099.00	130,473.00	177,476.00	17.5%
<i>Italia</i>	130,237.00	164,211.00	162,101.00	176,888.00	35.8%
<i>SUA</i>	96,279.00	103,527.00	136,987.00	150,377.00	56.2%

Sursă: INS



Datele prezentate referitoare la înnoptările realizate în Bulgaria unesc călătorii în scopuri turistice și de afaceri, așa că ele nu trebuie acceptate ca un indicator de atractivitate turistică. Nu trebuie subestimat nici faptul că deplasările de afaceri se transformă într-o nișă tot mai importantă pentru dezvoltarea destinațiilor turistice. De la datele expuse reiese că țările care manifestă interes legat de turismul cultural, după cum sunt menționate mai sus - Franța, Germania, Israel, Italia înregistrează o rată de creștere categorică a numărului înnoptărilor în ultimii 4 ani. Impresionanta este și rata de creștere semnificativă a numărului înnoptărilor realizate care revine Belgiei (77%) și Israel (71.6%), ipoteza fiind că majoritatea acestora este realizată în capitala sub forma de călătorii de afaceri, în rezultatul relațiilor tot mai bune administrative - de serviciu cu Belgia și comerciale, cu Israel. Totuși, călătoriile organizate a turiștilor israelieni până la litoralul bulgar al Mării Negre, și preferințele acestora de combinare a turismului de masă cu cel alternativ (vezi mai sus), este o premisă suficientă pentru diferențierea Israelului ca o piață țintă de prioritate medie. Grupului acesta s-ar putea alătura SUA și Olanda, care înregistrează o rată de creștere esențială în numărul înnoptărilor realizate în Bulgaria. Datorita diversității etnice bogate, care populează ambele state, turiștii din aceste țări nu sunt clasificați ca iubitori tradiționali ai turismului de masă. Dacă interesul în creștere manifestat al SUA și Israel față de Bulgaria este combinat cu o strategie de marketing adecvată a rutei cultural - istorice țintă, regiunea transfrontalieră Bulgaria - România ar fi destul de atractivă pentru țările îndepărtate SUA și Israel, pentru care posibilitatea de a vizita mai multe țări cu o destinație (ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“) este de importanță serioasă.

O piață aproape analogică a turiștilor străini este înregistrată și în România. În ultimul compendiu al IRS privind dezvoltarea turismului din țară sunt prezentate date numai pentru anul 2015 și 2016, aici fiind expuse numai datele pentru anul 2016, dina cauza lipse unor date statistice suficiente care ar permite înregistrarea unei tendințe de dezvoltare.

Tabelul 8 Înnoptări realizate de cetățeni străini în locuri de cazare, România, 2016

Țară	Număr înnoptări	Cotă din numărul total al turiștilor din Europa
Germania	546,275	15.41%
Italia	452,274	12.76%
Ungaria	295,065	8.32%
Franța	264,482	7.46%



Marea Britanie	250,763	7.07%
Polonia	174,764	4.93%
Spania	170,279	4.80%
Moldova	159,075	4.49%
Grecia	115,237	3.25%
Bulgaria	112,030	3.16%
Olanda	109,745	3.10%
Austria	108,796	3.07%
Israel	579,414	
SUA	254,487	

Sursă: INS, România

Surprinzător este faptul că cele mai multe înnoptări din România în anul 2016 au fost realizate de către cetățeni ai Israelului, numărul înnoptărilor acestora depășind cu puțin cel înregistrat de liderul Germania, iar cetățeni ai SUA depășesc după grad de vizitare reprezentantul tradițional al grupului piețelor principale - Marea Britanie. După cum este menționat în Anexa 3.5 Analiza turismului, destinații nepopulare, precum Bulgaria și România, atrag tot mai mulți vizitatori din țări neeuropene, și o strategie de marketing pentru dezvoltarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ urmează a reflecta adecvat această tendință. La o comparație a piețelor țintă Bulgaria și România se evidențiază următoarele diferențe:

(1) Țările Scandinave, împreună cu Cehia și Slovacia, sunt o piață cu potențial de dezvoltare în Bulgaria, în segmentul de turism maritim, iar în România acest sub-sector nu este competitiv dezvoltat, prin urmare aceste țări lipsesc din grupul țărilor cu grad sporit de vizitare a țării;

(2) România este o destinație selectată deseori de țările vecine, precum și de Franța, Spania și Italia, datorita similitudinii în sistemele lingvistice cu ultimele trei țări. Acesta este un factor de importanță enormă pentru dezvoltarea turismului, din cauza capacității limbii de formare unui sentiment de apropiere și similitudine în multe alte sectoare.

(3) Marea Britanie este piața țintă principală pentru turismul din Bulgaria și România, dar această țară mai degrabă este susținător al turismului de masă (de litoral, de iarnă) și în mai mică măsură a turismului alternativ. Totuși britanici în vârstă de pensie formează un grup țintă fundamental de turism cultural, în combinație cu turism balnear, pentru care în Bulgaria și România se pot oferi resurse inepuizabile pentru orice gust. Legătură istorică a rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere



România - Bulgaria“ cu prima ruta de limes roman, certificat de UNESCO, care cuprinde țările Marea Britanie și Germania, este un element obligatoriu al strategiei de marketing pentru dezvoltarea rutei.

România, asemănător Bulgariei, identifică piețe pentru dezvoltarea turismului în țara. În planul național operațional și marketingul strategic pentru perioada 2011-2015 sunt evidențiate 8 piețe țintă principale: Germania, Italia, Franța, Marea Britanie, Austria, Rusia, SUA, Ungaria și 11 piețe cu potențial: Olanda, Spania, Polonia, Belgia, Suedia, Bulgaria, Ucraina, Serbia, Republica Moldova, China, Japonia.

De la examinarea efectuată până aici, datele cantitative (date statistice oficiale pentru Bulgaria și România) și cele calitative (analiza unor documente strategice) privind turiștilor străini care vizitează Bulgaria și România, s-ar putea prezenta rezumat și grupa în următoarele piețe prioritare ale rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, cu orizont de timp 2030.

Cele mai potrivite de inclus la grupul **piețe prioritare principale** ale rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ sunt:

(1) Germania, Austria, Slovacia, Ungaria, Croația, Serbia, Moldova, Ucraina - țări traversate de fluviul Dunăre;

(2) Cehia, Polonia, Franța, Spania și Italia - primele două țări sunt țări tradiționale pentru turismul bulgar, cu un număr în creștere a înnoptărilor realizate, căror turiști prezintă tendință de combinare a turismului de masă cu cel alternativ, mai ales cei care vizitează zona litoralului bulgar al Mării Negre. Ultimele trei sunt o piață tradițională pentru România, cu indicatori în proces de îmbunătățire, iar Franța și Italia înregistrează un interes tot mai mare și față de Bulgaria ca o destinație turistică, care oferă o diversitate de resurse naturale și antropogene. Diversitatea resurselor este și o caracteristică distinctivă pentru turismul din Franța, Spania și Italia.

(3) Israel - cetățeni ai acestei țări vizitează tot mai des România și Bulgaria, înregistrând o rată de creștere permanentă și durabilă; demonstrează un interes crescut față de combinarea turismului de masă și cel alternativ, mai concret, a turismului cultural cu cel balnear.

Cele mai potrivite piețe de inclus în grupul **piețelor principale de prioritate medie** ale rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ sunt:



(1) SUA și Olanda - țări cu un număr în creștere al înoptărilor realizate, care sunt cu o diversitate etnică cu numeroase interese și preferințe, aceasta fiind o premisă de neclasare a turiștilor din aceste țări în grupul iubitorilor tradiționali ai turismului de masă;

(2) Letonia, Lituania, Estonia - turiștii străini din cele trei țări și interesul de învățare unor culturi noi (contrar imaginii tradiționale create de culturi izolate și închise) este tot mai mare;

(4) Marea Britanie - grup țintă 66+;

(5) China - vizitele turiștilor chinezești în ambele țări înregistrează o rată de creștere durabilă. Interesul acestei țări față de civilizația și istoria europeană este incontestabil, și în combinație cu estimările de flux de turiști străini cu cea mai rapidă creștere până în 2030 China se transformă într-o piață potențială serioasă.

Cele mai potrivite piețe de inclus la grupul **piețelor de o prioritate scăzută** pentru ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ până în anul 2030 sunt:

(1) Federația Rusă și țările Scandinave - interesul turiștilor din aceste țări față de turismul de masă predomină față de cel manifestat față de turismul alternativ. Pentru turiștii din țările Scandinave, croazierele fluviale de la Dunărea Superioară până la ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, promovate prin marketing adecvat sub formă de pachete turistice, prezintă o alternativă, sau adaugă valoare turismului de masă, destinației. Numărul turiștilor atrași pentru turismul cultural și croazierele fluviale ar fi fost relativ mic, aceasta fiind principalul motiv pentru poziționarea lor în acest grup de piețe.

(2) Țări europene relativ mici - Portugalia, Malta, Cipru, Irlanda, cu propunere de diversificare a turismului de litoral, care este turismul cheie pentru țările situate pe insule sau peninsule, cu turismul fluvial, unde elementul de ”apă” este de importanță determinantă pentru alegerea destinației.

Cele mai potrivite piețe de inclus la grupul **piețelor cu prioritate limitată** pentru ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ sunt:

(1) Elveția și Luxemburg - țări cu preferințe de destinații de o clasă superioară mai scumpă;



(2) Țări din Asia Centrală, Orientul Îndepărtat, America Latină, Africa, Australia, Noua Zeelandă și Canada.

Dezvoltarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ ca un produs turistic cultural - istoric integrat atrage următoarele grupuri țintă de turiști:

1. Grupuri organizate de la croaziere de pe fluviul Dunării;
2. Persoane în vârstă peste vârsta medie în grupuri organizate;
3. Persoane în vârstă medie, care își organizează singuri călătoriile;
4. Tineri în vârstă de până în 29 ani;
5. Grupuri de copii, elevi.

Grupurile 1,3,4,5 sunt identificate în cadrul “Studiului de fezabilitate a produsului turistic cultural - istoric comun: Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, realizat în cadrul prezentului proiect. Grupul țintă 2 este menționată ca grupul de prioritate de către Asociația touroperatorilor și agenților turistici, cu ajutorul căreia s-a elaborat chestionarul pentru studierea opiniei membrilor săi cu privire la caracteristicile necesare pentru transformarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, într-un produs turistic competitiv. În urma studiului prin chestionare realizat, 43% din respondenții consideră că ruta este cea mai atractivă pentru grupul 2. Un număr egal de voturi (27%) își împărtășesc grupurile 1 și 3.

Ținând cont de starea actuală a rutei, ca un complex de obiective turistice dezvoltate și nedezvoltate, profilul turistului care vizitează cel mai des ruta s-ar contura în felul următor: cetățean străin, în vârstă de aproximativ 30 de ani și peste această vârstă, de educație superioară, cu posibilități financiare medii, care folosește pachet turistic/ călătorie organizată.

Turiștii bulgari și cei români care vizitează ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ ar avea următorul profil: persoane de toate vârstele, care locuiesc cu precădere în orașele mari, deseori cu venituri medii sau peste veniturile medii, cu durata medie a sejurului - între 2 și 3 zile.



2.5 Analiza SWOT

Rezultatele analizei social - economice au demonstrat că toate teritoriile, care se încadrează în arealul rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ au un potențial turistic nedevelopat, care necesită investiții serioase, un marketing atractiv și management eficient. Este prezent un consum sezonier și diversificare limitată a rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, durată limitată a sejurului și venituri medii mici ai turiștilor. Diversitatea obiectivelor presupune o fragmentare în abordările pentru managementul acesteia, care ar afecta integritatea rutei. Gradul diferit de socializare și de garantare a infrastructurii necesare obiectivelor produce alte caracteristici deficitare ale rutei, care împreună cu avantajele sale competitive incontestabile, formează punctele de ieșire la planificarea cadrului strategic. Dintre cele mai serioase deficite ale obiectivelor bulgare din ruta sunt prezentate de diversa proprietate a acestora și infrastructura generală și specializată nedevelopată la obiectivele secundare. Majoritatea obiectivelor sunt de proprietate privată sau mixtă. Serviciile necorespunzătoare și prețurile mici ale produselor turistice bulgare creează pericolul de formare a unei imagini durabile a țării ca o “destinație ieftină”. Sărăcia și veniturile mici ale unei părți semnificative a populației din regiunea țintă limitează consumul și accesul la cultură și restrâng piața turistică internă. Sistemul veche de instruire profesională în domeniul turismului și lipsa unui interes sau stimulente suficiente, precum și a unor forme contemporane de educație și calificare în domeniul turismului, nu contribuie la interpretarea turistică adecvată a resurselor cultural - istorice.

În procesul de elaborare a analizei SWOT în scopurile planificării strategice pentru dezvoltarea rutei sunt identificați următorii factori de cea mai mare influență asupra transformării rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ într-un produs turistic afirmat:

- (1) Rolul esențial pentru dezvoltarea rutei revine potențialului său de integrare cu o altă rută turistică cultural - istorică transnațională afirmată - Limesul Dunărean.
- (2) 1/3 din obiectivele din ruta funcționează ca obiective turistice individuale, deja fiind incluse la lista preliminară UNESCO;
- (3) De importanță majoră pentru dezvoltarea rutei sunt factorii, care influențează finanțarea, creditarea și impunerea fiscală a turismului cultural. Diversele stimulente fiscale din România pentru stimularea ofertei turistice cresc posibilitățile de dezvoltare



competitivă a infrastructurii și serviciilor în regiunea țintă, dar rămânerea în urmă a Bulgariei în această direcție creează riscul de dezvoltare neechilibrată a rutei;

(4) Lipsa unei promovări atractive a turismului cultural - istoric în ambele țări, care în cea ce privește Bulgaria generează aprofundarea imaginii negative a țării ca o “destinație ieftină”. Această imagine este sprijinită și de rămânerea în urma în ritmurile de creșterea calității produsului turistic bulgar în comparație cu cele oferite de țările concurente, inclusiv România. Calitatea necorespunzătoare a majorității componentelor produsului turistic bulgar este dintre cele mai mari probleme cu care se confruntă sectorul în zilele de azi. Totodată, din cauza lipsei unei politici de marketing eficiente din partea hotelierilor bulgari, produsul de calitate superioară se vinde la prețuri mici;

(5) Starea actuală a superstructurii turistice din regiunea țintă este nesatisfăcătoare și necompetitivă;

(6) Cu introducerea tehnologiilor informaționale și de comunicații în cererea și oferta din domeniul turismului se impune tendința de mărire a cotei turismului cultural la nivel mondial. Aceasta pe de o parte se datorează informațiilor tot mai accesibile privind diferite subiecte culturale - istorice, iar pe de altă parte - creșterii numărului vacanțelor de durată scurtă și de week-end pentru vizitarea unor manifestări culturale. Un aport la dezvoltarea acestui tip de turism revine și expansiunii de zborurilor low-cost, care fac destinațiile accesibile unui număr tot mare de turiști;

(7) Turismul cultural - istoric rareori are loc în formă ”curată”, fiind combinat foarte des cu alte tipuri de turism tradiționale și specializate, ceea ce crește probabilitatea pentru un număr mai mare de turiști la destinațiile culturale - istorice. Este potrivit de practicat pe tot cursul anului și în afara perioadelor turistice active;

(8) Ca și destinații naturale, zonele de a lungul malurilor unor fluvii, împreună cu destinații de insule și de coastă, sunt destinațiile expuse în cea mai mare măsură schimbărilor mediului înconjurător, care ar putea provoca transformarea alegerii turistice și a activităților turistice. Trebuie aplicată o abordare echilibrată, bazată pe principiile de atenuare (adică acțiuni, care limitează factorii care contribuie la schimbarea climei, atenuând în așa fel acțiunea sa) și adaptare (adică întreprinderea măsurilor necesare pentru a face față consecințelor în urma schimbării climei).

În rezultatul tuturor celor menționate până aici, sa elaborat prezenta analiză SWOT pentru dezvoltarea inovativă și perfecționarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul



regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ într-un produs turistic. Sensul analizei SWOT nu numai presupune și justifică elaborarea unei strategii, dar stabilește direcția de aducerea unor intervenții prin încercarea de minimizare a efectelor punctelor slabe și maximizarea beneficiilor punctelor forte.

Tabel 9 Analiză SWOT pentru dezvoltarea rutei “Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
Mare potențial pentru diferențierea rutei paralel ca un produs turistic individual “Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România-Bulgaria“” și ca o parte din ruta transnațională “Limes Dunărean”.	Dezvoltare economică și turistică neechilibrată a unor teritorii din regiunea țintă, inclusiv agravarea declinului demografic al regiunii țintă.
Un mare potențial pentru integrarea rutei cu alte forme de turism preferate.	Formă neechilibrată de management al unor obiective de pe ambele maluri ale Dunării.
Sfera geografică a rutei se încadrează în regiuni turistice promovate prin marketing din Bulgaria și România.	Dezvoltare insuficient prioritizată a turismului cultural - istoric de către autoritățile naționale, regionale și locale.
Un mare potențial de management al rutei comun și coordonat cu partenerii locali.	Slabă coordonare între subiecții de management al turismului cultural - istoric din regiune.
	Lipsa unei imagini ușor de recunoscut a regiunii transfrontaliere România - Bulgaria, ca o destinație turistică cultural - istorică.
	Un caracter relativ puternic accentuat de sezonalitate.
	Lipsește stimulente pentru investiții pentru obiectivele bulgare.
	O ocupare medie anuală scăzută a locurilor de cazare din regiunea țintă.
	Calitate inferioară a infrastructurii tehnice generale la obiectivele secundare de pe teritoriul bulgar al rutei.
	Calitate inferioară infrastructurii specializate (de ex. servicii principale și complementare) la majoritatea obiectivelor din cadrul rutei.



	Un sistem staționar necorespunzător indicatoare și panouri informative în limbă engleză și prezentare minimă a informației turistice în cadrul obiectivelor.
	Expunere neatractivă a principalelor obiective din ruta.
	Implementare slabă a tehnologiilor informaționale și de comunicare la funcționarea obiectivelor.

POSSIBILITĂȚI	PERICOLE
Cerere crescută a formelor de turism alternative pe plan global, regional și național.	Un val global de terorism și extremism tot mai accentuat.
Creșterea cererii turistice pe baza apropierii teritoriale și etnice.	Un destin neclar al UE după expirarea perioadei de programare curentă (Brexit, Ungaria, Polonia).
O imagine în curs de îmbunătățire a României ca un stat democratic în care se respectă supremația legii, cea ce atrage investițiile străine în domeniul turismului și turiștii străini.	Imagine în curs de degradare a Bulgariei ca "o destinație ieftină" în care se oferă servicii de calitate inferioară.
Cota în creștere a zborurilor "low cost" și creșterea numărului aeroporturilor care deservesc asemenea zboruri.	Dezvoltarea turismului cultural - istoric nu este stabilită ca o prioritate de către Bulgaria și România.
O clusterizare în proces de dezvoltare, inclusiv în domeniul turismului cultural - istoric.	Incapacitate instituțională la contracararea eficientă a vânătorilor de comori.
Teritoriul rutei se încadrează în teritoriul Strategiei UE pentru dezvoltarea Regiunii Dunărene.	Manifestări în creștere a schimbărilor climatice și a cataclismelor naturale.
1/3 din obiectivele cultural - istorice din cadrul rutei funcționează ca obiective turistice individuale.	

După cum reiese din analiza, predomină punctele slabe ale rutei, adică în momentul de față acesta este necompetitiv a atrage un număr în creștere de turiști. Rezultatul incontestabil presupune și justifică dezvoltarea unei Strategii de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.



III. Obiective strategice, misiune, viziune pentru dezvoltarea durabilă a turismului cultural - istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria

3.1. Priorități, viziune, misiune și obiective strategice

Cadrul strategic al Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este elaborat în contextul unei serii de documente strategice de planificare (vezi secțiune 1.1.1), în conformitate cu abordările noi de organizare spațială, coordonare și management teritorial al turismului cultural - istoric, inclusiv abordările tehnologice noi la adaptarea și expunerea obiectivelor arheologice. Conceptul rutei, descris detaliat în cadrul studiului de fezabilitate al proiectului, este “supus directivelor UNESCO privind manifestarea și păstrarea autenticității și integrității rutei culturale în caracteristicile sale multidimensionale, întrucât prin includerea unui număr mai mare de obiective, sincronizate și conectate de elementele principale, care aparțin primordial subiectului rutei și care au păstrat structura sa originală, ruta crește integritatea sa ca un sistem”²⁴. Această este o rută înc curs de dezvoltare, deschisă în timp, cărei dinamici este sprijinită de 90 de obiective (vezi Anexă 1), care dispun de potențialul de a fi dezvoltate conform priceperilor contemporane de păstrare a patrimoniului cultural și industriei turistice. Diversitatea obiectivelor presupune o fragmentare în abordările de management al rutei, care ar afecta integritatea sa. Gradul diferit de socializare și de garantare a infrastructurii necesare obiectivelor produce alte caracteristici deficitare ale rutei, care împreună cu avantajele sale competitive incontestabile, formează punctele de ieșire la planificarea cadrului strategic. Nu în ultimul loc, prioritățile, viziunea, misiunea și obiectivele strategice ale Strategiei pentru dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ sunt formulate, discutate și adoptate cu participarea activă și legătură inversă a părților interesate din regiunea țintă. Dezvoltarea durabilă a turismului cultural presupune o conformare maximă cu interesele comunităților locale. Ele urmează să fie câștigătorii principali în urma dezvoltării, a fi incluși optim la dezvoltarea și în special la realizarea

²⁴ Studiu de fezabilitate al produsului turistic cultural - istoric comun: Rută „frontieră romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, pag. 153, 2017



produselor turistice culturale, a participa activ la păstrarea și managementul patrimoniului cultural material și nematerial.

Procesul consultativ pentru stabilirea și adoptarea cadrului strategic al Strategiei s-a desfășurat destul de lung timp, pentru a fi posibilă luarea în considerare cu mare atenție a rezultatelor obținute în urma dezbatelor și propunerile pentru modificările cadrului. Procesul s-a desfășurat în trei direcții:

(1) s-au realizat 10 mese rotunde cu toate părțile interesate - 5 în județele bulgare care se încadrează pe teritoriul rutei și 5 în județe române, cu un număr general al participanților de 301. În cadrul meselor rotunde s-a realizat un chestionar adresat participanților (vezi secțiune II. Analiză situațională a dezvoltării turismului cultural - istoric pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria), la care respondenții au evaluat după grad de realitate cele trei variante propuse de viziune și misiune. Părțile interesate au avut o posibilitate suplimentară pentru dezbaterăa cadrului strategic al Strategiei la desfășurarea meselor rotunde;

(2) s-au realizat 4 întâlniri de lucru cu Beneficiarul pentru dezbaterăa și adoptarea cadrului strategic;

(3) totodată, s-a realizat un studiu online prin chestionare (vezi secțiune II. Analiză situațională a dezvoltării turismului cultural - istoric pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria) în rândul touroperatorilor și agenților turistici, în cadrul căruia respondenții au stabilit prioritățile punctelor forte și ale punctelor slabe ale rutei, d.p.d.v. al transformării sale într-un produs turistic cultural - istoric - o bază semnificativă, pe care se bazează definirea cadrului strategic.

- **Viziune și misiune**

La pregătirea propunerilor de viziune și misiune s-a efectuat o examinare detaliată a B unor viziuni deja determinate din documente strategice actuale la nivel european, național, regional și transnațional. Au fost studiate direcțiile metodologice de planificare strategică din Bulgaria, căror definiție de viziune și misiune se acceptă prioritară la stabilirea cadrului strategic al Strategiei. Viziune reprezintă o direcție realistă a dezvoltării viitoare. Aceasta reprezintă imaginea rutei pentru o perioadă lungă de timp și ilustrează modul în care această rută ar trebuie să arate după finalizarea realizării Strategiei. Viziunea garantează că ruta este situată în contextul direcției generale dorite referitoare la dezvoltarea sa și la rândul său, determină cadrul



care nu trebuie depășit de obiectivele. Conform Metodologiei de planificare strategică, viziunea urmează să fie:

- impresionantă - clară și provocativă;
- concentrată - definește obiectivul și direcția;
- orientată spre viitor - atingerea stării dorite;
- orientativă - definește direcțiile, fără a limita, fiind adresată spre depășirea punctelor slabe depistate și a deficitelor;
- durabilă - prezintă o perspectivă pe termen lung, fără a fi blocantă;
- este conformată macroobiectivelor prevăzute în documente strategice și relevante.

Dacă viziunea stabilește starea dorită a rutei, atinsă într-un anumit interval de timp, prin misiunea ADO Dunav și Camera de comerț, industrie, navigație și agricultură - orașul Constanța, declară obiectivele și obligațiile sale, domeniul de competență și direcțiile de acționare la dezvoltarea, managementul și perfecționarea rutei.

Accente cheie ale viziunii și misiunii Strategiei sunt conturate încă în studiul de fezabilitate, într-o direcție care ar garanta obținerea unui produs turistic cultural - istoric, care "să reprezintă o rețea de puncte focare integrate conectate tematic de oprit, care promovează dezvoltarea identității regionale și memoria colectivă" (pag. 59).

De asemenea, trebuie menționate unele deficite cheie ale rutei, care formează punctele de ieșire la definirea viziunii și misiunii Strategiei:

- proprietatea fragmentată pentru o serie de obiective bulgare - premisă pentru dezvoltarea neechilibrată și managementul rutei, care afectează integritatea sa;
- infrastructură generală sa specializată parțial construită sau lipsă la obiectivele secundare - din nou o premisă pentru dezvoltarea neechilibrată și managementul rutei, care afectează integritatea sa;
- implementarea insuficientă de tehnologii informaționale și de comunicare la managementul și socializarea unor obiective din ruta.

Totodată, ruta deține și avantaje competitive incontestabile, care s-ar putea generaliza în felul următor:



- Mare potențial pentru diferențierea rutei paralel ca un produs turistic individual “Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România-Bulgaria“” și ca o parte din ruta transnațională “Limes Dunărean”;
- Patrimoniu natural și cultural pe teritorii, care se încadrează în ruta, este obiect de protecție de către UNESCO;
- Condiții favorabile pentru integrarea rutei cu alte forme de turism.

Viziunea urmează să propună un scenariu pentru starea dorită a rutei, care să asigure depășirea punctelor slabe și să amplificarea celor forte, în așa fel încât să fie posibilă transformarea sa de la ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ într-un produs turistic atractiv și reușit. Perioada de timp a Strategiei cuprinde intervalul de timp 2018-2030, pentru a fi sincronizată cu alte documente strategice relevante cu termen de acțiune până în anul 2030, precum de exemplu Raportul adresat Consiliului European de către grupul de reflecție privind viitorul UE în anul 2030 , Tourism towards 2030 al OTM de pe lângă ONU, Strategie de dezvoltare durabilă s turismului 2014-2030, National Sustainable Development Strategy Romania 2013-2020-2030 și altele.

În rezultatul documentelor examinate și analizei studiului de fezabilitate, s-au definit trei variante de viziune și misiune a Strategiei, iar în urma procesului consultativ și întâlnirile de lucru cu Beneficiarul, s-au adoptat variantele finale de viziune și misiune a Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“:

Viziunea 2030 a Strategiei: "Frontiera Romană în cadrul regiunii transfrontaliere România-Bulgaria" - integrat, instituționalizat și inovatoare, care dezvoltă traseul turistic cultural și istoric în regiunea transfrontalieră România-Bulgaria

Misiunea 2030 a ADRM Dunărea și CCINA - Constanța pentru implementarea Strategiei: Coordonarea proceselor, în parteneriat cu toate părțile interesate, privind îmbunătățirea și dezvoltarea inovativă a rutei ca produs turistic integrat cultural și istoric durabil



- **Obiective strategice și priorități**

După ce s-a constatat că turismul cultural - istoric este recunoscut ca o prioritate importantă pentru dezvoltarea turismului aproape în toate documentele examinate regionale, județene și locale de planificare și lipsa necesității de stabilire unui obiectiv suplimentar în cadrul prezentei Strategii, care să fie menit dovedirii raționalității dezvoltării rutei, s-a procedat la evidențierea etapelor și componentelor cheie din dezvoltarea turismului. S-a impus conceptul că sensul și folosul Strategiei constă în propunerea și realizarea unor soluții pentru depășirea principalelor deficite ale dezvoltării teritoriale durabile și echilibrate a turismului cultural - istoric în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, anume soluționarea unor probleme din domeniile cheie - infrastructură, dezvoltarea produsului de turism cultural - istoric (în cazul nostru aceste este ruta), instituționalizarea și garantarea informației. Titlul însăși al Strategiei (Strategie de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“) determină două direcții de intervenție prin metoda de acțiune prevăzută - inovarea. În Anexa 5.3 s-au evidențiat următoarele funcționalități ale inovării în contextul rutei:

(1) Aceasta este o rută în proces de dezvoltare, deschisă în timp, cărei dinamici este sprijinită de 18 obiective turistice arheologice în proces de funcționare de valoare cultural - istorică sporită (ele sunt obiect de perfecționare în cadrul Strategiei), de cele 44 obiective arheologice secundare (ele sunt obiect de dezvoltare în cadrul Strategiei), de 8 obiective ale patrimoniului cultural nematerial și 20 muzee tematice - în total 90 de obiective;

(2) Abundența de diverse obiective, care alcătuiesc ruta, permite evidențierea unor sub-rute locale, care va acordă un impuls suplimentar în dezvoltarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“;

(3) Socializarea obiectivelor secundare din ruta urmează a se efectua prin metodele arheologiei neinvazive și reconstrucției digitale a obiectivelor.

Dezvoltarea inovativă și perfecționarea rutei nu s-ar putea realiza fără aplicarea unor măsuri de management al acestui proces, cu participarea autorităților locale și a comunității. Aspectul principal legat de dezvoltarea reușită a turismului cultural - istoric constă în elaborarea și realizarea unei strategii, care generează o industrie turistică



durabilă. Strategie, care va aduce beneficii pe termen lung celor trei grupuri sociale principale ale procesului turistic - populația locală, turiștii și persoanele care prestează servicii turistic, fără a aduce daune mediului natural și antropogen în locul destinației. Participarea tuturor părților interesate la planificarea și realizarea politicilor și măsurilor publice crește legitimitatea eforturilor depuse și ajută la mobilizarea energiei autorităților și celei sociale. Prin urmare, se formează o a treia componentă la stabilirea obiectivelor Strategiei - (3) management comun/ în parteneriat, împreună cu dezvoltarea (1) și perfecționarea rutei (2).

Formularea unor propuneri de obiective strategice și priorități se poate baza și pe rezultatele obținute în urma analizei SWOT (vezi secțiune 2.5). Aici vor fi menționate evaluări cheie privind punctele forte și cele slabe ale rutei, căror corectare poate fi de competența ADO Dunav și Camerei, și pentru a fi posibilă urmărirea mai ușoară a logicii de constituire a cadrului strategic al Strategiei:

Puncte slabe:

- Formă neechilibrată de management al obiectivelor din cadrul rutei de pe ambele maluri ale Dunării;
- Slaba coordonare între subiecții de management al turismului cultural - istoric din regiune;
- Lipsa unei imagini ușor de recunoscut a regiunii transfrontaliere România - Bulgaria, ca o destinație turistică cultural - istorică;
- Calitatea inferioară a infrastructurii tehnice generale la obiectivele secundare de pe teritoriul bulgar al rutei;
- Calitatea inferioară a infrastructurii specializate (de exemplu servicii principale și complementare) pentru majoritatea obiectivelor din ruta;
- Un sistem staționar necorespunzător de indicatoare și panouri informative în limbă engleză și prezentare minimă a informației turistice în cadrul obiectivelor;
- Expunere neatractivă a principalelor obiective din ruta;
- Implementare slabă a tehnologiilor informaționale și de comunicare la funcționarea obiectivelor.

Puncte forte:

- Mare potențial pentru diferențierea rutei paralel ca un produs turistic individual și ca o parte din ruta transnațională “Limes Dunărean”;
- Un mare potențial pentru integrarea rutei cu alte forme de turism preferate;



- Sfera geografică a rutei se încadrează în regiuni turistice promovate prin marketing în Bulgaria și România;
- Un mare potențial de management al rutei comun și coordonat cu partenerii locali.

Sensul analizei SWOT nu doar presupune și justifică elaborarea unei Strategii, ci și stabilește direcția de intervenții prin încercare de minimizare a efectelor punctelor slabe și maximizarea foloaselor punctelor forte. În urma conformării cu premisele descrise mai sus, s-au propus pentru dezbatere împreună cu părțile interesate și Beneficiarul trei variante de obiective strategice și priorități, fiind selectate ca variante finale următoarele:

Obiectiv strategic 1	Dezvoltarea și perfecționarea rutei ca o destinație turistică cultural - istorică, legată de patrimoniul roman mondial.
<i>Prioritate 1</i>	<i>Prezentarea rutei în atenția publicului</i>
<i>Prioritate 2</i>	<i>Dezvoltare durabilă și perfecționarea rutei</i>
Obiectiv strategic 2	Dezvoltarea și implementarea unor sisteme de management comun inovativ și perfecționarea rutei
<i>Prioritate 1</i>	<i>Parteneriat pentru dezvoltarea inovativă a rutei</i>
<i>Prioritate 2</i>	<i>Managementul competent și eficient al rutei</i>
Obiectiv strategic 3	Transformarea rutei într-un produs turistic inovativ cultural - istoric integrat durabil
<i>Prioritate 1</i>	<i>Potențial turistic crescut al rutei</i>
<i>Prioritate 2</i>	<i>Integrarea rutei într-o rețea culturală largă</i>

IV. Plan strategic

Planul strategic este elaborat în conformitate cu modelele afirmate și practicile contemporane din domeniul planificării strategice a turismului. Este aplicată o combinație de câteva principii de bază:

- **Publicitate.** Planul este obiectul unor dezbateri publice cu peste 300 de locuitori din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, prin realizarea următoarelor: (1) 10 mese rotunde, (2) chestionar în rândul unui număr de 114 părți interesate din regiunea, (3) studiu online prin chestionare în rândul touroperatorilor și agenților



turistici și (4) 4 întâlniri de lucru cu Beneficiarul, dedicate cadrului strategic și planului Strategiei.

- **Coordonare.** Strategia, în special cadrul său, planul și programul de realizare, ocupă cu succes locul său în sistemul de documente pentru dezvoltarea Regiunii Dunărene, prin conformarea, interpretarea și concretizarea propunerilor cu documentele de un nivel superior - Strategia UE pentru Regiunea Dunării, Strategia generală pentru dezvoltarea teritorială durabilă a regiunii transfrontaliere România - Bulgaria (SPATIAL), European Charter for Sustainable and Responsible Tourism, CE, planuri de dezvoltare regionale, județene și municipale, etc.
- **Concentrare.** Obiectivele specifice ale planului permit o concentrare clară a eforturilor și resurselor într-un număr optim de direcții complementare pentru dezvoltarea și perfecționarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.
- **Conectivitate.** Este folosită abordarea contemporană integrată de planificare, diferitele acțiuni fiind interconectate pentru îmbunătățire în comun a diferitelor aspecte din dezvoltarea turismului cultural - istoric din regiune, și în special - a rutei. Conectivitatea este precizată și în filosofia însăși a Strategiei, bazate pe managementul durabil comun al tuturor proceselor, legate de realizarea sa, și în special prin priceperea ADO Dunav, CCINA, autorităților publice și a părților interesate ca un organ de management neformal.
- **Argumentare.** Structurarea și conținutul planului strategic sunt bazate pe regularitățile în dezvoltarea turismului, generalizate de opinia publică, rezultatele sintetizate ale studiilor prin chestionare și conformitatea Strategiei cu documente strategice și de planificare relevante.
- **Operaționalitate.** Planul strategic se finalizează cu o serie de măsuri, descompuse în acțiuni, care permit întreprinderea unor acțiuni clare, de susținere reciprocă în următoarele 12 ani, unite în urmărirea obiectivului general al Strategiei - transformarea rutei într-un produs/destinație turistic competitiv/ă.

4.1. Obiective specifice

Formularea obiectivelor specifice respectă o abordare analogică definirii cadrului strategic - realizarea unei analize documentare privind obiectivele specifice din cadrul



unor documente strategice și de planificare relevante, conformarea concluziilor studiilor analitice realizate și ale analizei SWOT pentru dezvoltarea rutei, consultare cu publicul și cu experți. Baza importantă acumulată pentru conturarea direcției de realizare a obiectivelor specifice și a priorităților sale, materializate în obiectivele specifice, a permis elaborarea ultimelor, ținând cont de principalele elemente de principiu la stabilirea obiectivelor:

- A stabili direcția concretă de acționare, să fie specifice;
- Realizarea acestora să ducă la atingerea obiectivelor strategice;
- Să fie realiste și să fie posibilă realizarea acestora într-o perioadă de timp dată;
- Să fie măsurabile și să faciliteze procesul de supraveghere și evaluare a modului de realizare a Strategiei;

În urma procesului descris mai sus, s-au formulat definitiv următoarele obiective specifice:

Obiectiv strategic 1	
Dezvoltarea și perfecționarea rutei ca o destinație turistică cultural - istorică, legată de patrimoniul roman mondial	
Prioritate 1.1	Prioritate 1.2
Prezentare publică a rutei	Dezvoltare durabilă și perfecționarea rutei
Obiectiv strategic 1.1.1	Obiectiv strategic 1.2.1
Creșterea gradului de informare publică, profesională și instituțională cu privire la dezvoltarea rutei	Crearea unor condiții favorabile pentru dezvoltarea durabilă și perfecționarea rutei

Obiectivul strategic 1.1.1 este motivat de faptul că ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este diferențiată ca atare în cadrul proiectului curent în proces de realizare. În integritatea sa, aceasta nu este cunoscută publicului larg și industriei turistice, iar această cunoaștere este premisa pentru însușirea potențialului său și pentru atingerea gradului de vizitare a rutei dorit. Atingerea obiectivului - rută populară în rândul publicului larg și mediilor - devine un argument cheie, care în mare măsură justifică planurile și eforturile pentru inițierea



construirii sale inovative și pentru stimularea vizitării sale de către turiștilor - obiectiv specific 1.2.1. Sunt puse bazale pentru dezvoltarea inovativă a rutei, prin aplicarea unor bune practici și prin atragerea unor instituții academice la dezbaterile și proiectele privind aplicarea unor soluții și procese tehnologice contemporane la cercetarea, reconstrucția și interpretarea obiectivelor turistice din ruta.

Obiectiv strategic 2	
Dezvoltarea și implementarea unor sisteme de management inovativ comun și de perfecționare a rutei	
Prioritate 2.1 Parteneriat pentru dezvoltarea inovativă a rutei	Prioritate 1.2 Management competent și eficient al rutei
Obiectiv strategic 2.1.1 Crearea unui spațiu comun pentru dezvoltarea și perfecționarea turismului cultural - istoric și a rutei	Obiectiv strategic 1.2.1 Creșterea capacității participanților la managementul rutei și la furnizarea unor servicii turistice pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria

După poziționarea rutei în spațiul public și inițierea construirii sale moderne, se impune necesitatea de căutare și obținere unui sprijin larg pentru instituționalizarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” (obiectiv specific 2.1.1). Dezvoltarea instituțională este un factor de importanță primară pentru atingerea competitivității produsului cultural - istoric. Aceasta devine un fapt după ce autoritățile publice recunosc potențialul rutei de un factor în dezvoltarea turismului cultural - istoric. Simultan cu stabilirea unor parteneriate cu autorități regionale/ județe/ județene/ locale, o altă acțiune de folos în această direcție este prezentată de formarea unor cooperări utile transfrontaliere și transnaționale, pentru că ele nu numai legitimează eforturile legate de transformarea rutei într-o destinație turistică finală, dar sunt și o sursă inepuizabilă de bune practici, idei și abordări pentru atingerea eficace și eficiente a scopului acesta.

În mersul instituționalizării rutei și punerii bazelor managementului săi comun, ar fi utilă inițierea unor inițiative pentru creșterea capacității tuturor participanților la



ацете процесe - обектив специфич 1.2.1. În rezultatul studiilor analitice și evaluărilor privind dezvoltarea turismului în regiunea țintă, precum și în timpul dezbaterilor la mesele rotunde, de mai multe ori s-a evidențiat caracteristica deficitară a regiunii legată de lipsa unor resurse umane calificate care ar fi putut angajate în acest sector. Călătoriile turistice în jurul regiunii fluviului Dunăre sunt în creștere, dar volumul industriei turistice scade, calitatea serviciilor prestate este în proces de deteriorare. Lipsesc abilități de management a unui produs transfrontalier de mărime atât de semnificativă și cu o stare a infrastructurii atât de diversă, la toate nivelele de conducere. Aceasta justifică o necesitate puternică și urgentă de creșterea capacității diferitelor grupuri țintă pentru participarea reușită și aportul acestora la managementul comun al rutei.

Obiectiv strategic 3	
Transformarea rutei într-un produs turistic cultural - istoric inovativ integrat	
Prioritate 3.1 Potențial turistic crescut al rutei	Prioritate 3.2 Îmbunătățirea integrității rutei
Obiectiv specific 3.1.1 Modernizarea obiectivelor secundare cu potențial și îmbunătățirea managementului acestora	Obiectiv specific 3.2.1 Îmbunătățirea integrității rutei

Capacitatea crescută așteptată a părților, care participă la managementul rutei contribuie la transformarea treptată a rutei într-o destinație turistică afirmată, în toate direcțiile de dezvoltare. Direcția cheie majoră, dar care necesită cele mai multe resurse și timp pentru realizarea sa, este direcția construirii infrastructurii, modernizării, expunerii obiectivelor prin metode tehnologice contemporane (reconstrucție digitală pentru realitate adăugată, virtuală sau mixtă). Obiectivul specific 3.1.1 cuprinde inițiative în această direcție legate cu precădere de obiectivele secundare, întrucât ele vor avea nevoie de o interpretare turistică contemporană și accesibilă. Rolul ADO Dunav și CCINA în aceste procese poate fi numai de sprijinire activității autorităților publice, întrucât dezvoltarea infrastructurii rutei este de competența exclusivă a ultimilor. Ca un sprijin adresat eforturilor autorităților pentru crearea unui mediu favorabil de vizitarea obiectivelor este obiectivul specific 3.2.1, care este menit îmbunătățirii



integrității rutei, ținând cont de gradul diferit de socializare a obiectivelor de pe ambele maluri ale Dunării. Acesta este încă un pas pentru transformarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” într-o destinație turistică căutată și preferată de turiști care navighează de-a lungul fluviului și care vizitează Bulgaria și România. O abordare pentru îmbunătățirea integrității sale simultan cu îmbunătățirea popularității rutei, ar putea fi poziționarea rutei într-o rețea de rute și manifestări culturale, elaborarea, realizarea și popularizarea unui calendar cultural roman, etc.

Realizarea cumulativă a cadrului strategic al Strategiei se așteaptă a produce rezultatul principal căutat în urma realizării sale - transformarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” într-o destinație turistică afirmată în cadrul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria.

4.2. Program pentru realizarea obiectivelor specifice

Realizarea cadrului strategic al Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun, legat de patrimoniul roman, ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria”, care cuprinde o perioadă de 22 de ani (2018-2030), este sprijinită de 32 de acțiuni, grupate tematic în 9 măsuri, în scopurile planificării strategice, managementului, monitorizării și evaluării. În anexa 4 programul este prezentat sub formă de tabel, pentru o comoditate mai mare la utilizarea sa.

Atingerea rezultatului Obiectivului strategic 1 “Dezvoltarea și perfecționarea rutei ca o destinație turistică cultural - istorică, legată de patrimoniul mondial roman” este asigurată de 3 măsuri, după cum urmează:

(1) Măsură 1.1.1.1 Poziționarea rutei în mediul public

După cum sugerează denumirea măsurii, aici sunt planificate acțiuni orientate spre creșterea informării publicului și a experților cu privire la existența rutei. O asemenea acțiune ar putea fi includerea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” în registre și platforme pentru popularizarea turismului. Există zeci de asemenea registre și platforme, toate online, fiind dezvoltate noi în permanent. Asemenea sunt de exemplu: <http://bulgariatravel.org/>, <http://romaniatourism.com/>, <https://www.roughguides.com/>,



<http://www.lonelyplanet.com/>, <https://www.viator.com/>, <https://www.tripadvisor.com/>, site-uri și blog-uri de călătorii comune 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. O altă activitate legată de formarea unei imagini pozitive a rutei constă în includerea rutei la ordinea de zi a unor manifestări regionale, naționale și transfrontaliere relevante, cea ce este de competența ADO Dunav și Camerei din Constanța, ca apărători cheie și activiști în eforturile comune pentru afirmarea rutei. Prezentarea rutei la burse/ expoziții/ manifestări specializate și participarea sa la competiții turistice (de ex. platforma EDEN și competiția Read and Travel organizată de Muzeul regional de istorie din Shumen), trebuie să fie un obiectiv prioritar la transformarea sa într-o destinație turistică. În contextul acesta este încercarea ambelor organizații de a nu întrerupe contactul cu părțile interesate, prin continuarea desfășurării unor întâlniri tematice cu ele, după cum s-a stabilit la desfășurarea meselor rotunde, în legătură cu direcția, inițiativele și dezvoltarea inovativă a rutei.

(2) Măsură 1.2.1.1 Asigurarea unui sprijin profesional și tehnologic pentru dezvoltarea durabilă și perfecționarea rutei

Acest grup de activități este menit sprijinirii atractivității rutei și stimulării participanților la industria turistică de a oferi serviciu de o calitate superioară, pentru creșterea gradului de mulțumire al vizitatorilor pe baza căruia se va crește și competitivitatea destinației. Este planificată formarea unor parteneriate de expertiză cu instituții academice, pentru asigurarea unei baze de transfer și aplicare a celor mai noi performanțe din domeniul arheologiei, pentru a fi posibilă socializarea obiectivelor din cadrul rutei în mers cu cele mai contemporane soluții inovative. Un alt element de natură inovativă este crearea unui calculator turistic în sprijinul unui grup tot mai mare de turiști, care își organizează singuri călătoriile sale. Cu ajutorul acestui calculator, vizitatorii își pot contura singuri ruta lor individuală, printr-o hartă interactivă (propunere din cadrul meselor rotunde), din numeroasele obiective și sub-rute ale rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria”. Programe individuale, personal pregătite, pentru o experiență adevărată și deplină, este cea ce caută turiștii. Calculatorul va permite și chiar va stimula combinarea turismului cultural - istoric cu alte forme de turism din regiune. Totodată, în sprijinul turiștilor, ADO Dunav și Camera din Constanța sunt încurajați a dezvolta un instrument în favoarea industriei, prin stimularea antreprenoriatului. Aceasta este idea pentru elaborarea unui sistem de



certificare a obiectivelor din industria turistică (locuri de cazare și alimentare) din cadrul rutei turistice cultural - istorice din regiunea transfrontalieră România Bulgaria. Se stabilește o marcă de calitate și fiecare dintre obiectele industriei, care a îndeplinit criteriile de certificare, primește acest certificat, ca un avantaj competitiv față de locurile de cazare și alimentare necertificate. Deținerea certificatului ar aduce o serie de beneficii purtătorilor săi: rezultate de afaceri îmbunătățite, sisteme de management și proceduri de menținere e termen lung a calității superioare și nivelul de mulțumire în rândul clienților, recunoaștere pe piață, perfecționare și competitivitate, transparență, clienți loiali, instruiți profilate, acces direct la piața, informație actuală privind tendințele din sfera serviciilor și altele.

(3) Măsură 1.2.1.2 Desfășurarea unor instruiți periodice, analize și estimări pentru dezvoltarea turismului în regiunea transfrontalieră, care supra-construiesc și actualizează cele existente

Dezvoltarea și perfecționarea rutei nu s-ar realiza fără menținerea unei baze de date actualizate continuu, unor studii, evaluări privind subiectele legate de ruta, precum și de turismul cultural - istoric în general. Această este o modalitate de menținere actualității rutei în condițiile unei concurențe în creștere. Nu în ultimul loc, acest grup de activități prevede realizarea unor studii prin chestionare în mod regulat cu privire la gradul de vizitare a obiectivelor, iar ADO Dunav și Camera din Constanța urmează a transfera rezultatele lor în măsuri pentru îmbunătățirea dezvoltării și perfecționarea rutei ca o destinație turistică cultural - istorică.

Realizarea *Obiectivului strategic 2 Dezvoltarea și introducerea unor sisteme de management inovativ comun și perfecționarea rutei* este sprijinită de următoarele 3 grupuri de inițiative, menite creării unui capital teritorial pentru management în parteneriat și perfecționarea rutei:

(1) Măsură 2.1.1.2 Dezvoltarea cooperării interregionale și transnaționale în domeniul turismului cultural - istoric

Dezvoltarea potențială a rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” într-un context izolat de mediul său înconjurător, nu este o direcție de acțiune favorabilă și recomandabilă. După cum s-a accentuat de mai multe ori, evoluția rutei este întemeiată pe bazele democratice a managementului comun, în parteneriat a unui activ public. Funcționarea eficientă a turismului ca o activitate economică necesită coordonarea diverselor persoane interesate la nivel regional și



local. În țările - membre vechi, principiul de parteneriat deja este o componentă încorporată în programarea și în planificarea proiectelor, iar în țările - membre noi participarea pe scară largă a părților interesate urmează a deveni o normă. Experiență europeană și mondială în domeniul managementului asemănător, și cu privire la calificarea resurselor umane angajate, prezintă exemple neepuizabile de bune practici. Transformarea unui teritoriu și a așezărilor situate pe acesta într-o destinație turistică provoacă nu numai o schimbare spațială, dar și social-culturală. Caracterul său pozitiv sau negativ depinde de existența sau de lipsa unui management al resurselor cultural - istorice durabil, împărțit de toate părțile interesate. Prin urmare, ADO Dunav, CCINA și toate părțile interesate urmează a însuși la maxim cunoștințele și abilitățile testate și dovedite de alți parteneri cu privire la managementul contemporan al rutelor cultural - istorice. În plus, conform unei recomandări a Consiliului Europei, fiecare rută culturală trebuie să aibă capacitatea a stimula crearea unor proiecte multidisciplinare, internaționale pe termen lung pentru rute culturale în cadrul unui număr prioritar de sfere de acțiune: lucrări de cercetare - dezvoltare; evidențierea memoriei, istoriei și patrimoniului european; schimb cultural și educațional de tineri europeni; practici cultural și artistice contemporane; turism cultural și dezvoltare culturală durabilă. Totodată, prin elementele secundare adăugate încă nedezvoltate s-ar putea aștepta includerea pe scară largă a unor proiecte interregionale/ internaționale multidisciplinare pe termen lung, precum și asigurarea posibilității de schimb educațional și cultural. În acest context sunt propuse acțiunile “Dezvoltarea unui mecanism de împărțire a experienței și a bunelor practici la managementul destinațiilor cultural - istorice” și “Elaborarea și implementarea unor politici și programe pentru îmbunătățirea calității forței de muncă în domeniul turismului cultural - istoric”.

Experiența schimbată și împărțită accentuează legitimitatea rutei, facilitând instituționalizarea sa. Un act posibil de instituționalizare a rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” de exemplu este semnarea unui memorandum de management comun între cele două organizații și autorități publice, în căror jurisdicție se încadrează obiectivele din ruta. Memorandumul este o dovadă pentru recunoașterea rutei ca o resursă publică cu beneficii social - economice pentru comunitățile țintă.

Nu în ultimul loc, ADO Dunav și Camera din Constanța urmează a depune eforturi maxime pentru dezvoltarea competitivității rutei în toate direcțiile posibile. Varianta



cea mai optimistă, la această etapă, este formarea unor parteneriate cu instituții responsabile, responsabile pentru managementul unor obiective similare, dar totodată și concurente a rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria”. Acesta este primul pas necesar pentru aderarea rutei la alte destinații cultural - istorice mai globale.

(2) Măsură 2.2.1.1 Consolidarea capacității de management strategic și durabil al rutei

În aceasta măsură sunt planificate acțiuni mai concentrate în direcția creșterii capacității de management strategic și durabil al rutei, grupurile țintă principale pentru această măsură fiind reprezentanții autorităților publice. Se prevede evaluarea necesităților de instruire a participanților la dezvoltarea și managementul rutei. Un program de instruire eficient urmează a satisface necesitățile persoanelor incluse în cadrul acestuia. Identificarea acestor necesități s-ar putea realiza prin diferite metode, inclusiv prin: (1) consultare cu cursanții; (2) consultare cu conducătorii direcți ai acestora; (3) consultarea altor persoane, care cunosc activitatea cursanților potențiali (subordonații, colegii, clienții acestora), etc. Este sprijinită elaborarea unor programe de instruire interactivă continuă în domeniul turismului cultural - istoric - tehnologiile informaționale și de comunicare inovative penetrează agresiv acest sector, deseori organele autoguvernării rămânând lateral acestor tendințe. Muzeele de istorie regionale, deși sunt participanți serioși în interpretarea turistică a patrimoniului cultural - istoric, deseori nu dispun de resursele financiare și umane necesare pentru a face față necesităților în creștere a turistului pentru o prezentare tot mai atractivă, diversă și de reținut a culturii și istoriei. Personalul limitat al muzeelor are nevoie de perfecționare continuă a capacității sale de atragere unor vizitatori noi.

Sunt planificate participări ale ADO Dunav și ale Camerei la instruirii pentru perfecționarea propriei capacități administrative pentru dezvoltarea și managementul destinației turistice, în conformitate cu dezvoltarea necesităților în decursul timpului, care însoțesc indispensabil dezvoltarea rutei.

Totodată, crearea unui comitet științific, care este și o recomandare a OMTONU n cadrul Ghidului său pentru managementul destinațiilor turistice, de asemenea este propusă în setul de activități, menite creșterii capacității participanților la managementul rutei. Membrii acestui comitet ar putea fi compus de 7 (de număr impar pentru a se respecta principiul de vot majoritar) academicieni și practicieni eminenți din domeniul arheologiei, arhitecturii, istoriei și turismului. Rolul acestora se va exprima în consultări



și în generarea unor idei noi și modele de expunere contemporană, socializare și interpretare a obiectivelor. Comitetul este propus ca un organism consultativ la structura decizională neformală comună, între ADO Dunav și CCINA, formată pentru necesitățile și obiectivele Strategiei (vezi mai jos).

Un stimulent și motivare de perfecționare continuă a cunoștințelor și abilităților în sectorul cultural - istoric este participarea ca membri a ADO Dunav și a Camerei la organizații relevante de membru. Asemenea pot fi Danube Cultural Cluster, Arbeitsgemeinschaft Donauländer, Danube Chambers of Commerce Association, Danube Competence Center, DAC Danubius Academic Consortium, și multe altele, cărui liste exhaustive s-ar putea vedea aici: <http://www.danube-region.eu/funding/who-is-who>. Participarea în calitate de membru la organizații similare, unite de obiective comune, asigură transferul permanent de cunoștințe noi și de bune practici la managementul rutei, cea ce pe de altă parte, reduce la minim pierderea actualității și atractivității sale.

(3) Măsură 2.2.1.2 Consolidarea capacității de furnizare unor servicii la obiectivele turistice din cadrul rutei

În această măsură este concentrată aspirație de dezvoltare paralelă, împreună cu evoluției rutei, a industriei turistice, care deservește obiective din ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria”. În condiții de o concurență puternică, mai ales în condițiile trecerii la o economie de piață, este foarte importantă integrarea eforturilor tuturor subiecților, legați direct sau indirect de turism. În multe locuri din regiunea transfrontalieră lipsesc ghiduri, care ar adăuga valoare vizitei turistice. În lipsa acestora, indiferent de gradul de atractivitate a expunerii obiectivelor din patrimoniul roman comun, experiența turistului rămâne incompletă - lipsește informație istorică adecvată legată de obiectivul vizitat. Calitatea inferioară a serviciilor hoteliere și de restaurant, exprimată în lipsa unor cunoștințe și abilități profesionale, și în necunoașterea unor limbi străine, deseori este sursa unor experiențe negative, atât pentru turist, cât și pentru atractivitatea destinației, care scade la un nivel critic. Ca răspuns al acestor deficite este planificată acțiunea “Elaborarea în parteneriat, a unor programe de instruire legate de creșterea cunoștințelor și abilităților persoanelor angajate la obiectivele turistice și la obiectivele din ruta”. La realizarea sa, ADO Dunav și CCINA sunt încurajați a căuta diverse soluții pentru depășirea acestei trăsături negative a turismului local. Asemenea soluții pot fi următoarele:



- Parteneriat cu instituții academice, școli profesionale, centre de instruire profesională și alte instituții, pentru elaborarea unor programe de instruire și calificare contemporane destinate persoanelor angajate în acest sector, care urmează a începe cariera sa în domeniul turismului;
- Instruire pentru manageri culturali și ghizi cu profil “patrimoniul cultural”;
- Instruiri pentru restauratori, hotelieri, camerişti, ospătari, bucătari, inclusiv furnizarea unui serviciu de instruire mobil, adică - instruire pe loc;

În scopul dezvoltării unei industrii turistice competitive, care deservește ruta, este prevăzută și acțiunea “Participări la vizite de studiu la organizații, responsabile pentru managementul destinațiilor turistice”, care ar permite și furnizorilor de servicii turistice a beneficia de pozitivele obținute în urma schimbului de experiență și bunelor practici.

Realizarea *Obiectivului strategic 3 Transformarea rutei într-un produs turistic cultural - istoric inovativ integrat durabil* este sprijinită de trei grupuri de acțiuni, adresate principalelor deficite și posibilități pentru dezvoltarea rutei.

(1) Măsură 3.1.1.1 Îmbunătățirea socializării obiectivelor - o premisă cheie pentru transformarea rutei într-un produs turistic. Necesitățile de construire a infrastructurii și interpretarea modernizată a obiectivelor secundare, în principal pe teritoriul bulgar al rutei, sunt evidente (vezi Anexă 3.3). Lipsesc drumul, electrificare și alimentare cu apă, wi-fi, zone de parcare și odihnă, infrastructura de informații și indicatoare este foarte slab dezvoltată sau chiar lipsește, etc. Cu cât mai urgentă este necesitatea de asemenea investiții, cu atât mai multe resurse și timp sunt necesare. ADO Dunav și CCINA nu au un angajament direct pentru realizarea lucrărilor de infrastructură, dar ar putea ajuta autoritățile publice cu expertiză (transfer de cunoștințe și tehnologii), instruiri, pregătire propuneri de proiect, etc.

O altă activitate de sprijin în această direcție, de competența ambelor organizații, constă în atragerea unor studenți și voluntari la realizarea excavărilor arheologice la obiective și pentru stagii la muzee. Stagiul reprezintă o formă contemporană atractivă de satisfacere a lanțului continuu de cerere și ofertă în anumite sectoare economice, precum turismul, de exemplu. ADO Dunav și CCINA ar putea dezvolta diverse programe de stagiu în parteneriat cu universități și licee profesionale, de la care au de câștigat toate părțile participante.

(2) Măsură 3.1.1.2 Crearea unor condiții favorabile pentru managementul eficient și durabil al obiectivelor



Și în acest grup de activități este prevăzut sprijinul ADO Dunav și CCINA acordat autorităților publice la obținerea unui statut juridic de protecție, în conformitate cu legislația aplicabilă și la cesionarea dreptului de folosință și management al obiectivelor cu proprietate diversă - o prolemă fundamentală a obiectivelor bulgare cu care se confruntă dezvoltarea echilibrată și integrată a rutei.

Este planificată o acțiune, menite încurajării autorităților publice pentru dezvoltarea și adoptarea unui mecanism de realocare a unei părți din veniturile din turism, pentru protecția și managementul obiectivelor din ruta. Prin caracterul său instabil, turismul periclitează valoarea universală extraordinară a obiectului cultural - istoric. Nu este reglementată legătură economică necesară între patrimoniul cultural și turismul, în special - alocarea unei părți din profitul provenit din activitățile turistice, pentru protecție obiectelor.

(3) Măsură 3.1.2.1 Poziționarea rutei în rețeaua de rute și manifestări culturale

Acest grup de activități este menit consolidării integrării rutei. În momentul de față, obiectivele sunt vizitate cu o intensitate diferită. Popularitatea obiectivelor secundare ale patrimoniului cultural - istoric roman din ruta „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” este nesatisfăcător de scăzută. În momentul de față sunt atractive numai câteva obiective de pe ambele maluri ale Dunării, pentru care sunt realizate proiecte de protecție de socializare și/sau care sunt populare datorita locației sale în centre urbane mai mari. Este fapt că această rută este în proces de diferențiere, din acest motiv sunt necesare pași pentru depășirea caracterului săi fragmentar și pentru integrarea sa într-un sistem. Integrarea rutelor culturale la diferite nivele (local, național, regional, european, mondial) într-o rețea prezintă posibilități de un turism cultural deschis, care este în stare a cuprinde toate nivelele de obiecte culturale. Fragmentarea pieței turismului cultural doar în cadre locale va produce un efect parțial și incomplet, nuda o mare parte a resursei turistice va rămâne inaccesibilă. Un avantaj competitiv incontestabil al rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” constă în posibilitatea de aderare acesteia la o rețea de rute similare, de exemplu la Limesul Dunărean, Pe drumul împăraților romani, Pe drumul vinului, Frontiere romane, Limesul German Retinian superior și altele. Astfel ruta își asigură o recunoaștere pe plan mondial și un loc cheie în cataloagele turistice mondiale și europene.

Abundența de diverse obiective, care fac parte din ruta, permite diferențierea unor sub-rute locale, care ar da un impuls suplimentar în dezvoltarea rutei „Frontiera romană



pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria”. Conectarea rutelor culturale într-o rețea teritorială creează posibilități de reglare flexibilă a fluxurilor de turiști. În locul numărului limitat de destinații unice, care supraîncarcă obiectivele culturale principale, s-ar putea dezvolta o rețea de destinații interne, care să distribuie uniform fluxurile turistice. Astfel sunt create condiții pentru satisfacerea interesului turistic cu privire la întreaga diversitate de caracteristici ale patrimoniului cultural cu privire la tipurile, straturile, valorile, subiectele sale, etc. Și nu în ultimul loc, se deschide o posibilitate de manifestare a potențialului întreg al regiunii turistice și pentru activarea unei resurse culturale - turistice necunoscute până acum.

Nu în ultimul loc, este prevăzută crearea unui calendar cultural transfrontalier, dedicat patrimoniului cultural, care combină vizitele obiectivelor din ruta cu manifestări din patrimoniul cultural roman nematerial.

4.3 Mecanism de actualizare

Fiecare document strategic, care cuprinde o perioadă de acțiune relativ îndelungată, urmează să fie actualizat. În secțiunea 8 sunt descriși factorii, care impun actualizarea, aici vor fi evidențiate în variantă rezumată accentele cheie.

De mai multe ori în Strategia până aici că dezvoltarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ este planificată a se realiza în dinamică, printr-un proces continuu de perfecționare a obiectivelor existente și de dezvoltare a unor obiective noi (de exemplu sub-rute locale) din ruta. În sensul acesta, Strategia se poate defini ca un sistem dinamic complex, cărui dezvoltare cuprinde două aspecte principale: (1) dezvoltarea rutei „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ și (2) conformitatea dinamicii rutei cu cadrul regulator în vigoare și cu intențiile și dorințele părților interesate cu privire la direcția dezvoltării sale. Aceasta determină existența unui număr mare de factori, care conturează gradul de realizare a obiectivelor, măsurilor, acțiunilor prevăzute în Strategia.

În general, circumstanțele care impun actualizarea Strategiei sunt prezentate de schimbările apărute în: (1) condițiile economice și sociale din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria; (2) legislația națională relevantă sau în legislația UE; (3) strategii și programe de sector, care influențează realizarea Strategiei, precum și în conformitate cu rezultatele obținute în urma evaluării gradului său de realizare.



Обиект de actualizare sunt toate sau unele elemente ale Strategiei, actualizarea impunându-se din cauza interconexiunii acestora, care din partea sa creează legături de cauzalitate. De exemplu, la apariția unor schimbări esențiale în mediul social - economic al regiunii transfrontaliere, aceasta ar cauza modificarea analizei situaționale a Strategiei, car ar impune modificări în analiza SWOT, cadrul strategic și planul, întrucât definirea ultimelor două de mare măsură se bazează pe mediul social - economic actual.

Validarea schimbărilor în curs de realizare în contextul Strategiei de obicei este realizată de observatori independenți sub forma evaluării gradului de realizare a Strategiei. Evaluările pot fi anuale, intermediare, ulterioare - în funcție de obiectivele urmărite.

Procesul, legat de reevaluarea necesității de evaluare independentă a gradului de realizare a Strategiei, precum și atribuirea și acceptarea activității de evaluatorilor independenți este condus de Comitetul transfrontalier pentru managementul Strategiei (CTMS). În p. 7.1.4. din prezenta Strategie este descrisă structura și mecanismul de luare a deciziilor de către Comitet.

V. Tabel financiar indicativ, care prezintă rezumat resursele necesare pentru realizarea Strategiei

Tabelul financiar indicativ (vezi Anexă 5) pentru realizarea Strategiei se bazează pe bugetul și principiile prevăzute la planificarea sa.

Bugetul cadrului strategic în mare măsură este de caracter estimativ și indicativ. Așteptările de bugetare detaliată și de informație concretă legată de finanțarea potențială a cheltuielilor, legate de realizarea Strategiei, sunt greu de realizat. Dezvoltarea și perfecționarea rutei se încadrează în intervalul de timp de trei perioade de programare ale UE, cărui fonduri formează principala sursă de finanțare. Acestea sunt perioadele de programare 2014-2020, 2020-2027 și 2027-2034. Din această perioadă de programare, pentru care posibilitățile de aplicare sunt relativ mai clar determinate, rămân abia 2 ani, pentru aplicare, clasare și negociere. Perioada este prea scurtă pentru a fi concentrate o parte din fondurile, necesare pentru executare a Programului pentru realizarea Strategiei. Abia anul acesta au început negocierile pentru cadrul prioritar și financiar al următoarei perioade de programare, iar cele referitoare la perioada 2027-2034 nu stau în ordinea de zi. Un factor serios, care ar putea încetini sau chiar opri



realizarea Strategiei este viitorul neclar și ezitant al UE. Raportând și faptul că programele indicative pentru anunțarea invitațiilor de aplicare la fonduri UE sunt elaborate în fiecare an, posibilitatea de o finanțare previzibilă a Strategiei este minimă. Principalele considerente la bugetarea valorii indicative a cheltuielilor la executarea acțiunilor din Programul de realizare a Strategiei sunt următoarele:

- Conformarea valorii indicative cu categoriile de cheltuieli (remunerări, instruiți, deplasare, achiziționare materiale și echipament, etc.) și valoarea de piață a acestora în momentul de față din Bulgaria și România;
- În bugetul propus, pentru fiecare acțiune sunt prevăzute cheltuieli sumare, care vor fi realizate de ADO "Dunav" și CCINA;
- Este căutat un grad de realitate maximă și de fezabilitate a bugetului;
- Bugetul propus pentru fiecare acțiune este rezumat pentru întreaga perioadă de realizare a Strategiei. Este nerațională repartizarea acestora pe perioade de realizare din cauza lipsei de informații cu privire la tipul și valoarea cheltuielilor admisibile după anul 2020;
- Cheltuielile pentru managementul realizării Strategiei trebuie să formeze o cotă de aproximativ 15% din valoarea totală a bugetului său, în grupul acesta de cheltuieli încadrându-se toate acțiunile efectuate de către echipei ADO "Dunav" și CCINA, legate de monitorizarea și evaluarea gradului de realizare a Strategiei. În cheltuielile de management nu sunt incluse sumele prevăzute pentru atribuirea acțiunilor unor executanți externi, în legătură cu efectuarea unor evaluări intermediare și actualizări ale Strategiei;
- Nu se prevede atragerea unor fonduri prin scheme de finanțare publică - privată, întrucât în Programul pentru realizarea Strategiei nu sunt planificate măsuri de infrastructură. ADO "Dunav" și CCINA nu dețin proprietate asupra obiectivelor din ruta, din această cauză nu dispun de drepturile și responsabilitățile legate de managementul direct al acestora. Aceasta determină caracterul nerezonabil al planificării și bugetării măsurilor legate de îmbunătățirea infrastructurii obiectivelor. Alte fonduri private, precum de exemplu sponsorizare și sprijin financiar, ar putea fi atrase de ADO "Dunav" și CCINA prin inițiative publice de caracter distractiv, precum de exemplu evenimentele din calendarul cultural roman.



- Neraționalitatea planificării unor proiecte investiționale în prezenta Strategiei determină lipsa unei pregătiri de proiect a obiectivelor în cadrul bugetului și Programului pentru realizarea Strategiei. Pregătirea de proiect reprezintă evaluarea capacității organizației respective pentru realizarea unor îmbunătățiri infrastructurale aduse obiectivelor și resurselor de importanță publică. Această implică existența: (1) unui proiect tehnic sau de lucru, în conformitate cu un act normativ relevant; (2) studiu pentru determinarea caracteristicilor tehnice, (3) evaluarea conformității proiectului investițional cu cerințele normative, etc. Aici trebuie remarcat faptul că în cadrul studiului de fezabilitate al proiectului este evaluată pregătirea de proiect pentru fiecare dintre obiectivele din ruta „Frontiera română pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“, care necesită îmbunătățiri. Această evaluare este prezentată în Anexa 5.8. “Pregătire de proiect a obiectivelor” din studiul de fezabilitate.

- Menționarea conformității acțiunilor din cadrul Strategiei cu operațiuni din Programele operaționale respective, ar afecta coerența bugetului, întrucât este prezentă informație pentru o perioadă de numai 3 ani, iar Strategia acoperă o perioadă de 12 ani. Totuși, mai jos este prezentată informație referitoare la surse potențiale de finanțare a Strategiei până la sfârșitul perioadei de programare curente a UE.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



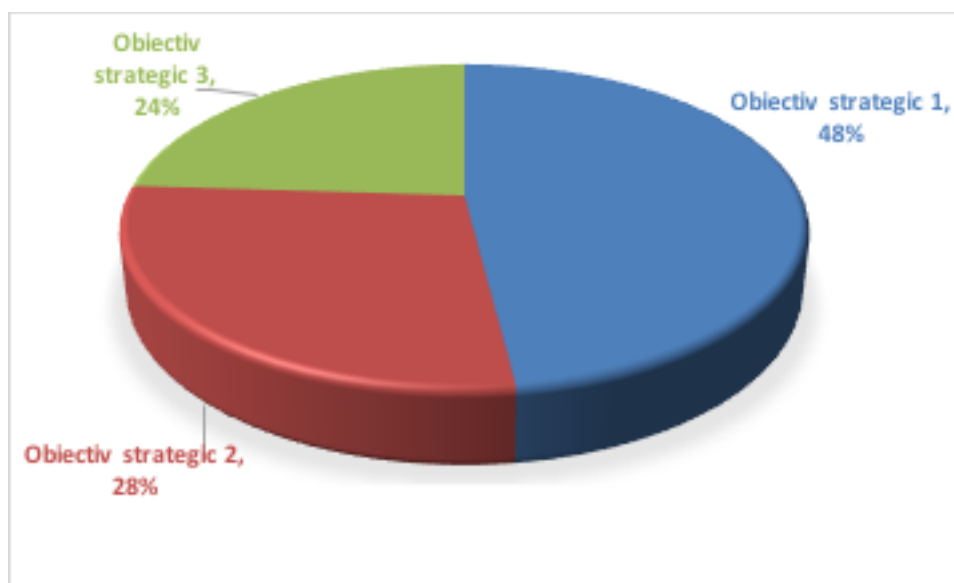
Tabel 10 Bugetul Strategiei

Perioada 2018-2030	Finanțare proprie și comună			Finanțare publică din exterior						Finanțare privată		Total
	Fonduri proprii	Buget local	Cotă totală (%)	Buget central	Cotă totală (%)	Fonduri UE	Cotă totală (%)	Alte surse	Cotă totală (%)	PPP/Concesiune	Cotă totală (%)	
Obiectiv strategic 1	€ 50,000		10%	€ 50,000	10%	€ 380,000	80%					€ 480,000
<i>Prioritate 1.1</i>	€ 20,000		15%			€ 110,000	85%					€ 130,000
<i>Prioritate 1.2</i>	€ 30,000		9%	€ 50,000	14%	€ 270,000	77%					€ 350,000
Obiectiv strategic 2	€ 40,000		15%			€ 155,000	56%	€ 80,000	29%			€ 275,000
<i>Prioritate 2.1</i>	€ 20,000		20%			€ 80,000	80%					€ 100,000
<i>Prioritate 2.2</i>	€ 20,000		11%			€ 75,000	43%	€ 80,000	46%			€ 175,000
Obiectiv strategic 3	€ 55,000	€ 15,000	29%			€ 95,000	40%	€ 75,000	31%			€ 240,000
<i>Prioritate 3.1</i>	€ 40,000	€ 15,000	39%			€ 60,000	43%	€ 25,000	18%			€ 140,000
<i>Prioritate 3.2</i>	€ 15,000		15%			€ 35,000	35%	€ 50,000	50%			€ 100,000
TOTAL	€ 145,000	€ 15,000	16%	€ 50,000	5%	€ 630,000	63%	€ 155,000	16%			€ 995,000



După cum reiese din tabel, repartizarea bugetului în cele două fonduri principale “Finanțare proprie și locală” și “Finanțare publică din exterior” este cu 84% în favoarea celui de al doilea fond.

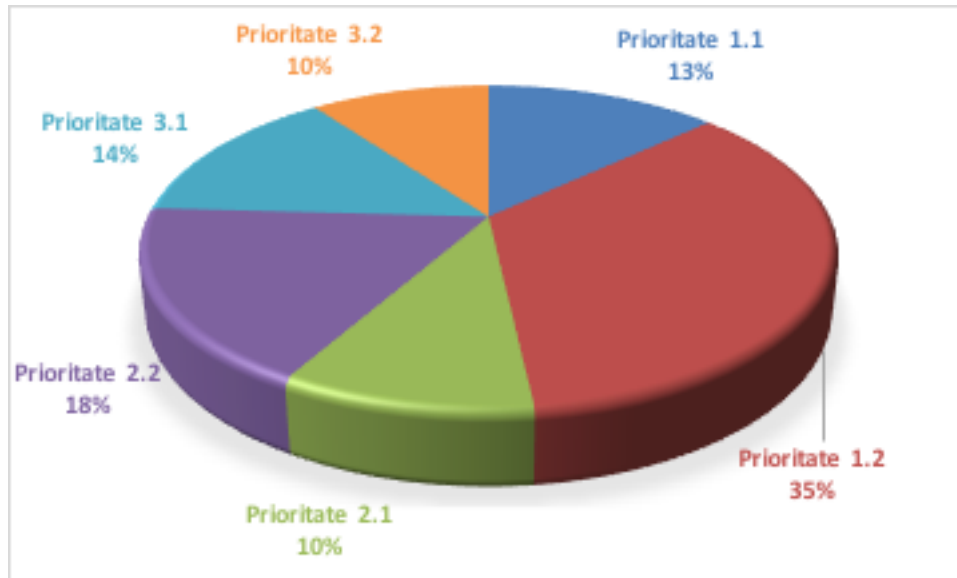
Repartizarea bugetului indicativ după obiective strategice



Cea mai mare resursă este prevăzută pentru dezvoltarea și perfecționarea rutei ca o destinație turistică cultural - istorică, legată de patrimoniul roman mondial (Obiectiv strategic 1). Cea mai mare greutate financiară în buget revine acțiunilor “Crearea unui platforme online de planificare individuală a vizităților obiectivelor din ruta (calculator turistic)” și “Elaborarea unui sistem de certificare a unor obiective ale industriei turistice (locuri de cazare și alimentare) de a lungul rutei turistice cultural - istorice din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria”. Acestea sunt singurele 2 inițiative, care necesită resurse mai mari față de celelalte, prin urmare s-ar putea constată că bugetul indicativ este bine echilibrat între cele trei direcții legate de transformarea rutei într-un produs turistic.



Repartizarea bugetului după priorități



Prioritatea de cea mai mare greutate financiară este 1.2 *Dezvoltarea durabilă și perfecționarea rutei*, în cadrul căreia sunt conținute cele două acțiuni care necesită cele mai multe resurse - calculatorul turistic și sistemul de certificare. În ciuda valorii ridicate a acestora, din cauza caracterului și mărimii cheltuielilor necesare pentru realizarea acestora, bugetul este bine echilibrat și la nivel de prioritate, evidențiind importanța fiecărui nivel pentru atingerea viziunii Strategiei - “*Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria*” - o rută turistică cultural - istorică integrată, instituționalizată, cu dezvoltare inovativă din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria.

VI. Surse de finanțare

6.1. Diferite tipuri de finanțare după origine

De obicei sursele de finanțate ale documentelor strategice cuprind următoarele grupuri: (1) Fonduri naționale, (2) Fonduri europene, (3) Alte programe de donații, (4) Finanțare națională (buget local și central) (5) Finanțare privată, (6) Finanțate publică - privată. Mai jos este prezentată descrierea sintetizată.

BULGARIA



1. Fonduri naționale

1.1 Fond „Cercetări științifice“

Fondul de „Cercetări științifice” (FCȘ) este menit sprijinirii unor proiecte și acțiuni pentru încurajarea cercetărilor științifice, conformate cu programe cadru ratificate ale Uniunii Europene cu priorități stabilite, precum și cu „Strategia pentru dezvoltarea științei în Bulgaria” până în anul 2020.

1.2 Fond național „Cultură“

Scopul principal al fondului este de a sprijini dezvoltarea culturii, prin strângerea, managementul și consumul de fonduri, destinate realizării politicii naționale în domeniul culturii, prevăzute în Programele Guvernului RB pentru perioada respectivă și în Legea privind protecția și dezvoltarea culturii. Prioritățile în activitatea FN „Cultură” sunt conformate și criteriilor din capitolul „Cultură și audio-viziune” din Tratatul de aderare a Bulgariei la Uniunea Europeană.

1.3 Fond național de donații „13 secole Bulgaria“

Fondul inițiază și sprijină proiecte de importanță națională în domeniul educației, științei, culturii, refacerii și protecției unor obiecte istorice și culturale, sănătății și sferei sociale.

2. Buget republican

Direcția de „Patrimoniu cultural, muzee și arte plastice (PCMAP) de pe lângă Ministerului culturii acordă un sprijin financiar specific, pentru cercetări arheologice pe teren și lucrări de conservare pe teren.

Organizații admisibile pentru finanțare:

- Instituții culturale;
- Instituții științifice;
- Universități.

Activitatea principală a instituțiilor menționate trebuie să fie legată de depistarea, cercetarea și protecția patrimoniului cultural arheologic și cu lucrări de conservare pe teren.

Aplicațiile de finanțare sunt anunțate în fiecare an calendaristic, până în data de 15 ianuarie.



Documentele sunt depuse până în 10 aprilie.

3. Fonduri europene structurale și investiționale pentru Bulgaria 2014 - 2020.

3.1 Program operațional „Inovări și competitivitate“ (POIC) 2014-2020.

Obiectivul principal al POIC 2014-2020 constă în atingerea unei dezvoltări dinamice competitive a economiei, bazate pe inovări, optimizarea lanțurilor de producție și a sectoarelor de valoare adăugată ridicată. Posibilitățile furnizate de program, raportate la acțiunile din strategia, sunt programate în axele prioritare 1 “Dezvoltare tehnologică și inovări” și 2 “Antreprenoriat și capacitatea de creștere a IMM”. Axa 1 sprijină cooperările de inovări între întreprinderile și între afacerile și mediul științific, iar axa 2 sprijină întreprinderile care își desfășoară activitatea în domeniul industriilor culturii și activităților creative.

3.2 Program operațional „Regiuni în creștere“ 2014-2020.

Obiectivul principal al programului este aplicarea unui model de policentrism moderat pentru teritoriul Bulgariei, care va provoca diminuarea migrațiilor interne și externe. Posibilitățile furnizate de program, raportate la acțiunile din strategia, sunt programate în axa prioritară 6: Turism regional. Axa prioritară este menită conservării, păstrării, popularizării și dezvoltării patrimoniului cultural prin dezvoltarea unor produse turistice integrale și integrate pentru monumente ale culturii de importanță națională și mondială.

3.3 Program operațional „Management bun” 2014-2020 г.

Prin acest program vor fi finanțate măsuri din sectoare cheie, printre care reforma administrativă, e-guvernare, e-justiție și reforma în sistemul judiciar. Un beneficiar potențial sunt administrațiile municipale țintă, care se încadrează în teritoriul rutei “Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria” și Ministerul culturii, Direcție „Patrimoniu cultural, muzee și arte plastice, care prin proiecte sprijinite de program, ar genera beneficii indirecte pentru transformarea rutei într-un produs turistic.

3.4 Program operațional “Dezvoltarea resurselor umane” 2014-2020.

Obiectivul programului este de a asigura ocuparea forței de muncă mai mare și de o calitate superioară, a crește capacitatea instituțională pentru modernizarea politicilor



publice, precum și a diminua sărăcia și a încuraja includerea socială. Posibilitățile furnizate de program, raportate la acțiunile din strategia, sunt programate în axa prioritară 1 “Îmbunătățirea accesului la angajare și calitatea locurilor de muncă”.

3.5 Program operațional „Știință și educație pentru o creștere inteligentă” 2014 - 2020

Prin acțiunile specifice ale Programului operațional, în cadrul Axei prioritare 1 „Cercetări științifice și dezvoltare tehnologică” vor fi aplicate măsuri legate de participarea institutelor științifice, a instituțiilor de educație superioară și Ministerului educației și științei la proiecte, programe și măsuri specifice, care sprijină prioritățile Strategiei Dunării. Axa prioritară A 2 „Educație și învățare pe tot parcursul vieții” sprijină proiecte legate de investiții în educație și formare profesională pentru dobândirea unor abilități și învățare pe tot parcursul vieții, inclusiv din sfera ofertei turistice.

3.6 Program operațional de dezvoltare rurală (PODR) 2014 - 2020.

UN obiectiv al programului este menit îmbunătățirii dezvoltării social - culturale a zonelor rurale, care asigură noi locuri de muncă, diminuarea sărăciei, includere socială și o calitate a vieții mai bună. În cadrul acestui obiectiv programul prezintă posibilități pentru dezvoltarea sectorului turistic, care sunt programate în Submăsură 6.2 - Sprijin pentru înființarea de activități neagricole în zone rurale. Sprijinul pentru înființarea unor activități neagricole este orientat dezvoltării antreprenoriatului și încurajării diversificării economiei în zonele rurale prin creșterea numărului micro întreprinderilor în sectorul neagricol, deschiderea unor locuri de muncă noi și păstrarea celor existente, lărgirea și îmbunătățirea serviciilor adresate populației, integrarea sectorului turistic în zonele rurale, încurajarea păstrării și dezvoltării activităților tradiționale zonelor rurale. Sunt finanțate activități legate de dezvoltarea turismului, ele incluzând și renovarea obiectivelor turistice și dezvoltarea serviciilor turistice, precum și dezvoltarea unor meșteșuguri (inclusiv furnizarea unor servicii, legate de participarea vizitatorilor la activitățile meșteșugărești).

Măsură 07 Servicii de bază și reînnoirea satelor în zonele rurale (pentru municipii și ONG-uri), Submăsură 7.5 pune la dispoziție investiții de folos public realizate pentru infrastructura de recreere și turism.

Posibilități suplimentare de sprijin financiar destinat acțiunilor din Strategia sunt prezentate și de Submăsură 19.2. “Sprijin pentru implementarea acțiunilor în cadrul strategiei de dezvoltare locală”.



ROMÂNIA

1. Program operațional "Competitivitate" 2014-2020

Obiectivul principal al programului este de a contribui la atingerea obiectivului strategic al Acordului de parteneriat prin sprijinul activității științifice de cercetare - dezvoltare și tehnologiilor informaționale și de comunicare pentru competitivitate și dezvoltare. Raportată la acțiunile Strategiei este Axa prioritară 2: "Tehnologii informaționale și de comunicare pentru o economie digitală competitivă". Pe această axă sunt finanțate TIC din domeniul educației, includerii, sănătății și culturii.

2. Program operațional „Resurse umane“ 2014 -2020

Axa rațională a programului, în cadrul căreia s-ar fi sprijini proiecte, legate de realizarea Strategiei sunt Axa prioritară 1: "Inițiative ale tinerilor", Axa prioritară 2: "Îmbunătățirea situației tinerilor" și Axa prioritară 3: "Locuri de munca pentru toți".

Obiectivele, urmărite de prioritățile 1 și 2 sunt menite îmbunătății gradului de angajare în rândul tinerilor în vârstă de 16-24 ani, înregistrați la Serviciul de stat pentru ocuparea forței de muncă, în județe prioritare, inclusiv cele țintă de Sud și de Sud-Vest. Obiectivul axei 3 constă în îmbunătățirea cunoștințelor/ abilităților/ competențelor persoanelor în nevoie, legate de necesitățile sectoarelor/ domeniilor economice.

3. Program operațional „Dezvoltare regională“ 2014-2020

Obiectivul programului este de a crește competitivitatea economică generală și a îmbunătăți condițiile de viață ale comunităților locale și regionale, prin sprijinirea dezvoltării mediului de afaceri, a infrastructurii și serviciilor de dezvoltare durabilă a regiunilor, în așa fel încât să fie posibil managementul resurselor acestora și beneficierea de potențialul lor de inovări și de însușire a progresului tehnologic. Aceste obiective sunt defalcate n 11 axe prioritare: Cea relevantă Strategiei, prioritară este axa (axa prioritară 1), legată de încurajarea transferului tehnologic, în care sunt sprijinite proiecte de creare, perfecționare și lărgire a infrastructurilor de inovări și transfer de tehnologii, indiferent de activitatea economică. Programul a dedicat o prioritate aparte industriei turistice - Axa prioritară 7: "Diversificarea economiilor locale prin dezvoltarea durabila a turismului". Sfera de acoperire a acțiunilor admisibile sprijinului include:

- Valorificare economică a potențialului turismului SPA;



- Valorificare economică a potențialului turistic local;
- Infrastructura turistică de recreere

4. Program operațional „Capacitate administrativă“ 2014-2020

Obiectivul programului este crearea unei administrații de stat moderne, care este în stare a facilita dezvoltarea social-economică prin servicii publice competitive, calitate a cadrului normativ, contribuind astfel la atingerea obiectivelor Europa 2020. Candidați admisibili pentru acest program sunt:

- Autoritățile și instituțiile publice, organe administrative centrale autonome;
- Organizații neguvernamentale;
- Parteneri sociali;
- Organizații acreditate din domeniul educației superioare și cercetărilor științifice;
- Academia de Științe din România;
- Autorități locale și instituții de stat.

PROGRAME DE COOPERARE TERITORIALĂ (2014-2020)

1. Programul de cooperare transnațională INTERREG V-A România - Bulgaria 2014-2020

Programul este menit sprijinirii dezvoltării regiunii transfrontaliere prin îmbunătățirea accesibilității, încurajarea cooperării instituționale și protecția și dezvoltarea patrimoniului regional. Domeniile prioritare „Regiune verde“, „Regiune calificată și incluzivă“, „Regiune eficientă“ prezintă posibilități pentru sprijinirea unui serii largi de activități legate de realizarea Strategiei.

2. Programul de cooperare transnațională „Dunăre“ 2014- 2020.

Programul transnațional Dunăre este un instrument financiar de caracter specific, care sprijină politica de integrare în regiunea Dunării. Autoritatea de management a programului este Secretariatul de planificare economică națională (Office for National Economic Planning) de pe lângă Ministerului economiei naționale din Republica Ungaria. Programul acoperă în întregime teritoriul geografic al Strategiei UE privind Regiunea Dunării, prin participarea de 9 țări-membre ale UE: Austria, Bulgaria, Cehia, Germania (provinciile federale Bavaria și Baden-Württemberg), Croația, Ungaria, România, Slovenia și Slovacia și 5 țări candidate: Bosnia și Herțegovina, Serbia, Moldova, Muntenegru și 3 regiuni de pe teritoriul Ucrainei: Ivano-Frankivsk, Zakarpatska și Odesa.



Bugetul total al programului „Dunăre“ este de 222 milioane de euro. Grupurile țintă și principalele tipuri de beneficiari sunt autoritățile naționale, regionale și locale, precum și organizațiile neguvernamentale. Programul va contribui la atingerea obiectivelor din cele patru stâlpi ale Strategiei UE privind regiunea Dunării și cele unsprezece regiuni prioritare de pe teritoriul său.

Activitățile legate de realizarea Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic cultural - istoric comun - Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“ sunt admisibile în sprijinul următoarelor sfere de program:

Axa prioritară 2 „Mediu și regiunea Dunării angajată cultural”:

Obiectiv specific 2.1: Utilizare durabilă a patrimoniului și resurselor naturale și culturale.

Obiectiv specific 2.2: Refacerea și managementul rețelelor și coridoarelor ecologice - ecoturism, turism alternativ.

Direcțiile posibile sunt: turism cultural - istoric, ecoturism, turism alternativ, etc.

Axa prioritară 4 „Guvernanța bună în Regiunea Dunării”:

Obiectiv specific 4.1: Creșterea capacității instituționale pentru întâmpinarea principalelor provocări publice.

Obiectiv specific 4.2: Îmbunătățirea sistemelor de management și a capacității instituțiilor publice, angajate cu dezvoltarea și realizarea obiectivelor programului Dunării.

Pentru atingerea obiectivelor stabilite, programul va finanța cu precădere acțiuni de tipul „măsuri moderate“, adaptate pentru fiecare dintre obiectivele specifice.

2. Program INTERREG Europa 2014-2020.

Obiectivul programului este de a continua procesul de schimb de experiență și de însușire a politicilor între autoritățile publice pentru îmbunătățirea realizării politicilor și programelor europene. Programul permite autorităților publice, organizațiilor publice - private și organizațiilor non-profit pentru realizarea unor activități în beneficiul privat, angajate cu dezvoltarea regională în Europa întregă, a schimba practici și idei legate de realizarea politicilor publice, descoperind astfel soluții pentru îmbunătățirea strategiilor acestora în folosul cetățenilor, în conformitate cu prioritățile Europa 2020



pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii. De exemplu, Axa prioritară 2: „Competitivitatea întreprinderilor mici și mijlocii” sprijină proiecte de cooperare interregională și platforme pentru însușirea unor politici, menite permițerii partenerilor din diferite țări - membre a lucra împreună pentru aspectele de interes regional comun din domeniul politicii pentru sprijinirea creșterii IMM și a antreprenoriatului.

Proiectele din Program vor fi realizate în 2 etape:

Etapă 1 va include schimb de experiență la realizarea politicilor (1 până în 3 ani). Ceastă etapă se finalizează prin elaborarea unui Plan de acțiune pentru fiecare regiune, care participă la proiectul sprijinit.

Etapă 2 va include monitorizarea realizării Planului de acțiune (2 ani), inclusiv acțiuni de pilot posibile.

Este diferențiată și fază pentru crearea „grupului părților interesate”. Aici se așteaptă includerea tuturor organizațiilor, legate de procesul de realizare a politicii respective. Fiecare regiune urmează a menționa care sunt principalele părți interesate de proiect, dar care nu sunt partenerii săi direcți (instituții, agenții, parteneri academicieni, ONG-uri, afacerile, etc.). Trebuie incluse în proiect principalele părți interesate de la începutul cooperării până la sfârșitul etapei 2.

POLITICI ȘI PROGRAME ALE UNIUNII EUROPENE

1. Program COSME 2014-2020.

COSME este un program al UE pentru creșterea competitivității întreprinderilor mici și mijlocii. CE este responsabilă pentru realizarea programului COSME, realizarea fiind delegată parțial și Agenției europene executive pentru întreprinderile mici și mijlocii.

În secțiune de „Turism” din COSME sunt evidențiate principalele direcții, care vor fi finanțate în perioada 2014-2020, cu 9 000 000 euro în total, dintre care 600 000 euro pentru programul EDEN, inclusiv:

- **Creșterea fluxurilor de turiști în sezoanele cu activitate turistică redusă;**

În această direcție vor fi sprijinite proiecte de parteneriat, care creează condiții de creștere a fluxului de turiști în sezonul turistic slab, între țările - membre și/sau ne-membre ale UE. Grupul țintă este un grup concret/ specific, precum adulți și tineri.



Candidații trebuie să colaboreze în consorțiu cu organizații partenere, compus din organizații de stat și de alte părți interesate (ИММ, асоциatii, федерații, organizații), care prestează activitate în limitele domeniului prevăzut în invitația pentru strângerea propunerilor.

- **Diversificarea ofertelor și produselor turistice europene;**

Aici se va accentua pe sprijinirea produselor tematice transnaționale din domeniul patrimoniului comun, turismului de litoral, turismului de afaceri, turismului rural, sportului și turismului, turismului cultural și industrial, inclusiv sinergie între industrii culturale și creative și turism, precum și popularizarea unor desinații turistice europene deja recunoscute.

2. Program Europa creativă (Creative Europe) 2014-2020.

Europa creativă este noul program al CE, care va finanța proiecte din domeniul industriilor culturale și creative în perioada 2014 - 2020. Programul unește programele „Cultură“, „MEDIA“ și „MEDIA Mundus“ într-un cadru comun și creează un mecanism complet nou, care facilitează accesul la finanțare pentru pictori, profesioniști din domeniul culturii și artelor audiovizuale, activității artistice, ediției de cărți, cinematografului, televiziunii, muzicii, patrimoniului cultural. Finanțarea va sprijini aceste a opera pe teritoriul Europei întregi, pentru a ajunge la un nou public, pentru păstrarea diversității culturale și lingvistice.

Tipurile de proiecte din program legate de acțiunile din strategia:

- Proiecte de cooperare transnațională - organizarea unor manifestări culturale internaționale, precum excursii combinate, expoziții, schimbări de vizite, festivaluri.
- Rețele europene pentru încurajarea sectorului cultural și creativ de a opera într-un mediu transnațional și internațional.
- Capitale europene ale culturii - titlul este acordat în fiecare an două orașe europene. Scopul inițiativei este de a sublinia abundența și diversitatea culturilor europene, precum și a factorilor care le unesc.

ALTE PROGRAME DE DONARE

1. Mecanismul financiar al Spațiului economic european și Mecanismul financiar norvegian.



Subvențiile din acest mecanism sunt direcționate reducerii diferențelor economice și sociale în Europa și stabilizării relațiilor bilaterale cu 15 țări beneficiare din Europa de Nord, Centrală și de Sud.

Sectoarele și domeniile prioritare programului pentru perioada 2014-2021, referitoare la realizarea Strategiei sunt:

- **Inovări, cercetări științifice, educație și competitivitate**
 - Dezvoltarea afacerilor, inovări și IMM
 - Cercetări
 - Educație, burse, stagii și antreprenoriat de tineri
 - Echilibru între viața profesională și cea personală
 - Dialog social - muncă decentă (Granturi Norvegiene)
- **Includerea socială, ocuparea forței de muncă din rândul tinerilor și diminuarea sărăciei**
 - Copii și tineri în risc
 - Participarea tinerilor la piața muncii
 - Dezvoltare locală și diminuarea sărăciei
- **Cultură, societate civilă, bună guvernare și drepturi și libertăți principale**
 - Antreprenoriat cultural, patrimoniu cultural și cooperare culturală
 - Societate civilă
 - Bună guvernare, instituții responsabile, transparență
 - Drepturile omului - aplicare pe plan național

Finanțare privată

Surse de finanțare privată: fonduri din bănci private, fonduri, inițiative, proiecte și fonduri ale unor firme private și organizații neguvernamentale în beneficiu privat.

Finanțare public - privată

- **Parteneriat public - privat**

Parteneriatul public - privat (PPP) este un instrument cheie pentru realizarea proiectelor infrastructurale pe plan mondial. Necesitatea de a infrastructură publică dezvoltată, ca un motor pentru dezvoltarea economică a țării, și fondurile bugetare limitate pentru construirea și întreținerea sa, sunt principalele premise pentru apariția și împrăștierea acestei forme de cooperare între organele publice și sectorul privat.



Caracteristicile și avantajele principale ale parteneriatului public - privat sunt următoarele:

- ❖ Contract pe termen lung între partener public și privat pentru furnizarea unor servicii de interes public, bazat pe active noi sau pe active existente îmbunătățite;
- ❖ Partenerul privat participă la toate etapele realizării proiectului - proiectare, construcții, finanțare, întreținere și/sau exploatarea obiectivului;
- ❖ Organul public definește obiectivele, stabilește cerințele de calitate și cantitate și controlează realizarea;
- ❖ Partenerul privat asigură finanțarea completă unei părți majoritare din proiect;
- ❖ Repartizare justă a riscurilor între partenerii pe baza capacității acestora pentru depășirea acestor riscuri;
- ❖ Mecanismul de plată din sectorul public este corelat de gradul de realizare;
- ❖ Îmbunătățirea managementului obiectivului și creșterea calității serviciilor;
- ❖ O valoare mai bună a fondurilor investite.

O formă tradițională de cooperare public - privată este concesiunea.

VII. Monitorizarea activităților legate de realizarea Strategiei

Monitorizarea și controlul realizării Strategiei fac parte integrantă din procesul general de realizare a documentului. Sistemul de monitorizare trebuie să asigure executarea eficace și eficientă a măsurilor și acțiunilor prevăzute, care se încadrează în domeniul obiectului Strategiei. Rolul sistemului de monitorizare este de a garanta o supraveghere continuă a rezultatelor, prevăzute în documentul strategic și a le populariza. Procesul de monitorizare necesită strângerea unor date calitative și cantitative legate realizarea acțiunilor respective. Prin sistemul de monitorizare se urmărește punerea la dispoziția organelor naționale, regionale și locale din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, precum și tuturor părților interesate, informație regulată referitoare la progresul legat de atingerea obiectivelor și rezultatelor prevăzute. Obiectivul principal constă în identificarea abaterilor sau a zonelor de risc la realizarea acțiunilor prevăzute, îmbunătățindu-se astfel realizarea Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare și pentru facilitarea/ îmbunătățirea dezvoltării ulterioare a procesului de realizare.

Pe baza rezultatelor monitorizării se pot aduce modificări și actualizări în timp util a modului de realizare a Strategiei. Monitorizarea este de importanță esențială la realizarea documentului strategic, care cuprinde o perioadă de timp îndelungată



(câteva faze de timp), acoperă diferite teritorii și populație și se referă la câteva sectoare economice.

7.1. Monitorizare continuă

Strategia de dezvoltare, perfecționare și inovare presupune existența unor acțiuni și resurse interconectate (resurse tehnice, organizaționale, juridice, financiare, umane, etc.) pentru realizarea sa.

Mecanismele de monitorizare și control a Strategiei sunt conformate următoarelor principii de bază pentru procesul de planificare, management și implementare, supraveghere, control și evaluarea realizării documentelor strategice:

- Unitatea documentului strategic;
- Adecvarea și relevanța documentului strategic;
- Aplicabilitatea на documentului strategic;
- Impact general al documentului strategic;
- Eficacitate și eficiența documentului strategic;
- Management financiar;
- Deschidere, transparență și publicitate;
- Monitorizare și evidența;
- Durabilitate.

Numai la existența tuturor elementelor și la respectarea principiilor menționate mai sus, o Strategie ar avea o șansă reală de succes și atingere obiectivelor programate și a rezultatelor estimate.

Procesul de efectuarea a monitorizării realizării Strategiei este realizat cu respectarea următoarelor principii de bază:

- Extensivitatea obiectivelor de monitorizare;
- Claritate și transparență;
- Obiectivitate;



- Control comun și coordonare între unitățile instituționale responsabile;
- Existența unor reguli și proceduri clare privind realizarea monitorizării;
- Parteneriat și interacțiune cu toate părțile interesate.

Pentru obiectivele monitorizate în cadrul Strategiei vor fi incluse toate elementele ale celor evaluate, menționat mai jos:

- eficiența resurselor utilizate - resursele utilizate pot fi financiare, umane, tehnice și orice alte mijloace și/sau active;
- eficiența privind atingerea obiectivelor - eficiența este măsurată ca un raport procentual între rezultatele programate și obiectivele atinse.

Subiecții monitorizării progresului Strategiei sunt acele organe, unități instituționale și/sau părți interesate, angajate direct sau indirect și/sau responsabile pentru realizarea activităților de monitorizare. După cum urmează:

- Comitet transnațional pentru managementul Strategiei de dezvoltare;
- Reprezentanți ai autorităților municipale/județene, regionale, organelor naționale, care sunt responsabile direct/indirect pentru Strategia evaluată;
- Reprezentanți ai populației locale și structuri ale societății civile, afacerilor, organizații de educație și științifice, etc., în calitate de părți interesate sau de participanți la procesul de monitorizare;
- Organizații externe/ evaluatori/ experți - în cazurile de monitorizare externă.

Elemente cheie ale Sistemului de monitorizare:

- **Rezultate planificate** - rezultatele programate conturează clar efectul dorit - schimbarea așteptată în urma realizării Strategiei;
- **Indicatori de monitorizare** - identifică schimbarea concretă sorită, fiind programate valori țintă realizabile;
- **Surse de informație, metode și periodicitatea de strângere a informației.** Sistemul de monitorizare furnizează o informație destul de exhaustivă și exactă cu privire la sursele concrete de informație pentru urmărirea indicatorilor cheie stabiliți, mijloacelor de colectare a informației, și periodicitatea de colectare a informației pentru fiecare din indicatorii definiți.



Monitorizarea și evaluarea sunt instrumente obligatorii pentru managementul bun. Ele sunt parte indispensabilă și principală a procesului decizional și de management al ciclului întreg de dezvoltare, implementare și evaluare a Strategiei. Aceste instrumente creează și garantează:

- **Eficiența și eficacitatea Strategiei:** instituțiile, organizațiile și părțile interesate obțin rezultate, adecvate necesităților publice, prin utilizarea optimă a resurselor disponibile. Liderii și societatea creează o perspectivă largă de termen lung de management bun și dezvoltare. Îmbunătățirea calității modului de realizare a Strategiei, a rezultatelor atinse, produselor create și serviciilor prestate. Este îmbunătățită și dezvoltată capacitatea tuturor instituțiilor, organizațiilor și rețelei acestora, angajate cu realizarea Strategiei.
- **Evidență:** răspunsurile întrebării în ce măsură Strategia atinge obiectivele sale, cât de rațional sunt utilizate resursele publice, care este impactul social. Evidența permite tuturor părților interesate a aprecia gradul în care intereselor lor sunt protejate.
- **Responsabilitatea managementului:** Comitetul transnațional pentru managementul Strategiei de dezvoltare, în special cele două echipe operative, responsabile pentru managementul Strategiei, prezintă publicului rezultatele obținute în urma realizării Strategiei, iau măsurile necesare la existența unor devieri între rezultatele planificate și cele obținute.
- **Transparența proceselor manageriale:** Informația referitoare la Strategia, procedurile și organizațiile responsabile pentru managementul este accesibilă părților interesate și publicului, canalele de comunicare între părțile interesate și ele fiind deschise.
- **Mecanisme de participare cetățenească:** Cetățeni activi obțin posibilitatea de a participa la luarea deciziilor privind realizarea Strategiei sau necesitatea de modificare a Strategiei.
- **Acord:** dezbaterile publice permit coordonarea diferitelor interese și atingerea unui acord și sprijin pentru realizarea Strategiei. În procesul de monitorizare și evaluare a Strategiei, părțile interesate au posibilitatea de a le influența, ceea ce provoacă mobilizarea și coordonarea acțiunilor publice ale diferitelor părți interesate.



Metodica de monitorizare și evaluare este accentuată pe analiza analitică și cea comparativă a rezultatelor și impactului în urma aplicării Strategiei, raportând schimbările sociale, economice și politice apărute la nivel local, regional, național și european..

Evaluarea Strategiei trebuie să parcură următoarele etape principale: studiu, analiză și evaluare, coordonare și finalizare.

Metodica pentru realizarea evaluării este bazată pe un proces structurat și sistematizat de colectare, analiză și prezentare a informației și poate fi rezumată în felul următor:

- ✓ **Alegerea logicii de intervenție.** Metodica de evaluare trebuie să fie concentrată pe realizarea și pe îmbunătățirea calității planificării. Accentul asupra realizării se obține prin evaluarea eficacității și eficienței, iar accentul asupra calității și raportarea planificării se obține prin:
 - examinare actuală a gradului de realizare a Strategiei;
 - studierea modificărilor în contextul Strategiei;
 - realizarea schimbărilor necesare pentru maximizarea efectului Strategiei.
- ✓ **Elaborarea metodicii de evaluare.**

Instrumentele metodice ale evaluării includ utilizarea unor criterii de evaluare, care caracterizează potențialul de realizare și calitatea rezultatelor la realizarea Strategiei:

- ✓ Conformitate strategică și armonizare cu obiectivele și prioritățile politicilor locale, regionale, naționale și europene cu privire la dezvoltarea turismului pentru perioada de programare respectivă;
- ✓ Conformitate normativă cu principiile, regulile și standardele de management al turismului, prevăzute în legislația națională și europeană;
- ✓ Reflectarea și impactul asupra condiției și schimbărilor profilului social economic al regiunii transfrontaliere România - Bulgaria;
- ✓ Rezultate atinse, efect și eficiența generală a realizării Strategiei până în momentul de față;
- ✓ Utilizare eficace și eficientă a resurselor necesare pentru realizarea Strategiei;



- ✓ Angajare politică și socială, capacitate administrativă și instituțională pentru aplicarea Strategiei;
- ✓ Durabilitatea efectelor dorite atinse - vor continua existența sa și după orizontul de timp al Strategiei ?

Indicatorii pentru monitorizarea Strategiei însăși nu sunt suficiente pentru efectuarea unei evaluări obiective. Pentru elaborarea unei asemenea evaluări sunt dezvoltate instrumente cu criterii (Anexă №7), indicatori suplimentari și aspecte de evaluare, care completează parametrii cantitativi și calitativi, prevăzute în cadrul Strategiei. Scopul lor principal este de a contribui la efectuarea unei evaluări obiective a Strategiei și unei planificări eficiente a acțiunilor ulterioare.

Evaluarea este o acțiune prin care se apreciază sistematic și obiectiv progresul pentru atingerea unui rezultat final și atingerea sa.

Principalele tipuri de evaluări ale documentelor strategice sunt: prealabilă, intermediară și ulterioară.

Scopul **evaluării prealabile** este de a verifica dacă obiectivele programate sunt relevante și corespund necesităților și posibilităților subiecților, care vor participa la realizarea măsurilor pentru atingerea acestora.

Evaluarea intermediară are scopul de a semnaliza dacă intervențiile realizate generează schimbările dorite. Din acest motiv este de recomandată efectuarea acestui tip de evaluări după realizarea unei părți din acțiunilor planificate. Cu ajutorul recomandărilor din evaluarea intermediară s-ar putea întreprinde acțiuni de modificare în mersul realizării proiectelor și programelor, dacă se afirmă că ele nu sunt eficiente și în urm aplicării acestora nu se așteaptă un efect pozitiv.

Evaluarea ulterioară studiază cu precădere efectul și durabilitatea rezultatelor în urma intervențiilor implementate Strategiei. Ele de obicei sunt efectuate la un anumit timp de la finalizarea acțiunilor, pentru a fi posibilă aplicarea rezultatelor, respectiv acumularea schimbării asupra grupurile/ obiectivele țintă.

În legătură cu elaborarea Strategiei se va efectua numai evaluare intermediară și ulterioară. Evaluarea prealabilă a Strategiei a fost efectuată la seria de 10 mese rotunde din România și Bulgaria.

Evaluarea este un proces structurat care regăsește expresia sa în elaborarea unei evaluări practice a Strategiei. Scopul său principal este de a sprijini procesele de



dezvoltare a unor produse competitive de calitate superioară, pe baza cărora vor fi satisfăcute necesitățile locale și vor fi repartizate eficient resursele necesare pentru atingerea stării dorite.

La efectuarea sa urmează să fie luate în considerare:

- Concluziile în urma experienței precedente;
- Contextul social economic al acțiunilor realizate din cadrul Strategiei;
- Selectarea strategică a priorităților de acțiune și succesiunea internă și externă a acestora;
- Determinarea cantitativă a scopurilor;
- Evaluarea efectului social - economic așteptat și repartizarea resurselor;
- Sistemul de monitorizare a Strategiei.

Rezultatele obținute în urma evaluării reprezintă un motiv pentru actualizarea Strategiei sau pentru întreprinderea unor acțiuni corective.

Schimbarea concretă și progresul realizat în urma realizării Strategiei și atingerea rezultatelor planificate pot fi urmărite numai pe baza unor valori concrete (indicatori cheie).

Rapoarte privind evaluarea Strategiei

Evaluarea Strategiei are loc periodic, în funcție de tipul evaluării. Echipele operative din Bulgaria și România prezintă rapoarte privind progresul înregistrat de Strategia. Rapoartele conțin prezentarea acțiunilor realizate, riscurile identificate și măsurile pentru depășirea acestora.

Rapoarte periodice privind realizarea Strategiei

Organele de conducere ale celor două organizații stabilesc perioada în care echipele operative pentru realizarea Strategiei pregătesc rapoarte privind progresul. Raportul conține rezultatele intermediare atinse pentru acțiunile concrete, realizarea Strategiei ca atare. În cadrul raportului se urmărește atingerea indicatorilor de monitorizare, prevăzute în documentul strategic.

Raportul este dezbătut și așezat în discuție la ședința a Comitetului de management și se prezintă spre aprobare organelor de conducere.



Dacă sunt necesare мѐсuri corective ѝ schimbarea Strategiei ѝntregi, echipele operative din Bulgaria ѝ Romania pregătesc un raport care urmează să fie dezbătut de Comitetul de management, pe baza căruia se pregăteѝte o decizie supusă dezbaterii de către organele de conducere.

Decizia pentru actualizare se adoptă de organele de conducere ale celor două organizații partenere.

Evaluare intermediară

Evaluarea intermediară este efectuată după inițierea realizării Strategiei, la fiecare patru ani. Ѣn momentul elaborării Strategiei se recomandă să fie efectuate 2 evaluări intermediare, anume:

- 1-ma evaluare intermediară - până la sfârșitul anului 2022
- a2-a evaluare intermediară - până la sfârșitul anului 2026

Raportul de la evaluarea intermediară se prezintă ѝ acceptă de către organele de conducere ale ambelor organizații partenere ѝ dacă este cazul se adoptă o decizie cu cerere pentru modificarea Strategiei.

Rezultatele evaluării intermediare sunt popularizate prin canalele potrivite.

Evaluare ulterioară

Evaluarea ulterioară este efectuată după un anumit interval de timp (de recomandat după primul an) după ultimul an al intervalului de timp al Strategiei.

Scopul evaluării ulterioare este de a asigura o informație independentă ѝ actuală privind rezultatele atinse ѝn urma aplicării Strategiei, a prezenta recomandări privind realizarea politicilor de dezvoltare a turismului cultural - istoric ѝ ѝn special, privind managementul ѝ dezvoltarea rutelor turistice cultural - istorice. Pentru atingerea acestui scop vor fi realizate următoarele sarcini:

- Studierea rezultatelor n urma realizării ѝ impactul general al Strategiei;
- Vizualizare actuală a realizării Strategiei cu privire la conformitatea ѝ aplicabilitatea obiectivelor ѝ priorităților prevăzute;
- Concluzii ѝ recomandări pentru ѝmbunătățirea politicilor de dezvoltare a turismului cultural - istoric ѝ ѝn special, de management ѝ dezvoltare a rutelor turistice cultural - istorice.



Principalele criterii, folosite la elaborarea evaluării ulterioare a Strategiei sunt: adecvare și relevanță, aplicabilitate, efect general, eficiență și eficacitate, management financiar, deschidere, transparență și publicitate, monitorizare, evidență și durabilitate.

În competența organelor de conducere ale celor două organizații este de a decide dacă se va efectua o evaluare ulterioară a Strategiei.

7.1.1. Catalog cu indicatorii de monitorizare continuă

Sistemul de indicatori este o parte indispensabilă a întregului proces, legat de monitorizarea și evaluarea realizării Strategiei, precum și de actualizarea sa. Indicatorii acoperă o serie largă de subiecte, care corespund direct creșterii economic-sociale a regiunii țintă, dezvoltării industriei turistice, instituționalizării și legitimării rutei. În general, ei măsoară gradul de realizare a obiectivelor și măsurilor programate și justifică necesitatea de actualizare a documentelor strategice respective.

În scopurile prezentei Strategii este elaborat un sistem tridimensional de indicatori, fiecare dintre cele trei grupuri urmărind dinamica realizării unui nivel ierarhic dat din structura cadrului său strategic. Cele trei grupuri de indicatori sunt următoarele:

Indicatori de impact - 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. Mărimea impactului se evidențiază prin indicatori măsurabili cantitativ și/sau calitativ, iar în unele cazuri - evaluări calitative referitoare la gradul atins în dezvoltarea socială, economică și infrastructurală a regiunii/ țării.

Indicatori de rezultat - evaluează progresul înregistrat cu privire la realizarea *obiectivelor specifice* și rezultatelor atinse.

Indicatori de produs - înregistrează rezultatele/ produsele măsurabile cantitativ obținute în urma realizării *măsurilor* din Programul pentru realizarea Strategiei.

Cu un asemenea sistem tridimensional de indicatori se urmărește crearea unor condiții de monitorizare maxim de exhaustive, cuprinzătoare și complexe și evaluarea realizării Strategiei. Anexa 6 prezintă sub formă de tabel structura și conținutul indicatorilor propuși. Mai este justificată pe scurt alegerea acestora.



Un principiu esențial la alegerea indicatorilor constă în posibilitatea de măsurare cantitativă a acestora, iar informația referitoare la indicatorii - să fie accesibilă. Toți indicatorii sunt formulați pe baza componentelor tematice cheie din conținutul nivelului ierarhic respectiv al cadrului strategic, căror performanțe măsoară. Dacă se urmărește evaluarea a unui impact sau rezultat, unitatea de măsură cel mai des folosită este procentul, întrucât acesta permite măsurarea gradului de modificare între nivelul inițial și cel final de realizare. La indicatorii de rezultat și de produs, baza de pornire este 0, întrucât realizarea Strategiei este planificată a începe în anul 2018, în momentul de față nefiind rațională înregistrarea unor valori de bază diferite de 0. Un alt argument în sprijinul folosirii bazei cu valoare de zero este prezentat de faptul că Strategia urmărește dezvoltarea și perfecționarea unui produs nou (Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“), care se diferențiază ca atare aproape în paralel cu începutul său. Valoare de bază zero permite urmărirea clară și obiectivă a dinamicii transformării rutei într-un produs turistic, influența factorilor externi fiind redusă la minim.

Grupul indicatorilor de impact este compus din patru indicatori cantitativi, care măsoară efectele sociale și economice apărute prin rezultatul mediu aritmetic al datelor tuturor județelor/ regiunilor țintă: rata de creștere a numărului înnoptărilor în regiunile de planificare țintă, rata de creștere a sosirilor la obiective de cazare din regiunile de planificare țintă, rata de creștere a cotei turismului în PIB al Bulgariei și rata de creștere a cotei turismului în PIB al României. Atingerea valorilor țintă finale urmărite ale acestor indicatori ar însemna că Strategia a atins obiectivul său principal - ruta funcționează ca o destinație turistică căutată și foarte mult vizitată. Aici trebuie făcută precizarea importantă că aportul rutei la modificarea PIB, volumul înnoptărilor și sosirilor poate avea doar un caracter ipotetic, întrucât creșterea indicatorilor este influențată de o mulțime de alți factori.

Grupul indicatorilor de rezultat este compus din 7 indicatori cantitativi, după cum urmează:

- ❖ Numărul publicațiilor media privind ruta/ obiective din ruta - evaluează gradul de prezență în medii a rutei, care din partea sa reprezintă un indicator de popularitate;
- ❖ Numărul întâlnirilor cu părțile interesate - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma acțiunilor comune realizate împreună cu părțile interesate;



- ❖ Numărul parteneriatelor formate - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma inițiativelor de parteneriat;
- ❖ Rata de creștere a numărului vizitatorilor la obiective din ruta;
- ❖ Numărul inițiativelor de dezvoltare și perfecționare a rutei - indicatorul evaluează cantitativ beneficiile obținute în urma inițiativelor în parteneriat realizate;
- ❖ Numărul manifestărilor/ forumurilor/ instruirilor pentru creșterea capacității de management - indicatorul prezintă o evaluare cantitativă a beneficiilor obținute în urma intervențiilor realizate pentru creșterea capacității de management;
- ❖ Rata de creștere a numărului vizitatorilor la obiectivele secundare - măsoară modificarea gradului de vizitare a obiectivelor secundare, în urma unei modernizări a infrastructurii generale sau specializate aferente obiectivelor;;
- ❖ Numărul inițiativelor pentru popularizarea rutei ca o rută integrată - urmărirea unei integrări mai bune a rutei se poate măsura prin inițiative, care îl popularizează ca atare.

Indicatorii de produs sunt 19, iar alegerea acestora este condusă de orientarea și sfera de acoperire a acțiunilor pentru realizarea Strategiei. Întrucât acesta este nivelul la care practic are loc realizarea Strategiei, acesta este și cel mai ușor de măsurat. Indicatorii urmăresc volumul produselor/ rezultatelor obținute în urma realizării acțiunilor.

7.1.2. Modalități de colectare a informației

Monitorizarea și evaluarea presupun studierea unei situații de bază de ieșire și urmărirea modificărilor intervenite în decursul timpului, provocate de intervențiile realizate în urma implementării Strategiei.

Pentru realizarea unei monitorizări și pentru efectuarea unei evaluări și supravegheri se pot folosi diferite surse de informație, precum și diferite metode și abordări folosite la colectarea sa.

La realizarea supravegherii, evaluării și controlului Strategiei, trebuie folosite următoarele surse de informație:

Informație care reiese din documente interne, prezente la Comitetul transfrontalier pentru managementul Strategiei.

Din această categorie de documente fac parte:



- Rapoarte periodice legate de realizarea Strategiei;
- Rapoarte periodice legate de realizarea Strategiei, elaborate de către echipei operative;
- Situații privind acțiuni/ proiecte realizate și inițiative referitoare la obiectivele din ruta;
- Rapoarte, memorii și alte documente, întocmite de administrațiile locale respective (organizații lider la realizarea proiectelor), direct legate de politica sau programul respectiv;
- Recomandări pentru actualizarea Strategiei, apărute în urma unor modificări sau în urma unor evaluări efectuate.

Surse de informație, care reiese din documente, eliberate de organe sau instituții externe

În această categorie de surse de informație pot fi incluse următoarele categorii de documente:

- Poziții ale unor instituții și organe de control, referitoare la realizarea Strategiei;
- Evaluări intermediare și ulterioară a Strategiei;
- Recomandări pentru actualizarea Strategiei, în urma unor modificări sau în urma unei evaluări efectuate.

Informație statistică și informație conținută în baze de date, colectate la nivel național, regional și local

Această categorie include următoarele tipuri de informație:

- ❖ Informații de la Institutul național de statistică cu privire la indicatori cheie pentru sectorul turism, pentru perioada de evaluare a politicii concrete;
- ❖ Informații de la alte instituții și organizații, care colectează și procesează date la nivel regional cu privire la gradul de vizitare a obiectivelor turistice (de exemplu, Muzeu de istorie regionale, administrații municipale/ județene, etc.).

Informație, obținută în urma legăturii inverse furnizate de părțile interesate



Participarea și includerea tuturor părților interesate la fiecare etapă a dezvoltării și realizării Strategiei este de importanță majoră, pentru reușita realizării sale, precum și pentru obținerea unei evaluări obiective și eficiente privind realizarea sa.

S-ar putea folosi diferite abordări și metode pentru obținerea legăturii inverse din partea diferitelor părți interesate, fiind o garanție pentru evaluarea obiectivă a Strategiei: Unele dintre ele sunt:

- Studiu prin chestionare;
- Studiu online în paginile Internet ale organizațiilor participante la Comitetul transfrontalier pentru managementul Strategiei, etc.

7.1.3. Structura organizațională de supraveghere și evaluare

Procesul de management, supraveghere, evaluare și actualizare a Strategiei și a Programului pentru realizarea obiectivelor specifice se va realiza de către Comitetul transfrontalier pentru managementul Strategiei (CTMS).

Comitetul va fi compus din manageri și membri. Managerii vor fi Directorul executiv al ADO „Dunav“ și președintele CCINA, iar membri pot fi:

- echipe operative ale ADO „Dunav “ și CCINA;
- reprezentanți ai autorităților locale și regionale;
- reprezentanți ai puterii centrale;
- reprezentanți ai altor părți interesate - afaceri, investitori, organizații de ramură, organizații neguvernamentale, organizații științifice, universități, reprezentanți ai sectorului turistic, etc.

Comitetul CTMS va fi precizat suplimentar de către organele de conducere ale ambelor organizații partenere. Fiecare aspect al Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare va fi suspus unor dezbateri și aprobat la final de către organele de conducere ale ambelor organizații.

Scopul principal al CTMS este de a întreprinde inițiative pentru realizarea acțiunilor prevăzute în Strategia, a iniția și realiza coordonare între părțile interesante, a întreține o bază de date permanentă cu posibilitățile de aplicare cu propuneri de proiect și a acorda un sprijin și suport în procesul de pregătire pentru aplicare, realizare și raportare a unor proiecte, finanțate prin programe naționale, europene și alte programe de



донаții.

Managerii vor prezenta rapoarte în fața organelor lor de conducere privind progresul înregistrat la realizarea Strategiei, provocările și piedicile cu care s-au confruntat.

Comitetul pentru managementul Strategiei va examina și actualiza periodic Programul pentru realizarea obiectivelor specifice și bugetul pentru realizarea Strategiei. La o schimbare esențială a situației social - economice, a cadrului legislativ sau a surselor de finanțare, se va propune actualizarea Programului.

Monitorizarea și actualizarea Programului pentru realizarea obiectivelor specifice ale Strategiei trebuie să acopere minim următoarele aspecte:

- Examinarea și actualizarea Strategiei pentru realizarea obiectivelor specifice - acțiuni, elemente cheie (milestones), procese de coordonare și aprobări, altele;
- Examinarea și actualizarea bugetului Strategiei - raport privind cheltuielile și o estimare privind posibilitățile viitoare de finanțare.

Referitor la managementul, supravegherea și controlul asupra modului de realizare a Strategiei și indicatorilor, CTMS revin următoarele funcții și responsabilități:

- Organizează și coordonează managementul, supravegherea, controlul, monitorizarea, actualizarea și raportarea realizării Strategiei.
- Propune spre aprobare de către organelor de conducere ale ambelor organizații partenere, variante actualizate a Programului pentru realizarea obiectivelor specifice ale Strategiei.
- Coordonează asigurarea conformității Strategiei cu obiectivele și prioritățile strategiilor, planurilor municipale/ județene, regionale și naționale și programelor Strategiei și propune actualizarea Strategiei în lipsa acestei conformități.

La ședințele CTMS ar putea fi incluși reprezentanți ai unor organizații de ramură, organizații științifice, reprezentanți ai puterilor regionale și ai puterii centrale și ai altor părți interesate din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria. Informație privind activitatea Comitetului va fi publicată pe paginile de Internet ale organizațiilor partenere, fiind astfel accesibilă publicului larg. Această practică, în combinație de consultările periodice și întâlnirile cu părțile interesate, va asigura transparența la realizarea Strategiei de dezvoltare, perfecționare și inovare a produsului turistic



cultural - istoric comun - Rută „Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria“.

Echipele operative ale ADO „Dunav“ și Camerei din Constanța vor fi responsabile pentru următoarele (lista nu este exhaustivă):

- Acordarea unui sprijin în procesul de realizare și management al acțiunilor, incluse în Strategia;
- Realizarea monitorizării cu privire la progresul înregistrat la realizarea acțiunilor, prevăzute în Programul pentru realizarea obiectivelor specifice ale Strategiei și a indicatorilor programați în prealabil;
- Pregătirea unor rapoarte periodice privind progresul activității prestate pentru realizarea Strategiei;
- Efectuarea activităților administrative necesare în sprijinul activității Comitetului - coordonare, pregătirea documentelor, etc;
- Întreținerea unor baze de date tematice, legate de realizarea Strategiei - cu părțile interesate, programele de donații, posibilitățile de finanțare, etc.;
- Elaborarea unor rapoarte și altor documente de raportare legate de realizarea Strategiei;
- Colectarea unei informații referitoare la gradul de atingere a indicatorilor programați;
- Colectarea unei informații referitoare la necesitatea de actualizare a Strategiei, etc.

Participarea părților interesate

Consultarea părților interesate la adoptarea, executarea, monitorizarea, controlul și evaluarea documentelor se afirmă ca un mecanism care funcționează și care provoacă creșterea calității documentelor strategice, precum și a legitimității deciziilor luate și a managementului ca atare. Astfel deciziile adoptate reflectă în mai mare măsură nu numai interesele autorilor documentului strategic, și ale părților interesate în diversitatea acestora.

Atragerea părților interesate în procesele de realizare, monitorizare și evaluare a Strategiei aduce:

- O mai mare transparență și raportare a Comitetului;
- Îmbunătățirea calității Strategiei, întrucât Comitetul obține informație privind diversele efecte posibile, care ar putea exista, la care nu ar avea acces altfel;
- Strategia corespunde cu și reflectă în mare măsură, interesul public;



- Îmbunătățirea aplicării Strategiei;
- Previzibilitatea Strategiei;
- Raportarea diferitelor puncte de vedere și interese.

Instrumentele pentru includerea părților interesate la managementul, monitorizarea și evaluarea Strategiei pot fi: semnarea unui Memorandum și/sau Acorduri de cooperare, formarea unor grupuri de lucru consultative, schimb de experiență și alte forme de căutare pe cale neformală a unor legături inverse privind realizarea Strategiei, etc. Propunem accentul să fie orientat spre primele două instrumente ca forme de cooperare structurată cu părțile interesate.

Memorandum-uri și/sau Acorduri

Semnarea unui Memorandum și/sau a unor Acorduri cu organizații și instituții, care reprezintă părțile interesate, este un instrument care formalizează procesul de consultare a Strategiei cu părțile interesate. În cadrul Memorandumului/ Acordului pot fi descrise proceduri detaliate, pe baza cărora are loc consultarea. Regulile și procedurile, stabilite prin documentul, vor angaja Comitetul, fără a provoca invaliditatea Strategiei, la imposibilitatea de includere a unui grup de persoane interesate la o anumită etapă din realizarea, controlul sau evaluarea sa. Memorandumul / Acordul însăși ar trebui elaborat cu participarea părților interesate și utilizând bunele practici dintr-o serie de țări europene.

Grupurile de lucru consultative

Modelul de management dezvoltat necesită o abordare de parteneriat și atragerea părților interesate în procesul de realizare și evaluare a Strategiei. În vederea obținerii unui sprijin mai larg și pentru legitimarea obiectivelor Strategiei, în caz de necesitate vor fi formate grupuri de lucru consultative - un mecanism de participare direct a părților interesate la procesul decizional, la luarea deciziilor legate de realizarea Strategiei.

Reprezentanți ai autorităților locale și regionale

Reprezentanții ai autorităților locale și regionale vor participa la întâlniri de lucru ale grupului consultativ, dacă este cazul, și în conformitate cu competențele acestora. În legătură cu formarea grupurilor, Comitetul va trimite o invitație pentru includerea și participarea reprezentanților autorităților respective la întâlnirile de lucru organizate. Întâlnirile de lucru vor asigura:



- atragerea unor experți din cadrul autorităților locale și regionale pentru includerea acestora la elaborarea unor propuneri de proiect, pentru realizarea acțiunilor prevăzute în cadrul Strategiei;
- întreținerea unei comunicări active cu alte părți interesate;
- menținerea imaginii pozitive a Strategiei;
- inițierea unor proiecte în realizarea Strategiei;
- elaborarea unor poziții și rapoarte legate de probleme și cazuri apărute la realizarea Strategiei.

Reprezentanți ai organizațiilor de ramură (Bulgaria și România)

Reprezentanții organizațiilor de ramură vor participa la întâlnirile de lucru ale grupului consultativ la apariția unei necesități, în conformitate cu competențele acestora. În legătură cu formarea grupurilor, Comitetul va trimite invitații pentru includerea și participarea reprezentanților organizației de ramură respective la întâlniri de lucru concret organizate. Întâlnirile de lucru vor asigura:

- atragerea unor experți din ramura pentru includerea acestora în echipe de elaborarea propuneri de proiecte, în vederea realizării acțiunilor prevăzute în Strategia;
- întreținerea unei comunicări active cu alte părți interesate;
- menținerea imaginii pozitive a Strategiei;
- elaborarea unor poziții și rapoarte legate de probleme și cazuri apărute la realizarea Strategiei.

Reprezentanți ai societății civile (Bulgaria și România)

Reprezentanții organizațiilor neguvernamentale vor fi incluși la întâlnirile de lucru ale grupului consultativ la apariția unei necesități, în conformitate cu competențele acestora. În legătură cu formarea grupurilor, Comitetul va trimite invitații pentru includerea și participarea reprezentanților organizațiilor neguvernamentale respective la întâlniri de lucru concret organizate. Întâlnirile de lucru vor asigura:

- atragerea unor experți din cadrul ONG-urilor pentru includerea acestora în echipe de elaborarea propuneri de proiecte, în vederea realizării acțiunilor prevăzute în Strategia;



- întreținerea unei comunicări active cu alte părți interesate;
- menținerea imaginii pozitive a Strategiei;
- elaborarea unor poziții și rapoarte legate de probleme și cazuri apărute la realizarea Strategiei.

Reprezentanți ai organizațiilor/ instituțiilor științifice

Reprezentanții organizațiilor de educație și științifice vor fi incluși la întâlnirile de lucru ale grupului consultativ la apariția unei necesități, în conformitate cu competențele acestora. În legătură cu formarea grupurilor, Comitetul va trimite invitații pentru includerea și participarea reprezentanților organizațiilor respective la întâlniri de lucru concret organizate. Întâlnirile de lucru vor asigura:

- atragerea unor experți din cadrul organizațiilor de educație și științifice pentru includerea acestora în echipe de elaborarea propuneri de proiecte, în vederea realizării acțiunilor prevăzute în Strategia;
- întreținerea unei comunicări active cu alte părți interesate;
- menținerea imaginii pozitive a Strategiei;
- elaborarea unor poziții și rapoarte legate de probleme și cazuri apărute la realizarea Strategiei.

Reprezentanți ai puterii centrale

Reprezentanții puterii centrale vor fi incluși la întâlnirile de lucru ale grupului consultativ la apariția unei necesități, în conformitate cu competențele acestora. În legătură cu formarea grupurilor, Comitetul va trimite invitații pentru includerea și participarea reprezentanților instituției respective la întâlniri de lucru concret organizate. Întâlnirile de lucru vor asigura:

- întreținerea unei comunicări active cu alte părți interesate;
- menținerea imaginii pozitive a Strategiei;
- inițierea unor proiecte în realizarea Strategiei;
- elaborarea unor poziții și rapoarte legate de probleme și cazuri apărute la realizarea Strategiei.

Comitetul pentru managementul Strategiei va depune eforturi pentru a garanta



stabilitate în câțva aspecte:

- **Stabilitatea financiară** este legată de atingerea rezultatelor în urma realizării Strategiei și este condiționată de stabilitatea financiară a surselor de finanțare la realizarea acțiunilor/ beneficiilor de proiect așteptate pentru regiunea transfrontalieră România - Bulgaria. Comitetul trebuie să estimeze toate cheltuielile necesare pentru realizarea diferitelor acțiuni, programând actualizarea bugetelor lor.
- **Stabilitatea instituțională** presupune stabilirea și menținerea unor parteneriate formale și ad hoc (grupuri de lucru consultative) și forme de cooperare între părțile interesate.

Realizarea reușită a Strategiei se va garanta în mare măsură de bună planificare și de programarea mecanismelor de control potrivite, aplicate de Comitet, ca o bună repartizare a sarcinilor și responsabilităților între experții care fac parte din Comitet.

Pasurile pentru realizarea evaluării includ realizarea unor procese succesive și interconectate, după cum urmează:

Componența echipei de evaluare

Managerii Comitetului sunt responsabili pentru formarea echipelor de evaluare. Propunerile lor sunt aprobate de către organele de conducere ale ambelor organizații partenere.

Se recomandă și includerea unor **reprezentanți ai părților interesate** pentru o evaluare mai obiectivă și transparentă.

Numărul de membri ai echipei de evaluare

Se recomandă echipa de evaluare a Strategiei să fie compusă de minim trei și de maxim șapte persoane, să fie o structură flexibilă de lucru, iar deciziile să fie luate cu un vot majoritar de 2/3.

Organizarea și structura echipei de evaluare

Managerii Comitetului trebuie să stabilească:

- structura echipei de evaluare;
- coordonator;
- obiective și sarcini;



- termenul în care urmează să fie realizată evaluarea.

Colectarea datelor necesare evaluării

În instrumentele de evaluare dezvoltate sunt menționate și documentele, care conțin informație relevantă. Aceste documente, mare parte dintre care sunt documente oficiale, pot fi folosite și ca o dovadă documentară privind eficiența la aplicarea și respectarea principiilor de planificare strategică și management.

Membrii echipei de evaluare au sarcina a colecta datele și informația necesare după indicatorii și întrebările stabilite prin instrumentele, în scopul acesta urmează a beneficia de sprijin din partea tuturor participanților la realizarea Strategiei.

Colectarea datelor necesare se poate realiza și prin completarea unor chestionare semi-structurate și structurate, realizarea unor interviuri, dezbateri, întâlniri de lucru, etc.

Activitatea de evaluare a echipei

La începerea activității echipei de evaluare, coordonatorul aduce la cunoștință membrilor echipei metodica (principiile de bază prevăzute în cadrul acesteia) și regulile legate de aplicarea sa, iar ședința trebuie finalizată cu o decizie, care include în mod obligatoriu:

- dovezile documentare necesare, care urmează să fie prezentate și examinate, pentru colectarea informației și datelor necesare - unde și cum anume vor fi dobândite, cine și cum le va prezenta comisiei;
- rubrici legate de activitatea și de ședințele ulterioare ale comisiei de evaluare.

Decizia este prezentată Managerilor Comitetului.

La ședințele ulterioare membrii echipei au sarcină a lucra pe fond și aplica metodică, prin dezbaterile chestionarului și datelor colectate și atingerea unui acord cu privire la răspunsurile obținute.

Scopul fiecărei ședințe este a fi examinați indicatorii de supraveghere a Strategiei și indicatorii suplimentari după criteriile incluși în cadrul instrumentelor.

Dacă se impune colectarea unei informații și/sau date suplimentare, echipa decide cine și cum va furniza această informație pentru ședința următoare.

În timpul desfășurării fiecărei ședințe se întocmește un proces verbal, în care se consemnează următoarele date:



- persoanele prezente (membrii echipei de evaluare);
- ordinea de zi a ședinței - de importanță majoră este menționarea indicatorilor de supraveghere și a criteriilor, care vor fi examinați la ședința respectivă;
- discuții și dezbateri pe fond;
- opis al materialelor documentare prezentate după fiecare indicator de supraveghere și indicatori/întrebări suplimentari, în conformitate cu cerințele metodicii;
- concluzii;
- deciziile comisiei.

După ce comisia de evaluare finalizează activitatea sa, coordonatorul rezumă datele.

În urma evaluării efectuate se întocmește un raport de sinteză, în care se include o analiză descriptivă a datelor colectate și rezumate.

Conținutul raportului ar putea respecta următorul exemplu de structură:

I. Introducere

II. Metodică

III. Componente principale 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: Eficiență și eficacitatea Strategiei
6. Evaluarea Principiului 6: Management financiar
7. Evaluarea Principiului 7: Deschidere, transparență și publicitate
8. Evaluarea Principiului 8: Monitorizare și raportare
9. Evaluarea Principiului 9: Durabilitate

IV. Evaluarea respectării indicatorilor pentru monitorizarea Strategiei

V. Concluzii



VI. Recomandări

VII. Anexe

VIII. Metodologie pentru actualizarea Strategiei

8.1. Factori, care impun crearea unei metodologii pentru actualizarea Strategiei și a programelor strategice

Strategia elaborată poate fi definită ca un sistem dinamic complex, care s-a format, este în curs de formare și urmează a se forma și în viitor, pe de o parte, pe baza dezvoltării Rutei, iar pe de altă parte - în conformitate cu intențiile și dorințele societății, exprimate prin planificarea regională și politica regională, formulate la un anumit cadru normativ și concretizate prin modele dezvoltate și aplicate de dezvoltare a regiunii transfrontaliere România - Bulgaria și a turismului cultural - istoric. Aceasta impune necesitatea de creare a unui sistem adecvat de analiză, management și monitorizare a Strategiei, care urmează să asigure informație aprofundată în timp util privind realizarea sa, și a permite formularea unei politici adecvate pentru planificarea și managementul Strategiei. Dinamica acestor procese necesită dezvoltarea unui document strategic flexibil și adaptiv, care să reflecte corect schimbările apărute în factorii și condițiile de dezvoltare. Acest documente trebuie să definească parametrii necesari, care corectează direcția de dezvoltare a Rutei „*Frontiera romană pe teritoriul regiunii transfrontaliere România - Bulgaria*“. O parte integrantă a planificării strategice este evaluarea gradului de realizare și o actualizare ulterioară, dacă este cazul.

Pentru obținerea unei flexibilități mai mari a documentului și a actualizării în urma schimbărilor apărute și/sau evaluărilor intermediare a realizării, este dezvoltată prezenta metoda.

Scopul metodicii este de a prezenta într-o formă accesibilă și sintetizată cerințele principale la actualizarea Strategiei, precum și orientări practice în următoarele cinci grupuri principale:

- ✓ Rezumarea elementelor cheie pentru actualizarea reușită a Strategiei;
- ✓ Organizarea eficientă a activității legate de actualizarea;
- ✓ Actualizarea analizei situaționale;
- ✓ Actualizarea părții strategice a documentului;



- ✓ sistem de supraveghere și indicatori;

Factorii principali, care impun actualizarea Strategiei sunt:

- ✓ schimbări în condițiile economice și sociale în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria;
- ✓ actualizarea documentelor strategice la nivel național, regional și european;
- ✓ modificări în legislația națională de referință sau în legislația UE;
- ✓ modificări în strategii de sector și programe, care influențează realizarea Strategiei;
- ✓ concluzii, rezultate și recomandări în urma evaluărilor intermediare.

Strategia este elaborată pentru perioada 2018-2030, iar realizarea sa va avea loc în condițiile unor factori și premise în curs de schimbare dinamică, în vederea realizării obiectivelor pe termen lung și pe termen scurt la nivel local, regional și european.

8.2. Metoda conformității cu principalele documente, care influențează realizarea Strategiei

La actualizarea Strategiei, de importanță majoră este, pentru actualizarea mai precisă a cadrului strategic, efectuarea unei examinări aprofundate a documentelor strategice la nivel european și național, care prezintă cadrul general pentru managementul turismului și planificării strategice.

La actualizarea Strategiei trebuie efectuată o examinare aprofundată a modificărilor apărute în cadrul general pentru managementul turismului și planificării strategice în domeniul turismului cultural - istoric din regiunea transfrontalieră România - Bulgaria și Uniunea Europeană.

8.3. Metoda conformității între obiective, priorități, măsuri și acțiuni în pentru realizarea Strategiei

Reexaminarea și actualizarea Strategiei are loc pentru a se clarifica dacă schimbările apărute în mediul îngreunează sau fac imposibilă realizarea Strategiei și atingerea obiectivelor formulate.

Actualizarea Strategiei trebuie să fie bazată pe următorii principii de bază:



- **Fezabilitate** - în cadrul Strategiei trebuie formulate obiective realiste, adică ele trebuie conformate nu numai cu potențialul de dezvoltare existent, dar și cu factori precum mediul instituțional, tendințe în dezvoltarea turismului, nivel de pregătire a cadrelor din sectorul de turism, asigurarea finanțelor necesare și o serie de alți factori care joacă rolul de factori cu efect de reținere pentru realizarea eficientă a Strategiei;
- **Durabilitate** - Strategia nu trebuie să conțină sarcini, manifestări și acțiuni concrete, căror soluționare are un efect izolat, operațional, de campanie, de termen scurt și cu amortizare rapidă în timp asupra realizării obiectivelor formulate în cadrul Strategiei;
- **Continuitate** - actualizarea Strategiei trebuie să înceapă "de la zero" - trebuie asigurată continuitate cu documentul strategic în vigoare, cu planurile municipale/ județene, strategiilor de sector și programelor la nivel național și european;
- **Parteneriat** - Strategia trebuie să fie rezultatul eforturilor comune depuse de o serie de părți interesate (reprezentanți ai autorităților de sta, regionale, municipale/ județene, ai afacerii, ai instituțiilor științifice și educaționale și ai sectorului neguvernamental).

Un element important din actualizarea părții strategice constă în evaluarea așteptărilor în urma realizării documentului. În scopul acesta trebuie făcută o evaluare și regăsit echilibrul între valorile și așteptările părților interesate. Evaluarea va defini pozițiile de ieșire la actualizarea viziunii și va prezenta claritatea necesară dimensiunilor politice ale documentului strategic viitor actualizat.

Pasul următor constă în reformularea (actualizarea) părții strategice a Strategiei.

Principiile de bază, pe care trebuie întemeiat cadrul strategic al Strategiei sunt următoarele:

- Parteneriat între instituții, părți interesate și structuri ale societății civile în procesul de realizare a intențiilor strategice;
- Coordonare intra și între unitățile de management la toate nivelele, responsabile pentru atingerea stării așteptate a sectorului față de orizontul planificării;
- Concentrarea eforturilor, a resurselor umane și financiare pentru realizarea obiectivelor prevăzute în cadrul Strategiei;



- Legături strânsе și integritatea аcțiunilor, prevăzute în diferitele programe și documente strategice la nivel național și european pentru atingerea unui efect social - economic complex;
- Deschidere pentru aducerea unor complementări și adaptivitatea intențiilor strategice față de condițiile schimbătoare ale mediului, în care се realizează Strategia;

Обiectivele strategice ale documentului concretizează viziunea de dezvoltare raportată la orizontul de аcțiune al documentului strategic. Ele urmează să fie:

- conformate circumstanței că Strategia este definită ca un document strategic cu o perioadă de аcțiune limitată. Această presupune o mai mare specificitate și o diferențiere spațială mai clară. Obiectivele strategice sunt formulate, pe de o parte, în conformitate cu potențialul de dezvoltare existent al rutei, аșteptărilor părților interesate, iar pe de altă parte - cu necesitatea de a reflecta cu prioritate necesitățile prioritare, primare ale rutei;
- compatibile cu obiectivele și prioritățile de dezvoltare a turismului, în special a turismului cultural - istoric din documentele strategice naționale, regionale și europene;
- conformate necesității de aplicare unei abordări integrale la soluționarea problemelor generale din dezvoltarea și aplicarea unei abordări unice la planificarea și managementul rutelor turistice;
- conformate cerinței de creștere a eficienței de la utilizarea instrumentelor de planificare și managementul rutelor, în special a fondurilor provenite de la bugetul de stat și din fondurile europene structurale și investiționale;
- să fie clar formulate, pentru a fi clar ce се аșteaptă să fie obținut prin dezvoltarea rutei și care va fi efectul în urma atingerii acestor obiective, adică, prin ce аnumе realizarea obiectivelor strategice va contribui nu numai la dezvoltarea rutei, ci și la dezvoltarea regiunii transfrontaliere România - Bulgaria; urmează să prezinte o justificare concretă și criterii de realizare clare și măsurabile;
- prioritățile sunt determinate pe baza unei analize detaliate (inclusiv analiză SWOT) pentru atingerea obiectivelor strategice respective;
- obiectivele trebuie canalizate în anumite direcții de prioritate și concretizate în anumite мăsurі cu sfera de аcoperire și rezultate аșteptate clare;



- обiectivele specifice prezintă detaliat ce anume dorim a atinge în diferitele domenii prioritare;
- măsurile urmează a reflecta acțiunile concrete necesare pentru realizarea principalelor obiective strategice programate, a obiectivelor specifice și prioritățile de dezvoltare a domeniului respectiv.

O particularitate caracteristică colectarea datelor privind realizarea Strategiei în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria în legătură cu dezvoltarea turismului cultural - istoric constă în:

- lipsa unor date statistice oficiale la nivel național și european, pe segmente din sectorul „turism“;
- volumul mic al extraselor din studii referitoare la segmentul turism cultural - istoric, care nu sunt reprezentative pentru regiune.

Înainte de crearea sistemului de indicatori, trebuie creată o serie completă de criterii pentru evaluarea credibilității informației de ieșire și a indicatorilor înșiși. Indicatorii trebuie să corespundă următoarelor criterii:

- Raționalitate - trebuie să corespundă priorităților generale și obiectivelor de dezvoltare durabilă;
- Asigurarea informației necesare - să fie disponibilă o sursă de informații constantă pentru fiecare dintre ele;
- Posibilitate de exprimare cantitativă (posibilitate de stabilire a unor obiective valorice și dacă este posibil, de stabilire a unei poziții de bază);
- Simplitate (posibilitate de înțelegere) - să fie ușor de formulat și de priceput;
- Caracter informativ (analitic) al indicatorilor - trebuie să poartă informație suficientă pentru tragerea concluziilor respective și luarea deciziilor;
- Să fie complecși, adică să fie posibilă corelarea ierarhică a acestora cu indicatorii de un nivel inferior. Indicatorii principali trebuie să corespundă celor complecși.

8.4. Metoda actualizării financiare

Evaluarea generală a resurselor necesare pentru realizarea documentului actualizat nu trebuie examinată ca un plan financiar sau ca un tabel financiar indicativ, ci ca o evaluare generală de expertiză d.p.d.v. cu precădere a resurselor financiare necesare.



Fondurile financiare trebuie evaluate în următoarele direcții:

- Fonduri naționale;
- Fonduri europene;
- Alte programe de donații;
- Finanțare națională (buget local și central);
- Finanțare privată;
- Finanțare public - privată.

Evaluarea de expertiză a resurselor financiare trebuie dedusă de la prioritățile Strategiei și să fie prezentată în cifre absolute și cote relative. La analiza și evaluarea resurselor financiare necesare trebuie luate în considerare limitările la finanțarea diferitelor programe din Fonduri europene structurale și investiționale. Un element esențial la evaluarea fondurilor financiare necesare este prezentat de conformarea gradului de pregătire pentru însușirea acestor fonduri în anii restanți din perioada respectivă, și cu probabilitatea de primire reală a acestor fonduri financiare pentru prioritatea/ acțiunea respectivă în anul respectiv.

Anexe:

Anexă 1 - Lista obiectivelor;

Anexă 2 - Examinarea documentelor strategice la nivel regional și local - Bulgaria

Anexă 3 - Examinarea documentelor strategice la nivel regional și local - România

Anexă 4 - Program pentru realizarea Strategiei

Anexă 5 - Cadru financiar indicativ

Anexă 6 - Indicatori

Anexă 7 - Instrumente de evaluare