



INSTITUTUL NATIONAL DE CERCETARE-
DEZVOLTARE IN TURISM

BUCUREȘTI, Str. Apolodor nr. 17, sector 5
Tel. 021-316.25.35; Tel./fax: 021-316.25.65
e-mail: incdt@incdt.ro; www.incdt.ro

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

FAZA II

Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

Beneficiar: Consiliul Județean Constanța

**Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul
Constanța,
2019-2028**

Faza II

Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

**București
2019**

Echipa de elaborare:

Dr. Ec. Doru Tudorache, manager de proiect

Ec. Roxana Aștefănoaiei, expert marketing

Ec. Alina Cârlogea, expert turism și investiții în turism

Geol. Georgeta Maiorescu, expert valorificarea resurselor turistice

Dr. Arh. Victor Timotin, expert amenajarea turistică a teritoriului

Geogr. Adrian Rădulescu, expert GIS

Dr. Ec. Camelia Surugiu, expert turism

Dr. Ec. Cristi Frentz, expert turism

Ec. Marioara Musteață-Pavel, expert turism

CUPRINS

Capitolul 1. Probleme identificate și posibile soluții oferite de stakeholderi	6
1.1. Probleme identificate	6
1.2. Recomandări ale stakeholderilor cu privire la direcțiile de dezvoltare turistică	9
Capitolul 2. Viziunea și obiectivele de dezvoltare a turismului din județul Constanța	17
2.1. Viziune	17
2.2. Obiective generale și specifice pentru dezvoltarea turismului	21
2.2.1. Obiective generale	21
2.2.2. Obiective specifice	25
Capitolul 3. Direcțiile strategice de dezvoltare ale turismului din județul Constanța	32
Capitolul 4. Centralizator acțiuni/proiecte propuse	115
Capitolul 5. Metodologia de implementare și control	139

Listă abrevieri:

- ABADL - Administrația Bazinală de Apă Dobrogea Litoral
- ACN - Administrația Canalelor Navigabile SA Agigea
- ADIZMC – Asociația de Dezvoltare Intercomunitară Zona Metropolitană Constanța
- AJOFM – Agenția Județeană de Ocupare a Forței de Muncă
- ANANP – Agenția Națională pentru Arii Naturale Protejate
- ARBDD – Administrația Rezervației Biosferei Delta Dunării
- BAS – Bugetul asigurărilor pentru șomaj
- BL - Bugetul local
- BS - Bugetul de stat
- CCINA – Camera de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură
- CJC – Consiliul Județean Constanța
- CNAIR – Compania Națională de Administrare a Infrastructurii Rutiere
- CNAPM – Compania Națională Administrația Porturilor Maritime SA
- CNI – Compania Națională de Investiții
- CNSP - Comisia Națională de Strategie și Prognoză
- GR – Guvernul României
- DJS – Direcția Județeană de Statistică
- FE – Fonduri Europene
- INP - Institutul Național al Patrimoniului
- INAVP - Institutul Național de Arheologie „Vasile Pârvan”
- ISJ – Inspectoratul Școlar Județean
- MC – Ministerul Culturii
- MDRAP – Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice
- MAN – Ministerul Apărării Naționale
- MT – Ministerul Turismului
- MTr – Ministerul Transporturilor
- OMD – Organizația de Management al Destinației
- RATC – Regia Autonomă de Transport în Comun Constanța
- SCDVV – Stațiunea de Cercetare - Dezvoltare pentru Viticultură și Vinificație (Murfatlar)
- SNAIMK – Societatea Națională Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu SA
- SNCFR – Societatea Națională a Căilor Ferate Române
- UAT – Unitate Administrativ Teritorială
- ZMC - Zona Metropolitană Constanța

CAPITOLUL I

PROBLEME IDENTIFICATE ȘI SOLUȚII OFERITE DE STAKEHOLDERI

1.1. Probleme identificate

În urma analizei diagnostic realizate, au putut fi identificate câteva probleme majore cu care se confruntă destinația, grupate astfel:



Figura nr. 1.1. Probleme majore cu care se confruntă destinația turistică Județul Constanța

Sursa: realizată de autori

1. Sezonalitate puternică a cererii turistice

Aproximativ 89% din numărul de turiști și 92,2% din numărul de înnoptări sunt înregistrați/înregistrate în perioada de sezon (lunile mai-septembrie), iar 62,3% din numărul de turiști și 67,6% din numărul de înnoptări sunt înregistrați în perioada de vârf de sezon (lunile iulie-august).

Această **concentrare în timp** generează o serie de efecte negative. O aglomerare excesivă în perioada de vârf de sezon și, în special în weekend-urile din vârf de sezon, creează o serie de probleme, pe de-o parte legate de **gradul de satisfacție a turiștilor sosiți pe litoral**, iar pe de altă parte legate de **protejarea factorilor de**

mediu, în perioada de vârf de sezon adesea depășindu-se capacitatea de suport a plajei, infrastructurii de acces și de primire turistică.

În plus, din lipsă de clienți, *un număr mare de structuri de cazare* (circa 90% din numărul de locuri de cazare), *alimentație și agrement sunt închise în extrasezon*, fapt ce are efecte negative asupra utilizării resurselor umane din turism. Este *dificil de atras și păstrat personal calificat* în domeniu, care să fie dispus să lucreze doar câteva luni pe an, în condițiile reducerii constante a populației active din județul Constanța. Din moment ce există fluctuații mari de personal de la un an la altul, în procesul de recrutare, operatorii economici din turism acordă o atenție mai scăzută aspectului calitativ al ofertei turistice, și sunt mai apoi puțin interesați de aspecte legate de dezvoltarea profesională a angajaților.

Pe de altă parte, pentru ca afacerea să fie profitabilă în condițiile unui sezon turistic foarte scurt, hotelierul este nevoit să aplice *tarife foarte ridicate, necompetitive* comparativ cu alte destinații internaționale, în vârf de sezon.

Din toată această conjunctură, cel care are de suferit este consumatorul final, care se vede nevoit să plătească tarife mari și să primească în schimb servicii turistice la un raport calitate – preț *necompetitiv*.

II. Concentrare spațială

O altă problemă importantă o reprezintă *concentrarea puternică a spațiilor de cazare și a fluxurilor turistice în zona de litoral* (incluzând aici municipiul Constanța și stațiunea Techirghiol). Acest areal deține mai mult de 99% din numărul de locuri de cazare și peste 99% din numărul de turiști sosiți în județul Constanța.

Deși județul Constanța deține un bogat potențial turistic natural și cultural, destul de echilibrat distribuit le-a lungul teritoriului său, totuși obiectivele turistice din afara zonei de litoral sunt foarte puțin exploatate, existând un număr limitat de circuite turistice care să le valorifice. În schimb, pentru arealele în care există amenajări de natură turistică, interesul turiștilor este destul de scăzut, datorită lipsei drumurilor de calitate, a semnalizării turistice deficitare, a lipsei informațiilor (lipsa centrelor de informare turistică în câteva puncte cheie din județ, slaba dotare a acestora cu materiale informative de calitate, iar în unele cazuri cu personal de calitate, lipsa unui portal turistic al județului, de unde vizitatorul să poată culege informațiile necesare; a unei aplicații pentru dispozitive mobile etc), a unor trasee turistice tematice, a traseelor cicloturistice și de drumeție, a traseelor de vizitare pentru anumite arii naturale protejate etc.

Toate aceste lucruri fac ca *efectele economice pozitive generate de turism în zona de litoral să se propage doar în foarte mică măsură spre interiorul județului*.

III. Scăderea atractivității litoralului românesc

Dacă în perioada comunistă litoralul românesc era o destinație costieră de top la nivel european, capabilă să atragă atât un număr mare de turiști români, dar totodată și un număr important de turiști străini, în anii de tranziție, pe fondul unor privatizări nereușite și a unor investiții la nivel minim, *stațiunile turistice din zona de litoral au pierdut din atractivitatea de altă dată*, odată cu numărul mare de hoteluri rămase închise în timpul sezonului, cu străzile deteriorate, trotuare distruse, spațiile verzi neîngrijite, iluminatul public deficitar, locurile de parcare insuficiente, plajele neîngrijite, amenajarea precară a falezelor și a locurilor de promenadă etc.

Pe de altă parte, acolo unde s-au făcut investiții masive în noi structuri de cazare (ex. Mamaia Nord - Năvodari), *dezvoltarea acestora s-a făcut haotic*, fără a acorda importanță spațiilor verzi, spațiilor pietonale și a

dotărilor complementare locuirii, având un impact negativ semnificativ, favorizând aglomerarea stațiunii și împiedicând construirea unui produs turistic calitativ, ofertant, diversificat și competitiv.

La acestea se adaugă și *competiția acerbă din partea unor destinații de litoral* din apropiere – Bulgaria, Grecia, Turcia, destinații care beneficiază de condiții meteorologice mai favorabile și de un produs turistic mai atractiv, unde regimul All Inclusive funcționează foarte bine (în special Bulgaria și Turcia) în cazul turiștilor străini și unde sunt încheiate contracte cu marii turoperatori internaționali.

Scăderea atractivității a făcut ca, în timp, destinația să fie ocolită de turoperatorii internaționali, lucru care a condus la scăderea numărului de zboruri pe Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu și în final la reducerea numărului de turiști străini (numărul acestora a ajuns în prezent la sub 5% din numărul total de turiști).

IV. Lipsa unei abordări unitare de dezvoltare și promovare

Din păcate, nici la nivel județean și nici regional (Dobrogea) nu există o abordare unitară de dezvoltare și de marketing. *Nu există o organizație de management-marketing* care să reprezinte interesele tuturor stakeholderilor din județ. *Prezența județului Constanța în mediul virtual este nesemnificativă*, nu există un portal turistic la nivel județean care să promoveze destinația în ansamblu, să integreze toate inițiativele locale de promovare (sub-destinații) și care să centralizeze informațiile cu privire la obiective turistice, evenimente, programe turistice, structuri turistice existente la nivelul întregului județ. De asemenea, nu există un brand al destinației, nici la nivel județean și nici la nivel regional, iar promovarea se face descentralizat, separat de fiecare sub-destinație în parte, în general cu materiale promoționale învechite și de slabă calitate.

În aceste condiții, se consideră faptul că dezvoltarea turistică a destinației s-a realizat în ultimul timp destul de empiric, din inerție, fără o viziune clară.

V. Lipsa personalului calificat

Una dintre principalele probleme cu care se confruntă turismul pe litoralul românesc, problemă care s-ar putea adânci și mai mult în viitor, o constituie *lipsa de personal calificat*. Așa cum s-a menționat anterior, aceasta este accentuată de caracterul sezonier al destinației, dar își are rădăcinile și în *migrația forței de muncă calificate*, criza demografică cu care se confruntă societatea românească în ultima perioadă (spor natural negativ și spor migrator negativ). Din aceste motive, în perioada sezonului estival nevoile pieței muncii nu pot fi acoperite sau sunt acoperite la un nivel calitativ și/sau cantitativ inferior, multe structuri de primire turistică riscând să rămână închise.

VI. Accesibilitatea deficitară

Deși destinația este conectată la câteva coridoare europene de transport, fiind deservită de toate tipurile de transport (rutier – autostradă, feroviar, maritim, fluvial, aerian) și deși are o bună poziționare față de municipiul București, cel mai important bazin al cererii turistice pentru zona de litoral, totuși nu trebuie uitat faptul că județul Constanța are o *poziție geografică periferică* la nivel național, la care se adaugă numărul extrem de mic de zboruri pe Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu (atât la nivel național, cât și internațional, și în special în extrasezon). La acestea, se adaugă *accesul dificil în interiorul destinației*, în special în vârf de sezon între municipiul Constanța și stațiunile din sudul litoralului. În plus, un număr mare de *drumuri* care fac conexiunea între stațiunile de litoral și obiectivele turistice din județ sunt *de proastă calitate*. La

acestea se adaugă *atractivitatea scăzută a mijloacelor de transport public* și lipsa informațiilor legate de acestea. De asemenea, nu există o conectivitate rapidă cu Delta Dunării (feroviară și rutieră), destinație turistică majoră pentru România și care ar trebui integrată în cadrul produsului turistic de litoral și al județului în general.

1.2. Recomandări ale stakeholderilor cu privire la direcțiile de dezvoltare turistică

În vederea stabilirii direcțiilor viitoare de dezvoltare, s-a ținut cont de recomandările primite de la autoritățile publice locale (primăriile din județul Constanța), de la turiști și de la vizitatorii de o zi sosiți în județ, dar și de la diferiți alți stakeholderi cu care au fost purtate discuții în perioada de realizare a acestei strategii.

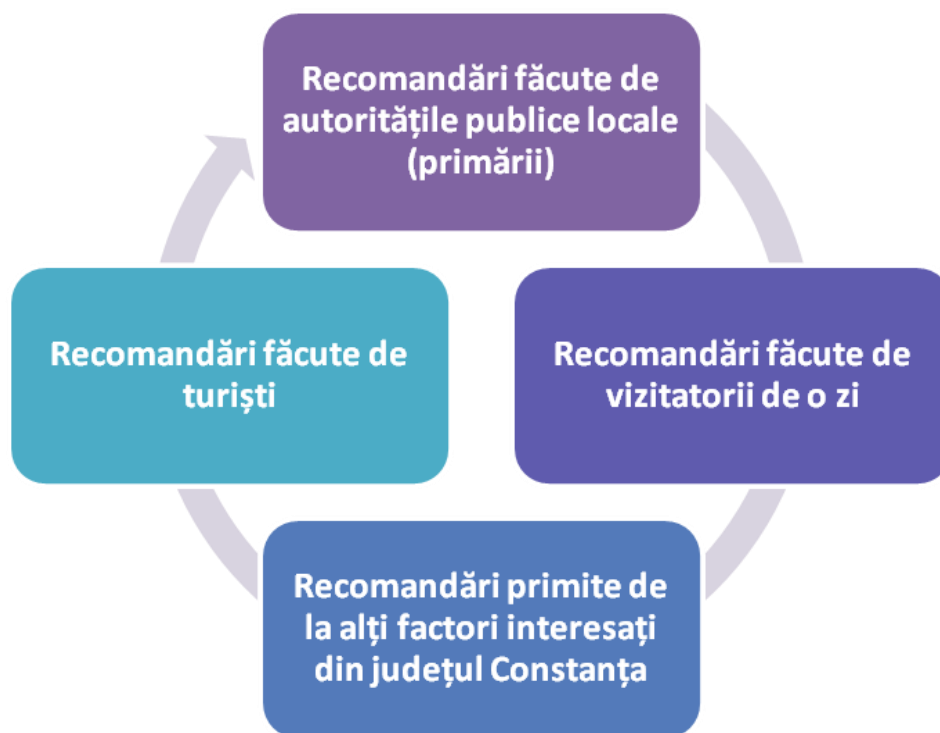


Figura nr. 1.2. Recomandări ale stakeholderilor cu privire la direcțiile de dezvoltare turistică

Sursa: realizată de autori

A. Recomandări făcute de autoritățile publice locale (primării)

Răspunsurile primite de la autoritățile publice locale (41 dintre cele 70 de primării), privind principalele direcții de urmat pentru a îmbunătăți poziția localității și a județului pe piața turistică internațională, pot fi sintetizate în felul următor:

- **Punerea în valoare a resurselor turistice, dezvoltarea produsului turistic**
- crearea de produse, diversificarea ofertei turistice pe baza resurselor culturale, naturale și economice;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- diversificarea ofertei turistice, incluzând și polarizând circuite cultural-istorice, gastronomice, de activități sportive și aventură;
 - restaurarea, conservarea, valorificarea cetăților antice; mediatizarea așezămintelor de cult din zonă;
 - diversificarea ofertei turistice: dezvoltarea turismului balnear, a turismului rural și a agroturismului, a turismului urban, a turismului bazat pe natură, turismului de afaceri, turismului ecumenic, turismului de yachting.
- **Dezvoltarea activităților de management și marketing turistic**
- finalizarea înființării și acreditarea organizațiilor de management a destinațiilor, la nivel local și regional;
 - atragerea de investitori privați;
 - asigurarea accesului la finanțările oferite de Uniunea Europeană;
 - prelungirea sezonului estival;
 - promovarea cu o mai mare atenție a obiectivelor de interes național de pe raza județului, la nivel național și internațional;
 - profesionalizarea activităților de marketing turistic și finanțarea acestora, networking, crearea de povești pentru interpretarea diferitelor obiective turistice – "povestea vinde";
 - promovarea obiectivelor turistice pe un site web unic, sprijinirea comunităților locale pentru promovarea obiectivelor de pe raza lor teritorială;
 - creșterea competitivității turistice, atât la nivel de destinație, cât și la nivelul operatorilor din turism;
- **Dezvoltarea resursei umane**
- profesionalizarea forței de muncă din turism, profesionalizarea actorilor implicați în managementul destinațiilor;
 - creșterea calității serviciilor oferite;
- **Dezvoltarea infrastructurii specific turistice și a serviciilor de agrement turistic**
- realizarea de investiții publice pentru dezvoltarea infrastructurii generale și turistice;
 - dezvoltarea infrastructurii de agrement;
 - realizarea de amenajări adecvate pentru practicarea sporturilor nautice și pentru divertismentul nautic; crearea de facilități de acostare; amenajarea de mini-porturi cu servicii aferente pentru yachting;
 - realizarea de plimbări pe Dunăre;
 - reintroducerea în circuitul turistic a unităților de cazare degradate din stațiuni, prin preluarea acestora de către investitori serioși;
 - organizarea unor circuite turistice;
 - desfășurarea de evenimente cultural-artistice;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- **Dezvoltarea infrastructurii generale de transport**
 - modernizarea Aeroportului Internațional Mihail Kogălniceanu;
 - creșterea frecvenței zborurilor internaționale;
 - modernizarea și extinderea infrastructurii rutiere;
 - asigurarea unor relații feroviare către toate destinațiile turistice din județ;
 - construirea unor parcări auto supraterane sau subterane în zonele aglomerate din municipiul Constanța și în stațiuni și integrarea intermodală a acestora cu rețeaua pietonală, Velo, de transport în comun și navală;

- **Protecția și conservarea mediului, dezvoltare durabilă**
 - protecția mediului și dezvoltarea durabilă;
 - continuarea lucrărilor de protecție costieră, reabilitarea digurilor și construirea unor noi și lărgirea plajelor prin înnisipări artificiale.

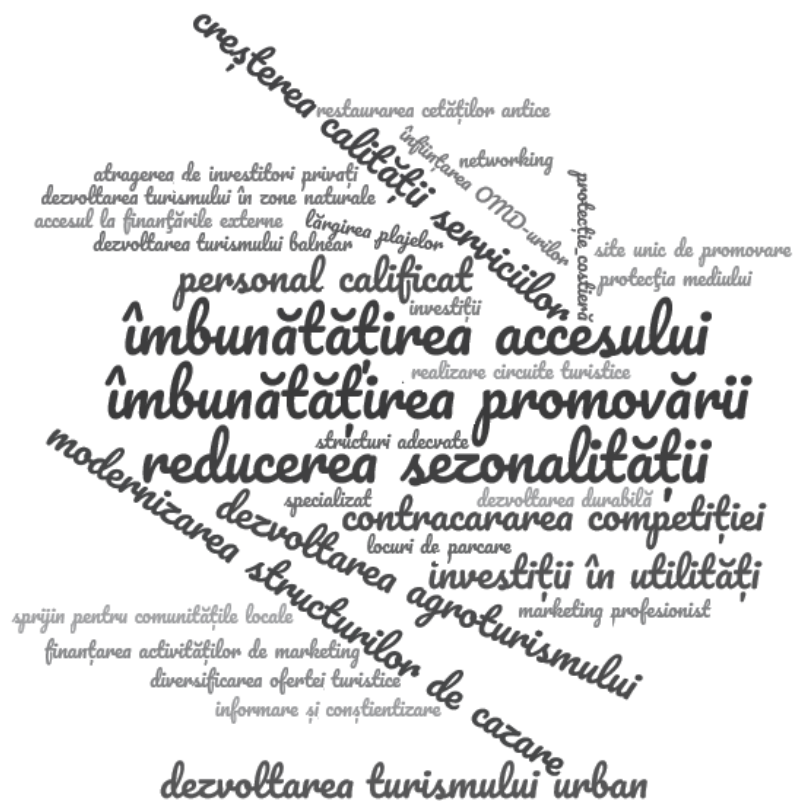


Figura nr. 1.3. Recomandări făcute de autoritățile publice locale (primării) pentru a îmbunătăți poziția județului pe piața turistică internațională

Sursă: răspunsuri primite de la 41 dintre cele 70 de primării din județul Constanța

B. Recomandări primite de la alți factori interesați din județul Constanța

În perioada ianuarie - mai 2019 au fost realizate o serie de interviuri/discuții individuale cu diferiți stakeholderi din județul Constanța, respectiv cu:

- reprezentanți ai Consiliului Județean Constanța;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- reprezentați ai primăriilor din județ (în special ai primăriilor din zonele cu potențial turistic ridicat sau foarte ridicat – Constanța, Eforie, Mangalia, Năvodari, Costinești, Techirghiol, Cernavodă, Ostrov, Hârșova etc.);
- reprezentanți ai organizațiilor patronale din județ (Organizația Patronală Mamaia Constanța, Organizația Patronală Eforie);
- reprezentanți ai Camerei de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură Constanța;
- reprezentanți ai câtorva centre de informare turistică din județ (Eforie Sud, Neptun-Olimp, Cernavodă, Murfatlar);
- reprezentați ai unor crame viticole reprezentative (SCDVV Murfatlar, Crama Vișoara);
- reprezentanți ai unor instituții culturale din județ (Muzeul de Istorie Națională și Arheologie Constanța, Complexul Muzeal de Științele Naturii Constanța, Complexul Muzeal Histria, Centrul Cultural Județean Teodor Burada);
- reprezentanți ai Aeroportului Internațional Mihail Kogălniceanu.

În urma discuțiilor au rezultat o serie de recomandări, după cum urmează:

- **Punerea în valoare a resurselor turistice, dezvoltarea produsului turistic**
 - realizarea unor rute nautice (maritimă, fluvială, mixtă);
 - dezvoltarea unor forme turistice de nișă (oenoturism, turism cultural, cicloturism, ecoturism, ecumenic, de yachting) – crearea unor produse turistice durabile;
 - dezvoltarea turismului balnear și promovarea lui pe piața externă;
 - valorificarea apelor termale din Hârșova;
 - valorificarea patrimoniului tehnic din Cernavodă;
 - realizarea unor trasee cicloturistice;
 - dezvoltarea turismului bazat pe natură în zona lacului Techirghiol - prelungirea pistei de biciclete, amenajare prietenoasă cu mediul, panouri de interpretare a naturii, construirea unui debarcader la lac, doar pentru bărci cu vâsle și bărci cu vele;
 - introducerea în circuitul turistic a unor cetăți/vestigii arheologice;
 - încurajarea meșteșugurilor locale, realizarea de suveniruri;
 - punerea în valoare a caracterului multiethnic – sat multicultural, muzee etnografice, evenimente, show-uri interactive tip nunta la români, nunta la tătari, nunta la aromâni, lupte tătărăști, lupte dacice, dansuri precum perinița sau călușarii etc.;
 - realizarea unor mici muzee etnografice;
 - realizarea unui nou muzeu al vinului în orașul Murfatlar;
 - realizarea unor facilități de vizitare pentru ariile naturale protejate.
- **Dezvoltarea activităților de management și marketing turistic**
 - realizarea de Organizații de Management al Destinației (OMD) la nivel local și regional;
 - creșterea competitivității destinației;
 - refacerea/realizarea panourilor informative și a indicatoarelor către obiectivele turistice;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- participarea la proiecte de cooperare transfrontalieră în domeniul turismului (Programul CBC Marea Neagră; Programul INTERREG V-A România-Bulgaria; Programul INTERREG Danube);
 - auditarea obiectivelor turistice;
 - stoparea turismului „la negru”;
 - implicarea autorităților locale, la nivel de municipii, orașe, comune (PPP-uri).
- **Dezvoltarea activităților specifice de promovare**
- realizarea unui portal web turistic al destinației;
 - realizarea unei aplicații pentru dispozitive mobile la nivelul destinației;
 - refacerea materialelor promoționale;
 - realizarea unui centru de informare turistică pentru Mamaia-Constanța;
 - realizarea unor evenimente în capete de sezon;
 - promovarea evenimentelor cu potențial;
 - realizarea calendarului de evenimente;
 - targetarea piețelor în funcție de profil și promovarea susținută pe aceste piețe;
 - identificarea unor elemente de diferențiere/identitate la nivelul destinației.
- **Dezvoltarea resursei umane**
- realizarea unui centru de formare profesională;
 - realizarea unei școli de vară de bune practici în turism;
 - import de forță de muncă;
 - reducerea fiscalității pentru forța de muncă pe perioada de extrasezon;
 - cursuri de responsabilizare și educație turistică;
 - încurajarea învățământului dual.
- **Dezvoltarea infrastructurii specific turistice și a serviciilor de agrement turistic**
- realizarea de toalete pe traseele turistice și la obiective;
 - construirea unui spațiu pentru evenimente de afaceri de mari dimensiuni (peste 1000-2000 persoane);
 - realizarea unor structuri de agrement (atractori) – aquaparc, parc de miniaturi, port turistic etc.;
 - reabilitarea unor teatre de vară din stațiunile turistice;
 - extinderea Delfinariului, realizarea unui nou Acvariu și a unui nou Planetariu;
 - crearea unor centre culturale (pentru organizare de evenimente culturale/tabere artistice);
 - dezvoltarea unor pensiuni turistice în zonele rurale;
 - realizarea unor campinguri/parcuri de rulote în unele localități de pe malul Dunării;
 - realizarea infrastructurii pentru evenimente sportive: sală polivalentă, stadion;
 - realizarea unui complex sportiv multifuncțional;
 - modernizarea structurilor de primire turistică din sudul litoralului;
 - realizarea unor porturi turistice la Dunăre și la Marea Neagră;

- realizarea și omologarea unor trasee turistice.
- **Dezvoltarea infrastructurii generale de transport**
 - reabilitarea infrastructurii de acces (drumuri);
 - creșterea accesibilității (conectarea cu un Hub aerian, conectarea pe mare);
 - accesibilizarea obiectivelor turistice către utilizatorul final;
 - realizarea unor proiecte de reabilitare străzi, infrastructură generală, mobilier urban, spații verzi în stațiunile turistice;
 - realizarea unor parcări pentru descongestionarea traficului din stațiuni.
- **Protecția și conservarea mediului**
 - preluarea plajelor de către autoritățile locale;
 - amenajarea falezelor în unele localități situate pe Dunăre (ex. Cernavodă, Hârșova);
 - refacerea plajelor, consolidarea falezelor.

C. Recomandări făcute de vizitatorii de o zi

În vederea identificării direcțiilor viitoare de dezvoltare, o sursă importantă a fost reprezentată de recomandările primite de la turiști și de la vizitatorii de o zi (excursionistii fără cazare) sosiți în județul Constanța. Aceste idei au rezultat în urma anchetei privind "Comportamentul, motivațiile și așteptările turiștilor români, cazați în județul Constanța". Ancheta s-a desfășurat on-line pe un eșantion de conveniență, în perioada 5.03.2019 – 5.04.2019.

Grupând propunerile vizitatorilor de o zi după tematică, s-au identificat mai multe aspecte comune care, din punct de vedere al respondenților, ar trebui îmbunătățite:

- intensificarea activității de promovare;
- amenajarea și îmbunătățirea accesului la principalele obiective turistice (cetăți, situri arheologice), ceea ce ar contribui la o mai bună valorificare a lor;
- amenajarea și curățarea plajelor și a apei;
- modernizarea infrastructurii de acces și a transportului rutier și feroviar;
- modernizarea tuturor unităților de cazare, acordarea unei importanțe crescute calității serviciilor și implementarea unui sistem de evaluare pentru unitățile de cazare;
- valorificarea potențialului piscicol al Mării Negre și diversificarea ofertei de produse proaspete, servicii de alimentație de calitate;
- organizarea de evenimente în zona continentală a Dobrogei, nu doar pe litoral;
- un sistem de standarde și control privind curățenia plajelor, cât și metode de întreținere a calității nisipului.



Figura nr. 1.4. Recomandări ale vizitatorilor de o zi

Sursa: date prelucrate de autori, pe baza cercetării privind comportamentul, motivațiile și așteptările turiștilor români sosiți în județul Constanța

D. Recomandări făcute de turiști (vizitatori care înnoptază)

Recomandările făcute de turiști pentru creșterea atractivității destinației au fost numeroase, dar am identificat și aici câteva tipare repetitive:

- curățenie în spațiile publice, curățenie pe plaje și curățarea apei, renovarea fațadelor, respectarea regulilor de urbanism, civilizare arhitectonică, amenajarea spațiilor verzi, curățenie în unitățile de cazare și în cele de alimentație publică;
- îmbunătățirea raportului calitate-preț: majoritatea turiștilor au subliniat că prețurile sunt prea mari pentru calitatea serviciilor oferite atât în unitățile de cazare, cât și în cele de alimentație;
- dezvoltarea infrastructurii rutiere, amenajarea de parcări;
- modernizarea infrastructurii de primire turistică;
- modernizarea infrastructurii de vizitare a principalelor atracții turistice;
- creșterea calității serviciilor, atât în structurile de primire, cât și în cele de alimentație prin diversificarea ofertei de servicii, pregătirea personalului;
- intensificarea activității de promovare și informare, targetarea piețelor externe, folosirea mediului online, oferirea de informații turiștilor cu privire la posibilitățile de petrecere a timpului liber;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- valorificarea patrimoniului cultural, a istoriei și tradițiilor - atragerea de investiții pentru renovarea, reabilitarea, punerea în valoare a atracțiilor turistice (clădiri de patrimoniu, vestigii arheologice, cetăți);
- diversificarea ofertei de agrement și a atracțiilor turistice din afara plajei, realizarea de trasee tematice și excursii care să atragă turiști în afara litoralului, diversificarea ofertei de agrement pentru familiile cu copii, crearea de locuri de joacă, parcuri și spații verzi, crearea de evenimente, dezvoltarea sudului litoralului;
- pregătirea personalului Horeca, mai ales a personalului front-desk și a celui care intră în contact cu turiștii - mulți reclamă lipsa de amabilitate, chiar ostilitatea; sisteme de monitorizare tip "mystery shopper";
- modernizarea rețelei de transport prin: introducerea a mai multor mijloace de transport între stațiuni, modernizarea mijloacelor de transport rutiere și feroviare, dezvoltarea unui sistem de închiriere biciclete și creșterea importanței transportului nepoluant;
- dezvoltarea sustenabilă, după modele de succes din afara țării, prin management performant, planificare strategică, punerea accentului pe client.



Figura nr. 1.5. Recomandări făcute de turiști pentru creșterea atractivității destinației

Sursa: date prelucrate de autori, pe baza cercetării privind comportamentul, motivațiile și așteptările turiștilor români sosiți în județul Constanța

CAPITOLUL II

VIZIUNEA ȘI OBIECTIVELE DE DEZVOLTARE A TURISMULUI DIN JUDEȚUL CONSTANȚA

2.1. Viziune

Viziune: În 10 ani, județul Constanța va fi o destinație turistică competitivă la nivel european, dezvoltată pe principii durabile, atractivă pentru 365 zile pe an, cu o paletă largă de atracții și experiențe turistice oferite, echilibrat răspândite la nivelul întregului areal. Turismul, ca activitate economică de bază la nivelul județului Constanța, va crea noi oportunități pentru ocuparea forței de muncă și pentru îmbunătățirea calității vieții populației locale.

În vederea dezvoltării echilibrate a turismului la nivel teritorial, destinația județul Constanța ar trebui să dezvolte o serie de sub-destinații, oarecum complementare din punct de vedere al produsului turistic și al experienței oferite, astfel:

Zona de nord a litoralului

- *Constanța – Mamaia* - poarta de intrare în Dobrogea multiculturală, o destinație urbană și de litoral, oraș de afaceri și evenimente, gazdă primitoare pentru orice tip de călător (tineri, familii, exploratori), cu o ofertă diversificată de experiențe și produse turistice.¹
- *Eforie – Techirghiol* – destinația turistică a familiilor, în căutarea unei vacanțe de vară nu doar relaxantă, odihnitoare, dar capabilă să ofere un pachet turistic diversificat, incluzând tratament balnear, revigorare, refacere, spa, wellness.
- *Zona situată la nord de Combinatul Petromidia Năvodari* – destinație sălbatică de litoral, dezvoltată pe principii durabile, în acord cu reglementările de protecție impuse în zona Rezervației Biosferei Delta Dunării.

Zona de sud a litoralului

¹ în concordanță cu viziunea identificată în *Strategia de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- *Olimp – Mangalia* - destinație turistică renăscută, cu un cadru natural propice pentru vacanțe active în familie, o varietate de posibilități de agrement pentru întreaga familie, dar și numeroase posibilități de tratament balnear și wellness.
- *Costinești* - stațiune dinamică, care rămâne în memoria colectivă ca o destinație pentru tineret, a studenților și tinerilor care caută distracție, competitivă sub raportul calitate – preț.
- *Vama Veche – 2 Mai* – destinație pentru turiștii neconformiști, dinamică și accesibilă tinerilor care sunt în căutarea exprimării spiritului liber, dar care vine cu o ofertă de turism competitivă și sustenabilă.

Zona dunăreană, de la Ostrov la Hârșova – destinație pentru turism activ, situată atât pe traseul Dunării, cât și pe traseul rutei cicloturistice EuroVelo 6. Elementele naturale (ariile naturale protejate, izvoarele mezotermale din Hârșova, plantațiile de viță de vie) vor fi armonios împletite cu elementele culturale (siturile arheologice componente ale Limes-ului Roman) în cadrul produsului turistic.

Zona de-a lungul Canalului Dunăre-Marea Neagră – destinație în care canalul reprezintă elementul central de atractivitate, deschis către localitățile situate în apropiere, folosit atât pentru plimbări de agrement cu vaporul, pentru sporturi nautice, dar și pentru plimbări cu bicicleta.

Zona central-nordică a județului - destinație ideală pentru dezvoltarea unor programe de turism activ și ecoturism, pentru parcurgerea unor trasee de drumeție sau cicloturistice în arii naturale cu valoare deosebită (Cheile Dobrogei, Gura Dobrogei, Dealul Alah Bair).

Zona central-sudică a județului – zonă rurală emergentă sudului litoralului, puțin umblată și cunoscută de turiști, cu comori naturale și spirituale incitante, care merită descoperite în cadrul unor excursii de o zi cu autoturismul sau cu bicicleta.

În scopul **dezvoltării durabile** a turismului în județul Constanța, o serie de **principii** vor sta la baza acestui proces:



Figura nr. 2.1. Principii care vor sta la baza dezvoltării turistice durabile a destinației

Sursa: realizată de autori

A. Dezvoltarea turismului aduce beneficii economice și sociale pentru comunitatea locală

Comunitatea locală este beneficiarul principal al dezvoltării activităților turistice, o mare parte din veniturile obținute din turism vor rămâne în cadrul destinației (județul Constanța), turismul contribuind astfel la dezvoltarea economică și socială a acesteia.

Sunt susținute inițiativele private în domeniul turismului (servicii de cazare, alimentație, agrement) și din domenii conexe, care contribuie la diversificarea economică și creșterea ocupării forței de muncă de pe plan local, acțiuni care au în vedere angajarea rezidenților, și în special angajarea acestora în posturile de conducere, oferind astfel noi oportunități pentru tinerii bine calificați.

Prin creșterea veniturilor și a standardului de viață pentru populația locală, generațiile tinere sunt încurajate să rămână în cadrul comunității. În plus, sunt susținute acele inițiative care oferă micilor întreprinzători locali posibilitatea de a realiza și de a vinde produsele tradiționale și/sau ecologice, de a realiza și comercializa produse meșteșugărești, suveniruri, de a oferi servicii de ghidaj turistic etc.

Sunt susținute investițiile publice în infrastructură generală (ex. reabilitare drumuri de acces către zone și obiective turistice, străzi și rețele de utilități în cadrul stațiunilor și localităților turistice principale etc.), investiții care să contribuie la dezvoltarea turismului. Impulsionarea dezvoltării infrastructurii generale contribuie la dezvoltarea turismului (fiind condiție de bază pentru aceasta), dar în egală măsură aduce beneficii populației locale, contribuind la îmbunătățirea standardului de viață.

Sunt sprijinite investițiile publice care contribuie la dezvoltarea turismului în cadrul destinației (ex. amenajare obiective turistice, centre de agrement, marcare de trasee turistice și cicloturistice, amenajare plajă/faleză etc.), la generarea de venituri și noi locuri de muncă la nivelul comunității locale, iar pentru turiști la derularea unui sejur mai confortabil, cu posibilități mai variate de petrecere a timpului liber.

B. Dezvoltarea turismului contribuie la conservarea, reabilitarea și capitalizarea patrimoniului cultural și are un impact negativ minim asupra culturii locale

Patrimoniul cultural este un ingredient important al produsului turistic în orice destinație. *Patrimoniul cultural* constituie un ansamblu de resurse moștenite din trecut pe care oamenii le identifică, independent de proprietarul lor, ca o reflexie și expresie a valorilor, credințelor, cunoștințelor și tradițiilor lor în continuă evoluție. Acesta include toate aspectele mediului înconjurător ce rezultă din interacțiunea între oameni și locuri de-a lungul timpului (Convenția-cadru a Consiliului Europei privind valoarea patrimoniului cultural pentru societate, Faro, 2005). Sunt avute în vedere aspecte materiale și imateriale, cum ar fi monumentele istorice (monumente, ansambluri și situri arheologice, de arhitectură, monumente de for public, monumente memoriale-funerare), muzee și colecții publice, manifestări și meșteșuguri tradiționale etc.

Turismul poate contribui la îmbunătățirea relațiilor interculturale. Adesea, turiștii caută să cunoască tradițiile, obiceiurile specifice unei regiuni și monumentele reprezentative, iar comunitatea gazdă este stimulată să revigoreze tradițiile și meșteșugurile populare, să pună în valoare noi și noi obiective turistice culturale.

În acest sens, vor fi stimulate inițiativele prin care sunt încurajate tradițiile și obiceiurile rezidenților (produse turistice care promovează gastronomia tradițională; susținerea ansamblurilor folclorice locale, organizarea de evenimente/festivaluri tradiționale; activități educative ce vizează învățarea de meserii tradiționale) și, de asemenea, proiecte care au în vedere conservarea, reabilitarea și punerea în valoare a monumentelor istorice.

Proiectarea construcțiilor și a infrastructurii joacă un rol central în gestionarea eficientă a resurselor la nivelul destinației. În proiectarea acestora trebuie să se respecte legislația și regulile urbanistice existente, precum și stilul arhitectural al zonei. De asemenea, se favorizează utilizarea de materiale și practici durabile (de exemplu, folosirea materialelor tradiționale în arhitectura construcțiilor și a infrastructurii).

C. Dezvoltarea turismului contribuie la menținerea unui mediu natural curat, iar activitățile turistice au un impact negativ minim asupra acestuia

Mediul, ca totalitate a factorilor naturali și, mai ales, calitatea acestuia reprezintă motivația esențială a călătoriei, reprezentând resursă de bază în cadrul industriei turistice. Pentru anumite forme de turism (ex. turism de litoral, ecoturism, agroturism, turism balnear etc.), de calitatea acestei resurse depinde însuși potențialul viitor de dezvoltare. În aceste condiții, activitățile turistice ar trebui să aibă un impact minim asupra mediului și, mai mult decât atât, turismul ar trebui să aibă o contribuție importantă la menținerea materiei sale prime.

Astfel, se va încuraja dezvoltarea infrastructurilor și a facilităților turistice care aduc impact negativ minim asupra factorilor de mediu. Vor fi încurajate și promovate activitățile economice din turism prietenoase față de mediu și implementarea unor scheme voluntare de dezvoltare durabilă în turism (ex. eticheta Blue Flag, eticheta ecologică europeană pentru servicii de cazare și servicii de camping, certificarea ecoturistică EcoRomânia etc.).

La nivelul stațiunilor turistice de litoral, păstrarea unui raport optim între spațiul verde și spațiul construit este un alt deziderat care ar trebui luat în seamă în momentul realizării investițiilor în domeniul turismului, pentru ca pe viitor să se evite excesele realizate în anumite areale. Dezvoltarea unor noi stațiuni/zone turistice ar trebui să de facă integrat, planificat, preîntâmpinând dezvoltările haotice realizate în

ultimii ani. Păstrarea calității apei mării, a plajelor, a factorilor naturali terapeutici sunt, de asemenea, aspecte esențiale pentru sustenabilitatea acestei destinații turistice.

De asemenea, se va încuraja dezvoltarea unor facilități de vizitare „ușoare” ale ariilor naturale protejate, care să favorizeze conservarea acestora și dezvoltarea activităților ecoturistice, care să aibă caracter educativ și de conștientizare, oferind totodată noi alternative de vizitare și de consum turistic în afara litoralului.

În proiectarea construcțiilor și a infrastructurii în interiorul destinației trebuie să se respecte zona locală, prevederile din planul de management al ariei naturale protejate (unde este cazul) și să se încadreze în peisaj.

D. Dezvoltarea turismului satisface nevoile turiștilor

Turistul este principalul beneficiar al dezvoltării “ecosistemului” turistic, iar siguranța, securitatea și satisfacția acestuia ar trebui să primeze.

Toate facilitățile create și serviciile oferite ar trebui să vină în întâmpinarea turistului potențial și să fie conform așteptărilor acestuia. Se dorește urmărirea în permanență a tendințelor cererii turistice naționale și internaționale și oferirea unor produse turistice conform așteptărilor acestuia.

Prin urmare, sunt necesare măsuri specifice care să contribuie la asigurarea unor servicii de calitate. Evaluarea periodică a gradului de satisfacție a turiștilor (evaluarea review-urilor din mediul on-line, realizarea unor cercetări calitative de măsurare a gradului de satisfacție a turiștilor) ar trebui să fie un prim pas în identificarea unor posibile probleme și în luarea anumitor măsuri corective.

Oferirea unor facilități turistice (structuri de cazare, alimentație, agrement, tratament balnear, obiective turistice culturale – muzee; naturale – trasee tematice) adaptate pentru diferite categorii de turiști cu nevoi speciale (ex. familii cu copii mici, persoane cu mobilitate redusă, persoane cu deficiențe de vedere) reprezintă, de asemenea, un deziderat.

Marketingul practicat pentru promovarea destinației trebuie să fie responsabil și să creeze așteptări realiste ale clientului cu privire la oferta turistică. Prin canalele de promovare vor fi oferite informații complete, care conduc la creșterea respectului pentru mediul natural și cultural al zonelor vizitate și a gradului de satisfacție.

2.2. Obiective generale și specifice pentru dezvoltarea turismului

Pentru a răspunde la problemele identificate în urma analizei diagnostic și ținând cont de propunerile formulate de autoritățile publice locale, de către turiști și de ceilalți stakeholderi cu care s-a discutat în procesul de realizare a strategiei, obiectivele generale și obiectivele specifice de dezvoltare turistică a destinației județul Constanța pentru orizontul de timp 2019 - 2028 ar putea fi grupate astfel:

2.2.1. Obiective generale

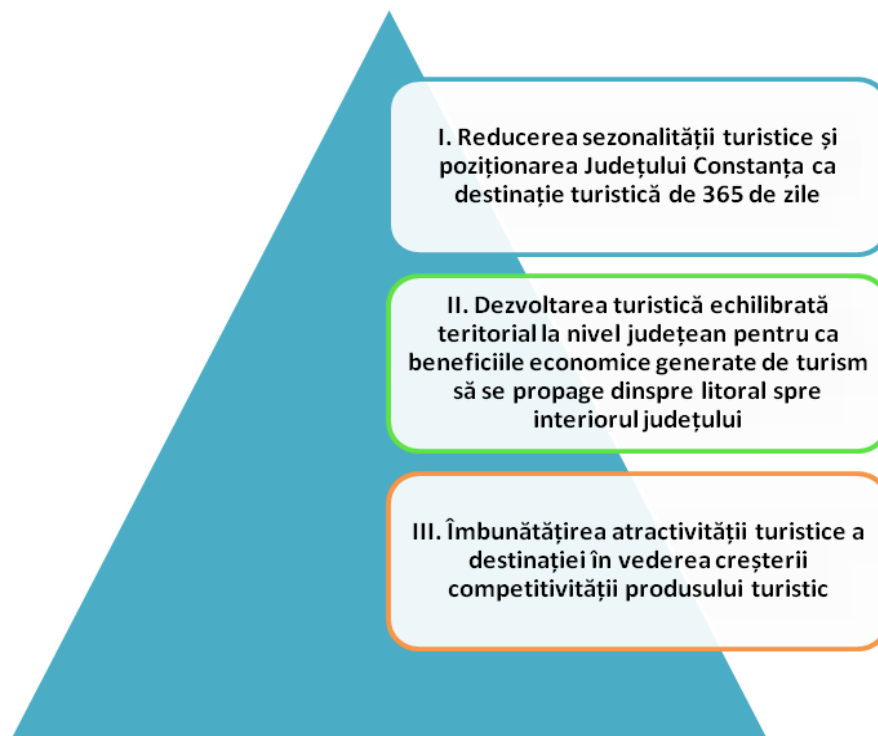


Figura nr. 2.2. Obiectivele generale ale Strategiei Integrate de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Sursa: realizată de autori

I. Reducerea sezonalityi turistice și poziționarea Județului Constanța ca destinație turistică de 365 de zile

Sezonalitatea accentuată este principala problemă cu care se confruntă destinația, de aici derivând alte probleme secundare care țin de eficiența activității turistice, lipsa de personal sau calitatea produselor turistice oferite. În aceste condiții, dezvoltarea și promovarea unei oferte turistice atractive de-a lungul întregului an este de dorit. Dezvoltarea turismului balnear, a facilităților de afaceri și de evenimente, dezvoltarea unui calendar de evenimente cultural-artistice și sportive întins pe toată perioada anului, dezvoltarea unor noi obiective turistice și a unor facilități de agrement accesibile 365 de zile pe an, atractive atât pentru turiști, cât și pentru localnici, vor contribui la reducerea sezonalityi turistice a destinației.

II. Dezvoltarea turistică echilibrată teritorial la nivel județean pentru ca beneficiile economice generate de turism să se propage dinspre litoral spre interiorul județului

La nivelul județului Constanța se constată o concentrare puternică a activităților turistice în zona de litoral. Dezvoltarea unor structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, alimentație, agrement și chiar

tratament balnear în anumite zone cu potențial, amenajarea unor vestigii arheologice și introducerea acestora în circuitul turistic, valorificarea turistică a cursului Dunării și a Canalului Dunăre - Marea Neagră, crearea infrastructurii de vizitare pentru anumite arii naturale protejate, dezvoltarea unei rețele de trasee de cicloturism, crearea unui drum al vinului, dezvoltarea unor muzee locale, valorificarea produselor tradiționale și ecologice, crearea unor evenimente cultural-artistice, punerea în valoare a patrimoniului intangibil, sunt doar câteva dintre direcțiile avute în vedere pentru crearea unor noi poli de interes turistic la nivel județean, pentru atragerea unor noi fluxuri turistice către acestea și pentru crearea premiselor pentru dezvoltarea unor noi produse turistice pentru turiștii cazați pe litoral.

Promovarea adecvată a acestor noi produse turistice, ținută pentru segmentele vizate, va contribui la dezvoltarea echilibrată a turismului la nivel teritorial și la propagarea impactului economic generat către zonele din interiorul județului.

III. Îmbunătățirea atractivității turistice a destinației în vederea creșterii competitivității produsului turistic

Privatizarea parțial nereușită realizată în anii '90, la care s-au adăugat lipsa investițiilor în infrastructura generală și turistică, aspectul general neîngrijit (pe alocuri cu aspect de bălci) din stațiuni, serviciile de slabă calitate în raport cu prețurile plătite, aglomerația din vârf de sezon și aspectul dezolant în capetele de sezon, concurența deosebit de puternică din partea unor destinații din străinătate situate în apropiere, toate acestea au contribuit la reducerea atractivității turistice a stațiunilor de la Marea Neagră, cauzând plecarea marilor turoperatori internaționali care aduceau turiști străini pe litoralul românesc.

În vederea creșterii atractivității turistice a stațiunilor se vor avea în vedere realizarea unor investiții publice în refacerea infrastructurii generale, în amenajarea peisagistică a spațiilor verzi și a falezelor, în realizarea unor trasee de promenadă și a unor trasee verzi în interiorul și în zona limitrofă stațiunilor, amenajarea malurilor lacurilor, protecția și lărgirea plajelor, la care se adaugă investiții private în structurile turistice abandonate, în structuri de agrement turistic pentru toate anotimpurile, în noi structuri turistice pentru clientela all-inclusive, instituirea și respectarea unor reglementări urbanistice unitare și coerente, care să împiedice realizarea unor investiții cu impact negativ asupra ambianței urbane. Acest deziderat va fi valabil și pentru dezvoltarea unor viitoare stațiuni/resorturi turistice. Având în vedere faptul că spațiul liber destinat unor noi proiecte turistice pe litoralul românesc este limitat, este important să se oprească orice dezvoltare necontrolată. Se are în vedere ca aceste areale să fie realizate cu o planificare atentă/integrată, fiind încurajate parteneriatele public-private, în cadrul carora statul/guvernul să dezvolte infrastructura generală, iar investitorii privați să contribuie cu investițiile specifice în turism.

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

Indicatori țintă pentru perioada 2019-2028

Indicatori	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Număr sosiri	1.312.418	1.420.000	1.560.000	1.715.000	1.890.000	2.075.000	2.280.000	2.510.000	2.760.000	3.035.000	3.340.000
Pondere turiști străini	4,8%	4,9%	5,1%	5,4%	5,7%	6,0%	6,3%	6,7%	7,0%	7,1%	7,5%
Durata medie a sejurului	3,8	3,8	3,8	3,9	3,9	4,0	4,0	4,1	4,2	4,3	4,4
Pondere turiști sosiți în extrasezon (ianuarie-aprilie, octombrie-decembrie)	11%	11,5%	12,5%	13,5%	14,5%	15,5%	17,0%	18,5%	19,5%	21,0%	22,0%
Pondere turiști sosiți în afara vârfului de sezon (ianuarie-iunie, septembrie-decembrie)	37,7%	38,5%	41,0%	43,0%	45,0%	47,5%	50,0%	52,0%	54,0%	55,5%	57,5%
Pondere turiști sosiți în localitățile din afara litoralului (exceptând Techirghiol)	1,2%	1,3%	1,4%	1,6%	1,9%	2,3%	2,8%	3,4%	3,9%	4,4%	5,0%

2.2.2. Obiective specifice

1. Structuri și instrumente pentru managementul destinației	• Îmbunătățirea activității de management-marketing turistic la nivelul destinației prin crearea de structuri și instrumente specifice
2. Accesibilitate și mobilitate în cadrul destinației	• Îmbunătățirea accesibilității, în vederea creșterii mobilității vizitatorilor spre și în cadrul destinației turistice
3. Resurse turistice	• Restaurarea, protecția și valorificarea durabilă în turism a patrimoniului cultural și natural din județul Constanța
4. Infrastructură turistică	• Crearea/modernizarea infrastructurii turistice în vederea creșterii atractivității și competitivității destinației
5. Produse & Experiențe turistice	• Dezvoltarea unei palete variate de produse turistice, atractive pentru segmente diferite de turiști, lucru care să contribuie la îmbunătățirea experienței turistice, la atenuarea sezonității și la direcționarea fluxurilor de turiști spre interiorul județului
6. Resurse umane	• Asigurarea resurselor de forță de muncă în sectorul turistic din județul Constanța, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ
7. Calitate, Siguranță & Dezvoltare durabilă	• Creșterea gradului de satisfacție și siguranță a turiștilor, oferirea unui produs turistic de calitate, recunoscut ca atare și reducerea impactului negativ pe care activitățile economice din turism și activitățile conexe îl au asupra mediului, patrimoniului cultural și natural
8. Marketing, Promovare & Informare turistică	• Consolidarea imaginii destinației și realizarea unei promovări unitare a acesteia

Figura nr. 2.3. Obiective specifice ale Strategiei Integrate de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Sursa: realizat de autori

1. Structuri și instrumente pentru managementul destinației

Obiectiv specific: *Îmbunătățirea activității de management-marketing turistic la nivelul destinației prin crearea de structuri și instrumente specifice*

În prezent, nu există o abordare unitară în ceea ce privește dezvoltarea turistică și marketingul turistic la nivel județean. Dacă până în anul 2018 litoralul era promovat împreună cu Delta Dunării, prin intermediul Asociației pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului Litoral – Delta Dunării, în momentul de față s-au creat mai multe nuclee, coordonate de câteva organizații patronale, care împreună cu autoritățile publice locale doresc să pună bazele viitoarelor Organizații de Management al Destinației - OMD-uri (Mamaia-Constanța, Eforie, Mangalia). Din păcate, tergiversarea adoptării legislației (normele metodologice pentru înființarea și organizarea OMD-urilor și Legea Turismului sunt încă în dezbateri) a făcut ca procesul oficializării acestor structuri să fie amânat. De asemenea, se constată faptul că nu există o coordonare pentru dezvoltarea unitară la nivelul întregii destinații (județul Constanța) și nici coordonare pentru o promovare unitară la nivel regional (Dobrogea), deși au existat anumite eforturi din partea Consiliului Județean Constanța pentru realizarea unei Asociații de Dezvoltare Intercomunitară Turism Dobrogea.

Realizarea OMD-urilor la nivel local și la nivel județean este un prim pas în vederea unei dezvoltări turistice coordonate. Acestea ar trebui să realizeze ulterior propriile strategii de dezvoltare și marketing turistic și să depună eforturi pentru implementarea acestora.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- înființarea și acreditarea organizațiilor de management-marketing al destinațiilor, la nivel local și județean;
- realizarea strategiilor de dezvoltare și de marketing turistic.

2. Accesibilitate și mobilitate în cadrul destinației

Obiectiv specific: *Îmbunătățirea accesibilității, în vederea creșterii mobilității vizitatorilor spre și în cadrul destinației turistice*

Conectivitatea destinației cu principalele bazine ale cererii turistice este esențială. În cazul județului Constanța, deși legăturile rutiere și feroviare cu municipiul București (principala zonă emitentă a cererii turistice) sunt bune, se remarcă totuși nevoia dezvoltării și optimizării infrastructurii și serviciilor-cheie de transport internațional (aeroport, port), a legăturilor cu alte destinații de pe plan național, dar mai ales a conexiunilor în cadrul destinației. În plus, așa cum se precizează și în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*, alte puncte vulnerabile sunt slaba calitate a transportului inter-urban, reprezentativitatea și calitatea scăzută a „punctelor poartă de intrare” în municipiul Constanța, ca principală poartă de intrare în județ (gară, autogară).

Dezvoltarea unor legături rutiere și feroviare de bună calitate pe axa nord-sud în zona de litoral este deosebit de utilă pentru a asigura accesul spre această zonă, dar și pentru a facilita deplasarea în cadrul destinației. De asemenea, dezvoltarea drumurilor rutiere pe principalele rute turistice din județ este esențială pentru o mai bună dispersie a fluxurilor turistice, iar amenajarea rutelor de cicloturism (în special a rutei europene EuroVelo 6) va favoriza deplasarea unor noi segmente de turiști în zonă.

În plus, ținând cont de numărul tot mai mare al turiștilor cu nevoi speciale (ex. persoane în scaun rulant, persoane cu deficiențe de auz sau de vedere), al persoanelor care călătoresc cu copii mici, al persoanelor care

călătorească cu animale de companie etc., destinația ar trebui accesibilizată pentru o paletă cât mai largă de vizitatori. În acest sens, pe lângă accesibilizarea infrastructurii stradale, a obiectivelor turistice, a structurilor de primire turistică, a mijloacelor de transport public, este deosebit de importantă existența informației cu privire la acele obiective/structuri de primire care sunt accesibile pentru aceste segmente de turiști.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- modernizarea infrastructurii de acces spre destinație;
- îmbunătățirea accesibilității în interiorul destinației;
- realizarea de parcări intermodale (Park&Ride) în zonele turistice importante;
- realizarea unei rețele de trasee cicloturistice;
- accesibilizarea destinației pentru o paletă cât mai largă de vizitatori.

3. Resurse turistice

Obiectiv specific: *Restaurarea, protecția și valorificarea durabilă în turism a patrimoniului cultural și natural din județul Constanța*

Așa cum s-a spus și mai sus, există o foarte mare concentrare a cererii turistice din județul Constanța în stațiunile de pe litoral. La acest aspect au contribuit slaba valorificare a obiectivelor turistice naturale și culturale situate în afara zonei de litoral, corelată cu lipsa structurilor turistice de cazare, alimentație și agrement, a facilităților deficitare de acces în cadrul destinației și a informațiilor turistice deficitare despre acestea.

În aceste condiții, amenajarea unor noi obiective turistice, dar și reabilitarea obiectivelor deja introduse în circuitul turistic, va contribui la creșterea atractivității destinației, atât pentru turiștii sosiți pe litoral, oferind noi alternative de excursii de o zi, dar și pentru turiștii care doresc să realizeze circuite, trasee, mini-vacanțe în afara zonei de litoral.

Bogatul patrimoniu arheologic și arhitectural, obiectivele de cult religios, patrimoniu material și imaterial aparținând diferitelor comunități etnice și religioase, numărul mare și variat de arii naturale protejate constituie elemente valoroase, care dacă sunt capitalizate corespunzător contribuie la diversificarea elementelor de atracție turistică din cadrul destinației, oferind o paletă variată de posibilități de petrecere a timpului liber.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- conservarea, restaurarea, valorificarea unor situri arheologice/cetăți antice;
- reabilitarea, restaurarea, valorificarea unor obiective de cult religios;
- amenajarea unor noi muzee/case memoriale și reabilitarea, restaurarea și adaptarea ofertei muzeelor existente la noile tendințe ale cererii;
- realizarea unor lucrări de reabilitare/conservare/punere în valoare a altor obiective culturale;
- conservarea, reabilitarea, valorificarea unor obiective cu valoare arhitecturală, istorică, industrială, reprezentative pentru această destinație;

- realizarea infrastructurii de vizitare pentru ariile naturale protejate reprezentative;
- valorificarea patrimoniului imaterial, a obiceiurilor și tradițiilor, a gastronomiei, a diversității etnice;
- gestionarea corespunzătoare a plajelor;
- refacerea mobilierului urban și realizarea unor amenajări peisagistice în stațiunile turistice și alte localități cu potențial turistic ridicat.

4. Infrastructură turistică

Obiectiv specific: *Crearea/modernizarea infrastructurii turistice în vederea creșterii atractivității și competitivității destinației*

Dezvoltarea activităților turistice este condiționată de existența infrastructurii specifice – structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare, alimentație, agrement, tratament balnear, dar și a altor structuri (pentru turismul de afaceri, pentru evenimente sportive) care, chiar dacă nu sunt încadrate ca structuri de primire turistică, sunt absolut necesare.

În prezent, se observă o concentrare puternică a acestor structuri în zona de litoral și o slabă reprezentare în celelalte zone din județ. De asemenea, la nivelul litoralului, dacă din punct de vedere statistic lucrurile stau bine în privința structurilor de cazare, totuși un număr mare de unități sunt încă într-un stadiu avansat de degradare, lucru care afectează aspectul general al stațiunilor. De asemenea, un număr redus de structuri de cazare sunt adaptate segmentului all-inclusive, deosebit de solicitat de turiștii români.

Dezvoltarea unor facilități de cazare, alimentație și agrement, de-a lungul principalelor rute turistice din județ este esențială pentru dezvoltarea turismului în afara zonei de litoral. Amenajarea unor porturi turistice și de agrement/pontoane la Dunăre și Canalul Dunăre - Marea Neagră este o activitate necesară pentru ca aceste două zone să poată reprezenta axe turistice majore la nivel județean.

Dezvoltarea unor facilități de tratament balnear și wellness, a unor facilități de agrement care să poată fi folosite tot timpul anului, a infrastructurii de business și pentru evenimente sportive va contribui atât la prelungirea sejurului mediu al turiștilor, dar și la prelungirea sezonului turistic.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- asigurarea unor structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentație la standarde ridicate;
- dezvoltarea unor noi structuri de agrement turistic;
- dezvoltarea unor noi structuri de tratament balnear și wellness;
- realizarea infrastructurii de evenimente sportive;
- realizarea infrastructurii de afaceri.

5. Produse & Experițe turistice

Obiectiv specific: *Dezvoltarea unei palete variate de produse turistice, atractive pentru diferite segmente de turiști, lucru care să contribuie la îmbunătățirea experienței turistice, la atenuarea sezonității și la direcționarea fluxurilor de turiști spre interiorul județului*

Destinația turistică nu mai oferă pur și simplu produse și servicii turistice, aceasta a devenit un furnizor de experiență turistică. Din ce în ce mai des, turiștii doresc să trăiască experiențe unice, cu grad mare de noutate, să trăiască noi emoții. Vacanțele s-au transformat tot mai mult, iar tendința este tot mai accentuată, de la vacanțe destinate odihnei, la vacanțe active.

Diversificarea ofertei de produse turistice și a evenimentelor culturale și sportive oferite, creșterea gradului de inovare a acestora, amenajarea unor noi trasee și combinarea cât mai multor atracții turistice în cadrul unui produs turistic integrat vor contribui la îmbunătățirea experienței turistice.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- realizarea unor programe turistice inovative;
- realizarea unui calendar anual de evenimente la nivelul județului;
- realizarea unor parteneriate pentru dezvoltarea de produse turistice comune;
- promovarea gastronomiei tradiționale dobrogene;
- realizarea unor trasee turistice tematice;
- finanțarea unor inițiative turistice inovative;
- crearea și coordonarea unei rețele de ghizi locale.

6. Resurse umane

Obiectiv specific: *Asigurarea resurselor de forță de muncă în sectorul turistic din județul Constanța, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ*

Lipsa personalului suficient, din punct de vedere calitativ și cantitativ, pentru structurile turistice de pe litoral este poate cea mai importantă provocare cu care se confruntă această destinație, iar tendința pare să se acutizeze de la an la an. Migrația forței de muncă, sporul demografic negativ, desființarea școlilor profesionale din domeniu, caracterul sezonier al destinației și lipsa de atractivitate a locurilor de muncă din turism reprezintă o serie de factori care, cumulativ, au contribuit la adâncirea acestei crize.

Dezvoltarea unor programe de învățământ de tip dual, în vederea creșterii abilităților practice ale absolvenților din domeniul turismului, creșterea numărului de absolvenți atât în învățământul preuniversitar, cât și în învățământul universitar de profil la nivel județean, realizarea unor programe de pregătire profesională, dezvoltarea unei rețele de voluntari sunt câteva dintre soluțiile identificate.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- îmbunătățirea abilităților practice ale absolvenților din turism (nivel mediu și superior);
- realizarea unor programe de formare profesională a specialiștilor din turism, inclusiv ghizi turistici, manageri de centre de informare turistică și manageri ai organizațiilor de management al destinațiilor;
- crearea unui program de voluntariat pentru dezvoltarea destinației turistice;
- crearea unui program de conștientizare în turism;
- organizarea periodică a unei Școli de bune practici în turism / forum de turism.

7. Calitate, Siguranță & Dezvoltare durabilă

Obiectiv specific: *Creșterea gradului de satisfacție și siguranță a turiștilor, oferirea unui produs turistic de calitate, recunoscut ca atare și reducerea impactului negativ pe care activitățile economice din turism și activitățile conexe îl au asupra mediului, patrimoniului cultural și natural*

O destinație turistică dezvoltată pe principii durabile ar trebui să ofere un produs turistic de calitate, să ofere siguranță și securitate turiștilor și să asigure exploatarea resurselor naturale și culturale pentru generațiile viitoare.

În acest sens, este nevoie de reglementări de urbanism clare pentru zonele turistice importante din județ, prin care să fie avute în vedere zonele construite protejate, utilizarea terenurilor în scopuri turistice, conservarea, protecția și valorificarea zonelor naturale, dezvoltarea infrastructurii turistice, reglementări privind configurația și gradul de dotare a spațiilor publice, reglementări privind spațiile construite și spațiile verzi; reglementări privind relația spațiului construit cu plaja etc.

Se încurajează certificarea unor practici durabile în activitățile turistice, atât în ceea ce privește infrastructura publică (ex. eticheta Blue Flag pentru plaje), cât și în privința infrastructurii private (ex. eticheta europeană sau certificarea EcoRomânia pentru servicii de cazare).

Satisfacția turiștilor și asigurarea unui grad ridicat de siguranță și securitate acestora sunt aspecte deosebit de importante care ar trebui avute în vedere pentru a asigura creșterea/dezvoltarea pe viitor a notorietății destinației.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- realizarea unor reglementări de urbanism care să susțină dezvoltarea durabilă a destinației;
- realizarea/reabilitarea infrastructurii generale în stațiunile turistice și în alte localități cu potențial turistic ridicat;
- promovarea și susținerea calității produselor și serviciilor locale;
- asigurarea siguranței și securității turiștilor.

8. Marketing, Promovare & Informare turistică

Obiectiv specific: *Consolidarea imaginii destinației și realizarea unei promovări unitare a acesteia*

Lipsa de coordonare atât în acțiunile de dezvoltare turistică, cât mai ales în cele de marketing este vizibilă. În aceste condiții, prezența turistică a județului Constanța în mediul virtual este nesemnificativă, neexistând un portal turistic la nivel județean care să promoveze destinația în ansamblu, să integreze toate inițiativele locale de promovare (sub-destinații) și care să centralizeze informațiile cu privire la obiective turistice, evenimente, programe turistice, structuri turistice existente la nivelul întregului județ, iar prezența în social media nu este relevantă. În plus, aceleași probleme sunt constatate și în mediul off-line (participări la târguri cu standuri separate, lipsă de coordonare în momentul stabilirii locațiilor pentru centrele de informare

turistică din județ și lipsă de coordonare între acestea). Cu mici excepții, informațiile oferite de centrele de informare turistică sunt limitate (de cele mai multe ori acoperind doar localitatea respectivă), iar materialele de promovare sunt în general de proastă calitate. De asemenea, nu există un brand turistic al județului/regiunii Dobrogea, la care să se raporteze toți stakeholderii din județ.

Imaginea destinației, în ansamblul ei, pe plan extern este aproape inexistentă pentru publicul larg, fiind reflectată și de numărul mic de turiști străini care vin în zonă. Constanța a câștigat însă, în ultima vreme, un capital de imagine prin evenimentele pe care le organizează, acesta fiind un semnal pozitiv că direcția aleasă este una bună și că poate penetra și alte piețe cu evenimente care atrag publicul ca un magnet, putând fi fidelizați cu alte măsuri sau pachete turistice.

Principalele direcții de dezvoltare vizate sunt:

- realizarea unui brand turistic al județului, parte din brandul turistic Dobrogea;
- intensificarea activității de promovare, folosind mediul on-line și off-line;
- eficientizarea activității de informare turistică;
- realizarea de cercetări în vederea fundamentării deciziilor de marketing.

CAPITOLUL III

DIRECȚIILE STRATEGICE DE DEZVOLTARE ALE TURISMULUI DIN JUDEȚUL CONSTANȚA

Direcția strategică nr. 1.

Structuri și instrumente pentru managementul destinației

Obiectiv specific: Îmbunătățirea activității de management-marketing turistic la nivelul destinației prin crearea de structuri și instrumente specifice

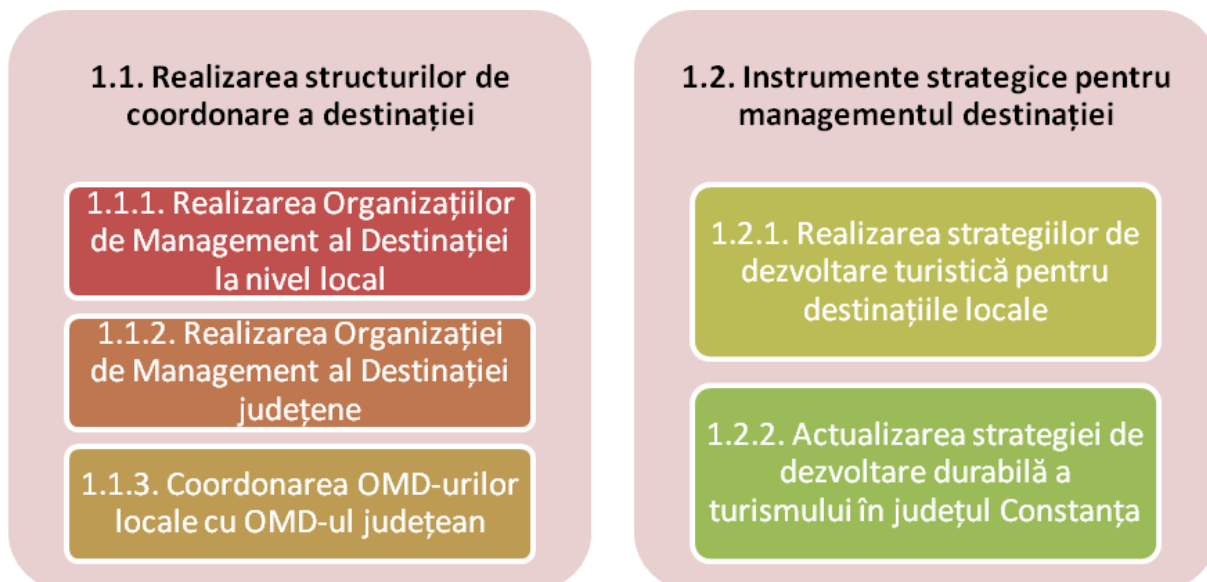


Figura nr. 3.1. Direcția strategică nr. 1. Structuri și instrumente pentru managementul destinației

Sursa: realizat de autori

1.1. Realizarea structurilor de coordonare a destinației

Realizarea de parteneriate public – private la nivel local în vederea înființării organizațiilor de management al destinației, este un demers necesar și important datorită rolului prioritar al acestora în promovarea destinației turistice, în implementarea strategiilor de dezvoltare și promovare turistică și în gestionarea fondurilor. Organizațiile de management al destinației se pot realiza fie la nivel de stațiune/localitate, fie prin asocieri între mai multe stațiuni/localități care au interese comune – țintesc același grup de turiști, se identifică cu o anumită zonă geografică (sudul litoralului) sau au căpătat deja notorietate în

rândul turiștilor (ex. Constanța – Mamaia), dar și organizație de management al destinației la nivelul întregului județ.

1.1.1. Realizarea Organizațiilor de Management al Destinației la nivel local

Conform legislației (OG 58/1998 cu modificările și completările ulterioare, dar și prin proiectul de Lege a Turismului), Organizația de Management al Destinației (OMD) este persoană juridică, care realizează politica de dezvoltare turistică, inclusiv politica de marketing a destinației turistice.

OMD-ul se poate constitui ca asociație/fundație, în temeiul Ordonanței Guvernului 26/2000, cu modificările și completările ulterioare, între sectorul public (autorități publice locale din cadrul destinației) și sectorul privat (membri din cadrul destinației turistice ai confederațiilor/ federațiilor patronale reprezentative, cu activități în domeniul turismului; membri din cadrul destinației turistice ai organizațiilor patronale; angajatori din cadrul destinației turistice). În cadrul acestei asociații pot și ar fi bine să participe, în calitate de membru asociat, și alte părți interesate care pot aduce un aport semnificativ în dezvoltarea turismului (asociații profesionale, asociații de promovare, administratori de arii naturale protejate, mediul academic, institute de cercetare, școli de formare profesională în turism, camere de comerț și industrie etc.).

Principalele atribuții și responsabilități ale OMD-urilor, conform proiectului de HG pentru aprobarea procedurii de înființare, funcționare, acreditare și reacreditare a organizațiilor de management al destinației, sunt următoarele:

- realizarea politicii și strategiei pentru dezvoltarea turismului și coordonarea acțiunilor de implementare;
- coordonarea sectorului public și privat din domeniul turismului la nivelul destinației pentru realizarea unui management durabil;
- dezvoltarea/elaborarea politicilor de marketing în turism, precum și de promovare, atât pe piețele interne, cât și internaționale;
- coordonarea între sectorul public și sectorul privat, și alți jucători în domeniul turismului și în domeniile conexe, cum ar fi cultura, protecția mediului, transporturi;
- promovarea, punerea în valoare, dezvoltarea și protejarea patrimoniului natural și cultural;
- sprijin planificarea teritorială în ansamblu a destinației, în vederea dezvoltării durabile a destinației;
- coordonarea și/sau asigurarea funcționării și managementul centrelor de informare turistică (CIT);
- sprijin pentru formarea resurselor umane din turism și monitorizarea standardelor de calitate la nivelul destinației;
- sprijin instituțiile specializate care au competența de a asigura siguranța și securitatea turiștilor;
- sprijin pentru dezvoltarea, managementul și coordonarea evenimentelor de turism, precum și a competițiilor sportive;
- monitorizarea dezvoltării destinației și marketing;
- asigurarea suportului în coordonarea și managementul intervențiilor în infrastructura turistică, pentru asigurarea "calității experienței" vizitatorilor;
- consiliere în domeniul dezvoltării afacerilor în turism;
- stabilirea, implementarea și monitorizarea standardelor de calitate și durabilitate pentru serviciile de turism și agrement;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- realizarea de analize, rapoarte și studii relevante și punerea la dispoziția factorilor interesați;
- gestionarea și conservarea bazei de date privind activitățile desfășurate de Organizație, precum și a datelor, analizelor și a rapoartelor statistice relevante, pentru a se putea face analiza pe termen lung a activității Organizației și a se putea aprecia impactul real al acestor activități;
- gestionarea uneia sau mai multor mărci specifice destinației și a brand-ului destinației.

Conform Statutului-cadru al OMD-ului, propus în dezbateri publice², organele de conducere, administrare și control ale Organizației sunt: Adunarea Generală, Consiliul Director și Comisia de Cenzori.

Adunarea Generală - este organul suprem de conducere al Organizației, format din reprezentanții instituțiilor publice și reprezentanții mediului privat, desemnați prin hotărâre a autorităților deliberative ale acestora, dintre care se alege un președinte și un vicepreședinte.

Atribuțiile Adunării Generale cu privire la activitatea proprie sunt:

- stabilirea strategiei și a obiectivelor generale ale Organizației;
- acordarea descărcării de gestiune a membrilor consiliului director pentru perioada încheiată, pe baza raportului de activitate prezentat Adunării Generale de Consiliul Director;
- aprobarea situațiilor financiare ale Organizației pentru exercițiul financiar încheiat și a proiectului bugetului de venituri și cheltuieli al Organizației pentru următorul exercițiu financiar;
- alegerea și revocarea membrilor Consiliului Director;
- alegerea și revocarea membrilor Comisiei de Cenzori și stabilirea regulilor generale de organizare și funcționare a Comisiei de Cenzori;
- aprobarea organigramei și a politicii de personal a Organizației, inclusiv a organizării aparatului tehnic al Organizației, și, dacă este cazul, a comisiilor/comitetelor;
- modificarea actului constitutiv și a statutului Organizației;
- dizolvarea și lichidarea Organizației, precum și stabilirea destinației bunurilor rămase după lichidare;
- aprobarea primirii de noi membri în Organizație, a retragerii și excluderii unor membri din Organizație;
- aprobarea cotizației anuale;
- orice alte atribuții prevăzute în lege sau în statut.

Consiliul Director este organul executiv de conducere al Organizației, format dintr-un număr impar de membri, în așa fel încât să se asigure reprezentativitatea tuturor membrilor Asociației. Din cadrul Consiliului Director va face parte Președintele Asociației. Membrii Consiliului Director sunt numiți de adunarea generală pe o perioadă de cel mult 4 ani.

Consiliul Director are următoarele atribuții:

- stabilește strategiile și politica Organizației pentru a duce la îndeplinire scopul și obiectivele Organizației, astfel cum sunt prevăzute în statut;
- organizează convocarea Adunării Generale și pregătește agenda acesteia;
- supune aprobării Adunării Generale rapoarte de activitate, proiectul de buget și execuția bugetară;
- hotărăște angajarea patrimoniului Organizației și dă socoteală de actele sale în fața Adunării Generale;
- aprobă acceptarea donațiilor și legatelor condiționate;

² <http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/10/Anexa-nr-2-la-proiect-HG-OMD-STATUT-24-10-2017.pdf>

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- stabilește grila de salarizare a personalului încadrat cu contract de muncă și nivelul remunerației colaboratorilor;
- îndeplinește atribuțiile stabilite de către Adunarea Generală;
- modifică sediul Organizației.

În îndeplinirea atribuțiilor sale, Consiliul Director va putea folosi și personal remunerat, în condițiile stabilite de Adunarea Generală.

Comisia de Cenzori, formată din 3 membri, numiți de Adunarea Generală pe o perioadă de 3 ani, asigură controlul financiar intern al Organizației. Cel puțin unul dintre membrii Comisiei de Cenzori este expert contabil sau contabil autorizat în condițiile legii.

Atribuțiile Comisiei de Cenzori:

- verifică modul în care este administrat patrimoniul Organizației;
- întocmește rapoarte și le prezintă Adunării Generale;
- poate participa la ședințele Consiliului Director fără drept de vot;
- îndeplinește orice alte atribuții prevăzute în statut sau stabilite de Adunarea Generală.

Președintele OMD-ului este ales pe o perioadă de 4 ani și are următoarele atribuții:

- acționează în conformitate cu strategia și politica propusă de Consiliul Director și în cunoștință de cauză a acestora;
- reprezintă Organizația în relațiile cu terții și în acțiunile în justiție;
- încheie în numele și pe seama Organizației acte juridice de dispoziție sau administrare;
- prezidează ședințele Adunării Generale și ale Consiliului Director;
- exercită întreaga sa autoritate și competență pentru a determina îndeplinirea scopului și obiectivelor Organizației;
- îndeplinește orice alte atribuții stabilite de Adunarea Generală în sarcina sa.

Sursele de venit ale Organizației sunt următoarele:

- contribuțiile asociațiilor la formarea patrimoniului inițial, cotizațiile asociațiilor și alte contribuții de la bugetele locale ale unităților administrativ-teritoriale membre;
- dobânzile rezultate din plasarea sumelor disponibile, în condițiile legii;
- donații, sponsorizări sau legate;
- orice alte surse de venituri prevăzute de lege sau de statut (de exemplu, taxele speciale instituite în temeiul prevederilor art. 484 din Legea nr. 227/2015, cu modificările și completările ulterioare, și/sau din alte sume colectate în scopul promovării și dezvoltării turismului etc.).

Organizația nu are calitatea de operator și nu va desfășura activități economice. Organizația are un buget propriu de venituri și cheltuieli. Situațiile financiare se întocmesc și se publică în conformitate cu legislația în vigoare.

În prezent, sunt câteva astfel de nuclee de management în curs de realizare la nivelul destinațiilor din județul Constanța. Mai exact, este vorba de inițiativele derulate în Constanța-Mamaia, Eforie și Mangalia, prin asocierea sectorului public (autoritățile publice locale) cu sectorul privat (organizațiile patronale). Momentan, se așteaptă definitivarea legislației în domeniu pentru a putea fi oficializate și recunoscute ca atare.³

În viitor, alte UAT-uri în care turismul reprezintă o componentă importantă a economiei locale își pot crea propriile OMD-uri, se pot alătura OMD-urilor deja încheiate (ex. Techirghiol se poate alătura OMD-ului creat în Eforie, Năvodari se poate alătura OMD-ului Constanța-Mamaia) sau se pot asocia în vederea dezvoltării unui OMD (ex. Cernavodă împreună cu localitățile limitrofe - Topalu, Seimeni, Rasova, Aliman; Băneasa împreună cu localitățile limitrofe – Ion Corvin, Adamclisi, Lipnița, Oltina, Ostrov etc.).

Etapizarea activităților de organizare a OMD-urilor și calendarul de implementare sunt prezentate în continuare:⁴

- fondare și formare structură de conducere, asigurare sediu (maxim 6 luni);
- recrutare management executiv (maxim 6 luni de la constituire);
- propunere plan de activități, buget anual, propunere de finanțare, calendar de implementare (maxim 6 luni de la constituire);
- aprobare/amendare plan de activități, buget, organigramă de principiu (maxim 6 luni de la constituire);
- acreditare⁵ (maxim 2 luni de la depunerea documentației);
- aprobare/amendare plan de activități, buget, organigramă la nivel formal (AG) (maxim 6 luni de la constituire);
- recrutare aparat executiv (maxim 2 luni de la aprobarea bugetului);
- implementare plan de activități/management (anual);
- monitorizare și evaluare performanță plan (la finalizarea fiecărui an calendaristic);
- raportare (la finalizarea fiecărui an calendaristic).

1.1.2. Realizarea Organizației de Management al Destinației județene

Realizarea unui OMD județean este importantă pentru a coordona OMD-urile locale, pentru promovarea ofertei turistice globale a județului la nivel național și internațional, pentru promovarea brandului și transmiterea unei imagini unitare către turiști, pentru creșterea notorietății destinațiilor mai puțin cunoscute (exemplu Cernavodă și împrejurimile), prin promovarea alături de destinații clasice ale județului Constanța. De asemenea, tendința la nivelul destinațiilor de pe litoral este de a completa oferta și a promova noi “experiențe” pe lângă cele clasice (mare, soare, plajă), deoarece noile generații de turiști sunt prin definiție exploratori.

În acest sens, s-ar putea asocia Consiliul Județean Constanța, autoritățile publice locale cu potențial turistic din județ și cu organizațiile patronale active la nivel județean (OMD-urile locale vor fi reprezentate prin exponenți ai autorităților publice locale și/sau prin reprezentanți ai organizațiilor patronale).

³ în prezent, deși Organizația de Management al Destinației a fost definită prin Legea 275/2018 privind aprobarea Ordonanței Guvernului nr. 15/2017 pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, totuși normele metodologice pentru înființarea, funcționarea, acreditarea și re acreditarea OMD-urilor încă nu au fost aprobate. În plus, în prezent este în dezbateri parlamentară Legea Turismului, prin care va fi abrogată Ordonanța Guvernului nr. 58/1998 cu modificările ulterioare.

⁴ conform propunerii din *Strategia de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța, 2018*

⁵ conform normelor metodologice care se vor afla în vigoare la momentul respectiv (în prezent, sunt în dezbateri publică)

1.1.3. Coordonarea OMD-urilor locale cu OMD-ul județean

OMD-urile care se vor înființa trebuie să își coordoneze activitățile astfel încât imaginea transmisă să fie clară, să nu existe suprapuneri de activități, destinații care transmit mesaje diferite față de cele ale viitorului brand. De asemenea, acestea trebuie să își coordoneze prezențele la târgurile de turism sau la alte evenimente de promovare, să folosească aceleași elemente de identitate vizuală, să comunice permanent, astfel ca orice modificare a produsului, a membrilor, a activităților să fie cunoscută atât la nivel local cât și județean.

1.2. Instrumente strategice pentru managementul destinației

1.2.1. Realizarea strategiilor de dezvoltare turistică pentru destinațiile locale

Realizarea strategiei de dezvoltare a turismului, așa cum s-a menționat anterior, este una dintre atribuțiile și responsabilitățile OMD-urilor, conform proiectului de Hotărâre de Guvern pentru aprobarea procedurii de înființare, funcționare, acreditare și reacreditare a organizațiilor de management al destinației.

1.2.2. Actualizarea strategiei de dezvoltare durabilă a turismului în județul Constanța

Odată cu realizarea OMD-ului județean va fi nevoie de o revizuire a acestui instrument strategic, pentru a fi în concordanță cu realitățile de la momentul respectiv și pentru a fi însușită de partenerii din cadrul OMD-ului.

Direcția strategică nr. 2.

Accesibilitate și mobilitate în cadrul destinației

Obiectiv specific: Îmbunătățirea accesibilității, în vederea creșterii mobilității vizitatorilor spre și în cadrul destinației turistice



Figura nr. 3.2. Direcția strategică nr. 2. Accesibilitate și mobilitate în cadrul destinației

Sursa: realizat de autori

2.1. Modernizarea infrastructurii de acces spre destinație

2.1.1. Modernizarea principalelor porți de intrare în cadrul destinației

- Modernizarea Aeroportului Internațional Mihail Kogălniceanu⁶
Infrastructura și facilitățile operaționale ale Aeroportului Internațional Mihail Kogălniceanu ar trebui adaptate în așa fel încât să satisfacă nivelul și pretențiile cererii. Sunt necesare lucrări de reabilitare a pistei, modernizarea terminalului de pasageri, modernizarea și reabilitarea sistemului electromagnetic, dotarea cu echipamente de siguranță (multifuncțională de întreținere, multifuncțională deszăpezire, autofreză zăpadă, instalație degivrare aeronave, echipament schidometru). Aceste investiții ar contribui la creșterea siguranței și a atractivității aeroportului atât pentru pasageri, cât și pentru operatorii aeriени.
- Modernizarea terminalului de pasageri al portului Constanța⁷
Conform *Masterplanului General de Transport*, în cadrul proiectului de modernizare a Portului Constanța se au în vedere:
 - transformarea danelor RO-RO 3 - RO-RO 4 în terminal de pasageri (350 ml cu 1,5 nave/zi);

⁶ propunere în cadrul *Strategiei Integrate de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța - SIDU* (S.N. Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu - Constanța S.A)

⁷ proiectul este considerat o prioritate în cadrul *Programului de Guvernare 2018-2020* și în cadrul *Masterplanului General de Transport*

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- reamplasare terminal de la dana de gabare pentru realizarea unui spațiu urban și dezvoltarea orașului – port.
- Modernizare gară și autogară Constanța
Sunt avute în vedere lucrări de modernizare a gării CFR și a autogării Constanța, realizarea unei parcuri și a unor platforme de transport intermodal prin care cele două structuri să fie conectate cu mijloacele de transport public urban și interurban.

2.1.2. Realizare drum expres Constanța - Tulcea - Brăila⁸

Realizarea acestui drum va contribui la creșterea vitezei de călătorie între Brăila/Tulcea și Constanța, îmbunătățind astfel conectivitatea la nivel regional, crescând astfel conectivitatea cu Delta Dunării (se reduce distanța timp între Constanța și Tulcea la 1 oră).

2.1.3. Realizarea/modernizarea unei/unor artere rutiere alternative spre sudul litoralului

Având în vedere problemele de trafic rutier pe DN39, drum care leagă nordul de sudul litoralului, ar trebui realizată o variantă alternativă/ocolitoare pentru această rută.

- Realizarea drumului TR81 Constanța – Mangalia – Vama Veche, Alternativa Techirghiol (22 km).⁹
Soluții pe termen scurt ar fi:
- Realizarea tronsonului DJ 393, între localitățile Techirghiol și Moșneni (14 km), pe ruta: Agiea/DN39 – Techirghiol (DN38), Techirghiol – Moșneni (DJ393) DC5 – 23 August – DN39. Întreaga variantă ar avea 24 de km și ar fi cu aproximativ 2 km mai lungă față de traseul clasic.
- Refacerea tronsonului DJ392 Pecineaga – Amzacea (13 km) și extinderea acestuia pe tronsonul Pecineaga – Mangalia (12 km)¹⁰. În acest fel ar fi deschisă o rută alternativă de legătură cu Autostrada A2 pe ruta: Medgidia/A2 – Ciocârlia de Sus (DJ381), Ciocârlia de Sus – Lanurile – Mereni (DJ308), Mereni – Topraisar (DJ391), Topraisar – Amzacea (DN38), Amzacea – Pecineaga (DJ392), iar de aici cu ieșiri în Mangalia (DJ392) și 23 August (DJ394).

2.2. Îmbunătățirea accesibilității în interiorul destinației

2.2.1. Modernizarea infrastructurii rutiere pe principalele rute turistice

Se are în vedere modernizarea unor drumuri județene care fac legătura între zone/obiective turistice importante:¹¹

- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 223, tronsonul Cernavodă - Rasova - Aliman - Ion Corvin (proiect în derulare);
- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ226A Cetatea Histria - DN22 / Tariverde (proiect în derulare);

⁸ propunere în cadrul *Strategiei Integrate de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța - SIDU* (CNADNR/Ministerul Transporturilor) și în *Masterplanul General de Transport*. Primul pas a fost făcut prin demararea lucrărilor privind construirea podului peste Dunăre între Brăila și Măcin (2018).

⁹ propunere în cadrul *Masterplanului General de Transport*

¹⁰ propunere a Consiliului Județean Constanța

¹¹ propuneri ale Consiliului Județean Constanța

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ226 Corbu – Săcele – Istria – Mihai Viteazu (proiect în derulare);
- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 223, tronsonul Cernavodă - DN22A/Saraiu (50 km);
- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 391A Oltina - Băneasa - Dumbrăveni (60 km);
- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 391 Mangalia - Albești - Negru Vodă – Viroaga (44 km);
- Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 226 B Cogealac - DN2A/Crucea (32 km).

În momentul modernizării acestor drumuri se vor avea în vedere inclusiv amenajarea de spații de parcare, amenajarea unor grupuri sanitare.

2.2.2. Modernizarea infrastructurii feroviare pe principalele rute turistice identificate

Se urmărește electrificarea și modernizarea căii ferate și a stațiilor de cale ferată pentru a facilita și încuraja transportul cu acest mijloc de transport pe rutele:

- Constanța – Mangalia;¹²
- Medgidia – Tulcea.

2.2.3. Eficientizarea rețelei locale de transport public urban și interurban pentru principalele trasee turistice din județ

Transportul public către principalele obiective turistice din județ ar trebui să fie comod, modern, integrat, sigur, iar informația să fie disponibilă (accesibilă) cu ușurință turiștilor români și străini.

Se are în vedere:

- modernizarea mijloacelor de transport public și a stațiilor pe principalele rute turistice din județ (cu accent deosebit spre cele care fac conexiunea cu stațiunile turistice);
- asigurarea transportului public între municipiul Constanța și municipiul Mangalia, cu deservirea tuturor stațiunilor din sudul litoralului, în perioada de sezon;
- crearea unei linii de transport turistic de tip hop on - hop off care să facă legătura între stațiunile din sudul litoralului în perioada de sezon (Mangalia-Olimp);
- asigurarea transportului public între aeroport și stațiunile turistice în perioada sezonului estival (corelat cu programul de zbor al avioanelor);
- îmbunătățirea orarelor mijloacelor de transport public și corelarea acestora către principalele obiective turistice din cadrul destinației;
- sistem de informații în timp real la stațiile de autobuz/tren;
- informațiile cu privire la mersul autobuzelor/trenurilor care circulă pe principalele rute turistice din județ să fie ușor accesibile (portalul web al destinației/aplicația pentru dispozitive mobile) atât pentru turiștii români, cât și pentru turiștii străini.

¹² propunere în cadrul *Strategiei Integrate de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța - SIDU* (Ministerul Transporturilor)

2.2.4. Realizarea unui sistem public de transport de călători pe Lacul Siutghiol¹³

Pentru a facilita transferul turiștilor din orașul Ovidiu către țărmul Mării Negre și pentru a diversifica posibilitățile de agrement pentru turiștii cazați în Constanța/Mamaia, se propune instituirea unui serviciu de transport public pe Lacul Siutghiol. În acest sens, este nevoie de crearea unui cheu nou lângă clădirile CERONAV, care poate fi folosit ca nod de schimb al modurilor de transport.

2.3. Realizarea de parcări intermodale (Park&Ride) în zonele turistice importante

Numărul mare de vehicule parcate în zonele de interes turistic (în municipiul Constanța și în stațiuni) contribuie la reducerea atractivității acestor areale și la reducerea experienței turistice. În acest sens, se dorește construirea unor parcări intermodale în zonele turistice aglomerate și integrarea funcțională a acestora cu rețeaua pietonală, Velo și de transport în comun:

- Mamaia, sudul stațiunii, zona Aqua Magic;¹⁴
- Mamaia, nordul stațiunii;¹⁵
- Năvodari, zona Taberei;¹⁶
- Eforie Nord, zona Lacului Belona;¹⁷
- Costinești;
- Neptun;
- Saturn;
- Mangalia;
- Vama Veche.

Realizarea unor astfel de proiecte va contribui la îmbunătățirea mobilității turiștilor și accesibilizării stațiunilor.

2.4. Realizarea unei rețele de trasee cicloturistice

2.4.1. Marcarea traseului Eurovelo 6 (la nivel național și în județul Constanța)

EuroVelo 6 este una dintre cele 16 rute din cadrul rețelei europene de rute de cicloturism, realizate la inițiativa Federației Europene a Bicicliștilor (European Cyclists' Federation). Aceste rute pot fi folosite de turiștii care realizează călătoriile cicloturistice de lungă durată, dar și de localnici. EuroVelo 6 face legătura între Oceanul Atlantic și Marea Neagră, pe traseul: Nantes - Besancon – Basel – Ulm – Linz – Viena – Bratislava – Budapesta – Osjek – Belgrad – Vidin/Calafat – Silistra/Ostrov – Galați – Tulcea – Constanța. Această rută, cu o lungime de 3.653 km, face conexiunea între 10 țări europene și oferă o oportunitate imensă pentru dezvoltarea acestei forme de turism în județul Constanța, într-o zonă în afara litoralului. Din păcate, datorită blocajelor legislative (nu există legislație care să reglementeze marcarea traseelor de cicloturism pe drumurile publice din România), marcarea acestui traseu s-a oprit la intrarea în țara noastră.

¹³ propunere existentă în Planul de Mobilitate Urbană Durabilă Polul de Creștere Constanța (PMUD)

¹⁴ propunere existentă în Planul de Mobilitate Urbană Durabilă Polul de Creștere Constanța (PMUD)

¹⁵ propunere existentă în Planul de Mobilitate Urbană Durabilă Polul de Creștere Constanța (PMUD)

¹⁶ propunere în cadrul Strategiei Integrate de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța - SIDU

¹⁷ propunere existentă în Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța - SIDU

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța



Ruta Eurovelo 6 în Dobrogea

Sursa: realizată de autori

Conform unui studiu comandat de Parlamentul European, în anul 2012, se estimează că la nivel european în fiecare an sunt realizate mai mult de 2,3 miliarde de excursii cicloturistice fără înoptare și un total de 20,4 milioane de călătorii cicloturistice cu înoptare și s-a calculat un impact economic total produs de această formă de turism de 44 miliarde euro.¹⁸ Mai mult de atât, se consideră că din punct de vedere al impactului economic, la nivel european cicloturismul a întrecut turismul de croazieră,¹⁹ iar în comparație cu

¹⁸ European Parliament. Directorate-General for Internal Policies, *The European Cycle Route Network EuroVelo. Challenges and Opportunities for Sustainable Tourism (Study)* (<https://ecf.com/sites/ecf.com/files/EP%20study%20on%20EuroVelo%20network.pdf>)

¹⁹ https://ecf.com/sites/ecf.com/files/63_S3-1%20Adam%20Bordor.pdf

formele de turism de masă, **marele avantaj al dezvoltării cicloturismului** îl reprezintă faptul că o **mare parte a beneficiilor economice generate de turiști rămân în cadrul comunităților locale** de-a lungul traseului.

În vederea realizării traseului pot fi folosite drumurile rutiere actuale cu trafic redus (sunt acceptate drumurile tranzitate de cel mult 2.000 de vehicule pe zi și doar în condiții speciale de maxim 4.000 vehicule pe zi), piste de biciclete marcate separat pe drumul rutier (pentru drumurile tranzitate de mai puțin de 10.000 de vehicule pe zi), piste de bicicletă separate de drumurile rutiere, drumurile forestiere, drumurile agricole, drumurile verzi etc. Suprafața ar trebui să fie potrivită pentru orice fel de bicicletă în condiții meteorologice normale, trebuie să fie netedă și solidă (se preferă asfaltul, pavajul) și ar trebui evitate pantele abrupte (mai mult de 6% pentru secțiuni mai lungi și mai mult de 10% pentru secțiuni mai scurte).²⁰

Existența unor servicii/facilități minime pe traseu:²¹

- servicii de cazare - disponibile la începutul și la sfârșitul fiecărei secțiuni zilnice (la fiecare 30 - 90 km) – obligatoriu;
- servicii de alimentație (restaurante, crame etc.) – disponibile atât la începutul, sfârșitul, cât și la jumătatea unei etape zilnice (la fiecare 15 - 45 km) – opțional;
- locuri de odihnă – sunt necesare acolo unde lipsesc facilitățile de alimentație de pe traseu. Într-un astfel de loc ar trebui să se ofere protecție împotriva ploii și a soarelui puternic, toaletă și apă potabilă. Acestea pot fi legate de anumite obiective turistice / structuri de agrement;
- facilități prietenoase pentru cicliști (posibilitatea depozitării în condiții de siguranță a bicicletelor, pentru repararea bicicletei, pentru spălarea și uscarea bicicletei etc.) – opțional;
- atracții turistice (muzee, cetăți, biserici și mănăstiri, arii naturale protejate, centre de vizitare etc.);
- centre de informare cu facilități prietenoase pentru ciclism – opțional;
- conexiuni cu mijloacele de transport public la maxim 150 km, iar acestea să ofere posibilitatea de a transporta bicicleta;
- ateliere de reparat biciclete, la maxim 150 km;
- informații despre serviciile și facilitățile existente pe traseu actualizate periodic, accesibile cicloturiștilor într-un format prietenos (ghid, broșură, site web, aplicație pentru mobil etc.).

2.4.2. Realizarea unor trasee cicloturistice pe plan local în județul Constanța

În acest caz, prioritățile ar trebui să fie:

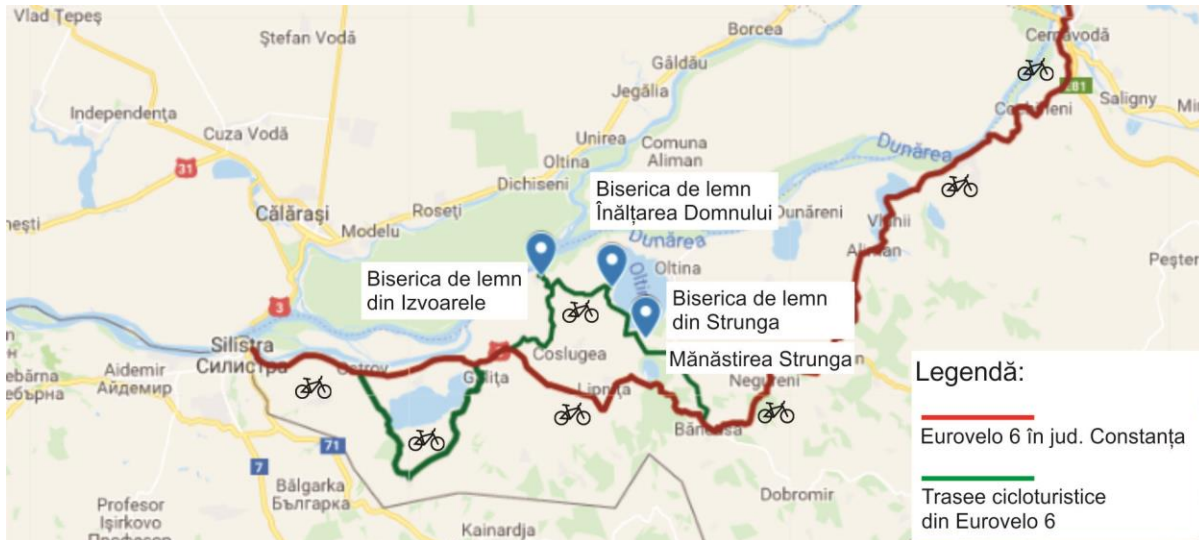
- realizarea unor “bretele” desprinse din traseul EuroVelo 6, prin care să fie create anumite legături cu obiective turistice importante (ex. traseul bisericilor din lemn din sudul Dobrogei,²² traseul Lacului Bugeac etc.);

²⁰ EuroVelo, *Guidance on the route development process* (<http://www.eurovelo.org/wp-content/uploads/2011/08/Guidance-on-the-Route-Development-Process.pdf>)

²¹ prelucrare după: EuroVelo, *Guidance on the route development process* (<http://www.eurovelo.org/wp-content/uploads/2011/08/Guidance-on-the-Route-Development-Process.pdf>)

²² este vorba de trei biserici ridicate în tehnica paiantei, adică cu structură de lemn și umplutură de nuiete bătută cu pământ, construite în secolul 19. Acestea sunt grupate în sudul Dobrogei, în satele Izvoarele (com. Lipnița), Satul Nou și Strunga (com. Oltina).

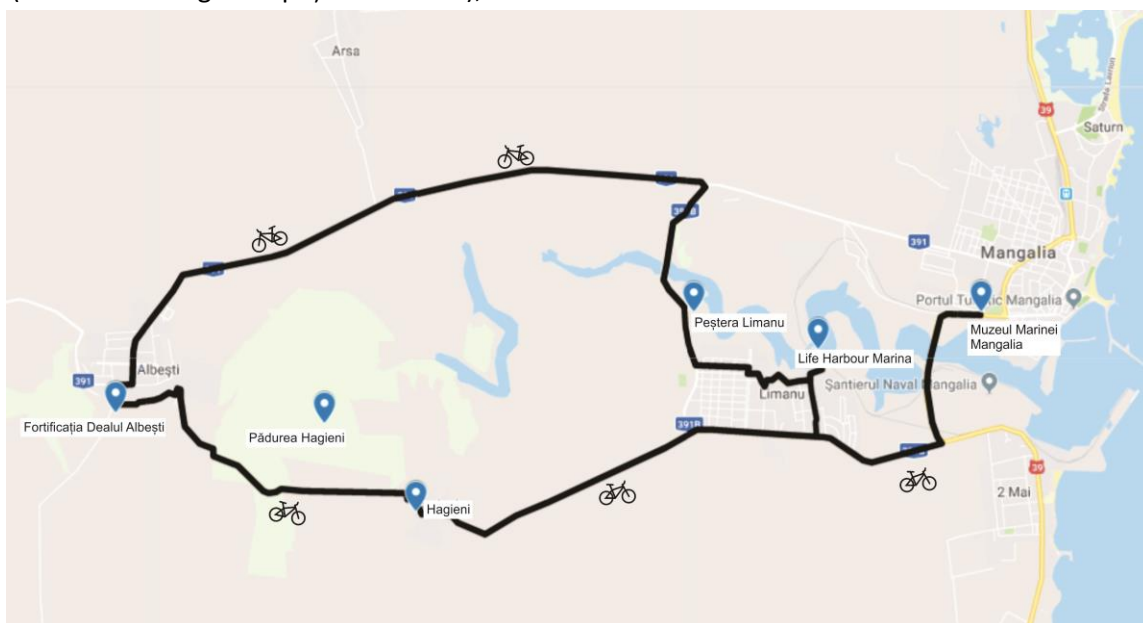
Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța



Exemplu trasee cicloturistice ("bretele") desprinse din EuroVelo 6

Sursa: realizată de autori

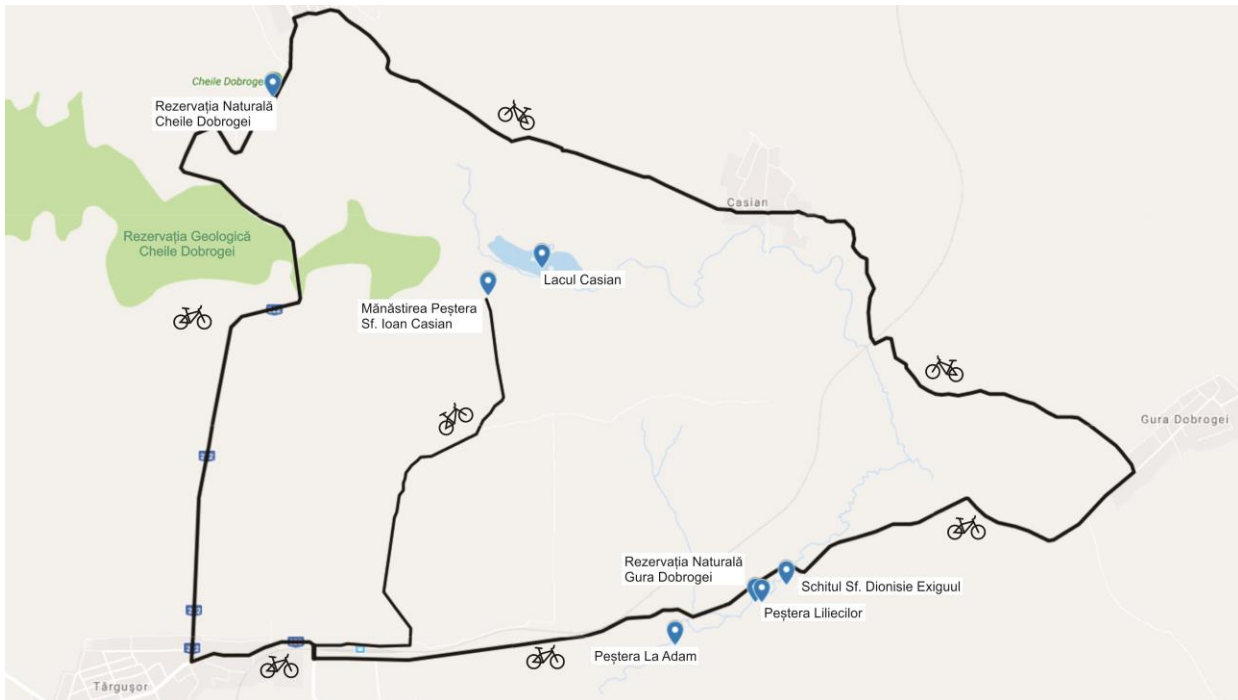
- realizarea unor scurtături în cadrul traseului EuroVelo 6 (ex. traseul Cernavodă – Constanța, pe malul Canalului Dunăre – Marea Neagră; traseul Ion Corvin – Constanța);
- realizarea unor piste de biciclete în stațiunile de litoral și integrarea acestora în cadrul unor rețele pentru nucleele Constanța – Mamaia – Năvodari; Eforie Nord – Eforie Sud – Techirghiol; Mangalia și stațiunile care aparțin de municipiul Mangalia;
- realizarea unor centre bike-sharing funcționale și bine puse la punct în cele 3 nuclee;
- realizarea unor trasee care să facă legătura între anumite stațiuni turistice și obiective turistice din jur (ex. traseu Mangalia – peștera Limanu);



Exemplu traseu cicloturistic în apropierea municipiului Mangalia

Sursa: realizată de autori

- realizarea unor trasee cicloturistice în care să fie integrate obiective turistice reprezentative din județ;



Exemplu traseu cicloturistic în zona Cheile Dobrogei – Gura Dobrogei

Sursa: realizată de autori

În primă fază, până în momentul găsirii unor soluții pentru marcarea efectivă în teren a traseelor, este necesară marcarea GPS a traseelor cicloturistice, a obiectivelor și structurilor turistice importante de pe aceste trasee.

2.5. Accesibilizarea destinației pentru o paletă cât mai largă de vizitatori

Destinația își propune ca pe viitor să ofere experiențe turistice de care să se poată bucura o paletă cât mai largă de vizitatori, indiferent de caracteristicile individuale (abilități, vârstă, înălțime, rasă, sex, orientare sexuală, religie, cultură). În acest sens:

- lucrările viitoare de reabilitare a infrastructurii stradale în municipiul Constanța și în localitățile turistice vor avea în vedere accesibilizarea acestora pentru persoane cu nevoi speciale;
- obiectivele și structurile de primire turistică amenajate prin fonduri publice vor fi accesibile pentru persoane cu nevoi speciale;
- amenajarea unor plaje cu facilități pentru persoane cu mobilitate redusă;
- pe site-ul web al destinației se vor regăsi informații cu privire la obiectivele turistice și structurile de primire turistică accesibile pentru diferite categorii de turiști (persoane cu dizabilități, persoane care călătoresc cu copii mici, persoane care călătoresc cu animale de companie, cicloturiști etc).



<https://cyprus-mail.com/2017/08/01/cto-makes-47-beaches-accessible-people-special-needs-full-list/>



<https://www.curbfreewithcorylee.com/2014/11/20/most-wheelchair-accessible-beaches-in-the-world/>

Exemple de bună practică în accesibilizarea plajelor

Direcția strategică nr. 3.

Resurse turistice

Obiectiv specific: Restaurarea, protecția și valorificarea durabilă în turism a patrimoniului cultural și natural din județul Constanța



Figura nr. 3.3. Direcția strategică nr. 3. Resurse turistice

Sursa: realizat de autori

3.1. Conservarea, restaurarea, valorificarea unor situri arheologice/cetăți antice

Siturile arheologice sunt răspândite pe întreaga suprafață a județului. Un număr de 476 astfel de obiective au fost declarate monumente istorice de interes național (categoria A) sau local (categoria B). Din păcate, dintre acestea doar foarte puține au fost valorificate și introduse în circuitul turistic.

În ultimii ani, Consiliul Județean Constanța, prin intermediul Muzeului de Istorie Națională și Arheologie din Constanța, a derulat o serie de proiecte pentru valorificarea unor astfel de situri (ex. reabilitarea Monumentului de la Adamclisi, reabilitarea Cetății Capidava – în curs de realizare). De asemenea, în perioada imediat următoare vor fi implementate o serie de alte proiecte pentru care s-a obținut finanțare (Restaurarea Cetății Carsium; Restaurarea Edificiului roman cu mozaic; Salvarea și punerea în valoare a Mormântului pictat Hypogeu din Constanța). Pe lângă aceste inițiative ale Consiliului Județean Constanța, ar mai trebui remarcate câteva inițiative locale (proiectul *Callatis - Istorie la Malul Mării Negre - Măsuri de conservare, restaurare și valorificare a patrimoniului istoric și cultural al Municipiului Mangalia*, implementat de Primăria Municipiului Mangalia; proiectul *Conservare, reconstituire parțială și punere în valoare pentru integrarea în circuit turistic a Castrului Roman din localitatea Ovidiu*, proiect care urmează a se implementa de către primăria Ovidiu).

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

În aceste condiții, pentru viitor prioritățile ar trebui reprezentate de:

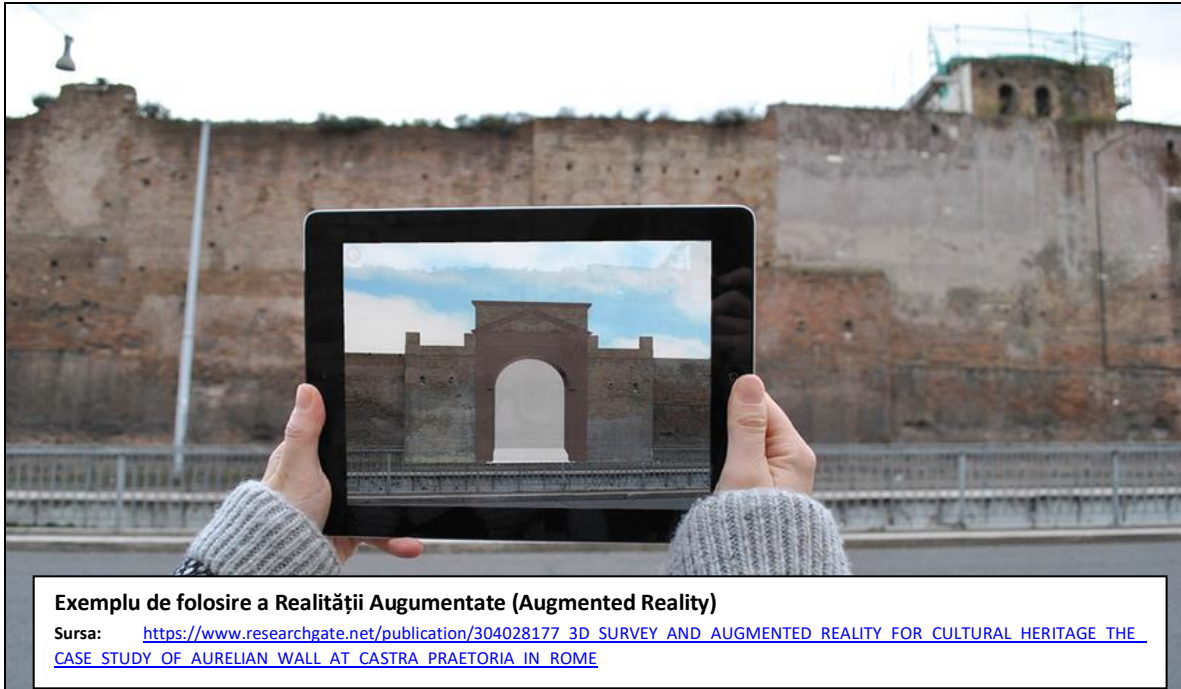
- finalizarea în bune condiții a proiectelor demarate și a celor pentru care deja s-a obținut finanțare (Cetatea Capidava, Cetatea Carsium, Mormântul pictat Hypogeu din Constanța, Edificiul roman cu mozaic din Constanța, Castrul roman din Ovidiu);
- realizarea unor lucrări de restaurare/reconstituire arheologică, conservare și de vizitare pentru obiective de interes regional, inclusiv realizarea/reabilitarea infrastructurii de acces către acestea (unde este cazul):
 - o Cetatea Histria;
 - o Cetatea Adamclisi;
 - o Termele Romane, Constanța;
 - o Ansamblul Rupestru Basarabi – realizarea unui complex muzeal în care să fie creată o replică a ansamblului original;
 - o Cetatea Ulmetum, Pantelimon;
 - o Cetatea Albești;
 - o Cetatea Sacidava - Dunăreni;
 - o Cetatea Păcuiul lui Soare (Cetatea Vicina);
 - o Complexul funerar tumular de la Movila Documaci;²³
 - o Mormântul Hinog, Cernavodă - conservare și protejare în vederea deschiderii mormântului spre vizitare sau amenajări exterioare care să reconstituie/sugereze interiorul mormântului.²⁴

Pentru aceste obiective, în afară de lucrările de conservare și restaurare, achiziționarea de dotări pentru expunerea și protecția patrimoniului cultural, vor fi realizate trasee de vizitare, cu panouri interpretative cel puțin în limbile română, engleză, franceză și germană, ghiduri audio, puncte/panouri de informare, amenajări peisagistice, spații de odihnă/relaxare, puncte de vânzare a suvenirurilor, toalete, parcuri dimensionate în funcție de previziunile fluxurilor turistice, drumuri de acces (unde este cazul).

În cazul vestigiilor arheologice, folosirea *Realității Augmentate (Augmented Reality)* ar fi de real folos în interpretarea patrimoniului, vizitatorul având astfel la dispoziție un instrument prin care să își imagineze cum arăta acel obiectiv în trecut.

²³ Primăria Mangalia, *Strategia de dezvoltare locală a municipiului Mangalia 2016-2023*

²⁴ propunere rezultată din discuțiile avute cu reprezentantul Primăriei Cernavodă



- continuarea Programului „Limes” în județul Constanța, în vederea inventarierii monumentelor și cercetării arheologice a frontierei Imperiului Roman și întocmirea documentației în vederea includerii pe Lista Indicativă UNESCO. Conform cercetărilor întreprinse de membrii comisiei Limes, pe teritoriul județului au fost identificate 14 situri care au aparținut Limes-ului Roman. Dintre acestea, un număr de șapte întrunesc cel puțin unul dintre criteriile prevăzute pentru a putea fi selectat (Carsium, Capidava, Civs, Axiopolis, Sacidava, Sucidava, Durostorum).²⁵ Din această perspectivă, în vederea păstrării autenticității și a unei stări bune de conservare, este nevoie ca acțiunile de cercetare arheologică, protecție și valorificare a monumentului (acolo unde se face), să fie realizate cu respectarea legislației în vigoare și a regulilor impuse de Comisia Națională Limes²⁶. Includerea unor monumente din județul Constanța pe Lista Indicativă UNESCO și mai apoi pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO va contribui din plin la creșterea notorietății destinației turistice, aceste monumente fiind căutate de turiști din întreaga lume.

3.2. Reabilitarea, restaurarea, valorificarea unor obiective de cult religios

Județul Constanța, ca de altfel întreaga regiune Dobrogea, este un teritoriu în care au coexistat și încă trăiesc în pace numeroase comunități etnice, fiecare cu edificiile sale de rugăciune, rezultând un patrimoniu cultural-religios deosebit de bogat. De asemenea, Dobrogea este considerată poarta de acces a creștinismului în România, rămânând numeroase mărturii în sprijinul acestei afirmații (ex. Peștera Sfântului Andrei este considerată, în tradiția creștină, drept adăpost al Sf. Apostol Andrei).

²⁵ <http://limesromania.ro/ro/articole/situri-arheologice/>

²⁶ A se vedea planul de acțiune întocmit de Comisia Națională Limes (<http://limesromania.ro/ro/articole/despre-proiect/plan-de-actiune.html>)

Reabilitarea / restaurarea unor astfel de obiective este importantă atât pentru conservarea moștenirii cultural-istorice, pentru păstrarea comunităților etnice și religioase, dar și pentru dezvoltarea turismului, astfel de monumente fiind obiective turistice valoroase.

În cadrul unui astfel de proiect sunt avute în vedere:

- lucrări de restaurare, consolidare și conservare;
- lucrări de refacere a picturilor interioare, frescelor, picturilor murale exterioare;
- lucrări de restaurare și remodelare a plasticii fațadelor;
- achiziționare dotări interioare (instalații, echipamente și dotări pentru asigurarea condițiilor de climatizare, siguranță la foc, antiefracție);
- achiziționare dotări pentru expunerea și protecția patrimoniului cultural mobil și imobil;
- activități de marketing și promovare turistică a obiectivului restaurat, inclusiv digitizarea acestuia în cadrul proiectului.

În vederea reabilitării/restaurării, se urmărește realizarea unor parteneriate cu unitățile de cult religios. Sunt avute în vedere obiective precum (enumerarea de proiecte nu are caracter limitativ):

- Biserica Grecească „Metamorphosis“, Constanța;
- Catedrala Ortodoxă „Sfinții Apostoli Petru și Pavel“, Constanța;
- Moscheea Carol I, Constanța;
- Biserica Bulgărească „Sf. Nicolae“, Constanța;
- Biserica Armenească „Sfânta Maria“, Constanța;
- Sinagoga Mare, Constanța;
- Basilica Romano-Catolică “Sfântul Anton de Padova“, Constanța;
- Geamia Hunkiar, Constanța;
- Biserica “Sf. Gheorghe” (str. N. Iorga), Constanța;
- Biserica „Sf. Împărați Constantin și Elena“, Constanța;²⁷
- Biserica „Sf. Mare Mucenic Gheorghe“, Mangalia;²⁸
- Geamia Memet Efendi, Cernavodă;
- Biserica „Sf. Constantin și Elena“, Cernavodă;
- Biserica „Sf. Constantin și Elena“, Hârșova.²⁹

3.3. Amenajarea unor noi muzee/case memoriale și reabilitarea, restaurarea și adaptarea ofertei muzeelor actuale la noile tendințe ale cererii

3.3.1. Amenajarea unor noi muzee/case memoriale

Sunt avute în vedere o serie de obiective culturale din mediul rural/urban care pot da identitate locului respectiv (muzee etnografice, case memoriale, obiective turistice care se referă la personalități ale culturii/științei pe plan național/internațional, muzee tehnice realizate în vederea interpretării anumitor

²⁷ propunerile de reabilitare a obiectivelor de cult religios din municipiul Constanța sunt cuprinse în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

²⁸ propunere a Primăriei Mangalia

²⁹ propunere din cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a orașului Hârșova 2017 – 2025*

obiective industriale realizate în acest areal, muzee arheologice și istorice etc.). Acestea trebuie să se transforme într-un catalizator pentru viața culturală a localității, spațiu educativ și de formare pentru comunitatea locală și pentru vizitatori, reprezentând totodată un pilon pentru păstrarea patrimoniului material/imaterial local (locul în care sunt organizate evenimente culturale cu tradiție, unde sunt înglobate ateliere meșteșugărești, puncte de vânzare pentru produsele locale etc.).

- Amenajarea unui muzeu al vinului (posibile locații: SCDVV Murfatlar³⁰ și/sau în municipiul Medgidia³¹). Realizarea unui astfel de muzeu este mai mult decât binevenită datorită tradiției practicării acestei ocupații în Dobrogea și având în vedere faptul că *Muzeul Vinului și al Viei*, care a funcționat până de curând la Murfatlar, a fost închis;
- Amenajarea unui muzeu cu profil tehnic în Cernavodă. Existența unor importante realizări ingineresti în Cernavodă (Centrala Nucleară, Canalul Dunăre – Marea Neagră, Ecluză, Podul Carol I) constituie un material interpretativ deosebit care ar putea fi, în viitor, pus în valoare în cadrul unui muzeu cu profil tehnic;
- Amenajarea unui muzeu al litoralului – în care să se prezinte istoria dezvoltării turismului la Marea Neagră, prezentarea unor machete ale stațiunilor turistice de pe litoral (din trecut și din prezent), hărți vechi, planuri, fotografii de arhivă, statistici etc. Un astfel de muzeu ar avea și rol educativ și de conștientizare pentru a preîntâmpina greșeli viitoare în planificarea stațiunilor de litoral;
- Amenajarea unor muzee locale / etnografice (ex. Tuzla)³² / case memoriale.

3.3.2. Reabilitarea, restaurarea și adaptarea ofertei muzeelor actuale la noile tendințe ale cererii

Se consideră faptul că muzeele din județul Constanța dețin colecții extrem de valoroase. În cele mai multe cazuri clădirile în care sunt situate au nevoie urgentă de lucrări de conservare/reabilitare, iar modalitatea de prezentare și de interpretare a patrimoniului este puțin prietenoasă pentru un vizitator nespecialist. Lipsesc materialele interactive, ghidurile audio, signalistica este învechită și deficitară, iar în multe cazuri lipsesc traducerile în limbi străine. Realizarea unor machete 3D, realizarea de diorame, adaptarea traseelor de vizitare pentru a fi accesibile persoanelor cu nevoi speciale, introducerea unor elemente de gamification (ex. crearea unor trasee – joc de explorare cu ajutorul aplicației Questo³³), folosirea Realității Augmentate (Augmented Reality), crearea de dotări și efecte multisenzoriale (auditive, olfactive, tactile) pot fi doar câteva dintre direcțiile de urmat pentru adaptarea ofertei muzeale.

- Muzeul de Istorie Națională și Arheologie Constanța (proiect aprobat, urmează implementarea);
- Edificiul Roman cu Mozaic Constanța (proiect aprobat, urmează implementarea);
- Muzeul de Artă Populară Constanța;³⁴
- Muzeul Portului Constanța;³⁵
- Muzeul Marinei Române;³⁶

³⁰ propunere a SCDVV Murfatlar

³¹ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Medgidia în perioada 2014-2020*

³² propunere a Primăriei Tuzla

³³ <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.questo.questoapp>

³⁴ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (UAT municipiul Constanța)

³⁵ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (Ministerul Transporturilor)

- Muzeul Militar Național „Regele Ferdinand I” Constanța;³⁷
- Muzeul de Sculptură Ion Jalea, Constanța;³⁸
- Muzeul de Artă Constanța;³⁹
- Complexul Muzeal Histria;⁴⁰
- Complexul Muzeal Tropaeum-Traiani Adamclisi;
- Muzeul Carsium, Hârșova (finalizarea lucrărilor de reabilitare a clădirii Școala Veche “Vasile Cotovu” și mutarea colecției muzeului în această clădire);
- Muzeul Axiopolis, Cernavodă (finalizarea lucrărilor de restaurare a noului corp al muzeului);
- Muzeul de artă Lucian Grigorescu, Medgidia (transformarea în muzeu mixt artă – istorie – arheologie).⁴¹

3.3.3. Realizarea unor lucrări de modernizare și extindere a Complexului Muzeal de Științe ale Naturii⁴²

Datorită lucrărilor de extindere a Delfinariului realizate în perioada 2014-2016, Complexul Muzeal de Științe ale Naturii a devenit cel mai important obiectiv turistic de pe litoral (exceptând marea-plaja), atrăgând în prezent un număr de peste 600.000 de vizitatori/an.

În vederea diversificării ofertei și aducerii acesteia la standarde internaționale sunt necesare și pe mai departe o serie de investiții care au în vedere:

- realizarea unei noi extinderi a Delfinariului, în vederea creșterii spațiului destinat delfinilor și pentru a putea realiza și spectacole cu lei de mare.
- realizarea unui nou Acvariu/Oceanariu de mari dimensiuni (3.500 mp). Acesta va fi realizat în aceeași incintă cu Complexul Muzeal de Științe ale Naturii (Bd. Mamaia 255), cu acvarii tip tunel cu geam acrilic, zone educative, zone de contact cu anumite specii de pești.
- modernizare planetariu și observator astronomic Constanța. În cadrul acestui proiect se are în vedere construcție planetariu de vară, realizare expoziție permanentă „Universul” în cadrul Observatorului Astronomic; reabilitarea platformei de observații astronomice din fața Planetariului; expoziție permanentă de holograme, cu sonor al planetelor în cadrul Planetariului; Parcul cercetașilor cosmosului - jocuri distractive și interactive pentru copii; realizare cadrane solare și hărți stelare.
- realizarea unui Exotarium/Planeta Fluturilor (spațiu pentru fluturi, șopârle, păsări exotice, amfibieni etc.).⁴³

³⁶ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (Ministerul Apărării Naționale)

³⁷ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (Ministerul Apărării Naționale)

³⁸ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (CJ Constanța)

³⁹ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (CJ Constanța). În prezent, proiectul este în curs de evaluare. Se are în vedere realizarea unui corp nou în curtea interioară din spatele muzeului P+2 (cu spațiu liber la nivelul solului) pentru a se asigura spațiile necesare unui atelier de restaurare și a unei săli de conferință precum și utilizarea în vederea asigurării accesului la toate nivelurile muzeului a persoanelor cu dizabilități.

⁴⁰ informații primite de la Complexul Muzeal Histria

⁴¹ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Medgidia în perioada 2014-2020*

⁴² informații primite de la Complexul Muzeal de Științe ale Naturii și de la Consiliul Județean Constanța, parțial propuneri existente în *Strategia de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

⁴³ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (CJ Constanța)

- realizarea spațiului “Lumea Acvatică” - muzeu interactiv , în locație exterioară bazinelor de cantonare a mamiferelor marine. Exponatele acestui muzeu vor fi interactive (holograme, reprezentări ale corpurilor de animale în care vizitatorul poate pătrunde, poate atinge organele interne etc).
- realizare panou backlight (panou led), poziționat pe peretele din fața vizitatorilor de la delfinariu, deasupra bazinului pe o suprafață de 8x20 m pe care să ruleze informații și filme documentare despre lumea acvatică.

3.4. Realizarea unor lucrări de reabilitare/conservare/punere în valoare a altor obiective culturale

3.4.1. Realizarea unor investiții în infrastructura culturală - teatre, instituții de cultură etc.

Fără a avea caracter limitativ, se propune:

- reabilitarea Centrului Cultural Județean Teodor Burada;
- reabilitarea Bibliotecii Județene Ioan N Roman;
- reabilitarea Teatrului de Stat, Constanța;
- reabilitarea Teatrului de copii și tineret „Căluțul de Mare”, Constanța;⁴⁴
- reabilitarea Casei de Cultură a municipiului Mangalia;⁴⁵
- reabilitarea Casei de Cultură I.N. Roman, municipiul Medgidia;⁴⁶
- construirea unei Case de Cultură în orașul Murfatlar;⁴⁷
- reabilitarea și modernizarea Casei de Cultură din orașul Hârșova.⁴⁸

3.4.2. Modernizarea, renovarea și/sau dotarea căminelor culturale din localitățile din județ

Prioritate ar trebui să aibă acele cămine culturale „vii”, unde funcționează un ansamblu folcloric, unde sunt organizate ateliere pentru sprijinirea meșteșugurilor tradiționale și sunt organizate anumite evenimente culturale cu tradiție etc.

3.4.3. Reabilitarea unor teatre de vară și a unor cinematografe în aer liber din stațiunile turistice

- reabilitarea și transformarea Teatrului de Vară Mamaia într-un centru de agrement destinat în special copiilor și tinerilor (Imaginaris);⁴⁹
- reabilitarea Teatrului de vară Soveja, Constanța;⁵⁰
- reabilitarea teatrului de vară “Jean Constantin” Techirghiol;⁵¹
- reabilitarea teatrului de vară din Eforie Nord;⁵²
- reabilitarea teatrului de vară din Eforie Sud.⁵³

⁴⁴ propuneri în cadrul *Strategiei Integrate de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (CJ Constanța)

⁴⁵ Primăria Mangalia, *Strategia de dezvoltare locală a municipiului Mangalia 2016-2023*

⁴⁶ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Medgidia în perioada 2014-2020*

⁴⁷ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare durabilă a orașului Murfatlar, 2014-2020*

⁴⁸ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a orașului Hârșova 2017 – 2025*

⁴⁹ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

⁵⁰ propunere a Consiliului Județean Constanța

⁵¹ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

⁵² discuții purtate cu reprezentanți ai primăriei

⁵³ discuții purtate cu reprezentanți ai primăriei

3.5. Conservarea, reabilitarea, valorificarea unor obiective cu valoare arhitecturală, istorică, industrială, reprezentative pentru această destinație⁵⁴

- consolidarea și restaurarea Cazinoului din Constanța⁵⁵
În urma implementării acestui proiect, Cazinoul va fi redat circuitului public și astfel va fi pusă în valoare o clădire simbol a orașului, realizată în stil Art Nouveau. Cazinoul va deveni un centru cultural și de divertisment, unde vor putea fi găzduite evenimente culturale, simpozioane, expoziții, beneficiind de o sală multifuncțională de 200 de locuri și de o sală de festivități de 150 de locuri;⁵⁶
- consolidarea și restaurarea Vilei Regale din Mamaia
În prezent, se așteaptă lămurirea aspectului juridic al clădirii, existând pe rol un proces între Ministerul Culturii și Identității Naționale și proprietarii actuali ai clădirii. După lămurirea aspectului juridic, sunt necesare lucrări de consolidare și restaurare a clădirii și transformarea acesteia în instituție culturală;
- consolidarea și restaurarea unor clădiri reprezentative din zona peninsulară a municipiului Constanța sau în imediata apropiere a acesteia (ex. Casa cu Lei, Marea Sinagogă, Hanul Balcan etc.);
- reabilitarea Cimitirului Internațional de Onoare "Mircea cel Bătrân", com. Mircea Vodă (unde se află înhumați peste 5 mii de soldați români, ruși, bulgari, sârbi și germani căzuți în Primul Război Mondial) și a capelei cimitirului;⁵⁷
- punerea în valoare a unor structuri de apărare militară-cazematate dezafectate ca obiective turistice;
- consolidarea, restaurarea și introducerea în circuitul turistic a Farului din Mangalia;⁵⁸
- realizarea unui traseu de vizitare a Podului Carol I, Cernavodă, obiectiv tehnic reprezentativ, poartă de intrare în Dobrogea.

3.6. Realizarea infrastructurii de vizitare pentru arii naturale protejate reprezentative

Ariile naturale protejate au un potențial turistic ridicat, iar acesta poate fi pus în valoare doar dacă sunt amenajate pentru vizitare. În aceste areale ar trebui să aibă prioritate dezvoltarea infrastructurii de vizitare, respectiv: realizarea unor centre de vizitare; a unor puncte de informare turistică, realizarea/refacerea traseelor turistice, amenajarea unor poteci tematice, construcția/refacerea unor foișoare, amenajarea unor locuri de odihnă/popas, a unor puncte de observare, a unor puncte de belvedere etc.⁵⁹ În paralel, luarea unor măsuri de management al vizitatorilor contribuie la o planificare mai eficientă a vizitării și la minimizarea impactului negativ generat de turism.

În cazul investițiilor realizate pe teritoriul ariilor naturale protejate, acestea ar trebui să fie incluse în Planul de Management al ariei naturale protejate, plan aprobat prin legislația în vigoare.

Se are în vedere (enumerarea de proiecte nu are caracter limitativ):

⁵⁴ enumerarea de proiecte nu are caracter limitativ

⁵⁵ propunere cuprinsă în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* (UAT municipiul Constanța)

⁵⁶ adev.ro/pr6vy4

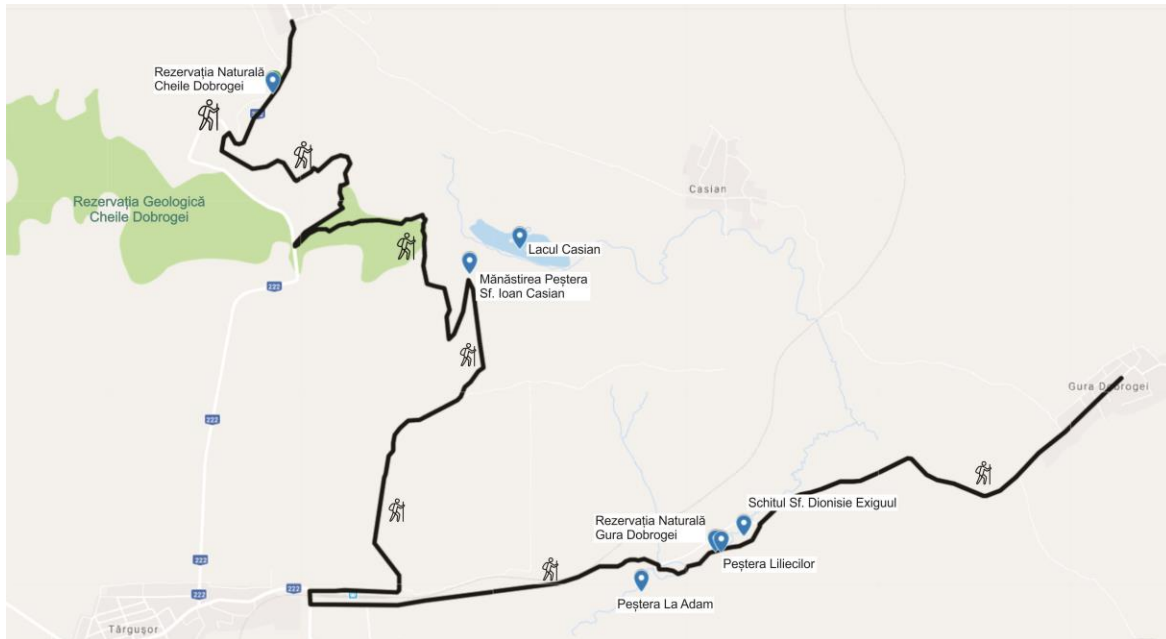
⁵⁷ <https://www.info-sud-est.ro/eroii-nimanui-cimitirul-infiintat-de-regele-ferdinand-la-mircea-voda-parasit-in-pragul-centenarului-marii-uniri/>

⁵⁸ propunere venită din partea Primăriei Mangalia

⁵⁹ INCDT, *Strategia națională de dezvoltare a ecoturismului în România*, 2015

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- amenajarea turistică a Lacului Techirghiol - traseu de promenadă și biciclete pe malul lacului (prelungirea celui actual), realizarea unor panouri interpretative (traseu tematic);⁶⁰
- amenajarea unui traseu turistic care să lege Rezervațiile Cheile Dobrogei și Gura Dobrogei (20 km). Acest traseu ar putea fi folosit și pentru organizarea unui Concurs anual de semimaraton;



Sursa: realizată de autori

- Amenajarea peșterilor din zona Gura Dobrogei (La Adam și Liliecilor);
- Amenajarea turistică a Peșterii Limanu - amenajarea unui traseu de vizitare a peșterii, modernizarea drumului de acces și amenajarea unei părcări în apropiere de intrarea în peșteră. Amenajarea acestui obiectiv va contribui la diversificarea posibilităților de petrecere a timpului pentru turiștii cazați în sudul litoralului și la posibilitatea deschiderii unor noi circuite turistice (de drumeție, cicloturistice) în zonă, acest obiectiv putând fi combinat cu alte obiective, precum Cetatea Albești, Pădurea Hagieni etc.;
- Realizarea unui traseu tematic (și eventual a unui Centru de Vizitare) în cadrul rezervației Dunele Marine Agigea;
- Amenajarea unor trasee turistice și a unui traseu turistic educativ în rezervația naturală Alah Bair;

⁶⁰ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*



Sursa: realizată de autori

- Amenajarea unui traseu educativ în zona Rezervației Biosferei Delta Dunării, în apropiere de Cetatea Histria (inclusiv cu amenajarea unui punct de observare păsări), cu aprobarea Administrației Rezervației Biosferei Delta Dunării;
- Realizarea unui traseu de drumeție marcat de-a lungul Dunării pe ruta Ostrov – Cernavodă, traseu intitulat CONSTANȚA DANUBE’S SHORE HIKE. Acest traseu de drumeție va urma cât de mult posibil malul Dunării, suprapunându-se în unele cazuri cu unele drumuri comunale (ex. DC 44 Ostrov) sau drumuri agricole. De asemenea, pe unele secțiuni este nevoie de amenajări suplimentare atunci când are loc o suprapunere cu un drum județean (ex. construcția unor trotuare în localitatea Rasova). Începutul traseului ar fi punctul de trecere cu bacul de la Ostrov-Călărași iar capătul traseului ar fi reprezentat de capul de pod de la Cernavodă, un important obiectiv turistic. O extensie a traseului s-ar putea face mai departe pe ruta Cernavoda – Capidava – Topalu – Hârșova. Există în Europa modele de trasee de drumeție de-a lungul râurilor cum ar fi cel din Luxemburg (Drumul Moselle), între Wasserbillig și Schengen, în lungime totală de 55 de km⁶¹.

Investițiile realizate vor susține dezvoltarea ecoturismului în județul Constanța, formă de turism care ar putea contribui la dezvoltarea economică a comunităților din spațiul rural și la dezvoltarea turistică echilibrată la nivelul întregii destinații.

⁶¹ https://www.traildino.com/trace/continents-Europe/countries-Luxembourg/trails-Moselle_Path

3.7. Valorificarea patrimoniului imaterial, a obiceiurilor și tradițiilor, a gastronomiei, a diversității etnice

3.7.1. Realizarea unui Centru Național Multicultural Dobrogea⁶²

Se dorește realizarea unui centru care să reunească toate comunitățile etnice din Dobrogea, un loc în care să se regăsească obiecte specifice fiecărei etnii și care să fie un cadru de promovare a valorilor culturale ale acestora. Într-un astfel de centru se vor desfășura evenimente specifice, vor fi organizate anumite expoziții permanente și temporare, se vor derula spectacole de teatru, ateliere tematice (meșteșugărești, gastronomice), se vor face proiecții de filme, vor fi găzduite anumite ansambluri folclorice etc.

3.7.2. Stimularea obiceiurilor și tradițiilor locale și încurajarea folosirii acestora în turism

Oferirea unor micro-finanțări pentru:

- amenajarea unor mici ateliere meșteșugărești (prelucrarea manuală a fierului, lânăii, lemnului, pielii, confecționarea de obiecte din papură/răchită, olărit, brodat, confecționarea instrumentelor muzicale tradiționale etc.), certificarea/etichetarea și desfacerea/comercializarea produselor realizate. De asemenea, se încurajează ca micile ateliere meșteșugărești să fie introduse în pachete turistice (vizite la acestea), iar produsele rezultate să fie comercializate în cadrul magazinelor locale de suveniruri;
- sprijinirea unor ansambluri folclorice/de dansuri populare;
- sprijinirea organizării unor evenimente care promovează tradițiile locale.

3.8. Protecția și reconstituirea plajelor, urmare a eroziunii

Dezvoltarea turismului din ultimul secol a dat o nouă valoare plajelor, transformându-le în obiective economice de mare importanță și eficiență, ce condiționează investițiile în industria ospitalității. Plajele de pe litoralul românesc constituie un element de bază al ofertei turistice și, deci, apariția și extinderea fenomenului de eroziune se constituie într-o problemă serioasă pentru viitorul turismului de litoral în România. Din punct de vedere al turismului de litoral, plajele reprezintă „materia primă” și în acest context, amenajările de litoral trebuie nu doar să răspundă cerințelor cererii turistice, dar și nevoilor de protecție a mediului.

În vederea stopării eroziunii costiere și în vederea reconstruirii plajelor, în perioada 2015-2016, Administrația Bazinală de Apă Dobrogea Litoral a implementat proiectul *Protecția și reabilitarea părții sudice a litoralului românesc al Mării Negre în zona municipiului Constanța și Eforie Nord* prin Programul Operațional Sectorial Mediu, AP 5 Implementarea infrastructurii adecvate de prevenire a riscurilor naturale în zonele cele mai expuse la risc, DMI 5.2 – Reducerea eroziunii costiere.

⁶² propunere în cadrul *Strategiei Integrate de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța



Eforie Nord, 2015

Sursă: Google Earth



Eforie Nord, 2016

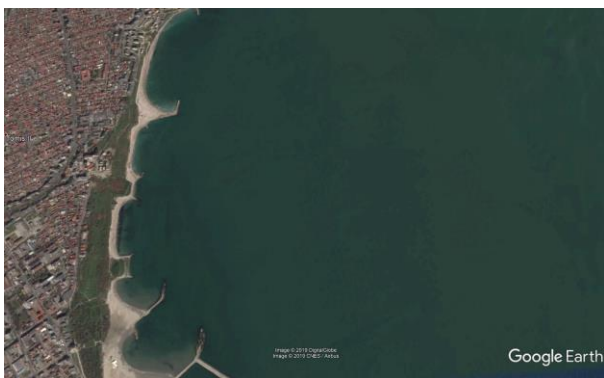


Mamaia Sud, 2015

Sursă: Google Earth

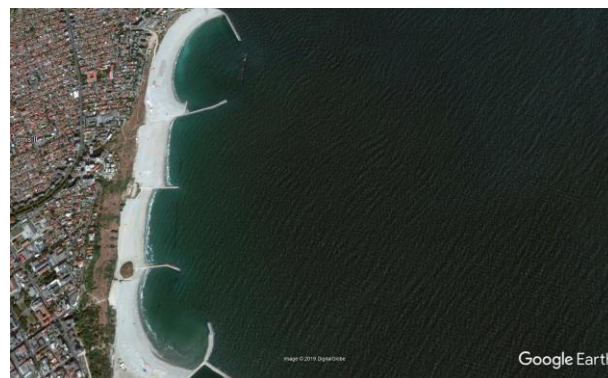


Mamaia Sud, 2016



Constanța, 2014

Sursă: Google Earth



Constanța, 2016

Având în vedere efectele pozitive ale acestui proiect, în perioada imediat următoare se va derula un nou proiect (*Reducerea eroziunii costiere*), care va viza în prima etapă zonele Stăvilare Edighiol și Periboina, Mamaia, Tomis, Agigea și Eforie (Centru și Sud), iar în etapa a doua zonele: Costinești, Olimp, Jupiter-Neptun, Balta Mangalia-Venus-Aurora, Mangalia-Saturn, 2 Mai.

Pentru următoarea perioadă de programare, este necesar un nou proiect care să aibă în vedere reducerea eroziunii și reconstruirea plajelor în alte zone care se vor (s-ar putea) dezvolta din punct de vedere turistic în viitor (ex. Corbu, 23 August, Tuzla).

3.9. Refacerea mobilierului urban și realizarea unor amenajări peisagistice în stațiunile turistice și alte localități cu potențial turistic ridicat

Așa cum s-a spus și mai sus, majoritatea stațiunilor turistice din zona de litoral au pierdut din atractivitatea de altă dată. Acest lucru se datorează, printre altele, aspectului neîngrijit, străzilor și infrastructurii deteriorate, trotuarelor distruse, spațiilor verzi neîngrijite, iluminatului public deficitar, locurilor de parcare insuficiente, plajelor neîngrijite, lipsei toaletelor publice pe plaje, amenajării precară a falezelor și a locurilor de promenadă etc.

În acest sens, în majoritatea stațiunilor sunt necesare investiții pentru modernizarea străzilor (parte carosabilă, parcuri, trotuare, piste de biciclete), realizarea sistemului de iluminat public aferent acestora; amenajarea spațiului verde; montarea de mobilier urban (bănci, coșuri de gunoi, panouri de informare, stații de autobuz, totemuri, panouri indicatoare, stații de biciclete); amenajarea unor toalete publice (pe plaje și în apropierea acestora). De asemenea, spațiile verzi, zonele de loisir și promenadă necesită investiții în vederea creșterii atractivității (generare zone cu atractori, reamenajare peisagistică, înlocuire mobilier urban). În vederea amenajărilor peisagistice se recomandă folosirea unor specii de arbuști decorativi, plante ornamentale, flori, arbori, decoruri florale, plante cu port târător, integrate vizual și funcțional, care să asigure volum verde de-a lungul întregului an.

Chiar dacă sunt anumite proiecte în curs de implementare, care punctual ar putea îndrepta anumite lucruri (Saturn, Eforie, Techirghiol), totuși astfel de cazuri izolate ar trebui replicate pe viitor și în celelalte stațiuni.

În acest sens, pot fi gândite proiecte integrate la nivelul unei întregi stațiuni sau la nivelul unei părți din aceasta (ex. faleză, o zonă verde, un grup de străzi etc.)

Sunt vizate:

- în stațiunile turistice de pe litoral:
 - o realizarea unor proiecte de reamenajare peisagistică, cu intervenții asupra spațiilor verzi, zonelor pietonale, îngrădirilor, spațiilor de joacă etc.;
 - o reamenajări peisagistice ale falezelor (inclusiv lucrări de stabilizare a falezelor acolo unde este cazul) - realizarea/reabilitarea aleilor de promenadă, a zonelor de coborâre (trepte, rampe), iluminat, signalistică.
- în Constanța⁶³:
 - o reamenajarea taluzului între Zoom Beach și Aleea Lebedei: amenajarea de puncte de belvedere, zone de coborâre (trepte, rampe, eventual funicular), sistematizare verticală, reamenajare peisagistică a coastei, iluminat, signalistică;
 - o creșterea atractivității Parcului Tăbăcărie, prin lucrări de amenajare/ reamenajare a spațiului verde, amenajare/reamenajare alei și zonă de promenadă, amenajare pistă de biciclete în jurul lacului;

⁶³ propuneri din cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța, 2018*

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- reamenajare zonă lacustră - lucrări de dragare a bazinului lacustru, de întărire a malurilor și un sistem de control a nivelului apei prin reducerea conexiunii cu Lacul Tabacarie;⁶⁴
 - reabilitarea altor spații verzi / zone de recreere din parcurile urbane, reconversia și refuncționalizarea unor suprafețe de teren degradat din municipiul Constanța, în apropierea zonei centrale și a litoralului (ex. Tomis I – Centru, Tomis II, Tomis III, Tomis Nord, Delfinariu-Faleză Nord etc.);
 - îmbunătățirea imaginii urbane și a rețelei pietonale în zona centrală (peninsulară) a municipiului Constanța.
- în zone de litoral care urmează a fi dezvoltate:
 - amenajări ale falezelor, realizare drum de coastă, piste pentru biciclete și promenadă în anumite zone care urmează a fi dezvoltate (ex. Tuzla, Costinești - 23 August).
 - în localitățile situate pe malul Dunării / pe malul canalului Dunăre – Marea Neagră
 - amenajări peisagistice ale falezelor. În cadrul unui astfel de proiect ar trebui avute în vedere reabilitarea falezei, amenajarea de spații verzi, realizarea de locuri de joacă, piste de biciclete, trasee de promenadă, realizarea unui ponton de acostare/mic port turistic, amenajarea de spații de parcare. Un exemplu în acest sens este proiectul Via Verde, proiect aflat în curs de implementare în orașul Cernavodă. Astfel de proiecte ar putea fi realizate în: Cernavodă (finalizarea proiectului actual și extinderea acestuia),⁶⁵ Hârșova, Topalu, Capidava, Ostrov, Medgidia.⁶⁶

⁶⁴ Propunere a Consiliului Județean Constanța

⁶⁵ discuții purtate cu reprezentanți ai primăriei

⁶⁶ amenajarea falezei este prevăzută în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Medgidia în perioada 2014-2020*

Direcția strategică nr. 4. Infrastructură turistică

Obiectiv specific: Crearea/modernizarea infrastructurii turistice în vederea creșterii atractivității și competitivității destinației



Figura nr. 3.4. Direcția strategică nr. 4. Infrastructură turistică

Sursa: realizat de autori

4.1. Asigurarea unor structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare la standarde ridicate

4.1.1. Modernizarea structurilor de primire turistică degradate din stațiunile turistice

În stațiunile de pe litoral, și în special în cele din sudul litoralului, există mari discrepanțe între structurile turistice de cazare modernizate și cele aflate în paragină, iar aspectul general al stațiunilor este puțin atractiv.

În aceste condiții sunt necesare anumite acțiuni pentru:

- descurajarea fiscală a proprietarilor de structuri de primire turistică degradate/abandonate să lase aceste unități în această stare (o creștere a impozitelor pe clădire);
- încurajarea fiscală a proprietarilor de structuri de primire turistică care investesc în modernizarea structurilor (ex. reduceri de impozit).

4.1.2. Realizarea unor campinguri moderne

Existența unui număr tot mai mare de turiști care practică turismul itinerant (turiști care călătoresc cu rulote, ciclouriști etc.) și dezvoltarea în perspectivă a rutei de cicloturism EuroVelo 6 pe teritoriul României reprezintă oportunități pentru realizarea unor campinguri moderne.

Se dorește:

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- realizarea unor campinguri la standarde europene, cu zone de rulote, zone pentru corturi, bungalow-uri, glamping (luxury-camping) etc.;
- afilierea acestora la rețeaua EFCO&HPA- European Federation of Camping site Organisations & Holiday Park Associations;
- semnalizarea campingurilor pe hărțile internaționale de profil.

Realizarea unei astfel de investiții ar reprezenta o oportunitate pentru crearea de noi locuri de muncă și pentru dezvoltarea unor afaceri locale mai mici - magazine, baruri și restaurante care să deservească turiștii, baze de agrement nautic sau alte entități care să asigure divertismentul. O astfel de investiție se propune a fi realizată în parteneriat public-privat.

Locații potrivite pentru astfel de investiții ar fi: de-a lungul rutei cicloturistice EuroVelo 6 (Ostrov; Cernavodă; Capidava;⁶⁷ Hârșova;⁶⁸ Histria), în zone naturale (ex. Gura Dobrogei, Canaraua Fetei) sau în zona litoralului (ex. Corbu – Vadu).

4.1.3. Dezvoltarea unor pensiuni turistice/agroturistice în zonele deficitare din acest punct de vedere

Zonele rurale din afara litoralului sunt deficitare în privința posibilităților de cazare turistică. În acest sens, se are în vedere sprijinirea construcției, extinderii/modernizării și dotării unor structuri de cazare de mici dimensiuni (pensiuni turistice și agroturistice) care să respecte arhitectura locală, folosind ca soluție constructivă materialele tradiționale, soluții de producere a energiei electrice și/sau termice din surse regenerabile.

Zonele care înregistrează fluxuri turistice (inclusiv sub forma vizitelor de o zi) pentru vizitarea diferitelor atracții turistice reprezintă posibile locații pentru dezvoltarea acestor pensiuni în zona rurală (de exemplu Ostrov, Adamclisi, Ion Corvin, Histria, Murfatlar, Hârșova, Topalu, Aliman). Acestea pot atrage turiștii care vizitează diversele atracții prin oferirea pe lângă cazare, a unor servicii specifice de alimentație și de agrement turistic.

4.1.4. Realizarea unor resorturi all-inclusive

Datorită popularității vacanțelor all-inclusive în rândul românilor (un număr mare de turiști aleg vacanțe în țările vecine tocmai datorită structurilor de acest tip existente aici) și a ofertelor limitate pe acest segment existente pe litoralul românesc, se propune realizarea unor resorturi all-inclusive de lux, care pot fi introduse, prin standarde de confort și dotări la nivelul unor operatori de renume din turismul internațional: TUI, Thomas Cook-Neckermann, Dertour sau ITS.

Noile proiecte de acest fel ar trebui realizate cu o planificare integrată, fiind încurajate parteneriatele public-private, în cadrul cărora statul/guvernul să dezvolte infrastructura generală, iar investitorii privați să contribuie cu investițiile specifice în turism.

În prezent (iulie-august 2019), se cercetează fezabilitatea dezvoltării unei noi stațiuni (New Costinești), în care, pe lângă astfel de resorturi de lux, să existe și o serie de facilități de agrement și de tratament balnear. Un astfel de proiect integrat presupune valorificarea, sub aspect turistic, a aproximativ 1.530 ha împărțite în 3 zone distincte (una de 100 de ha, pentru realizarea unui Balneo Resort pe malul Lacului Techirghiol; două

⁶⁷ propunere a Consiliului Județean Constanța

⁶⁸ În cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a orașului Hârșova 2017 – 2025* se propune realizarea unui camping în zona izvoarelor termale

însușind 1.430 de ha la malul Mării Negre, pentru realizarea a 3 resorturi de lux, dar și a altor structuri de cazare, alimentație și agrement).⁶⁹

Construcțiile ar trebui să fie "clădiri verzi – clădiri construite și folosite într-un mod responsabil față de mediul înconjurător, în tot ciclul de viață al acestora: design, construcție, folosință, întreținere, renovare și demolare".

Principalele obiective incluse în proiectul New Costinești sunt:

- construcția a 4 resorturi de lux (din care unul balnear în vecinătatea Lacului Techirghiol și 3 la malul Mării Negre) care să poată fi introduse, prin standarde de confort și dotări la nivelul unor operatori de renume din turismul mondial;
- construcția unor hoteluri de lux, cu centre wellness și spa;
- valorificarea a aproximativ 2,5 km de plajă la Marea Neagră, spațiu neexploatat în prezent, prin realizarea unei plaje certificate "Blue Flag";
- realizarea unui port turistic și de agrement în zona Tuzla pentru ambarcațiuni de mici dimensiuni (până la 17 metri lungime), cu care se pot efectua croaziere de-a lungul litoralului românesc și în largul mării;
- realizarea a două parcuri de distracție tematice;
- realizarea unui teren de golf pe o suprafață de aproximativ 60 de ha;
- realizarea unui Centru național de recuperare și tratament balnear, valorificând toate resursele balneare din zonă și toate procedurile de ultimă generație aplicabile la nivel național și internațional (inclusiv în zona anti-îmbătrânire și soluții de slăbit și viață sănătoasă). Centrul va avea și o importantă zonă de tratamente cu produse naturiste;
- construcția unei baze sportive multifuncționale, care va cuprinde o sala de sport polivalentă folosibilă și pentru manifestări artistice, terenuri de fotbal, arenă de tenis de câmp, bazin olimpic de înot, bazin de sărituri în apă, panou de cățărare, centru de echitație, poligon de tir, poligon pentru tir cu arcul, sală de popice și de bowling;
- construcția unui centru special amenajat pentru copii, cu locuri de joacă, spații de spectacole, aniversări, spații pentru cursuri pentru copii, bazine adecvate pentru copii, terenuri de sport;
- construcția unui lac artificial (minim 30 ha de luciu de apă) pentru pescuit și plimbări cu barca cu vâsle, cu hidrobicicleta, cu caiacul și alte mijloace de navigație cu pânze și a unui complex de bungalowuri în imediata vecinătate;
- amenajarea a 100 ha de grădini și păduri (de pin) și a traseelor turistice de promenadă;
- construcția unei oenotece de prezentare, degustare și desfacere a vinurilor românești;
- construcția unui târg tradițional pentru demonstrații, prezentare și desfacere a produselor tradiționale românești, a obiceiurilor și tradițiilor românești;
- construcția "Cuptorului de aur" – bucătărie tradițională românească, expoziție de gătit și servit produse tradiționale culinare românești, loc de desfășurare a unor spectacole tradiționale;
- construcția drumurilor care să asigure legătura noilor facilități turistice cu DN 39.

⁶⁹ propunere inclusă în cadrul proiectului New Costinești, proiect care se dorește a fi finanțat prin parteneriat public-privat și care este coordonat de Comisia Națională de Strategie și Prognoză

4.1.5. Sprijinirea renovării clădirilor din Zona Peninsulară a municipiului Constanța și de introducere a acestora în circuitul turistic

Prin această inițiativă se are în vedere oferirea unor facilități fiscale (scutiri de taxe și impozite locale pe durate mari (5-10 ani)) pentru investitorii privați care restaurează imobile din zona peninsulară și care le introduc în circuitul turistic. O soluție identificată și în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța* o reprezintă crearea unei rețele turistice tip „acomodare hotelieră difuză” (*“albergo diffuso”*), prin care se poate oferi o experimentare autentică a culturii locale. Una dintre trăsăturile speciale ale acestui concept este structura orizontală, prin care serviciile turistice sunt partajate. De exemplu, o parte din spațiile de cazare vor fi situate într-o clădire, o altă parte a spațiilor de cazare în altă clădire, iar restaurantul în altă clădire, toate într-un perimetru apropiat, în centrul istoric al orașului. Unul dintre obiectivele de dezvoltare a acestui concept este de a repopula clădiri abandonate, case și chiar monumente. Ideea nu este de a construi ceva nou, ci de a reutiliza.⁷⁰

4.2. Dezvoltarea unor noi structuri de agrement turistic

Posibilitățile de agrement din zona de litoral, în afara plajei, sunt destul de limitate, iar structurile de impact, cu capacitate de a atrage turiști în cadrul destinației, lipsesc. Situația este chiar mai gravă, din acest punct de vedere, în zonele din interiorul județului.

De aceea, se propune realizarea unor structuri care să contribuie, pe de-o parte la diversificarea posibilităților de distracție și agrement ale turiștilor sosiți pe litoral, iar pe de altă parte să reprezinte factori atractori, unele dintre ele reprezentând motivație principală de deplasare în destinație, inclusiv în afara sezonului.

4.2.1. Realizarea unor terenuri de golf

Se urmărește construcția și amenajarea unui teren de golf la standarde europene (teren cu 18 cupe, conceput astfel încât să fie locul de desfășurare a competițiilor naționale și internaționale din domeniu, teren de antrenamente cu 6 cupe și o zonă de driving-range - loc de antrenament).

Această investiție se propune a se realiza în parteneriat public-privat. Finalizarea proiectului ar contribui la dezvoltarea economică a întregului areal, atragerea investitorilor autohtoni și străini, încurajarea mediului de afaceri local (construirea unor structuri de cazare și alimentație publică). Un astfel de proiect ar contribui la organizarea unor competiții naționale și internaționale, la atragerea turiștilor „de lux”, promovarea întregului județ din punct de vedere turistic și stimularea dezvoltării turismului de afaceri.

De asemenea, pe lângă un astfel de teren realizat la standarde competiționale, în zona litoralului ar mai putea fi amenajate și alte terenuri mai mici, de agrement, cu 6-9 cupe.

Posibile locații:

- arealul Independența – Cobadin – Topraisar - Negru Vodă – teren pentru competiții,⁷¹
- municipiul Mangalia – teren pentru agrement,⁷²

⁷⁰ <https://veilletourisme.ca/2012/01/12/albergo-diffuso-an-alternative-form-of-hospitality/?lang=en>,
<https://www.researchgate.net/publication/305709699> The Albergo Diffuso an innovative model for tourism development and territorial enhancement

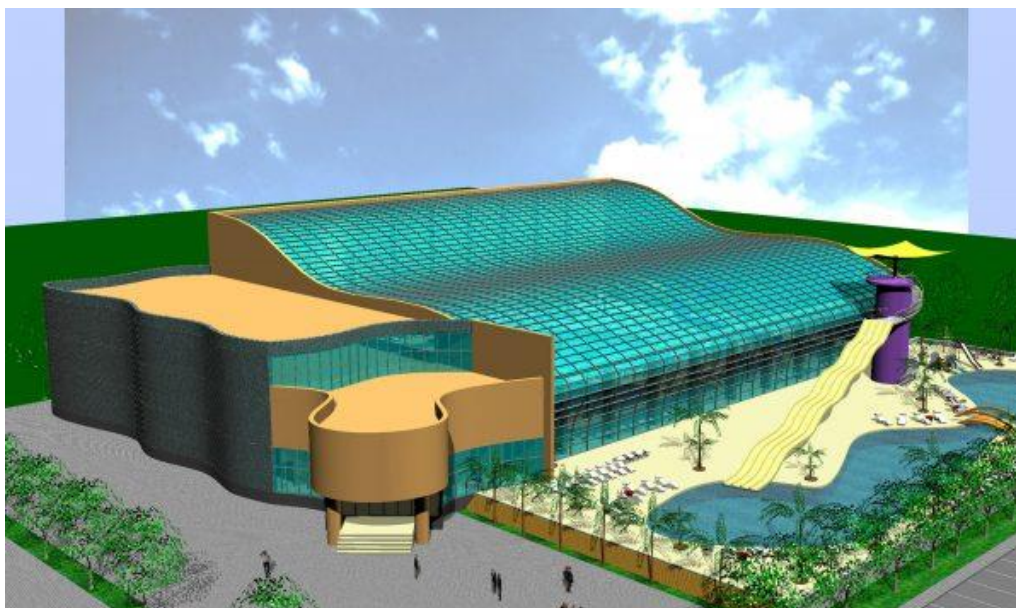
⁷¹ propunere a Consiliului Județean Constanța

- comuna Cumpăna – teren pentru agrement.⁷³

4.2.2. Realizarea unor parcuri acvatice

În vederea prelungirii sezonului turistic sunt avute în vedere realizarea unor investiții în parcuri de distracții acvatice de mari dimensiuni (cu capacități de mii de persoane), acoperite și încălzite de a doua sau chiar a treia generație (aproape independente energetic):

- Realizarea unui Parc acvatic în Năvodari - ar urma să fie amplasat în apropierea taberei Năvodari, pe o suprafață de aproximativ 17.000 de metri pătrați și va oferi o gamă largă de posibilități de petrecere a timpului liber pentru orice anotimp (bazine pentru înot interioare și exterioare, piscină a surprizelor cu jeturi de apă, tobogane, lazy river, terenuri de sport, sală de fitness, facilități spa).⁷⁴



Sursă: <https://www.primaria-navodari.ro/informatii-despre-centrul-de-agrement-aquapark/>

- Realizarea unui Parc acvatic în în municipiul Mangalia (posibil în zona Venus-Saturn), valorificând rezervele de ape termominerale;⁷⁵
- Realizarea unui Parc acvatic în municipiul Constanța;⁷⁶
- Realizarea unui Parc acvatic cu bazine termale în orașul Hârșova, pentru valorificarea izvoarelor din localitate.⁷⁷

4.2.3. Realizarea unor parcuri tematice, parcuri de distracție, alte instalații de agrement

⁷² Primăria Mangalia, *Strategia de dezvoltare locală a municipiului Mangalia 2016-2023*

⁷³ propunere a Primăriei Cumpăna

⁷⁴ propunere a Primăriei Năvodari (un proiect început în urmă cu 5 ani, abandonat datorită intrării în faliment a firmei constructoare)

⁷⁵ propunere a Primăriei Mangalia

⁷⁶ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

⁷⁷ propunere a primăriei Hârșova

Se propun o serie de structuri de agrement care vor contribui la diversificarea posibilităților de petrecere a timpului liber în cadrul destinației și la atenuarea sezonității:

4.2.3.1. Parc de distracții în zona Tuzla – 23 August⁷⁸

Realizarea unui parc tematic, de agrement, de mari dimensiuni (circa 35.000 – 40.000 mp), care să ofere numeroase atracții pe tot parcursul anului: personaje de poveste și eroi din desene animate, terase și restaurante tematice, distracții acvatice, piese de teatru, filme, spectacole, organizate în colaborare cu centre culturale din Constanța și din țară, cu trupe de teatru studentesc, trupe private și profesioniste din țară și din străinătate, festivaluri în aer liber de muzică ușoară, populară, jazz, folk, rock, festivalul tradițiilor dobrogene și ale etniilor locale, festivalul degustătorilor de vinuri și al artei culinare, campionate sportive de tenis, volei, fotbal, handbal, volei pe plajă, etc. Proiectul ar putea fi realizat prin parteneriat public-privat.

4.2.3.2. Grădină zoologică în Pădurea Comorova⁷⁹

Grădina Zoologică va fi un obiectiv turistic unic la nivel județean și un punct de maximă atracție, atât pentru turiștii români și străini, cât și pentru întreaga comunitate a județului Constanța. Obiectivul va contribui, în mod semnificativ, la aplanarea sezonității turistice, generând noi segmente de turiști (ex. turismul școlar).

4.2.3.3. Parc de Miniaturi în Năvodari⁸⁰

Acest proiect presupune realizarea a două zone distincte: un parc pentru expoziție permanentă de machete și un amfiteatru în aer liber în proximitatea Taberei Năvodari.

În cadrul parcului vor fi amenajate machete ale unor clădiri cultural-istorice reprezentative la nivel internațional, alei de vizitare, piațete cu spații de odihnă, un apeduct, un lac artificial, spații verzi, parcare. În cadrul amfiteatrului vor fi organizate evenimente cultural-artistice în timpul sezonului estival.



Sursă: <https://www.ziuaconstanta.ro/stiri/administratie-locala/parc-de-machete-in-navodari-primaria-reinvie-un-proiect-demult-apus-in-ce-stadiu-este-si-unde-va-fi-amenajat-667464.html>

⁷⁸ propunere a Consiliului Județean Constanța (ar putea fi inclus în cadrul proiectului New Costinești)

⁷⁹ Primăria Mangalia, *Strategia de dezvoltare locală a municipiului Mangalia 2016-2023*

⁸⁰ propunere a Primăriei Năvodari

4.2.3.4. Parc Tematic Valu lui Traian⁸¹

4.2.3.5. Velo Park în municipiul Constanța⁸²

Se propune realizarea unui spațiu multifuncțional de educație, sport și recreere în cadrul căruia se pot învăța regulile de conduită în trafic pentru tinerii cicliști. Prin acest proiect este promovată mobilitatea alternativă și soluțiile ecologice de deplasare. Acesta va cuprinde: mobilier urban special, suprafețe antitraumă omologate, iluminat special ecologic cu celule fotovoltaice, sistem de control al accesului și supraveghere video, rețea de comunicații/automatizare și hotspot-uri internet, pergole și mese de șah/ table/alte activități, spațiu de joacă, toaletă publică ecologică cu autocurățare.

4.2.3.6. Parc de agrement în Hârșova⁸³

Parcul va cuprinde patinoar, pistă de karting, hipism-echitație, bazin în aer liber, teren de tenis de câmp, teren artificial de fotbal, Aquapark, zonă terase/ picnic, foisoare. Se intenționează realizarea acestui parc de agrement în zona izvoarelor termale, zonă care va fi inclusă în viitoarea stațiune Hârșova Băi.

4.2.3.7. Parc de aventură în comuna Seimeni⁸⁴

În cadrul acestui spațiu turiștii vor putea desfășura activități sportive și de agrement (tiroliană, teren minigolf, tir cu arcul, trasee de cățărare, centru de echitație etc.).

4.2.3.8. Parc de aventură (tip safari) în zona Deleni⁸⁵

4.2.3.9. Telegondola II Mamaia⁸⁶

Se intenționează extinderea instalației de transport și agrement pe cablu, pe tronsonul Cazino-Mamaia Nord.

4.2.3.10. Instalație de agrement în zona Cheile Dobrogei

În zona Cheile Dobrogei se propune realizarea unei instalații de agrement cu impact puternic asupra turiștilor - instalație Volo dell'Angelo.

Realizarea unui astfel de proiect, corelat cu realizarea unor trasee turistice (de drumeție și cicloturism) ar putea contribui la dezvoltarea economică a întregului areal Cheile Dobrogei – Gura Dobrogei și la încurajarea mediului de afaceri local - construirea unor structuri de cazare și alimentație publică.

⁸¹ propunere venită din partea comunei Valu lui Traian

⁸² în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța* este prevăzut Velo Park în toate localitățile din ZMB

⁸³ Primăria Hârșova, *Strategia de dezvoltare locală a orașului Hârșova 2017 – 2025*

⁸⁴ Primăria Seimeni, *Strategia de dezvoltare durabilă a comunei Seimeni, 2014-2020*

⁸⁵ propunere a Consiliului Județean Constanța

⁸⁶ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*



Model instalație Volo dell'Angelo, Regiunea Basilicata, Italia

Sursă: arhiva foto a INCDT

4.2.3. Realizarea unor structuri tematice mixte (agrement, cazare, alimentație)

4.2.3.1. Sat turistic european (comuna Ostrov)⁸⁷

Parc tematic, în care se dorește realizarea unor case tradiționale din fiecare țară membră UE, cu arhitectura specifică (la parter restaurant/bucătărie cu preparate specifice fiecărei țări, iar la etaj 2-3 camere pentru cazarea turiștilor), ateliere meșteșugărești, zonă de agrement – prezentarea unor spectacole tradiționale, specifice țărilor respective (momente de teatru în aer liber, dans, muzică).

Zona este deficitară din punct de vedere al infrastructurii turistice de cazare, alimentație și agrement. Aceste facilități vor fi mai mult decât binevenite în viitor, odată cu amenajarea traseului EuroVelo 6 și a portului turistic Ostrov, putând oferi cazare turiștilor români și străini sosiți cu bicicleta, vaporul, autoturismul sau autocarul, dar putând reprezenta și o nouă motivație de călătorie pentru turiștii români și bulgari din orașele din apropiere (ex. Călărași, Silistra, Ruse etc.). În acest fel, se creează o nouă poartă de intrare în județ, care să orienteze turiștii pe traseul Ostrov – Derwent – Adamclisi – Peștera Sf. Andrei – Murfatlar – Constanța sau pe traseul Ostrov – Rasova – Cernavodă – Medgidia – Constanța. De asemenea, realizarea unui astfel de obiectiv ar oferi variante suplimentare de excursii opționale combinate cu Litoralul românesc, de-a lungul Dunării, Delta Dunării și/sau Bulgaria.

⁸⁷ propunere a Consiliului Județean Constanța

Proiectul este de natură să creeze locuri de muncă pentru locuitorii din zonă și să promoveze acest areal. Proiectul ar putea fi realizat în parteneriat public-privat, în care Consiliul Județean Constanța asigură infrastructura, iar partenerul privat asigură construirea caselor.

4.2.3.2. Sat turistic pescăresc, în zona Rasova - Aliman⁸⁸

Această structură va avea case cu acoperiș de stuf și dotări tradiționale, cu funcțiuni de cazare, restaurant - cherhana cu preparate pescărești specifice bucătăriei lipovenești și dobrogene, ponton de acostare pentru ambarcațiuni ușoare sau port turistic.

Implementarea acestui proiect va contribui la realizarea unor noi locuri de muncă pentru locuitorii din zonă, la valorificarea turistică a mediului rural și la atenuarea discrepanțelor dintre zonele dezvoltate ale județului și cele mai puțin dezvoltate. De asemenea, realizarea acestei investiții va contribui la organizarea unor concursuri de pescuit sportiv, practicarea sporturilor nautice (caiac canoe etc).

Proiectul ar putea fi realizat în parteneriat public-privat, în care Consiliul Județean Constanța asigură infrastructura, iar partenerul privat asigură construirea caselor pescărești.

4.2.3.3. Sat tradițional dobrogean (Corbu)⁸⁹

Se dorește a fi un spațiu de agrement cultural, în care vor fi realizate/recreate câteva case specifice diferitelor sub-zone din regiune și diferitelor minorități care trăiesc aici.

Noul spațiu va avea caracter mixt, fiind destinat vizitării (mini-muzeu etnografic), desfășurării unor activități de agrement (participarea la diverse ateliere meșteșugărești, plimbări cu ponei, tir cu arcul, tiroliană etc.), desfășurării unor evenimente culturale, de desfacere a produselor realizate de meșteșugarii locali. De asemenea, aici vor fi amenajate spații de cazare și de alimentație publică, bazate pe gastronomia specifică zonei.

4.2.4. Dezvoltarea unor porturi turistice la Dunăre sau la Canalul Dunăre – Marea Neagră

Conform Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, turismul este una din activitățile care contribuie la interconectarea Regiunii Dunării. Având în vedere existența unei infrastructuri turistice și de acces deficitare, una din prioritățile identificate o constituie crearea unor hub-uri turistice de direcționare a fluxurilor turistice în teritoriu. În acest sens, ar trebui dezvoltate anumite proiecte de agrement cu specific nautic, în localitățile de-a lungul Dunării: construcție/ amenajare port de agrement/marină turistică/miniport turistic, realizare/amenajare centru/zonă de agrement, amenajare în scop turistic a plajelor de agrement:

- realizarea portului turistic Ostrov;
- realizarea portului turistic Rasova;
- realizarea portului turistic Capidava;
- realizarea portului turistic Ghindărești;⁹⁰
- realizarea portului turistic Hârșova;⁹¹

⁸⁸ propunere a Consiliului Județean Constanța

⁸⁹ propunerea Consiliului Județean Constanța, în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

⁹⁰ porturile Ostrov, Rasova, Capidava, Ghindărești sunt considerate proiecte prioritare în cadrul Hotărârii Guvernului nr. 558/2017 privind aprobarea Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism - Masterplanul investițiilor în turism - și a criteriilor de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism.

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- realizarea unui ponton de acostare pentru navele de agrement în Murfatlar;⁹²
- realizarea unui debarcader/ponton de acostare pentru navele de agrement în Cumpăna;⁹³
- realizarea unui ponton de acostare în portul Medgidia, pentru introducerea acestuia în circuitul turistic.⁹⁴

Aceste porturi ar trebui integrate în cadrul localităților, prin acces rapid la structurile de primire cu funcțiuni de cazare și alimentație, acces la rețeaua publică de transport, servicii rent-a-car, informații turistice etc.

4.2.5. Dezvoltarea unor porturi turistice la Marea Neagră

Acest demers are în vedere realizarea și modernizarea unor porturi turistice în zona litoralului. Acestea ar putea deveni poli de transport și de agrement pentru ambarcațiuni de dimensiuni mici și medii la Marea Neagră, creându-se baza necesară realizării unor croaziere de-a lungul litoralului românesc și în largul mării și pentru dezvoltarea turismului de yachting.

Pentru a fi adaptate acestei forme de turism, posesorii de yachturi ar trebui să găsească în aceste porturi o serie de servicii și facilități, precum: spălare, curățenie, încărcare cu apă și combustibil, sistem anti-înghețare, servicii suplimentare de antifouling, vopsitorie, reparații etc.

- realizarea portului turistic Diamant (Constanța);
- realizarea portului turistic Marina Nord (Constanța);⁹⁵
- realizarea portului turistic Năvodari;⁹⁶
- realizarea portului turistic Eforie Sud;⁹⁷
- realizarea unui port turistic în zona Tuzla;⁹⁸
- modernizare și extindere port turistic Eforie Nord.⁹⁹

Aceste porturi ar trebui integrate în cadrul stațiunilor, prin acces rapid la structurile de primire cu funcțiuni de cazare și alimentație, acces la rețeaua publică de transport, servicii rent-a-car, informații turistice etc.

4.2.6. Dezvoltarea unor facilități pentru sporturi nautice

- Mamaia Teleschi - realizarea unei instalații de agrement nautic pe lacul Siutghiol;¹⁰⁰

⁹¹ Primăria Hârșova, *Strategia de dezvoltare locală a orașului Hârșova 2017 – 2025*

⁹² propunere din cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a orașului Murfatlar 2014 – 2020*

⁹³ propunere a Primăriei Cumpăna

⁹⁴ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Medgidia în perioada 2014-2020*

⁹⁵ porturile Diamant și Marina Nord sunt considerate proiecte prioritare în cadrul Hotărârii Guvernului nr. 558/2017 privind aprobarea Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism - Masterplanul investițiilor în turism - și a criteriilor de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism

⁹⁶ propunere a primăriei Năvodari

⁹⁷ propuneri în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*. În plus, acesta este considerat prioritar în cadrul Hotărârii Guvernului nr. 558/2017 privind aprobarea Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism - Masterplanul investițiilor în turism - și a criteriilor de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism

⁹⁸ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*. De asemenea, este inclus în cadrul proiectului New Costinești, proiect care se dorește a fi finanțat prin parteneriat public-privat și care este coordonat de Comisia Națională de Strategie și Prognoză

⁹⁹ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

¹⁰⁰ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- amenajarea unor facilități pentru agrement nautic pe Lacul Techirghiol (debarcader doar pentru bărci cu vâsle și bărci cu vele);¹⁰¹
- realizarea unui centru de pregătire în domeniul turismului nautic și acvatic în orașul Ovidiu - amenajarea unui centru de canotaj/ bob de apă/ schi nautic.¹⁰²

4.3. Dezvoltarea unor noi structuri de tratament balnear și wellness

Datorită calității și cantității factorilor naturali terapeutici din județ, turismul de sănătate constituie una din formele de turism prin care această destinație își poate crea avantaj competitiv pe piața turistică națională și internațională și o modalitate de extindere a sezonului turistic. Din păcate, acest potențial este prea puțin pus în valoare, iar în unele cazuri, acolo unde a fost valorificat, infrastructura turistică este destul de uzată și neadaptată cererii actuale. Este recomandabil ca oferta balneară să fie îmbinată cu produse wellness (cure împotriva îmbătrânirii, cure împotriva stresului, oferirea unor experiențe diversificate legate de spa și fitness, produse care oferă acces la natură etc.). În dezvoltarea turistică viitoare a stațiunilor ar trebui să existe un echilibru între oferta pentru turismul de sănătate (balnear, wellness) și existența unei oferte de agrement turistic complementară și chiar folosirea factorilor curativi în dezvoltarea unor structuri de agrement (ex. crearea unui Aqua Park cu apă termală). Realizarea unor astfel de structuri s-ar putea face prin parteneriat public-privat sau prin oferirea unor facilități fiscale investitorilor pe o perioadă de câțiva ani. Astfel de facilități pot fi aprobate prin hotărâri ale consiliilor locale respective.

Astfel, se au în vedere:

- realizarea unui Centru multifuncțional de turism balneo-fizioterapeutic pe malul Lacului Techirghiol, valorificând toate resursele balneare din zonă și toate procedurile de ultimă generație aplicabile la nivel național și internațional (inclusiv în zona anti-îmbătrânire și soluții de slăbit și viață sănătoasă). Centrul va avea și o importantă zonă de tratamente cu produse naturiste;¹⁰³
- realizarea unui complex balnear nou în orașul Eforie, dotat cu facilități spa și wellness;¹⁰⁴
- realizarea unui complex balnear în Mangalia;¹⁰⁵
- realizarea unui centru balnear în Năvodari (Mamaia Nord);¹⁰⁶
- reabilitarea și modernizarea Băilor Reci Eforie Nord (reabilitare clădiri - amenajare toalete, dușuri, vestiare, spațiu de servicii; igienizare zonă, amenajare peisagistică, amenajare intrare în apă, inclusiv pentru persoane cu dizabilități);
- reabilitarea și modernizarea Băilor Reci Eforie Sud (reabilitare clădiri - amenajare toalete, dușuri, vestiare, spațiu de servicii; igienizare zonă, amenajare peisagistică, amenajare intrare în apă, inclusiv pentru persoane cu dizabilități).

¹⁰¹ propunere a primăriei Techirghiol

¹⁰² propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

¹⁰³ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*, considerat proiect prioritar în cadrul Hotărârii Guvernului nr. 558/2017 privind aprobarea Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism - Masterplanul investițiilor în turism - și a criteriilor de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism. De asemenea, o astfel de investiție este inclusă și în cadrul proiectului guvernamental New Costinești

¹⁰⁴ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

¹⁰⁵ În cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Mangalia 2016-2023* se propune realizarea unei baze de tratament balnear în cadrul Hotelului Egreta

¹⁰⁶ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*

4.4. Realizarea infrastructurii de evenimente sportive

Facilitățile de mari dimensiuni pentru evenimente sportive (stadioane, săli de sport) reprezintă pentru o destinație turistică, o modalitate de recreere și de distracție, dar prin atragerea unor evenimente de renume internațional această infrastructură poate contribui totodată și la creșterea notorietății destinației. De asemenea, existența unei echipe sportive puternice atrage un număr mare de suporterii (unii dintre ei turiști) la meciurile jucate acasă, consolidează orgoliul local al rezidenților și pune localitatea/destinația pe harta turistică.

În acest sens, sunt avute în vedere:

- construirea unui stadion modern în municipiul Constanța, de mari dimensiuni (60-70.000 locuri), pentru evenimente sportive și culturale cu audiențe naționale și internaționale;¹⁰⁷
- construirea unei săli polivalente în municipiul Constanța (5.000 locuri).¹⁰⁸ Sala va fi omologată pentru multiple discipline sportive individuale și de echipă, dar va putea găzdui și concerte sau alte manifestări artistice;
- construirea unui stadion de rugby în municipiul Constanța;¹⁰⁹
- construirea unui patinoar în municipiul Constanța;¹¹⁰
- extinderea și modernizarea complexului sportiv „Iftimie Ilisei”, Medgidia;¹¹¹
- realizarea unui complex sportiv în comuna Tuzla;¹¹²
- reabilitarea și modernizarea hipodromului Mangalia.¹¹³

4.5. Realizarea infrastructurii de afaceri

Turismul de afaceri poate juca un rol important în atenuarea sezonality în cadrul unei destinații turistice, iar existența unor structuri de afaceri de mari dimensiuni poate contribui la fructificarea oportunităților oferite de această formă de turism. În acest sens, sunt avute în vedere:

- realizarea unui *Centru de Convenții și Conferințe*, cu o sală de conferințe de minim 2.000 locuri, alte săli mai mici, dotări corespunzătoare;¹¹⁴
- reabilitarea *pavilionului expozițional Constanța* și extinderea acestuia cu un nou pavilion, pentru a-l aduce la standarde internaționale, inclusiv realizarea de dotări conexe.¹¹⁵ Se recomandă crearea unui nou pavilion funcțional, cu formă paralelipipedică, tip hală, fără stâlpi interiori, care să poată valorifica optim spațiul interior.¹¹⁶

¹⁰⁷ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

¹⁰⁸ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța* (urmează a fi realizată de Compania Națională de Investiții, fiind deja semnat un contract în acest sens la sfârșitul anului 2018)

¹⁰⁹ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*, dar și în *Strategiade dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

¹¹⁰ propunere în *Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană 2017-2023 Zona Metropolitană Constanța*, dar și în *Strategiade dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

¹¹¹ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare locală a municipiului Medgidia în perioada 2014-2020*

¹¹² propunere a Primăriei Tuzla

¹¹³ propunere a Primăriei Mangalia

¹¹⁴ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

¹¹⁵ propunere în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

¹¹⁶ propunere din partea Camerei de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură Constanța

Direcția strategică nr. 5. Produse și experiențe turistice

Obiectiv specific: Dezvoltarea unei palete variate de produse turistice, atractive pentru segmente diferite de turiști, care să contribuie la îmbunătățirea experienței turistice, la atenuarea sezonality și la direcționarea fluxurilor de turiști spre interiorul județului.



Figura nr. 3.5. Direcția strategică nr. 5. Produse și experiențe turistice

Sursa: realizat de autori

5.1. Realizarea unor programe turistice inovative

Realizarea unor programe turistice variate și atractive care să integreze obiective/noi obiective din afara litoralului:

- realizarea și promovarea unor produse turistice de o zi prin care vizitatorul intră în contact cu cultura diverselor minorități din județ, prin vizitarea unor muzee sau colecții muzeale, a unei locuințe special amenajate pentru vizitatori, a unor lăcașe de cult religios, prin gastronomie, obiceiuri, dansuri, muzică, povești, istorie etc. (de exemplu: excursie de o zi/tur pe bicicletă Constanța - Adamclisi, cu oprire la casa tătarască Zulfie Totay - Cobadin și degustare de produse tradiționale tătarăști);
- realizarea unor programe (tururi) ecoturistice, de 1-2-3 zile, cu grupuri mici. Se va pune accent pe folosirea mijloacelor de transport nemotorizate, drumeții în zone naturale, folosirea bărcilor/caiacelor, descoperirea speciilor floristice și faunistice, folosirea produselor locale etc.

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- diversificarea paletei de programe turistice oferite turiștilor sosiți pe litoral, prin realizarea unor croaziere pe mare, cu plecare din porturile turistice și de agrement de pe litoral. Acestea pot fi combinate cu pachete de scufundare pentru descoperirea unor obiective subacvatice;
- realizarea unor programe turistice (mini-croaziere) pe Canalul Dunăre - Marea Neagră, în care turiștii ar putea experimenta trecerea prin ecluză;
- identificarea unor fabrici de brânzeturi, fabrici de sucuri naturale etc. care ar putea fi introduse în circuitul turistic, prin crearea unor programe de vizitare (explicarea procesului tehnologic, degustare);
- construirea unor produse turistice în jurul unor personalități (ex. Poetul Ovidiu, Familia Regală, Anghel Saligny etc).

5.2. Agendă anuală de evenimente la nivelul întregului județ

Așa cum s-a putut observa în cadrul analizei diagnostic, în județul Constanța sunt organizate anual un număr mare de evenimente, dar sunt destul de concentrate spațial și temporal, iar informații centralizate despre aceste evenimente lipsesc.

Se are în vedere diversificarea evenimentelor, realizarea unui calendar (on-line și off-line) al celor mai importante evenimente și promovarea națională și internațională a acestui calendar. De asemenea, se are în vedere elaborarea unei modalități de rezervare/ticketing on-line prin implicarea Organizației de Management a Destinației și de creare a unor pachete turistice pentru participanții la evenimentele de mare amploare (ex. Neversea).

În vederea prelungirii sezonului, se recomandă mutarea unor evenimente la capetele de sezon și, acolo unde este posibil, chiar în extrasezon.

Exemple de noi evenimente care ar putea fi dezvoltate:

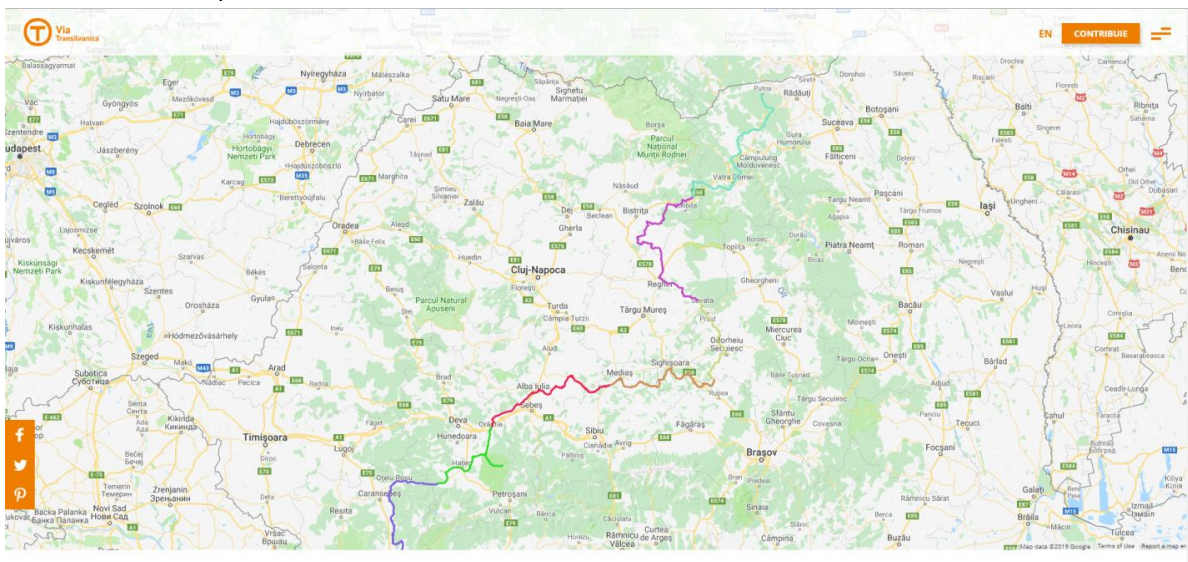
- Festivalul Luminii (proiecții 3D), Mangalia;
- Outdoor Activities Event, Mamaia Nord;
- Metal Festival, Vama Veche;
- Food And Wine Street Festival, Eforie Nord, Neptun, Mangalia;
- Woodstock Festival, Corbu/Vadu;
- Stand-up Comedy Festival, Costinești;
- Festivalul de Teatru Stradal, în sudul litoralului;
- Antic Festival/Festival de Artizanat Arheologic, Histria;
- Festivalul Internațional al Baloanelor cu Aer, Cheile Dobrogei;
- Dobrogea Challenge (Semimaraton în zona Cheile Dobrogei – Gura Dobrogei);
- World Gaming Summit (pentru gameri), Mamaia;
- Zilele Dunării, în localitățile de pe malul Dunării;
- Concurs anual de ciclism pentru amatori, organizat pe diverse trasee din județ;
- Congres internațional de turism medical, Techirghiol.

5.3. Realizarea unor parteneriate pentru dezvoltarea de produse turistice comune

5.3.1. Realizarea de parteneriate la nivel național pentru dezvoltarea de produse turistice comune

Realizarea de parteneriate cu județele vecine (Tulcea, Ialomița, Brăila), în scopul valorificării în turism a unor elemente identitare comune (ex. fluviul Dunărea). Se are în vedere organizarea de evenimente comune/ în oglindă (ex. Zilele Dunării în Ostrov, Călărași și Silistra; Zilele Dunării în Cernavodă și Fetești), organizarea de competiții sportive, dezvoltarea de trasee de biciclete sau altor produse turistice ce combină atracții din mai multe județe, dezvoltarea de rute culturale, istorice, de pelerinaj, de drumeție.

Un bun exemplu de colaborare între județe pentru realizarea unui produs turistic comun este Via Transilvanica, rută ce va străbate în final România de la Dunăre (Drobeta Turnu Severin - Mehedinți la Putna - Suceava).



Sursă: <https://www.viatransilvanica.com/traseu/>

De asemenea, se are în vedere crearea unor produse turistice în care să fie integrate obiective turistice reprezentative Dobrogei, prin includerea unor obiective din Tulcea (ex. Delta Dunării și zona limitrofă, Munții Măcinului, mănăstirile Saon, Cocoș, Celic Dere, cetățile antice din județul Tulcea etc.).

5.3.2. Realizarea de parteneriate transnaționale pentru dezvoltarea unor produse turistice comune

Această acțiune presupune identificarea de parteneri din străinătate, în vederea dezvoltării unor produse turistice comune, dezvoltare de proiecte comune, pentru atragerea de fonduri europene și promovarea încrucișată.

Se are în vedere dezvoltarea unor rute tematice (culturale, de biciclete, drumeție, pelerinaj, istorice) la nivel internațional, realizarea de parteneriate în vederea dezvoltării de produse/proiecte comune și promovare încrucișată.

- aderarea la anumite *Rute culturale europene existente* (ex. *Ruta Iter Vitis, Itinerarul European al Stațiunilor Balneare cu Tradiție, Itinerarul Cultural ATRIUM, Ruta Europeană a Patrimoniului Industrial*);

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- crearea de rute culturale noi (ex. Rută a Farurilor la Marea Neagră/The Lighthouses of the Black Sea, împreună cu România, Bulgaria, Turcia; Rută a Patrimoniului Arhitectonic Bizantin, împreună cu România, Bulgaria, Turcia etc.);
- realizarea unor programe turistice culturale transfrontaliere România – Bulgaria pe diferite teme: orașe grecești de la țărmul mării, moștenire romană, moștenire otomană, multiculturalitate, pelerinaj religios, gastronomie, yachting la Marea Neagră;
- realizarea unor rute nautice prin care să fie legate porturile românești Constanța și Mangalia cu porturile bulgărești Varna, Burgas.

5.3.3. Realizarea unui card turistic CONSTANTA TOURIST PASS

Se propune realizarea unui card (pass) turistic pe modelul celor existente în marile destinații turistice ale lumii, denumit generic CONSTANTA TOURIST PASS și care să poată fi achiziționat, contra unui preț modic, pentru 1-3-7 zile. Acesta oferă acces gratuit la transportul public și gratuități/reduceri consistente la obiectivele turistice din județ (muzee, situri, cetăți), evenimente culturale și sportive, servicii de alimentație și cazare etc.

5.4. Promovarea gastronomiei tradiționale dobrogene

Gastronomia dobrogeană are influențe, atât geografice, cât și etnice (grecești, turco-tătare, aromâne, lipovenești), iar păstrarea tradițiilor culinare și introducerea acestora în cadrul produsului turistic este deosebit de importantă pentru creșterea experienței turistice oferite. Se dorește conceperea unui model de meniu / a unei liste de mâncăruri și băuturi locale/tradiționale care să poată fi promovată în restaurantele și hotelurile din județ (ex. ciorbele pescărești, saramura de crap, peștele la proțap, crapul umplut, cârnații de oaie, ghiudem, batal la proțap, musaca, plăcinta dobrogeană, baclava, sarailie, vinurile din podgoriile dobrogene etc.).

5.5. Realizarea unor trasee turistice tematice

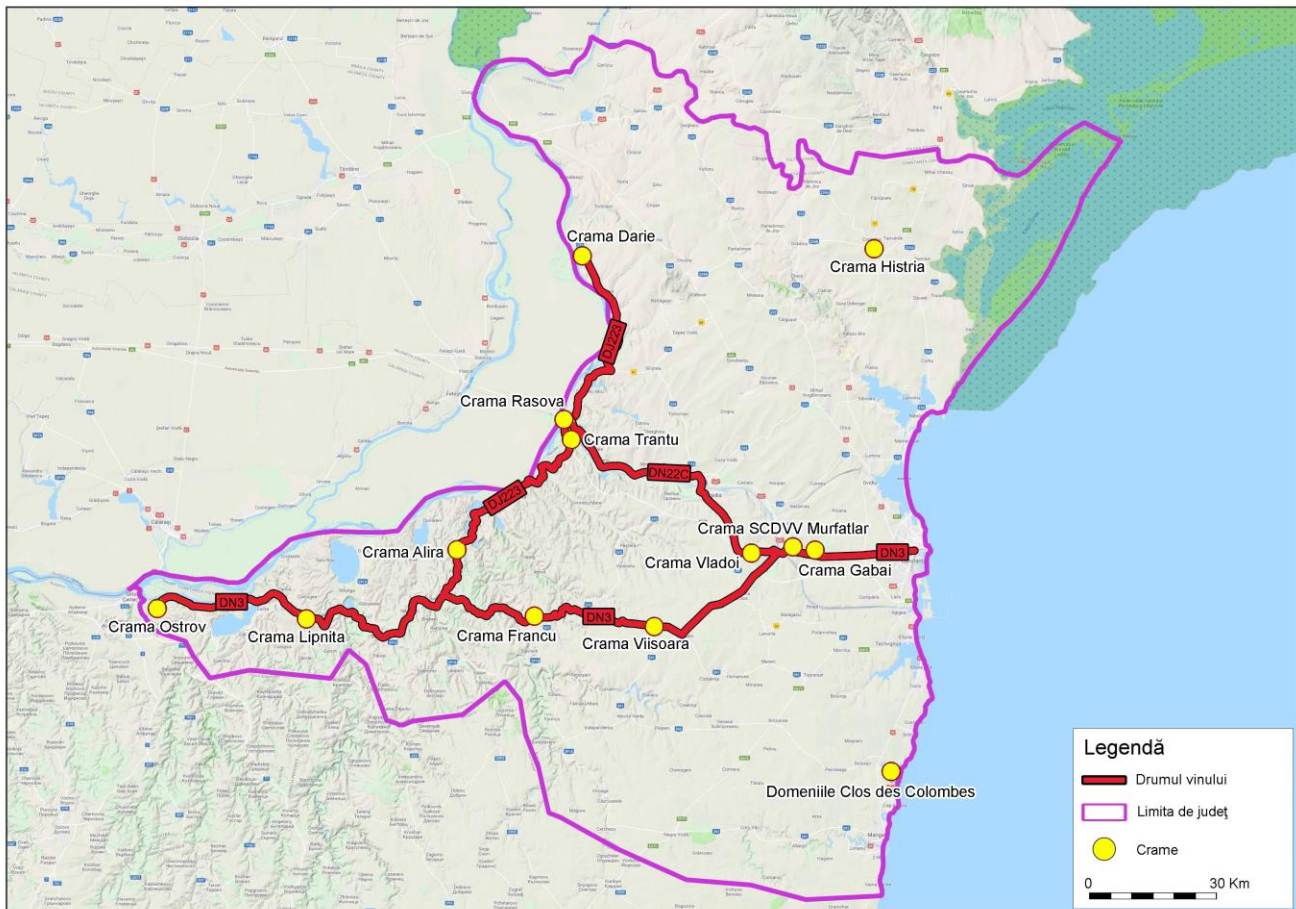
5.5.1. Drumul vinului

În județul Constanța se regăsesc podgoriile Murfatlar, Ostrov și Istria-Babadag (parțial). În cadrul acestora se află 8 centre viticole (Istria, Cernavodă, Medgidia, Murfatlar, Aliman, Băneasa, Ostrov și Oltina), iar exterior acestora, încă 5 centre viticole independente (Dăeni, Hârșova, Mangalia, Adamclisi, Chirnogeni). În timp, aici s-au deschis o serie de facilități (crame) care oferă anumite servicii pentru vizitatorii targetați – degustări, tururi ghidate cu prezentarea procesului de producție, iar în unele cazuri cazare, alimentație, agrement - cramele Ostrov, Lipnița, Rasova (Cernavodă), Darie (Topalu), Vlădoi (Siminoc, oraș Murfatlar), Viișoara (Cobadin), Domeniile Clos des Colombes (23 August) etc.

Dezvoltarea turismului vini-viticol poate constitui o oportunitate pentru revitalizarea așezărilor rurale cu potențial natural, etno-cultural și vinicol din sudul Dobrogei, iar pentru o mai bună valorificare a acestui potențial se propune marcarea a 3 trasee în cadrul Drumului Vinului din județul Constanța:¹¹⁷

- Constanța – Murfatlar – Medgidia – Cernavodă;
- Murfatlar – Cobadin – Adamclisi – Ion Corvin – Ostrov;
- Ion Corvin – Cernavodă – Topalu.

¹¹⁷ propunere făcută de Stațiunea de Cercetare Dezvoltare în Viticultură și Vinificație Murfatlar

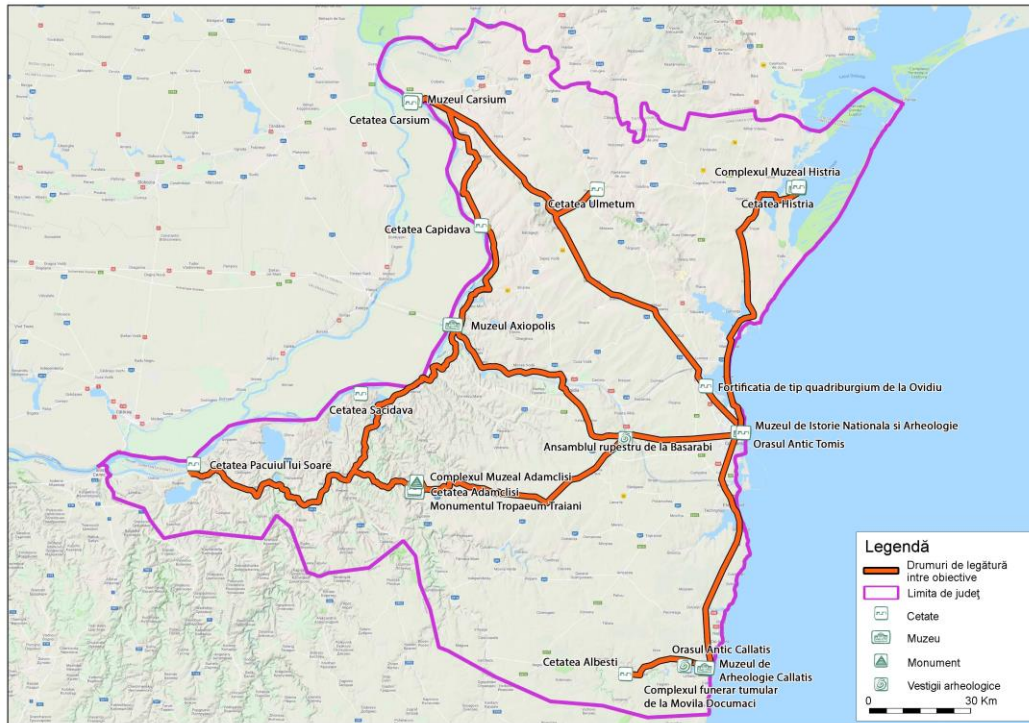


Sursă: realizată de autori

În vederea dezvoltării acestui drum al vinului, principalele obiective avute în vedere sunt următoarele:

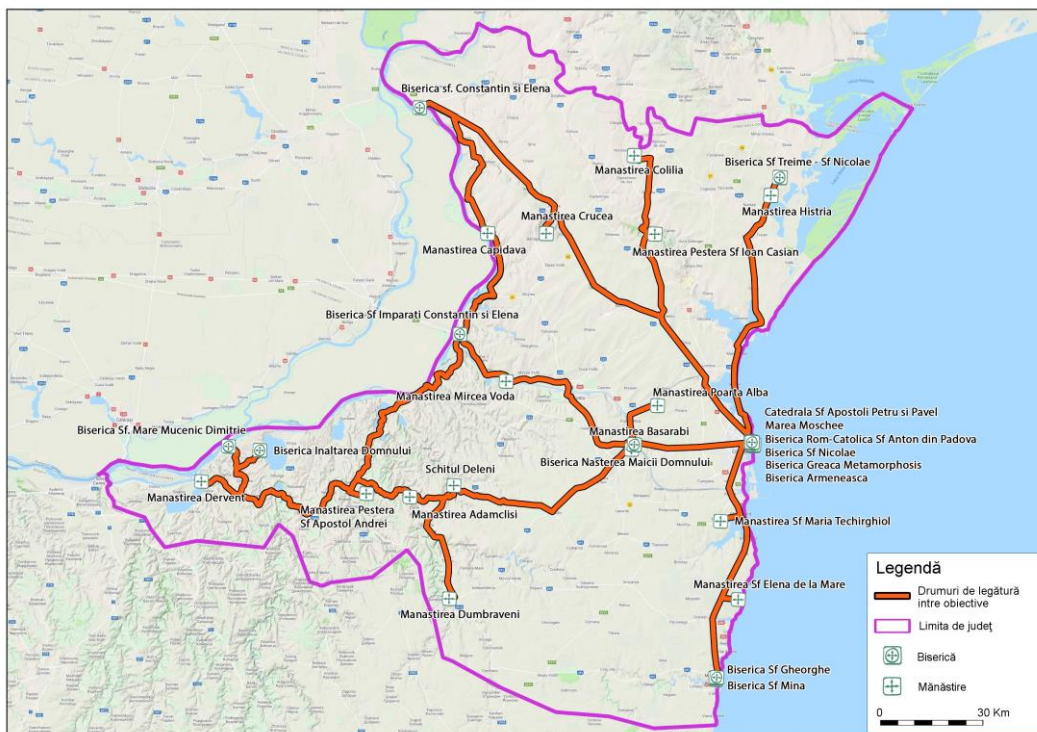
- realizarea unei semnalizări unitare, cu marcarea principalelor obiective turistice;
- realizarea unei secțiuni în cadrul portalului web al turismului din județul Constanța, dedicate acestui drum;
- dezvoltarea unor pachete turistice de 1-2 zile, care să cuprindă degustări de vin, vizită ghidată în cadrul unui centru de vinificație, vizitarea unor obiective turistice de pe trasee (ex. Cetatea, Monumentul și Muzeul Adamclisi, Mănăstirile Dervent și Peștera Sf. Andrei, Cetatea Capidava, Muzeul Axiopolis, Lacul de Cretă Murfatlar, Rezervația Fântânița Murfatlar etc.), transport, una sau mai multe mese cu produse specifice zonei și cazare (pentru pachetele care prevăd cel puțin o noapte de cazare);
- promovarea unor pachete către agențiile de turism și către consumatorul final.

5.5.2. Drumul cetăților



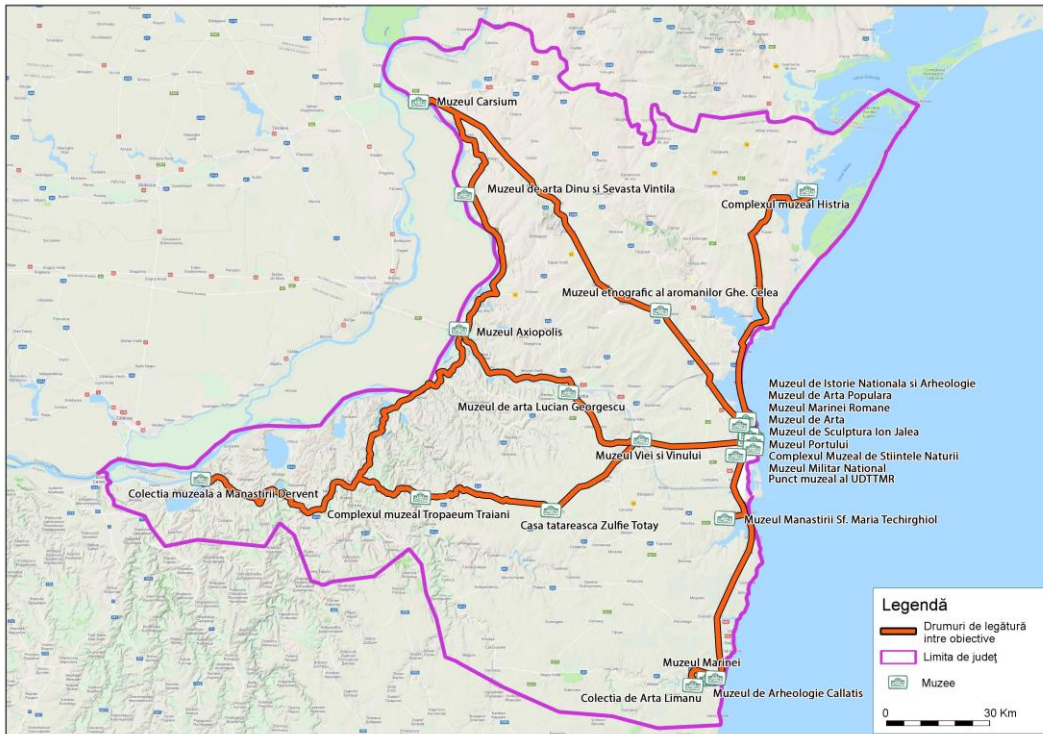
Sursă: realizată de autori

5.5.3. Drumul credinței



Sursă: realizată de autori

5.5.4. Drumul muzeelor



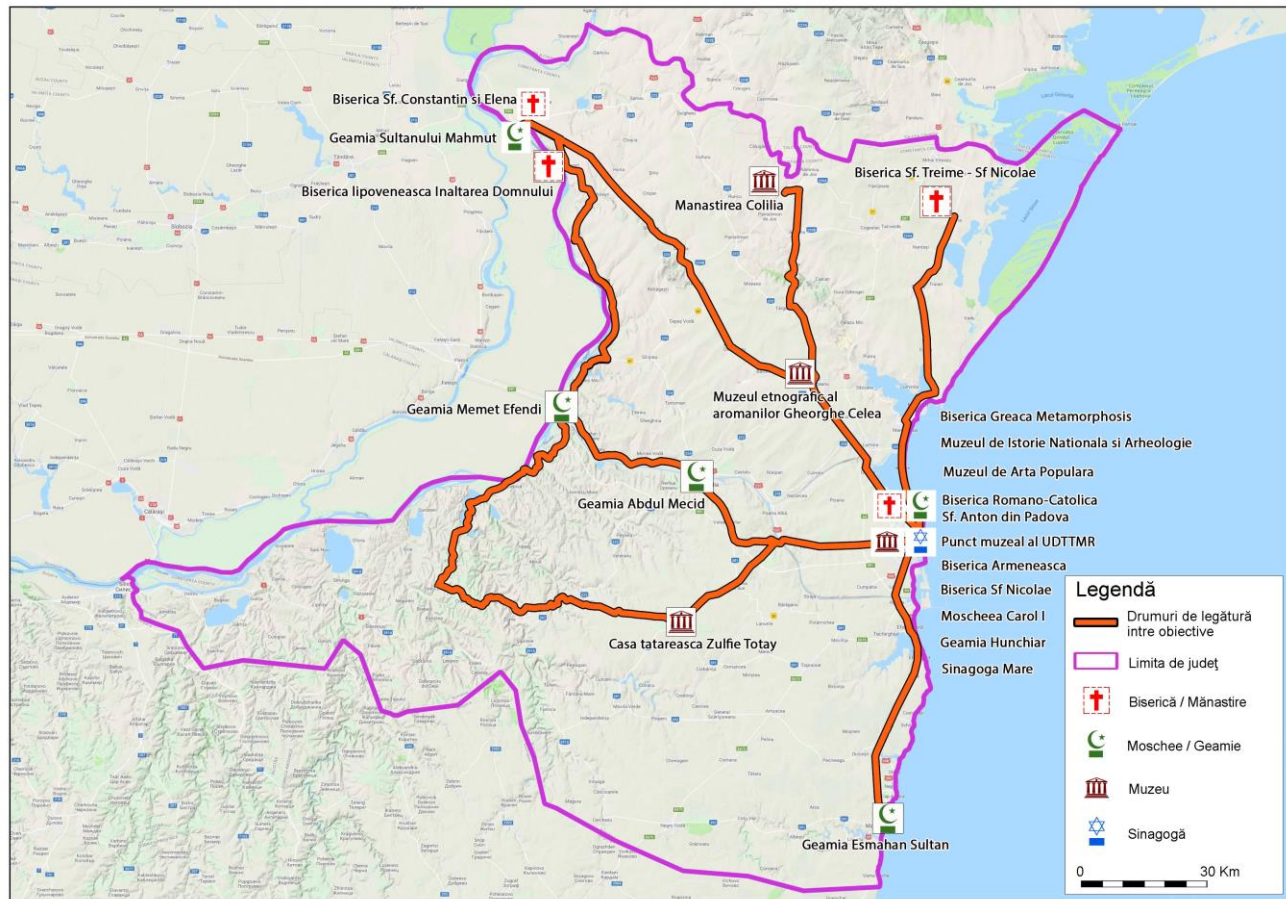
Sursă: realizată de autori

5.5.5. Drumul verde



Sursă: realizată de autori

5.5.6. Traseul multicultural



Sursă: realizată de autori

De asemenea, pot fi dezvoltate trasee turistice specifice pentru comunitățile din județ. Astfel, ar putea fi realizate:

- drumul comunității turco-tătare: Constanța, Agigea, Eforie, Techirghiol, Mangalia, Topraisar Cobadin, Medgidia, Castelu, Nicolae Bălcescu, Mihail Kogălniceanu, Ovidiu;
- drumul comunității aromâne: Constanța, Agigea, Techirghiol, Mangalia, Negru Vodă, Cobadin, Mihail Kogălniceanu, Cogealac, Tariverde, Mihai Viteazu, Ovidiu;
- drumul comunității elene: Mangalia, Constanța, Mihail Kogălniceanu, Istria;
- drumul comunității rușilor-lipoveni: Constanța, Năvodari, Ghindărești, Hârșova, Vadu Oii.

5.5.7. Circuitul obiectivelor memoriale dedicate Primului Război Mondial

Presupune realizarea unui traseu tematic care să cuprindă obiectivele de patrimoniu legate de Primul Război Mondial: Cimitirul Internațional de Onoare Mircea cel Bătrân, com. Mircea Vodă, parcela de onoare a Cimitirului Municipal Central din Constanța, monumente comemorative (de la Hârșova, Techirghiol, Topalu), obeliscuri (Târgușor, Siliștea, Dobromir, Cerchezu, Vultur).

5.5.8. Marcarea unor trasee turistice pietonale¹¹⁸

- în centrul istoric al municipiului Constanța

Traseul ESENTIAL (circa 4,5 km) va urmări atingerea principalelor obiective turistice din zona peninsulară a municipiului Constanța (Cazinoul, Acvariul, Farul Genovez, Portul Turistic, Catedrala „Sf. Petru și Pavel”, Catedrala Romano-Catolică, Biserica Greacă, Moscheea Carol I, Geamia Hunchiar, Marea Sinagogă, Muzeul de Artă, Muzeul de Artă Populară, Muzeul de Istorie Națională și Arheologie, Muzeul Marinei Române, Muzeul de Sculptură „Ion Jalea”, Edificiul Roman cu Mozaic, Statuia lui Ovidiu, Casa cu Lei).



Propunere de traseu turistic ESENTIAL în municipiul Constanța

Sursă: realizată de autori

Traseul MULTICULTURAL (circa 2,8 km) va urmări atingerea unor obiective care pun în evidență caracterul multicultural al destinației, și în special al centrului istoric din municipiul Constanța (Catedrala Romano-Catolică, Biserica Greacă Metamorphosis, Moscheea Carol I, Geamia Hunchiar, Marea Sinagogă, Catedrala „Sf. Petru și Pavel”, Biserica Bulgară „Sf. Nicolae”, Biserica Armenească „Sf. Maria”, Cazinoul, Farul Genovez, Muzeul de Artă Populară, Muzeul de Istorie Națională și Arheologie, Statuia lui Ovidiu, Monumentul Armenesc Hacikar). La acestea se adaugă o serie de restaurante cu specific internațional (ex. grecesc, turcesc etc.), dar și evenimente organizate în anumite perioade în zona centrală a orașului.

¹¹⁸ sugestii de posibile trasee



Propunere de traseu turistic MULTICULTURAL în municipiul Constanța

Sursă: realizată de autori

Traseul ARHITECTURAL (circa 3,4 km) va urmări parcurgerea unor obiective care pun în evidență prezența unor elemente ale stilului Art Noveau în zona peninsulară a municipiului Constanța (Cazinoul, Casa Constantinidi, Casa Zambaccian, Casa Hrisicos, Casa Ebricos, Casa Cănanău, Casa Șomănescu, Hotel Palace, Hotel Intim).



Propunere de traseu turistic ARHITECTURAL în municipiul Constanța

Sursă: realizată de autori

- *în Mangalia*

Traseul ESENTIAL propune o incursiune în zona centrală a municipiului Mangalia, prin care sunt atinse cele mai importante obiective turistice din localitate (Portul turistic, Muzeul de Arheologie Callatis, Moscheea Esmahan Sultan, Biserica „Sf. Gheorghe”, Monumentul Eroilor, Ruinele Cetății Callatis, Edificiul Bizantin, faleza, farul).

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța



Propunere de traseu turistic ESENTIAL în municipiul Mangalia

Sursă: realizată de autori

Pentru realizarea unui traseu turistic pietonal se are în vedere:

- marcarea cu săgeți în pavaj (pe trotuar) a traseului;
- realizarea unor plăcuțe cu informații amplasate în apropierea fiecărui obiectiv;
- realizarea unui pliant al traseului;
- introducerea acestui traseu în cadrul aplicației pentru dispozitive mobile care va fi realizată la nivelul destinației.



dezvoltarea durabilă a turismului la nivelul destinației (cu prioritate în afara zonei de litoral); contribuția la reducerea sezonității; contribuția la creșterea atractivității destinației; impact negativ minim asupra mediului; sustenabilitatea investiției.

5.7. Dezvoltarea unei rețele de ghizi locali

Presupune identificarea, comunicarea permanentă cu persoanele private din diverse zone care pot face ghidajul turiștilor atunci când este necesar. Contactele acestora vor fi făcute publice pentru turiști, sau vor fi încurajați să folosească aplicații dedicate (aplicații care promovează ghizii locali - Urban body, With Locals, Like a Local, Vayable).

Direcția strategică nr. 6. Resurse umane

Obiectiv specific: Asigurarea resurselor de forță de muncă în sectorul turistic din județul Constanța, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ.

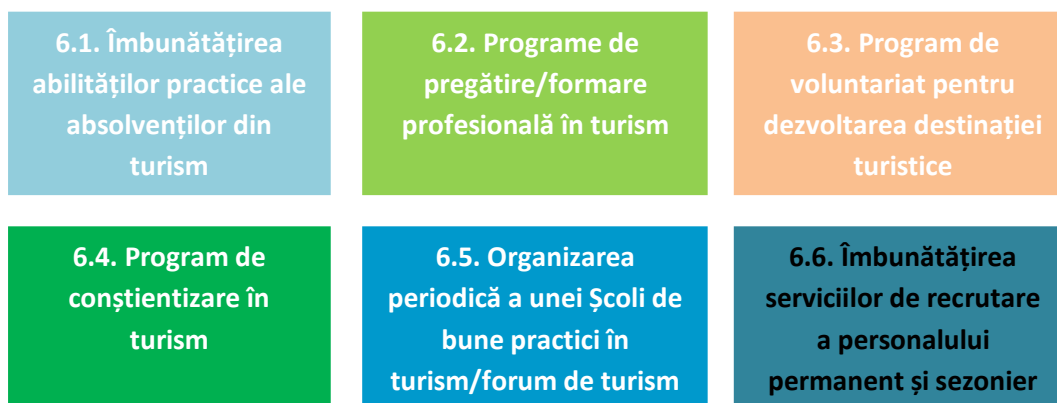


Figura nr. 3.6. Direcția strategică nr. 6.: Resurse umane

Sursa: realizat de autori

6.1. Îmbunătățirea abilităților practice ale absolvenților din turism

6.1.1. Centru național de pregătire în turism – hotel școală¹¹⁹

Un astfel de centru ar trebui să dețină facilități corespunzătoare, care să ofere pregătire practică pentru angajații din hoteluri și restaurante - cursuri de specializare în arta culinară, servire în restaurant și bar, pregătire și calificare profesională pentru recepționeri și cameriste etc. Totodată, acest centru ar trebui să ofere cursuri cu program normal și cu program redus în diferite discipline din sectorul ospitalității, în conformitate cu programa școlară; această programă ar trebui să pună mai mult accent pe însușirea unor deprinderi practice și pe nevoile curente ale industriei. Prin acest centru se urmărește ca studenții să obțină cunoștințe și deprinderi practice de bază, necesare în această industrie. Acest lucru se realizează printr-o combinație a pregătirii în clasă, cu activitatea practică în laboratoare culinare și alte facilități specializate.

Centrul de pregătire ar putea fi înființat prin transformarea unui hotel existent de pe litoral. Ar putea fi vorba de un hotel aflat în proprietatea statului sau un hotel aflat în proprietate privată, printr-un parteneriat public-privat.

Se recomandă stabilirea unei relații bazată pe activități practice cu o școală hotelieră de renume din Europa. Acest parteneriat include asistență tehnică în elaborarea curriculei, în planificarea lecției, crearea de instrumente didactice, pregătirea profesorilor și schimbul de profesori și de studenți.

¹¹⁹ în conformitate cu *Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026*

6.1.2. Organizarea unor programe de învățământ de tip dual în turism

După o perioadă în care învățământul profesional a fost dizolvat prin desființarea școlilor de profil, în prezent a fost creată legislația pentru dezvoltarea învățământului dual (Ordonanța de urgență nr. 81/2016 privind modificarea și completarea Legii educației naționale nr. 1/2011; Ordinul Ministrului Educației Naționale nr. 3554/2017 privind aprobarea Metodologiei de organizare și funcționare a învățământului dual), dar și suportul financiar și fiscal pentru derularea învățământului dual (HG nr. 951/2017 privind modalitatea de subvenționare de către stat a costurilor pentru elevii care frecventează învățământul profesional; OUG nr. 84/2016 pentru cheltuielile efectuate de operatorii economici pentru organizarea și desfășurarea învățământului profesional și tehnic).

Conform legislației, învățământul dual este o formă de organizare a învățământului profesional și tehnic cu următoarele caracteristici specifice:

- a) este organizat la inițiativa operatorilor economici interesați, în calitate de potențiali angajatori și parteneri de practică;
- b) asigură oportunități sporite de educație și formare profesională pe baza unui contract de parteneriat și a unor contracte individuale de pregătire practică, prin pregătirea practică organizată în răspunderea principală a operatorilor economici;
- c) operatorii economici asigură pregătirea practică a elevilor, bursă la nivelul celei acordate din fonduri publice și alte cheltuieli pentru formarea de calitate a elevilor;
- d) facilitează implicarea operatorilor economici în mecanismele decizionale la nivelul unității de învățământ partener.

În aceste condiții, sunt necesare realizarea unor parteneriate între Inspectoratul Școlar Județean și operatorii economici din turism și în vederea dezvoltării unor astfel de programe școlare pentru lucrătorii din domeniu (bucătari, ospătari, cameriste, personal de recepție).

6.2. Programe de pregătire/formare profesională în turism

6.2.1. Programe de formare profesională pentru diverse grupuri defavorizate

Se are în vedere dezvoltarea unor programe de pregătire/formare profesională a resursei umane din industria turismului (bucătari, ospătari, cameriste, recepționeri). Sunt vizate programe de:

- reconversie profesională pentru șomeri;
- formare profesională pentru persoanele inactive, în vederea creșterii șanselor de ocupare a acestora;
- formare profesională pentru creșterea șanselor de ocupare pentru tineri;
- formare profesională în vederea creșterii șanselor de ocupare a persoanelor de etnie romă.

Dezvoltarea unor astfel de programe și ulterior punerea în contact a persoanelor care au absolvit astfel de cursuri de pregătire și formare profesională cu antreprenorii din județ, va contribui la reducerea șomajului pe plan local, dar și la creșterea calității serviciilor în turism și valorificarea potențialului uman local.

Astfel de programe ar putea fi dezvoltate de Camera de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură Constanța, Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Constanța, Agenția de Dezvoltare Intercomunitară Zona Metropolitană Constanța, ONG-uri locale, universitățile de profil etc. și ar putea fi finanțate prin Fonduri Europene (Programul Operațional Capital Uman). Consiliul Județean Constanța ar putea fi partener în cadrul unui astfel de proiect, o parte din cursurile de formare profesională putând fi organizate în cadrul Centrului de Excelență în Turism Tomis.

6.2.2. Program de pregătire (dezvoltare) profesională pentru angajații din turism

Un astfel de program se poate derula în perioada de extrasezon și va avea rolul de a crea competențe noi pentru angajații din turism, dar totodată și de fidelizare a acestora, ținând cont de fluctuația foarte mare a forței de muncă din domeniu.

Programul ar putea fi dezvoltat de Camera de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură Constanța, Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Constanța, Agenția de Dezvoltare Intercomunitară Zona Metropolitană Constanța, ONG-uri locale, universitățile de profil etc. și ar putea fi finanțate prin Fonduri Europene (Programul Operațional Capital Uman, Programul Operațional Capacitate Administrativă). Consiliul Județean Constanța ar putea fi partener în cadrul unui astfel de proiect, o parte din cursurile de dezvoltare profesională putând fi organizate în cadrul Centrului de Excelență în Turism Tomis.

6.2.3. Program de formare de specialiști în managementul destinației turistice

Dezvoltarea unei destinații turistice este condiționată de existența unei resurse umane capabilă să o gestioneze, să o dezvolte și să o mențină sustenabilă.

Standardul Ocupațional pentru ocupația de *Manager destinație turistică* a fost introdus de curând în COR - Clasificarea Ocupațiilor din România (prin Ordinul 1.786/5.384/2017 al MMJS/INS pentru modificarea COR) și, prin urmare, până în prezent, un număr redus de persoane au urmat un program de pregătire special conceput pentru această ocupație.

Se urmărește crearea și implementarea unui program de pregătire care să se adreseze personalului implicat în managementul destinației turistice, care activează în cadrul OMD-urilor, asociațiilor profesionale și patronale din turism, personalului angajat în cadrul departamentelor/direcțiilor/serviciilor de turism din cadrul primăriilor și Consiliului Județean, personalului din centrele de informare turistică. Aceștia vor dobândi abilități și competențe în managementul destinației turistice (organizare, planificare, management teritorial, marketingul destinației, coordonarea activităților turistice și a produselor turistice în cadrul destinației, antreprenariat).

Un astfel de program ar putea fi dezvoltat de Camera de Comerț, Industrie, Navigație și Agricultură Constanța, Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Constanța, Agenția de Dezvoltare Intercomunitară Zona Metropolitană Constanța, ONG-uri locale, universitățile de profil etc. și ar putea fi finanțate prin Fonduri Europene (Programul Operațional Capital Uman, Programul Operațional Capacitate Administrativă). Consiliul Județean Constanța ar putea fi partener în cadrul unui astfel de proiect, cursurile de formare profesională putând fi organizate în cadrul Centrului de Excelență în Turism Tomis.

6.2.4. Program de formare a specialiștilor din centrele de informare turistică

Se dorește crearea și implementarea unui program de pregătire care să se adreseze personalului angajat în centrele de informare turistică, personalului din cadrul departamentelor/direcțiilor/serviciilor de turism din cadrul primăriilor și Consiliului Județean. Aceștia vor dobândi abilități și competențe în managementul centrului de informare turistică (coordonarea centrului), dar și abilități de marketing și comunicare.

Un astfel de program ar putea fi dezvoltat de Camera de Comerț Industrie Navigație și Agricultură Constanța, Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Constanța, Agenția de Dezvoltare

Intercomunitară Zona Metropolitană Constanța, ONG-uri locale, universitățile de profil etc. și ar putea fi finanțate prin Fonduri Europene (Programul Operațional Capital Uman, Programul Operațional Capacitate Administrativă). Consiliul Județean Constanța ar putea fi partener în cadrul unui astfel de proiect, cursurile de formare profesională putând fi organizate în cadrul Centrului de Excelență în Turism Tomis.

6.2.5. Program de formare a ghizilor turistici

Se are în vedere crearea și implementarea unui program de formare adresat ghizilor turistici din județ, în care prelegerile din sala de curs vor fi combinate cu aplicațiile în teren (în zona urbană, în zone naturale).

Un astfel de program ar putea fi dezvoltat de Camera de Comerț Industrie Navigație și Agricultură Constanța, Agenția Județeană pentru Ocuparea Forței de Muncă Constanța, Agenția de Dezvoltare Intercomunitară Zona Metropolitană Constanța, ONG-uri locale, universitățile de profil etc. și ar putea fi finanțate prin Fonduri Europene (Programul Operațional Capital Uman, Programul Operațional Capacitate Administrativă). Consiliul Județean Constanța ar putea fi partener în cadrul unui astfel de proiect, cursurile putând fi ținute în cadrul Centrului de Excelență în Turism Tomis.

6.2.6. Certificarea programelor de pregătire profesională conform UNWTO.TedQual ¹²⁰

Se urmărește sprijinirea furnizorilor autorizați de formare profesională în domeniul turismului din județul Constanța în vederea certificării programelor, conform sistemului voluntar *UNWTO.TedQual*, dezvoltat de Organizația Mondială a Turismului.

Sistemul *UNWTO.TedQual* urmărește îmbunătățirea continuă a programelor de educație, formare și cercetare în domeniul turismului prin definirea unui set de standarde minime de calitate pentru educația turistică. În acest scop, sunt avute în vedere: coerența planului de studii; infrastructura și sprijinul pedagogic; politicile, instrumentele și mecanismele de sprijin pentru managementul administrativ; existența unor mecanisme transparente de selecție a cadrelor didactice și crearea de condiții favorabile dezvoltării lor profesionale; relevanța conținutului programului de studii cu privire la nevoile sectorului turistic.

6.3. Program de voluntariat pentru dezvoltarea destinației turistice

Se dorește realizarea unui program de voluntariat, prin implicarea elevilor și studenților din județ și nu numai, incluzând toate persoanele interesate în derularea unei astfel de activități. Activitățile de voluntariat se supun Legii nr. 78/2014 privind reglementarea activității de voluntariat în România. Conform respectivului act normativ, voluntariatul este un factor important în crearea unei piețe europene competitive a muncii și, totodată, în dezvoltarea educației și formării profesionale, precum și pentru creșterea solidarității sociale.

Un astfel de program presupune:

- realizarea unor parteneriate cu instituțiile de învățământ din județ;
- realizarea unei baze de date cu posibili voluntari;
- realizarea unui plan de activități în care voluntarii s-ar putea implica, respectiv în vederea inventarierii patrimoniului turistic din județul Constanța, realizării de chestionare în vederea monitorizării turiștilor, oferirii de ghidaj turistic, marcării de trasee, organizării de evenimente etc.

¹²⁰ propunere și în cadrul *Strategiei de dezvoltare și promovare a turismului în municipiul Constanța*

Aceste activități vor fi realizate, conform legii, pe bază de contract de voluntariat, iar la finalul stagiului se emite un certificat de voluntariat.

6.4. Program de conștientizare în turism

Campania de conștientizare în sectorul ospitalității și turismului se adresează tuturor celor implicați direct sau indirect în acest sector, respectiv furnizori de servicii, angajați din industrie, autorități locale, investitori în turism, urbanști, șoferi de taxi, polițiști, mass-media și publicul în general.

Programul de conștientizare va avea ca scop fundamental îmbunătățirea atitudinii generale a tuturor celor care intră în contact direct cu turiștii și a comunității locale în general, în vederea creșterii calității serviciilor și creșterii notorietății destinației turistice.

Activitățile necesare pentru introducerea programului sunt:

- editarea și distribuția de publicații, broșuri, bannere, postere etc., pentru diferitele grupuri țintă;
- crearea și organizarea unei serii de campanii de conștientizare a publicului în mod regulat, pentru a evidenția importanța industriei turistice și beneficiile pe care le aduce la nivel județean.

Programul va fi inițiat de Consiliul Județean Constanța/OMD-uri/ ONG-uri, în colaborare cu alte autorități publice locale din județ (primării ale unor localități cu potențial turistic), împreună cu CCINA și organizațiile patronale din turism.

6.5. Organizarea periodică a unei Școli de bune practici în turism / Forum de turism

Se are în vedere organizarea în fiecare an în județul Constanța a unui Forum de turism / a unei Școli de bune practici în turism. În cadrul acestui eveniment se dorește identificarea unor bune practici existente la nivel național și internațional și împărtășirea acestora stakeholderilor din turism din județul Constanța.

6.6. Îmbunătățirea serviciilor de recrutare a personalului permanent și sezonier

Recrutarea forței de muncă este procesul ce ajută la rezolvarea uneia din principalele probleme cu care se confruntă litoralul românesc și anume, lipsa personalului atât permanent cât și sezonier. Recrutarea evoluează rapid, datorită utilizării tot mai frecvente a aplicațiilor mobile, a rețelelor sociale și a programelor de colaborare. De acum înainte, companiile dornice să câștige avantaje concurențiale trebuie să adauge componente sociale și de colaborare la procesul lor de recrutare, nu doar pentru a atrage noi angajați, ci și pentru a-i păstra pe cei existenți.

6.6.1. Realizarea unei cercetări pe piața muncii

Această cercetare este necesară cunoașterii nevoii reale de forță de muncă, atât permanentă, cât și periodică la nivel de județ. Cercetarea vizează atât ofertanții de servicii turistice, cât și serviciile conexe turismului (agrement, alimentație publică, întreținere, siguranță, administrație, construcții, marketing, industrii creative), care au rolul de a asigura o experiență de calitate pentru turist.

6.6.2. Realizarea unei strategii de resurse umane

Prin această strategie se va realiza un plan de acțiune pe termen scurt și mediu pentru remedierea problemelor identificate la nivel de județ. Strategia vizează rezolvarea problemelor privind formarea

profesională, recrutarea personalului, identificarea soluțiilor de păstrare a personalului pe termen lung, motivarea personalului, promovarea parteneriatelor și a cooperării între diferiți stakeholderi.

6.6.3. Folosirea tehnicii pentru recrutare la distanță, cu scopul de a ușura procesul de recrutare

Crearea unui portal și a unei aplicații mobil "RecrutareLitoral" care va avea rolul de facilitare a procesului de recrutare atât pentru angajați, cât și pentru angajator, va avea acoperire națională și mai multe șanse de a găsi posibili candidați. Generația Z (între 16 - 26 de ani) se așteaptă ca întregul proces de angajare să fie rapid, digital și mobil, totuși este necesară o persoană reală pentru a administra etapele ulterioare. Așteptările lor de angajare implică un contact simplu, direct și multicanal prin intermediul social media, e-mailuri și chat.

Exemplu:

O aplicație interesantă pentru recrutarea personalului tânăr, cu o grafică deosebită este dezvoltată de Disneyland Paris.

Scopul aplicației este de a familiariza oamenii cu cele 500 de profesii diferite pe care le oferă (operaționale și transversale) și de a-i face conștienți de locurile de muncă vacante pe tot parcursul anului, comunică noutăți legate de companie, le arată în ce constă un job în cadrul companiei și permite candidaților să aplice direct prin aplicație. Oferind o experiență on-line mai bogată, candidații pot vizualiza fotografiile și videoclipuri despre profesiile din cadrul Disney și cele mai noi știri. Aplicația este utilă pentru întreaga audiență: are toate profesiile și posturile vacante, plus informații despre toate tipurile de contract pe care le oferă. Poate fi folosit pentru a găsi o poziție permanentă sau pentru a aplica pentru posturi temporare în diferite sezoane (de exemplu, în vacanțele școlare).

Aplicația este un instrument cheie pentru companie, atractivă pentru candidați și este în centrul strategiei globale pentru relațiile dintre candidați și experiența candidatului.



6.6.4. Încheierea de parteneriate cu firme de recrutare naționale și internaționale

Prin acest proces are în vedere promovarea ofertei de locuri de muncă din județul Constanța, în ansamblul ei, pe portalurile naționale și internaționale de joburi (The European Job Mobility Portal, europeanjobdays.eu, hotelcareer.eu, hosco.com), pentru a putea găsi și selecta cei mai potriviți candidați.

6.6.5. Participarea la evenimente și organizare de evenimente de recrutare

Această activitate are ca scop reducerea distanței între angajați și angajatori, promovarea ofertelor și încheierea de parteneriate. În acest scop, pentru reducerea distanței între cerere și ofertă, se recomandă:

- a) participarea la evenimente de recrutare în țările vecine (Moldova, Bulgaria) pentru angajarea de personal sezonier;
- b) participarea la evenimente internaționale de recrutare - Seize the Summer este un eveniment care se adresează industriei ospitalității și în special joburilor sezoniere (on-line);
- c) organizarea de târguri de joburi pe plan local și în județele învecinate (București, Tulcea, Ialomița, Călărași, Brăila).

6.6.6. Realizarea de parteneriate cu liceele pentru angajarea de tineri sezonieri

Această activitate presupune realizarea unei oferte de muncă pentru locuri sezoniere, adresată acestei categorii de vârstă, cunoscându-le în prealabil nevoile, aptitudinile și înclinațiile. Joburi potrivite acestei categorii de vârstă sunt cele de animator copii, animator piscină, animator pe plajă, VJ, DJ, curier, ghid, picol, ospătar, ajutor de bucătar, asistent vânzări.

Direcția strategică nr. 7.

Calitate, Siguranță & Dezvoltare durabilă

Obiectiv specific: Creșterea gradului de satisfacție și siguranță a turiștilor, oferirea unui produs turistic de calitate, recunoscut ca atare și reducerea impactului negativ pe care activitățile economice din turism și activitățile conexe îl au asupra mediului, patrimoniului cultural și natural



Figura nr. 3.7. Direcția strategică nr. 7. Calitate, Siguranță & Dezvoltare Durabilă

Sursa: realizat de autori

7.1. Reglementări de urbanism care să susțină dezvoltarea durabilă a destinației

7.1.1. Actualizarea Planului de Amenajare a Teritoriului Județean Constanța

Este necesară actualizarea Planului de Amenajare a Teritoriului Județean, realizat în anul 1996. Acesta reprezintă expresia spațială a programului de dezvoltare socio-economică a județului, având rol de armonizare a dezvoltării durabile a teritoriului și preia prevederile planurilor de amenajare a teritoriului zonal sau național. Elaborarea acestuia este o condiție pentru realizarea Planurilor Urbanistice Generale ale unităților administrativ teritoriale componente.

7.1.2. Actualizarea Planurilor Urbanistice Generale

În momentul actualizării Planurilor Urbanistice Generale (PUG) pentru localitățile din zonele de litoral, dar și pentru alte localități cu potențial turistic foarte ridicat, se va avea în vedere identificarea zonelor construite protejate (care vor beneficia de regulament de urbanism specific), vor fi avute în vedere

reglementări privind utilizarea terenurilor în scopuri turistice, conservarea, protecția și valorificarea zonelor naturale, dezvoltarea infrastructurii turistice etc.

De asemenea, în momentul actualizării PUG-urilor pentru localitățile din zona de litoral se va marca suprafața neconstruibilă din zona costieră. Conform Art. 16 din Ordonanța de Urgență nr. 202/2002 privind gospodărirea integrată a zonei costiere, cu actualizările și modificările ulterioare, aprobată prin Legea nr. 280/2003, se prevede că, în scopul conservării condițiilor ambientale și valorii patrimoniale și peisagistice din zonele situate în apropierea țărmului, se delimitează pe toată lungimea litoralului o fâșie de teren lată de 50 - 150 m măsurați de la linia cea mai înaintată a mării, în funcție de lățimea zonei costiere, în care sunt interzise orice fel de construcții definitive. Această interdicție se aplică, de asemenea, construcțiilor provizorii sau transportabile, cu excepția celor pescărești, precum și caravelor sau structurilor de primire turistice cu funcții de cazare. Conform respectivului act normativ, sarcina marcării în planurile de amenajare a teritoriului și de urbanism a acestei suprafețe revine autorităților publice locale. De altfel, identificarea unor zone de risc de inundații pentru zona de litoral și marcarea acestor zone în cadrul regulamentelor urbanistice pentru a se interzice construirea în aceste zone este și măsură în cadrul *Strategiei naționale privind schimbările climatice și creșterea economică bazată pe emisii reduse de carbon, pentru perioada 2016-2020*.

7.1.3. Program de realizare/actualizare a documentațiilor de urbanism (PUZ) pentru zonele turistice de litoral

În contextul dezvoltării urbane haotice din anumite zone de litoral, în vederea corectării unor disfuncții actuale și pentru preîntâmpinarea unor astfel de probleme în zone ce urmează să fie dezvoltate, se impune necesitatea realizării/actualizării acestor documentații de urbanism în anumite zone turistice cheie.

În cadrul acestor documentații vor fi prevăzute reglementări privind configurația și gradul de dotare a spațiilor publice, reglementări privind spațiile construite și spațiile verzi; relația spațiului construit cu plaja (inclusiv includerea prevederilor Art. 16 din Ordonanța de Urgență nr. 202/2002 privind gospodărirea integrată a zonei costiere, cu actualizările și modificările ulterioare, aprobată prin Legea nr. 280/2003, a se vedea mai sus), asigurarea căilor de transport (inclusiv pentru transport public), parcare, piste de biciclete, rute pietonale etc.

7.1.4. Păstrarea nealterată a elementelor de arhitectură tradițională în mediul rural

Arhitectura nealterată reprezintă o importantă resursă pentru dezvoltarea durabilă a mediului rural. Păstrarea identității așezărilor rurale din județ, a peisajelor construite și naturale reprezintă un deziderat și o condiție pentru creșterea atractivității turistice a acestor areale și pentru dezvoltarea turismului rural și a agroturismului.

În acest caz, se propune popularizarea a două ghiduri realizate în anul 2016 de Ordinul Arhitecților din România:

- *Ghid de Arhitectură pentru încadrarea în specificul rural. Zona Dobrogea de Sud* (http://oar.archi/download/public/ghid_de_arhitectura_zona_dobrogea_de_sud_pdf_1510848334.pdf);
- *Ghid de Arhitectură pentru încadrarea în specificul rural. Zona Dobrogea Centrală și Munții Măcin* (http://oar.archi/download/public/ghid_de_arhitectura_zona_dobrogea_centrala_si_muntii_macin_pdf_1510847554.pdf).

Aceste două documente, care acoperă în întregime spațiul rural din județul Constanța, reprezintă instrumente de lucru utile care pot fi puse la îndemâna locuitorilor din mediul rural, a autorităților locale, investitorilor, proiectanților și consultanților implicați în procesul de construire sau elaborare a unor regulamente de construire în mediul rural.

De aceea, se recomandă să fie luate în considerare la realizarea documentațiilor de urbanism din mediul rural (PUG și RLU aferent acestuia).

7.2. Realizarea/reabilitarea infrastructurii generale în stațiunile turistice și în alte localități cu potențial turistic ridicat

Sunt avute în vedere realizarea unor proiecte integrate de realizare/refacere a rețelelor de alimentare cu apă, canalizare, energie electrică, alimentare cu gaz metan și a stațiilor de epurare în stațiunile turistice și alte areale turistice care urmează a fi dezvoltate. În acest sens, prioritare sunt stațiunile noi (de exemplu, Mamaia Nord-Năvodari), unde aceste rețele sunt deficitare și viitoarele stațiuni/zona de dezvoltare turistică (de exemplu, zona costieră 23 August, zona costieră Tuzla). Astfel de proiecte ar trebui corelate (acolo unde este cazul) cu proiectele de refacere a mobilierului urban și cu amenajările peisagistice.

7.3. Promovarea și susținerea calității produselor și serviciilor locale

7.3.1. Program de susținere și promovare a activităților turistice prietenoase cu mediul

Având în vedere politica Uniunii Europene privind produsele cu impact redus asupra mediului, o atenție specială trebuie acordată sprijinirii produselor și serviciilor care au implementat un model de bune practici în dezvoltarea durabilă (certificarea Blue Flag pentru plaje și pentru porturi turistice, eticheta ecologică pentru servicii de cazare și pentru servicii de camping, certificarea ecoturistică EcoRomânia etc.).

Se are în vedere:

- oferirea de consiliere operatorilor care doresc să aplice pentru obținerea unei certificări;
- promovarea gratuită și prioritară în cadrul viitorului portal turistic al județului, în cadrul unei secțiuni speciale;
- acordarea unor reduceri pentru taxele de închiriere pentru plajele certificate Blue Flag;
- reduceri fiscale pentru operatorii economici care au implementat un model de bune practici în dezvoltarea durabilă.

7.3.2. Program de susținere și promovare a produselor și producătorilor locali

Se dorește susținerea economiei locale, prin sprijinirea producătorilor locali pentru comercializarea și certificarea produselor tradiționale și/sau ecologice și pentru introducerea acestora în cadrul produselor turistice (ex. distribuția produselor agricole locale către hotelurile și restaurantele din zona de litoral, promovarea și comercializarea produselor realizate de meșteșugarii locali în cadrul magazinelor locale de suveniruri etc.).

7.4. Siguranța și securitatea turiștilor

7.4.1. Asigurarea serviciului de Salvamar pe litoral

Serviciile de salvamar pe litoralul Mării Negre sunt asigurate conform *Hotărârii nr. 1136/2007 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea serviciilor publice de salvare acvatică - salvamar și a*

posturilor de prim ajutor pe plajă de către autoritățile publice locale pe a căror rază administrativ-teritorială există plaje cu destinație turistică. Finanțarea serviciilor publice de salvare acvatică - salvamar și a posturilor de prim ajutor, inclusiv dotarea și echiparea bazelor/posturilor de observare salvamar cu aparatură, instrumente și materiale necesare desfășurării activității de salvare se asigură din bugetul de stat.¹²¹

În fiecare sezon turistic, primăriile din zona de litoral organizează licitații pentru asigurarea serviciilor de salvamar, în funcție de bugetul repartizat.

Se are în vedere:

- dimensionarea corespunzătoare a Centrelor Salvamar de pe litoral, conform legislației;
- asigurarea personalului calificat pentru Centrele Salvamar de pe litoral;
- dotarea corespunzătoare a echipamentelor și mijloacelor de intervenție.

7.4.2. Asigurarea securității și siguranței publice a turiștilor în zona de litoral

Siguranța publică este un criteriu foarte important atunci când este aleasă o destinație turistică. Perceperea destinației ca fiind una sigură este deosebit de importantă pentru turiști, și în special pentru turiștii străini care vin cu idei preconcepute în acest sens. Prin urmare, o destinație care dorește realizarea unei dezvoltări durabile prin intermediul turismului, trebuie să le asigure, atât turiștilor, cât și rezidenților, un standard ridicat de siguranță.

Accentul trebuie pus pe principalele zone frecventate de turiști (centrul orașelor, stațiuni, plajă). În acest sens, se recomandă intensificarea activităților de patrulare în perioada sezonului turistic prin intermediul echipajelor de poliție/jandarmerie în aceste zone frecventate de turiști pentru a se evita evenimentele neplăcute. De asemenea, ar trebui realizat și comunicat turiștilor un set de recomandări privind zonele care ar trebui evitate, privind măsurile de siguranță pe care ar trebui să le ia în zonele aglomerate, pe plajă etc.

¹²¹ bugetul primit în anul 2019 de primăriile de pe litoral: 11.000.000 lei, din care Primăria Constanța - 3.124.000 lei; Primăria Mangalia – 1.800.000 lei; Primăria Eforie -2.886.000 lei; Primăria Năvodari – 1.100.000; Costinești – 450.000 lei; Limanu – 600.000 lei; 23 August – 70.000 lei; Tuzla – 1.100.000 lei; Corbu – 128.000 lei (<https://www.ziuaconstanta.ro/stiri/administratie-locala/ce-bugete-au-primit-primariile-de-pe-litoral-pentru-asigurarea-serviciului-de-salvamar-in-sezonul-estival-2019-document-688678.html>)

Direcția strategică nr. 8.

Marketing, Promovare & Informare turistică

Obiectiv specific: Consolidarea imaginii destinației și realizarea unei promovări unitare a acesteia

Contextul pieței

Conform analizei de piață realizate anterior, putem trage următoarele concluzii:

- nu există o imagine coerentă a destinației și elemente de brand ușor identificabile, cu excepția stațiunii Mamaia, care se poziționează ca o destinație de lux destinată distracției, tinerilor, dinamică;
- lipsa atractivității destinației pe piețele externe;
- doar 10% din capacitatea de cazare din zona costieră este deschisă și în extrasezon, acestea concentrându-se în partea de nord a litoralului;
- 95% sunt turiști români și sub 5% turiști străini în județul Constanța;
- 43,9% din turiști se cazează în Constanța - Mamaia;
- 96,7% din turiștii din județul Constanța vin în zona costieră/de litoral;
- Milenialii sau Generația Y reprezintă segmentul care în prezent cheltuie cel mai mult în turism; preferințele lor influențează tendințele pieței. Generația Y caută noi experiențe, produse etichetate, conectare cu mediul, conectare cu localnicii, distracție, cultură digitală;
- durata sejurului este în scădere atât în cazul turiștilor români, dar și în cazul celor străini;
- tendința la nivel european de a avea campanii continue de marketing în vederea extinderii sezonului turistic contravine cu politica de personal a firmelor din România de a acorda concedii în lunile iulie - august;
- există o mare concentrare a fluxurilor turistice în perioada de sezon în localitățile cu stațiuni turistice de litoral, capacitatea de suport a acestora fiind depășită;
- conform platformei Tripadvisor.com cele mai populare obiective din județul Constanța sunt: Plaja Mamaia, Cazinoul, Moscheea Carol I, Muzeul de Istorie Națională și Arheologie, Portul Tomis, Delfinariul, Piața Ovidiu, Telegondola Mamaia, Catedrala „Sf. Petru și Pavel”, Monumentul Tropaeum Traiani de la Adamclisi, Plaja Corbu, Complexul Muzeal Histria etc.;
- conform platformei Booking.com (pe care sunt indexate 60% din hotelurile de pe litoralul românesc), principalele localități turistice din județul Constanța, au fost asociate de turiști cu:
 - ✓ Constanța - litoral , plaje, plimbări pe plajă;
 - ✓ Mamaia - plimbare cu copiii, plaje, viață de noapte;
 - ✓ Năvodari - natură, plaje naturiste, kitesurfing;
 - ✓ Eforie Nord - plaje, relaxare, plaje cu nisip;
 - ✓ Eforie Sud - liniște, relaxare, excursii cu familia;
 - ✓ Techirghiol - activități în aer liber, plaje, floră și faună;
 - ✓ Costinești - plaje, viață de noapte, relaxare;
 - ✓ Neptun - natură, plaje, excursii cu familia;
 - ✓ Olimp - plaje, excursii cu familia, plimbare cu copiii;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- ✓ Jupiter - Cap Aurora - plaje, excursii cu familia, excursii cu buget redus;
- ✓ Venus - liniște, relaxare, excursii cu familia;
- ✓ Saturn - plaje, relaxare, liniște;
- ✓ Mangalia - explorarea centrului istoric, ambianță, plaje;
- ✓ 2 Mai - activități în aer liber, escapadă romantică, plaje;
- ✓ Vama Veche - atmosferă, viață de noapte, plaje;
- ✓ Corbu - natură, plaje, plaje naturiste;
- ✓ 23 August - natură, plimbări pe plajă, liniște.

Principalele elemente cu care se identifică în prezent județul Constanța, și în special zona de litoral, sunt: plajele, natura, relaxarea, excursiile cu familia, liniștea.



Sursă: prelucrarea datelor furnizate de platforma booking.com

Ce promovăm?

Promovăm un produs turistic integrat, ce ține cont de principiile dezvoltării durabile, o destinație pentru toate anotimpurile, atractivă atât pentru turiștii români, dar și pentru noi segmente de turiști străini. Un produs nou pentru extrasezon sau capetele de sezon, adresat turiștilor străini și români ce combină, cultura, natura, relaxarea, gastronomia, vinurile bune și serviciile spa&wellness.

Cui promovăm destinația turistică Județul Constanța?

Turiștii români

95% din turiștii din județul Constanța sunt turiști români, litoralul românesc fiind una dintre destinațiile preferate pentru turismul domestic.

Turiștii români aparțin diferitelor profiluri comportamentale (trecând de la sedentarii - retras la exploratori), dar și comportamentul de consum al acestora se va modifica în funcție de tendințele actuale din turism.

Astfel, Generația Millennials și Generația Z vor forma baza viitoarei cereri turistice, iar comportamentul lor de călătorie ar putea duce la schimbări semnificative pe piața turismului. Ambele generații au crescut odată cu expansiunea tehnologică și au folosit Internetul, iar acest lucru va juca un rol-cheie în modul în care aceste generații accesează, navighează și interacționează cu diferite produse și servicii turistice. De asemenea, este mult mai probabil ca aceste generații să călătorească în mod independent, în comparație cu generațiile trecute și să fie deschiși să acceseze temporar sau să închirieze produse sau servicii turistice (OECD, 2018).

Datele indică faptul că Generația Millennials efectuează mai multe călătorii pe an în comparație cu alte generații. Cu toate acestea, călătoriile au tendința de a avea o durată mai scurtă în comparație cu alte grupuri demografice. În plus, aceștia aleg experiențe de călătorie pe care le consideră "autentice" și preferă să-și creeze propriile itinerarii de călătorie decât să se bazeze pe sfaturile agenților turism sau să participe la excursii. Vizitatorii caută mai multe *experiențe unice, personalizate* în destinații turistice. Cererea tot mai mare de experiențe turistice neobișnuite se extinde și la nivelul serviciilor turistice.

Deși dimensiunile fiecărui segment de piață se stabilesc în urma cercetărilor și sondajelor sociologice, totuși putem identifica în județul Constanța anumite tipare comportamentale de consum:

- **Turiștii sedentarii-retrași** – au motivații primare: mare, soare, plajă. Nivelul veniturilor este redus și, ca urmare, în timpul voiajului se vor caza în structuri de primire turistică de categorie mijlocie, dar care să asigure o anumită categorie de confort și servicii. Pe parcursul sejurului urmărește să-și păstreze obiceiurile. Acordă importanță suvenirurilor, ca dovadă a efectuării voiajului. „Experiența” ieșirii sale temporare din mediul vieții cotidiene nu îi afectează major inerția, spiritul de conservare.
- **Familiiile cu copii** - preferă sudul litoralului, mediul sigur, curățenia, servicii de cazare și masă de calitate (all-inclusive sau demipensiune, datorită timpului mare de așteptare la restaurante), activități pentru copii, programe de animație. Au o mobilitate mai redusă, un buget bine stabilit, caută valoare pentru banii oferți.
- **Exploratorii** – sunt tineri cu venituri medii și mari, le plac vacanțele în aer liber, să viziteze diverse locuri unice, să se plimbe, să experimenteze cultura locală, cicloturismul, ecoturismul, tradiții, produse noi inovative. Pe timpul sejurului caută să practice sporturi diverse. În timpul voiajului, sunt interesați de contactul cu populația locală și de vizitarea obiectivelor culturale.
- **Turiștii itineranți** – caută evadarea culturală și socială, relaxare, gastronomie, evenimente de notorietate. Aparțin unei elite cu venituri peste medie. Sunt interesați de patrimoniul arheologic și istoric din județ, de Drumul Vinului, de vizitarea obiectivelor culturale din municipiul Constanța.
- **Turiștii de lux** – caută distracție, viață de noapte, evenimente, servicii de lux. Preferă, în general, stațiuni precum Mamaia sau Mamaia Nord.
- **Turiștii business** - vin pentru anumite evenimente business, în interes de serviciu, în special în zona de nord a litoralului, Constanța - Mamaia, în capete de sezon sau extrasezon.
- **Turiștii city break** - realizează vizite frecvente, fără a ține cont de sezon sau de condițiile meteo. Principala destinație în acest sens este municipiul Constanța.

- **Turiștii wellness & spa** – vin în stațiunile turistice cu profil balnear în vederea ameliorării stării de sănătate. Principalele destinații în acest sens sunt Techirghiol, Eforie, Mangalia, Neptun.
- **Turiștii care călătoresc în grup** (inclusiv turiștii de pe vasele de croazieră) – sunt mari amatori de companie și companioni, coezivi, cu spirit de grup. Călătoresc cu prietenii sau iau parte la grupuri organizate de alții, cu oameni pe care nu îi cunoșteau înainte, frecventează locurile și activitățile turistice cele mai importante, participă la multe activități, inclusiv evenimente sportive și parcuri tematice, caută imaginile simbol ale unei destinații și acțiunea.

Preluând datele din ancheta realizată în prima parte putem spune despre turiștii din județul Constanța:

- majoritatea sunt din București și din zonele de sud, sud-est ale țării;
- majoritatea se cazează la hotel, 3 stele, își face rezervarea on-line (site-ul hotelului, Booking.com) sau sună la recepție;
- merg în Constanța pentru relaxare, plajă, plimbări în natură, distracție, vizite la muzee, vestigii arheologice etc.
- apreciază marea, natura, plaja, atmosfera dar sunt nemulțumiți de lipsa curățeniei, de aglomerație, de infrastructură precară sau de prețurile mari.

Turiștii germani

Germania este principala piață emițătoare de turiști din vestul Europei pentru România, aceștia putând fi atrași pe litoral în capetele de sezon, pentru pachete spa - wellness, cultură, gastronomie și vinuri, experiențe inedite.

Germania reprezintă 30% din înnopțările cetățenilor Uniunii Europene în străinătate și este cea de-a doua mare piață pentru turism extern din lume (după SUA). Turiștii germani sunt foarte influenți, cheltuiesc pentru vacanțe externe peste 86 de miliarde de euro anual (Eurostat) și pot schimba fundamental perspectivele pieței. Germanii, indiferent de vârstă, au afinitate pentru a călători în străinătate (GERMAN MULTI-GENERATIONAL TRAVEL TRENDS - Expedia Group). Vacanțele scurte, până la 4 nopți, continuă să fie foarte populare printre germani, iar numărul lor a crescut atingând cifra record de 82,1 milioane în 2017; 74% dintre acestea au fost vacanțe interne.

Printre cele mai populare destinații de vacanță pentru turiștii germani sunt clasicele destinații SEA-SUN-SAND,¹²² dintre acestea cea mai populară fiind Spania. O altă destinație aflată până de curând în topul preferințelor turiștilor nemți a fost Turcia (pentru familiile datorită ofertelor sale all-inclusive), dar, recent, ca și destinațiile din nordul Africii (Egipt, Tunisia), a cunoscut un declin din cauza problemelor de securitate. Țările vecine, Austria, Elveția, Franța, Polonia și Olanda sunt foarte populare pentru excursii cu mașina, trenul și excursii scurte.



¹²² Mare – Soare – Nisip

Destinațiile verzi sunt din ce în ce mai populare printre germani. Astfel, țări precum Irlanda, Islanda, Suedia și Norvegia au cunoscut o creștere semnificativă în Germania. Germanii preferă vacanțele active cu activități precum mersul pe jos, ciclism și explorarea diverselor rute (Reiseanalyse 2018).

Piața germană de croaziere arată în continuare o creștere puternică. Numărul turiștilor germani care au făcut o croazieră a crescut cu 9%, până la 2,4 milioane în 2018, nordul Europei fiind printre cele mai populare destinații pentru pasagerii germani de croazieră (DRV / CLIA 2018).

Printre motivele principale pentru vacanță ale germanilor sunt: *soare - plajă*, vizitarea familiei / prietenilor și a rudelor, urmate de vacanțele în natură, cultură și excursii în oraș.

Întrebați ce i-ar face să revină într-o locație, unul din 3 turiști germani au răspuns că atracțiile, peisajele naturale alături de calitatea serviciilor de cazare.

Turiștii israelieni

Ministerul Turismului din Israel a efectuat un studiu care investighează obiceiurile de vacanță ale cetățenilor israelieni. Sondajul a arătat că 82% dintre ei își iau cel puțin o vacanță.

Cele mai populare destinații din Europa includ Franța, Marea Britanie, Germania, Italia, Olanda și Spania. Pachetele de vacanță în Europa sunt populare printre tineri și familii.

Valul de atacuri teroriste din Europa nu a descurajat turiștii israelieni să călătorească în străinătate, ci i-a determinat să-și adapteze planurile. Evită Europa de Vest în favoarea unor destinații mai apropiate, cum ar fi insulele grecești - 9,5%, Cipru - 34,5%, Bulgaria - 28% și România - 24,5%.¹²³

În ultimii ani s-au identificat tipare noi la nivelul motivației de călătorie. Grupurile clasice s-au diversificat, au apărut grupuri care călătoresc pentru a participa la evenimente sportive, la evenimente sociale, pentru a-și vizita prietenii sau colegii de muncă/școală, grupuri care călătoresc pentru *turism de sănătate*.

Mulți israelieni călătoresc în țările din estul Europei (Polonia, România) pe urmele strămoșilor. De exemplu, multe școli din Israel organizează excursii anuale speciale către site-urile Holocaustului din aceste țări. În plus, în ultimii ani s-a dezvoltat turismul și în țările Europei de Est oferind peisaje europene clasice, la prețuri mai mici și destinații mai puțin comerciale decât în Occident, alături de posibilități de *shopping și cazinouri*.

Turiștii britanici

Având în vedere că Județul Constanța are legătură aeriană directă cu Londra, prin Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu, destinația ar putea fi promovată către segmentul tinerilor aflați în căutare de distracție, evenimente culturale, cluburi, viață de noapte.

Turistul britanic este experimentat, relativ bogat și din ce în ce mai pretențios. Studii recente arată că elementele considerate esențiale pentru o vacanță reușită sunt:

- vremea – 49% dintre britanici iau în considerare vremea



¹²³ www.haaretz.com/israel-news/business/ben-gurion-packed-with-israelis-traveling-overseas-1.5430126

(vremea caldă fiind importantă);

- destinațiile noi, interesante, cu vizitarea unor zone și culturi noi – acest element este considerat important de 44% dintre britanici;
- raportul calitate/preț servicii, în special în ceea ce privește cazarea.
- prețul băuturilor alcoolice;
- bucătăria locală;
- plajele neaglomerate, curate și fără zgomot;
- transportul convenabil (ca raport cost/acces);
- viața de noapte (25%);
- riscul atacurilor criminale și terorismul.

Marea majoritate a aranjamentelor de călătorie se fac utilizând agenții de turism și turoperatori. În creștere sunt aranjamentele prin internet - zboruri, cazări. Se manifestă interes în contactarea directă a hotelurilor, prin telefon sau e-mail.

Turiștii polonezi

Turiștii polonezi sunt turiști cu tradiție în România și pe litoralul românesc, țara noastră fiind o destinație atractivă, datorită diversității produselor turistice, prețurilor relativ mici comparativ cu alte destinații.

Piața poloneză outgoing este în continuă creștere, iar călătoriile sunt din ce în ce mai importante. 57% dintre rezidenții polonezi cu vârstă de 15 ani și peste au făcut cel puțin o călătorie în 2016. Persoanele singure și cuplurile fără copii merg în vacanță de 2-4 ori pe an și adesea optează pentru vacanțe pasive. Familiile cu copii mai mari preferă să-și petreacă timpul în mod activ.

Chiar dacă în ultimii ani segmentul 3E (Entertainment - Excitement - Education)¹²⁴ a fost în creștere, totuși cei mai mulți turiști preferă să practice încă turismul de relaxare - 3S (Sun - Sand - Sea).¹²⁵

Natura, excursiile în orașe și vizitarea prietenilor și/sau a familiei sunt alte motive principale de călătorie pentru turiștii polonezi.

46% dintre cetățenii polonezi declară că folosesc mediul online pentru a-și face rezervările pentru vacanță. Prietenii, familia și colegii sunt cea mai influentă sursă atunci când iau o decizie de călătorie, urmată de informații online și recenzii și experiențele personale de pe bloguri de călătorii.

Întrebați ce i-ar face să revină într-o destinație de vacanță, aproape trei din cinci turiști polonezi au răspuns că "atractivitatea naturală a locului". Nivelul general al prețurilor și calitatea serviciilor de cazare ar fi, de asemenea, motive-cheie pentru a reveni.

Turiștii polonezi călătoresc cel mai des cu partenerul/soțul/soția (34%), urmați de cei care călătoresc cu copii sub 18 ani (31%) și de cei care călătoresc cu prietenii (23%).



¹²⁴ Divertisment - Adrenalină/aventură - Educație

¹²⁵ conform Școlii de Științe Economice din Varșovia

Turiștii slovaci și turiștii cehi

Slovia este o țară stabilă din punct de vedere politic cu creștere economică și dorință de a călători în creștere. Este direct legată de rețeaua de autostrăzi austriacă și ungară, ceea ce facilitează accesul auto spre România. Deocamdată România atrage turiștii slovaci în zonele montane, în parcurile naționale, în satele în care există o comunitate de slovaci, dar și prin cultură, evenimente, tradiții și obiceiuri. Litoralul românesc ar putea deveni o zonă de atracție, cu condiția de a avea legătură aeriană directă, curse charter și vânzarea programelor printr-un turoperator slovac.

Mulți turiști slovaci apreciază natura, sunt interesați de practicarea unor activități în aer liber cum ar fi cicloturismul. Sunt turiști care apreciază gastronomia autentică și vinurile bune.

Aceste motivații de călătorie pot face din turiștii slovaci o piață țintă pentru litoral, cu condiția ca produsul promovat să prezinte elementele de care ei sunt interesați (turism activ în principal - ruta Eurovelo 6 în județul Constanța, vinuri, gastronomie, cultură și plajă într-un plan secundar).

În prezent, principalele destinații de călătorie pentru turiștii slovaci sunt: Cehia, Polonia, Germania, Ungaria, Austria.

Pentru turiștii cehi principalele destinații pentru turism extern sunt: Slovia, Croația, Austria, Italia și Grecia¹²⁶.



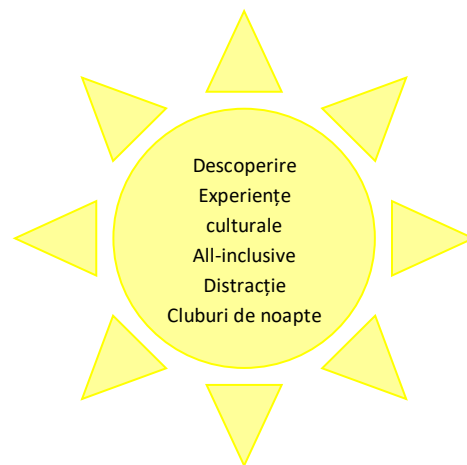
Turiștii ruși

Turiștii ruși reprezintă o piață potențială atractivă pentru litoralul românesc, aceștia putând fi atrași de variantele de calitate, dar mai ieftine ca în alte țări, de pachete turistice interesante și experiențe culturale diferite.

Începând cu anul 2015, turismul extern a scăzut substanțial în Rusia, călătoriile interne au înregistrat o creștere substanțială, deoarece au reprezentat o alternativă mai accesibilă.

În mod tradițional, Egiptul și Turcia s-au numărat printre primele destinații de vacanță pentru turiștii ruși. Suspendarea zborurilor către aceste țări în 2015, ca rezultat al unor incidente teroriste, a determinat reducerea numărului de pasageri ruși spre aceste destinații.

Țările mediteraneene, precum Grecia, Cipru, Italia și Spania, au profitat de noul context politic, atrăgând fluxuri substanțiale de turiști ruși. În plus, turistul rus călătorește în țările ex-sovietice, în special în scopul vizitării prietenilor și familiei. De asemenea, China este o altă destinație cheie care atrage un număr tot mai mare de turiști ruși.



¹²⁶ Comisia Europeană, OECD, *COUNTRIES PROFILES – CZECH REPUBLIC*, 2018

Conform unui sondaj realizat în anul 2016, 57% dintre respondenții ruși au susținut că pentru ei prețul este un factor foarte important în alegerea unui hotel, iar 51% dintre respondenți au declarat că rolul confortului este foarte important. Se poate spune că turiștii ruși sunt sensibili la prețuri și caută un raport foarte bun calitate - preț, cum ar fi pachetele all-inclusive.¹²⁷

Pentru ei țările europene sunt asociate cu: mâncarea și băuturile bune, destinație de weekend și călătoriile culturale, camping și natură, precum și sporturile de iarnă. Diferențele culturale sunt atractive pentru turiștii ruși, deoarece oferă o varietate de experiențe culturale, gastronomice.

Turiștii turci

Datorită existenței unei importante comunități turce în județul Constanța, a unor legături culturale cu acest popor, care se duc mult în trecutul istoric și nu în ultimul rând datorită faptului că există zboruri directe spre Istanbul de pe aeroportul Mihail Kogălniceanu, ne propunem să atragem mai mulți turiști din această țară, turiști care ar putea veni pentru cultura locală, istoria comună, shopping sau pentru ofertele avantajoase.

Turcia are un număr foarte mare de sosiri turistice în fiecare an. Acest lucru are un impact important asupra economiei turcești, dar afectează în mod negativ turistul turc, datorită creșterii tarifelor serviciilor turistice. Din aceste motive, în ultimii ani, călătoriile în străinătate au devenit mai populare în rândul turiștilor turci. Dar există factori care influențează deciziile lor, cum ar fi viza, asigurarea de sănătate și costurile mari de călătorie.

Turiștii turci preferă în cea mai mare parte să își petreacă vacanța în interiorul Turciei, dar acest lucru devine din ce în ce mai dificil în fiecare an datorită prețurilor ridicate. Atunci când călătoresc în străinătate, preferă țările vecine și servicii la prețuri mai mici. În 2017, cea mai populară destinație a turiștilor turci a fost țara vecină Georgia, cu 1.000.278 turiști, urmată fiind de Grecia (921.262 turiști), Bulgaria (807.645 turiști), Germania (452.412 turiști), Italia (291.788 turiști), Iran (281.443 turiști).

Turcii sunt deschiși ideilor noi și flexibili în luarea deciziilor. Produsele la modă sunt, de asemenea, tentante pentru ei. Ei sunt interesați, în special, de cultura orașului și de vizitarea obiectivelor turistice, precum și de cumpărături. Există, de asemenea, un număr mare de cetățeni care călătoresc în fiecare an pentru vizite de pelerinaj.

Cum promovăm?

Tendențele internaționale privind promovarea destinației țin de adoptarea cu rapiditate a celor mai moderne tehnologii din domeniul IT. Turismul este unul din domeniile în care promovarea și distribuția produsului s-au mutat aproape în totalitate în mediul on-line. Cu toate acestea, fiecare grup țintă poate prefera cu predilecție un anumit canal de comunicare. De aceea, cercetări periodice privind profilarea grupurilor țintă și a canalelor preferate de comunicare sunt absolut necesare. În acțiunile propuse, s-a ținut cont de aceste tendințe privind marketingul destinației, dar nu s-au neglijat canalele clasice de promovare care sunt încă importante pe piața internă, pentru comunicarea la nivel de industrie (ex. târgurile).



¹²⁷ World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC), *Understanding Russian Outbound Tourism What the Russian Blogosphere is saying about Europe*, Madrid, Spania, 2015

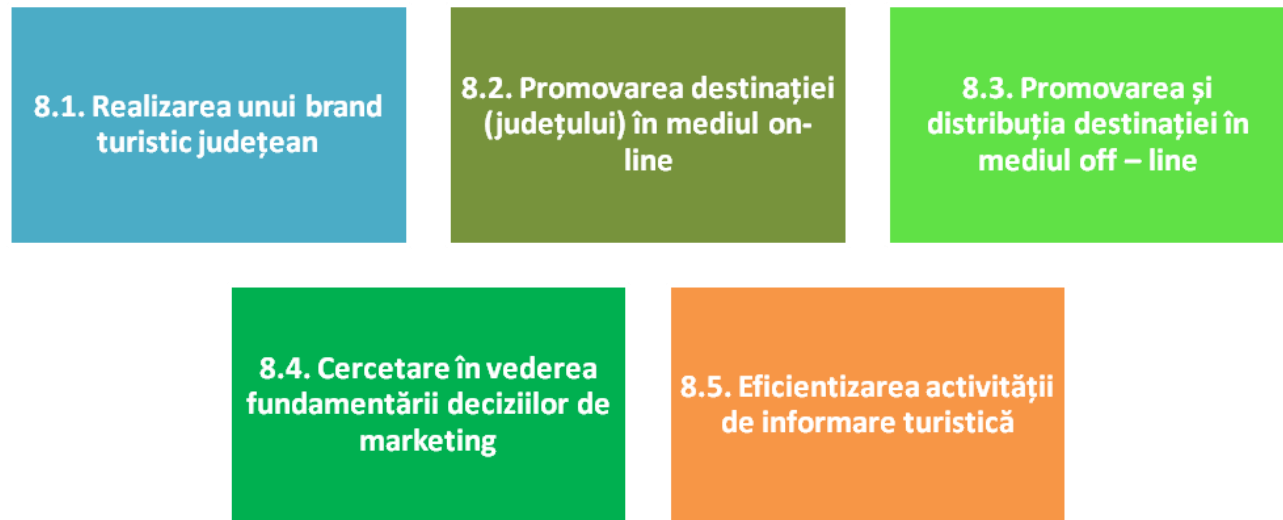


Figura nr. 3.8. Direcția strategică nr. 8. Marketing, Promovare & Informare turistică

Sursa: realizat de autori

8.1. Realizarea unui brand turistic județean

Datorită naturii competitive a industriei turismului, brandingul devine una dintre strategiile de marketing importante pentru o destinație în oferirea diverselor produse și servicii turiștilor, a realizării experiențelor unice.

Construirea unui brand al destinației vizează identificarea avantajelor competitive și produselor cele mai atractive pentru turiști, construirea unei imagini prin care destinația să se evidențieze față de concurenții săi și să gestioneze această imagine în mod constant pe toate canalele de comunicare.

8.1.1. Realizarea de cercetări și analize premergătoare realizării brandului

În cadrul acestei cercetări trebuie analizate:

- identitatea destinației – elementele de diferențiere (ce se referă la caracteristicile economice, istorice, religioase, sociale și culturale distinctive, unice, ale unei destinații la un moment dat, parte fiind identificate în cadrul primei părți a acestei strategii). Activitățile specifice unei astfel de acțiuni sunt: focus grupurile cu stakeholderii locali, interviuri cu istorici, antropologi, studierea percepției populației rezidente asupra destinației.
- imaginea percepută în prezent de turiști - imaginea locului poate fi măsurată cel mai bine printr-o combinație de metode calitative și cantitative, aplicate atât celor care au vizitat județul Constanța, dar și celor care nu au făcut-o. Studiilor privind imaginea percepută li se pot adăuga și o serie de alte atribute, care fac o destinație atractivă pentru investitori (ex: produsele exportate, nivelul de dezvoltare, politica de investiții, guvernare, realizări) sau atractivă pentru studenți.

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- analiza imaginii în media – reprezintă analiza imaginii destinației transmisă prin intermediul canalelor de comunicare în cadrul campaniilor de marketing sau prin alți comunicatori – ce se spune despre destinație.

8.1.2. Realizarea manualului de brand

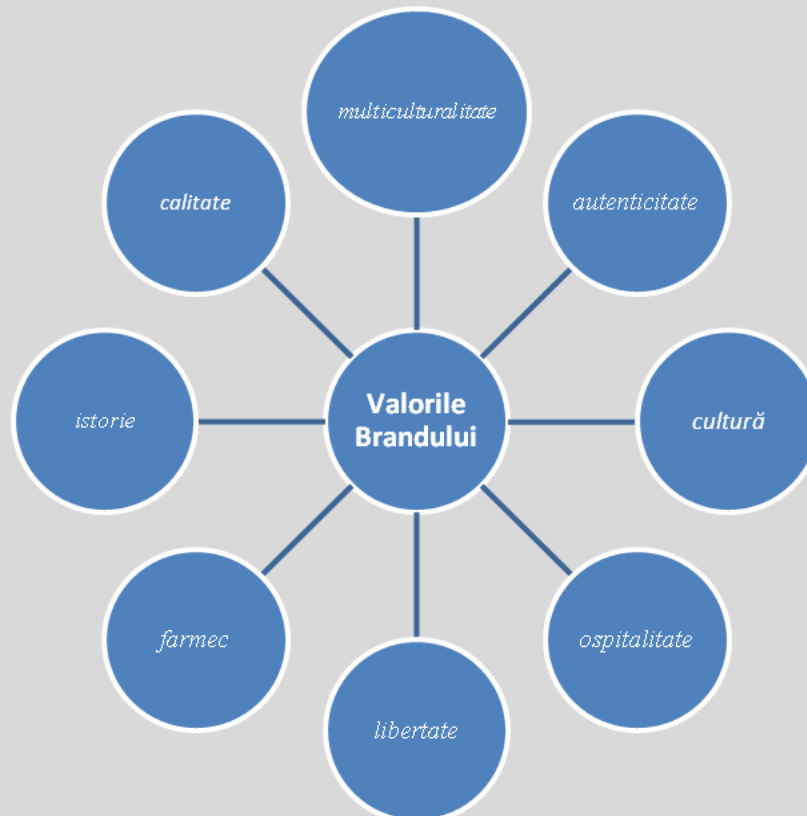
În cadrul unui grup de lucru (sau focus grupuri) se vor stabili Viziunea, Misiunea și Obiectivele brandului. În funcție de acestea se va proiecta noul Brand (Identitatea - Numele, valorile, elementele de identitate vizuală și scopul).

Esența mărcii/brandului ar trebui să implice formularea unui concept, o viziune despre caracteristicile experienței pe care o pot aștepta turiștii.

Exemplu: Constanța - Mamaia - o destinație complexă în care cultura, tradițiile, multiculturalitatea stau la baza unui produs turistic atractiv în orice sezon, cu o ofertă diversificată de experiențe pentru tineri, familii, exploratori.

De departe, cea mai importantă sarcină în definirea identității brandului este de a formula valori autentice care creează un sentiment de apartenență, autenticitate, consistență.

Exemplu:



8.1.3. Realizarea unui plan de implementare a brandului

Brandingul destinației nu se poate baza numai pe comunicare. Aceasta necesită și dezvoltarea reală a produsului. Cu toate acestea, comunicarea este esențială și presupune implicarea mai multor stakeholderi.

Implementarea brandului presupune acțiuni care duc la realizarea produselor (acțiuni ce vor reieși și din această strategie de dezvoltare), acțiuni de comunicare (cu populația locală pentru creșterea conștientizării și asumarea brandului și cu turiștii) și acțiuni de cooperare (cu stakeholderii).

8.2. Promovarea destinației (județului) în mediul on-line

8.2.1. Realizarea unui portal web al destinației

Se dorește realizarea unei platforme de promovare inteligente a destinației. Prin intermediul acestui instrument destinația este promovată centralizat și vor fi integrate toate inițiativele locale de promovare (sub-destinații). Acest site ar trebui să centralizeze informațiile cu privire la obiective turistice, evenimente, programe turistice, structuri turistice existente la nivelul întregului județ. Portalul ar trebui să fie în cel puțin două limbi de circulație internațională (engleză, germană) și limba română și să folosească tehnici de optimizare a conținutului pentru motoarele de căutare atât pentru limba română, cât și pentru limbile de circulație internațională astfel încât să aibă o poziționare superioară pe motoarele de căutare.

Exemplu de bună practică

Un bun model în acest sens este site-ul web <http://www.sibiu-turism.ro>, realizat de Asociația Județeană de Turism Sibiu.

În cadrul acestui portal se regăsesc informații despre principalele destinații turistice din județ (regiuni turistice, destinații balneare, destinații montane, orașe culturale), despre principalele obiective turistice naturale și culturale, despre circuitele turistice recomandate, informații despre evenimente și diferite tipuri de activități care pot fi practicate în cadrul destinației, despre structuri de cazare și alimentație, despre posibilitățile de acces.

De asemenea, de pe site-ul web al destinației pot fi accesate harta interactivă și numeroase broșuri turistice ale destinației.



8.2.2. Realizarea unei aplicații pentru mobil a destinației

În cadrul unei astfel de aplicații, care va acoperi întregul județ Constanța, vor fi prezentate principalele atracții turistice, principalele activități și servicii (prin intermediul acestei secțiuni turistul poate fi pus în contact direct cu un ghid turistic, cu un meșteșugar/producător local etc.), posibilități de cazare și alimentație, traseele cicloturistice și de drumeție din cadrul destinației, calendarul de evenimente (cu trimiterea de notificări către utilizatorii interesați). Aplicația va dispune și de o hartă interactivă a destinației, pe care sunt marcate toate

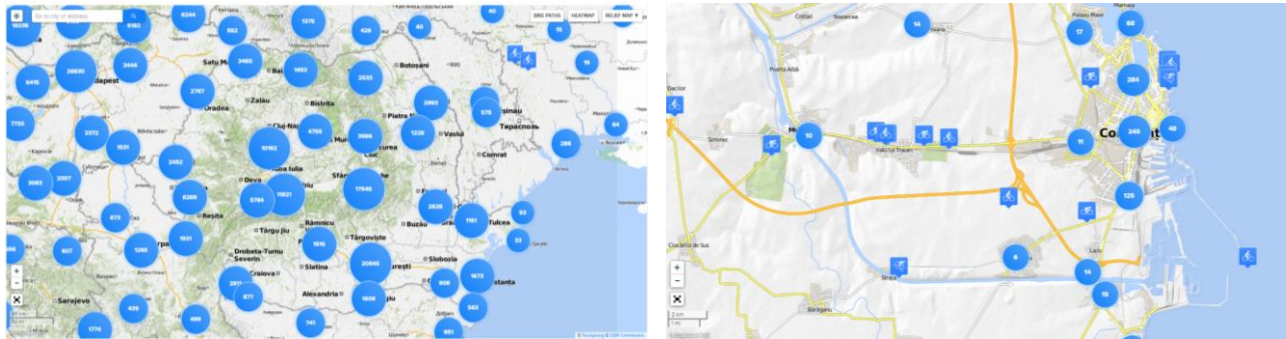
obiectivele și activitățile. În cadrul aplicației ar putea fi folosite și elemente ale realității augmentate sau de gamification, linkuri către alte aplicații care promovează destinația.

8.2.3. Încărcarea de conținut despre destinație în aplicații mobile consacrate

- încărcare de conținut în aplicații turistice cu caracter general: *Trip by SkyScanner, Guides by Lonely Planet, Pocket Guide, Visit a City, Facebook City Guides* etc.;
- încărcare de conținut în aplicații pentru promovarea de produse de nișă (cum ar fi cicloturism - *Bikemap*, gastronomie - *Food Finder*, evenimente/concerte - *Songkick Concerts*).

Exemplu:

Bikemap este o aplicație open source pentru cei pasionați de mersul pe bicicletă, unde aceștia pot încărca și descrie traseele pe care le fac sau pot descărca pe telefoanele mobile trackurile gps ale traseelor de pe platformă. În cadrul acestei platforme sunt încărcate aproximativ 4 milioane de trasee parcurse de utilizatori din întreaga lume.



Sursă: <https://www.bikemap.net>

8.2.4. Campanie de promovare în Social Media

În prezent, rețelele sociale se identifică cu clasică formă de promovare a destinației "word of mouth" - din gură în gură, care este încă, cea mai bună formă de promovare a unei destinații turistice. În România sunt înregistrate 9.800.000 de conturi de Facebook, cu un grad de penetrare de 49% din populația țării; 700.000 de conturi de Instagram din care 360.000 conturi unice. În ceea ce privește YouTube, numărul abonaților români este de 858.795, dintre care 45.569 useri activi.

Numărul materialelor postate (foto, video) cât și numărul comentariilor este de ordinul milioaneilor, ceea ce arată dimensiunile impresionante ale acestui mediu de comunicare. De aceea, este esențială folosirea la maximă capacitate a Facebook - cel mai utilizat mediu social în România, a Instagram un mediu în creștere, dar și a celorlalte, deoarece ca număr de utilizatori, în străinătate și acestea au o cotă de piață semnificativă:

- Realizarea și gestionarea unor conturi pe principalele rețele de socializare (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Youtube).
- Încărcarea de conținut de calitate, care scoate în evidență elemente de diferențiere cum ar fi secrete locale, locuri secrete din județul Constanța, oameni de succes (Simona Halep, Gheorghe Hagi, Cătălina

Ponor), multiculturalitate, afaceri de succes, ponturi de călătorie (unde mâncăm bine, cele mai bune vinuri, cum ne distrăm).

Un conținut potrivit, atractiv, optimizat pentru fiecare canal Social Media, cât și pentru web stă la baza viitoarelor campanii plătite în mediul on-line (plasarea de anunțuri pe motoarele de căutare prin Google Adwords sau Facebook Ads).

8.2.5. Identificarea și dezvoltarea unei rețele de influenceri pentru brandul județului Constanța

Rolul influencerilor este de a crea conținut de calitate despre destinație, de a recomanda brandul celor care îi urmăresc în mediul on-line și de a dezvolta un dialog pe tema brandului. Influencerii pot fi găsiți pe Social Media cu ajutorul unei aplicații de monitorizare a conținutului, cu ajutorul hashtagurilor, imaginilor pe Instagram, alertelor Google, pe platformele de blogging. O dată identificați, se va face o selecție (în funcție de relevanța conținutului, în funcție de numărul de followers, în funcție de numărul de distribuiri și comentarii la conținut) și se va stabili un dialog cu aceștia în scopul promovării destinației sau a anumitor produse, li se vor propune diferite subiecte (de exemplu, un influencer urmărit de femei/mame (ex. Urania Cremene), le va povesti despre destinațiile kids friendly de pe litoral) sau să lanseze diferite provocări pentru urmăritori (ex. un concurs de fotografie). De asemenea, se vor organiza evenimente periodice pentru comunicatori (bloggeri, vloggeri, jurnaliști) – a se vedea Acțiunea 8.3.3.

Exemplu de bună practică:

Experience Bucharest - cel mai mare proiect de promovare a Bucureștiului în Social Media, prin intermediul bloggerilor.



OPENING EVENT

“How to promote Bucharest” Conference / 250 attendees



Special Guests / Speakers:

- Kash Bhattacharya, Portugal / 2016 blogger of the year & National Geographic Traveler Reader Awards
- Siya Zarrabi, Canada / Travel Vlogger, YouTuber, Videographer & Speaker
- Dave and Debbie, Canada / 2014 & 2015 winners of the best travel blog
 - Alyssa Ramos, USA / Travel Blogger & Social Media Influencer
 - Kristen Sarah, Canada - YouTuber, Travel & Lifestyle Blogger
 - Kat Von B, USA / Luxury Travel & Technology influencer
- Kate McCulley, USA / Top Travel Blogger
- Jordan Simons, UK / Top YouTuber



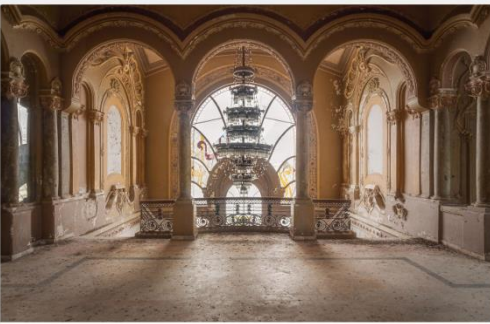
Tours and Experiences:

Bohemian Bucharest / Beautiful Decay Tour / Darkside Tour / Home Cooked Lunch / Roma Heritage Tour / Jewish Tour / Alternative/Street Tour / Tasting Bucharest / Old Town Treasure Hunt / Classical Music Tour (Enescu Festival) / 3 Bike Tours / Relax day activity / Village Museum - forgotten tools / Architectural Treasure Hunt 1 Cotroceni / Architectural Treasure Hunt 2 Armenian Neighborhood / Escape Rooms Experience / Pantelimon Neighborhood Tour / Tourist bus- off the beaten path / Geocaching in Bucharest / City exploration via smartphone / Culinary Workshop - "Garlic themed" / Welcome to Bucharest - Treasure Hunt / Moved Churches Tour / Mogosoaia /Snagov Day Trip / House of Parliament Visit / Vacaresti Delta

Sursă: <http://experience-bucharest.com>

Exemplu:
Constanța pe Bored Panda o platformă cu 16 milioane de urmăritori din întreaga lume

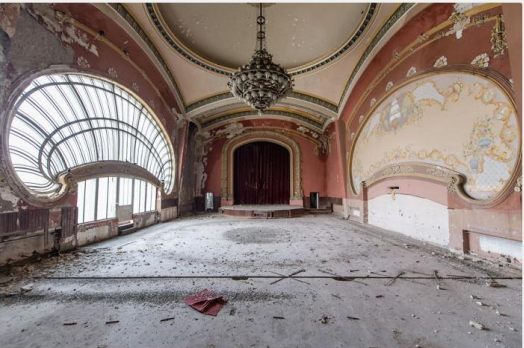


I Traveled To Romania To Photograph This Stunning Abandoned Casino

This was once the most glorious building of Romania but since 1990 it's been abandoned and slowly but surely falling into disrepair. The building is listed as a historic monument by the Ministry of Culture and Religious Affairs of Romania. Usually l...

Roman Robroek

Share 483 48 comments 301 points



This Abandoned Casino Was Once The Most Magnificent Building In Romania

During a recent trip to Romania, I had the chance to shoot the abandoned casino in Constanța. As a pearl watching over the Black Sea where wealthy travelers and the elite flocked from all over Europe to play and dance all...

Romain Veillon

Share 50.7K 69 comments 223 points

Sursă: <https://www.boredpanda.com>

8.3. Promovarea și distribuția destinației în mediul off – line

8.3.1. Realizarea materialelor de promovare a destinației

Chiar dacă mare parte din activitățile de promovare s-au mutat on-line, materialele de promovare tipărite sunt încă importante pentru târguri și expoziții, pentru a fi disponibile în centrele de informare sau la recepțiile hotelurilor. Pentru realizarea acestora, sunt importante câteva aspecte: designul modern, mesajul transmis, calitatea textului și a imaginilor.

Realizarea de broșuri și ghiduri turistice (generale, dar și tematice, pentru anumite tipuri de turism sau segmente de turiști), hărți turistice, pliante, postere, DVD-uri turistice, materiale video de prezentare (inclusiv filme documentare realizate în colaborare cu posturi TV cu difuzare internațională; de exemplu Discovery Channel; National Geographic; Travel Channel etc.).

De asemenea, este nevoie de realizare/achiziționarea unor materiale foto și video de foarte bună calitate (inclusiv realizate din dronă), în vederea folosirii acestora în realizarea materialelor de promovare.

8.3.2. Participarea la târguri

Târgurile de turism rămân un mediu important pentru promovarea destinațiilor și a industriei turismului. În scopul eficientizării participării la târguri și expoziții (pentru un cost mai mic pe turist atras), trebuie selectat cu atenție din larga paletă de târguri și expoziții pe acelea care se adresează publicului țintă, care au specificul ofertei (sau al produselor de nișă oferite), unde concurența pe acest tip de produs este rezonabilă sau unde se poate face o diferențiere clară față de concurență prin prezentarea unor atracții unice.

Se recomandă participarea tuturor destinațiilor din județ, coordonată, sub “umbrelă” Consiliului Județean la târgurile naționale, la cele regionale și organizarea pe plan local a târgului de turism Vacanța.

Dintre târgurile mari Internaționale se pot alege *ITB Berlin* (grup țintă - turiști germani, slovaci, cehi) sau *Destinations* (Londra, luna februarie), dar se poate participa și la târguri mai mici de nișă, în vederea atragerii anumitor grupuri de consumatori în extrasezon și a creșterii notorietății destinației:

- *Prague Fair* (mai), *Vinex Cehia* (aprilie), *Festival of young wine Moldova* (septembrie) etc. – unde se poate prezenta oferta de oenoturism;
- *Sport Aktiv Fair* (Germania, octombrie), *Photo and Adventure* (Viena, noiembrie), *Adventure Travel Show* (Londra, ianuarie, eveniment dedicat experiențelor turistice ce se abat de la rutele cunoscute) – unde se poate prezenta oferta pentru turism activ și ecoturism: Dunărea, trasee de cicloturism și de drumeție, plajele încă sălbatice;
- *Tourism and Recreation* (Sochi, Rusia, noiembrie);
- *MedTravelExpo* (Moscova, decembrie), *Health and Wellness Exhibition* (Linz, Austria, ianuarie) - unde se poate prezenta oferta pe turism balnear, wellness, spa;
- *Eat'n Style - Cuisine, Culinary & Hospitality* (München, Germania, noiembrie sau Dusseldorf - decembrie).

8.3.3. Organizarea de vizite educaționale și de informare

Cu scopul de a face cunoscut produsul turistic și de a stabili noi contacte cu turoperatori, ziariști, bloggeri, influenceri, periodic vor fi organizate vizite educaționale și de informare pentru aceștia. Acestea pot fi corelate cu organizarea anumitor evenimente de impact desfășurate în cadrul destinației, cu ocazia inaugurării unui nou traseu sau a unui nou obiectiv turistic, cu ocazia târgului turistic desfășurat în Constanța etc.

8.3.4. Prezența în ghiduri turistice recunoscute pe plan internațional

- *Fodor* (potrivit pentru a scoate în evidență atracțiile orașelor);
- *Rough Guides* (specializat pe rute istorice, destinații mai puțin populare);
- *Bradt Guides* (specializat pe multiculturalitate, evidențierea impactului cultural al unei călătorii).

8.3.5. Dezvoltarea unei rețele de ambasadori locali din diverse domenii

Se dorește crearea unei rețele de personalități, recunoscute pe plan național și internațional, în diferite domenii de activitate (sport, cultură, afaceri), cu rol în creșterea notorietății destinației. De exemplu, personalități născute pe plan local, precum Simona Halep (1.600.000 fani pe Facebook) sau Gheorghe Hagi (980.000 fani pe Facebook), pot reprezenta importanți vectori de imagine pentru destinație.

8.4. Cercetare în vederea fundamentării deciziilor de marketing

8.4.1. Monitorizarea periodică a turiștilor la nivelul destinației

Cunoașterea pieței, a grupurilor de turiști țintă și a nevoilor și dorințelor acestora sunt elemente ce stau la baza creării unor produse competitive, atractive, a eficientizării costurilor de marketing. Se are în vedere realizarea de sondaje sociologice necesare trasării profilului turistului intern și extern, necesare monitorizării periodice a calității produselor și serviciilor, a gradului de satisfacție etc.

Vor fi colectate și analizate date (chestionare), atât de la turiștii români, cât și de la turiștii străini sosiți în principalele sub-destinații turistice din județ.

8.4.2. Monitorizarea performanțelor acțiunilor de promovare

Sunt avute în vedere acțiuni de monitorizare a brandului în Social Media (folosirea unei platforme de monitorizare, de exemplu Zelist), stabilirea unui set de indicatori de evaluare a participării la târguri (număr de vizitatori la stand, număr de cereri de informații, număr de pachete vândute în timpul târgului, impactul în perioada respectivă asupra platformelor de rezervare), de monitorizare a activității centrelor de informare turistică (număr de vizitatori, număr de vizitatori care au realizat o rezervare prin intermediul centrului).

8.4.3. Extinderea gradului de acoperire a anchetelor statistice privind circulația turistică din județ

Existența unor date statistice privind circulația turistică este esențială în procesul de management al destinației. Acestea trebuie să acopere în măsura posibilităților toate tipologiile de unități de cazare (inclusiv camere și apartamente de închiriat) și toate localitățile din județ unde există unități de cazare clasificate de Ministerul Turismului pentru a surprinde mai bine evoluția fluxurilor turistice la nivel local.

Se constată faptul că în unele localități există cel puțin o unitate de cazare clasificată, conform Ministerului Turismului,¹²⁸ dar aceste localități nu se regăsesc în datele privind circulația turistică (sosirile și înnoptările turiștilor) furnizate de Institutul Național de Statistică (baza de date Tempo online).¹²⁹ Prin urmare, este nevoie ca Direcția Județeană de Statistică Constanța să își actualizeze lista unităților de cazare din județ pe baza datelor Ministerului Turismului, iar aceste unități de cazare să facă obiectul anchetei statistice de profil.¹³⁰ Este nevoie să existe o corelare permanentă între datele furnizate de Direcția Județeană de Statistică Constanța și datele Ministerului Turismului, iar prin această corelare s-ar reduce discrepanțele care apar în raportarea capacităților de cazare între cele două surse de date (ex. 84.891 locuri conform Direcției Județene de Statistică, comparativ 122.262 locuri de cazare conform Ministerului Turismului, la nivelul anului 2018).

¹²⁸ <http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>

¹²⁹ Ostrov, Lipnița, Oltina, Băneasa, Aliman, Adamclisi, Cobadin și Crucea

¹³⁰ Este vorba de ancheta lunară exhaustivă intitulată *Frecvențarea structurilor de cazare turistică* derulată de Institutul Național de Statistică

8.5. Eficientizarea activității de informare turistică

8.5.1. Înființarea unor noi centre de informare turistică

Sunt avute în vedere stațiunile / localitățile turistice importante unde astfel de unități nu există: Constanța (în cadrul Centrului de Excelență în Turism), Mamaia, Techirghiol (în zona Teatrului de Vară), Costinești, Mangalia (în zona portului), Vama Veche, Hârșova, Tuzla, Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu.

Turiștii sunt de multe ori în timpul sejurului, agasați cu informații din toate sursele privind atracțiile, evenimentele din stațiuni, tururile, ofertele sau dimpotrivă vor o experiență diferită (să iasă în afara litoralului) și nu găsesc, sau găsesc cu greu informațiile necesare referitoare la atracții, trasee, mijloace de transport etc.

Centrul de informare, funcționează astfel, ca o interfață între oferta turistică și cerere, oferă informații de calitate și din surse verificate turiștilor, contribuind la îmbunătățirea experienței turistice în timpul sejurului. Centrul de informare turistică, prin informațiile oferite despre destinație, îi poate atrage pe turiști să-și prelungească sejurul, să-și diversifice consumul și să cheltuiască o sumă mai mare de bani.

8.5.2. Coordonarea centrelor de informare turistică din județ

Pentru o cât mai bună coordonare a activității centrelor de informare din județ cu viitoarele OMD-uri, rețeaua de ghizi locali și ofertanții, trebuie să existe o comunicare permanentă între aceste grupuri (se pot crea protocoale interne de comunicare, rețele de Intranet, aplicații) și un proces de informare/formare permanentă a personalului ce intră în contact cu turiștii. Personalul centrului de informare trebuie să cunoască foarte bine destinația (județul) în ansamblul ei, să poată face recomandări de atracții turistice și în afara localității/stațiunii, să faciliteze transportul turistului, să-i creeze un sentiment de siguranță, astfel încât acesta să părăsească zona de confort și să încerce noi experiențe. Periodic, se vor organiza la nivel de județ, evenimente de informare, dedicate personalului Centrelor de Informare Turistică, astfel încât acesta să fie întotdeauna la curent cu modificările ce intervin în cadrul ofertelor, cu modul de promovare/diseminare al viitorului brand, sau cu privire la evenimentele de promovare a destinației.

8.5.3. Semnalizarea turistică **unitară** a obiectivelor turistice din județ

Se are în vedere realizarea unui studiu de amplasament pentru identificarea și semnalizarea atracțiilor turistice cele mai importante din județ; conceperea panourilor de semnalizare; executarea și amplasarea acestora.

8.5.4. Panouri cu hărțile turistice ale județului

Va fi realizat un panou – hartă turistică a județului Constanța, pe care vor fi marcate principalele obiective turistice din cadrul destinației. Un astfel de panou-hartă va fi amplasat în apropierea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică din județ, în apropiere de cele mai importante obiective turistice din județ, în anumite locuri de odihnă, în centrul localităților turistice importante etc.

CAPITOLUL IV

CETRALIZATOR ACȚIUNI/PROIECTE PROPUSE

Nr. acțiune	Denumire acțiune/proiect	Responsabil	Parteneri	Surse de finanțare	Perioadă realizare
1. STRUCTURI ȘI INSTRUMENTE PENTRU MANAGEMENTUL DESTINAȚIEI					
1.1	Realizarea structurilor de coordonare a destinației				
1.1.1.	Realizarea Organizațiilor de Management al Destinației la nivel local	UAT Constanța; UAT Eforie; UAT Mangalia etc.	Organizațiile patronale, mediul privat, mediul asociativ, mediul academic etc.	-	2019-2020
1.1.2.	Realizarea Organizației de Management al Destinației județene	CJC	OMD-urile locale; Organizațiile patronale, mediul privat, mediul asociativ, mediul academic etc.	-	2019-2020
1.1.3.	Coordonarea OMD-urilor locale cu OMD-ul județean	OMD județean	OMD-uri locale	-	2020-2028
1.2.	Instrumente strategice pentru managementul destinației				
1.2.1.	Realizarea strategiilor de dezvoltare turistică pentru destinațiile locale	OMD-urile locale	-	Buget OMD/ BL (UAT-uri)	2020-2021
1.2.2.	Actualizarea strategiei de dezvoltare durabilă a turismului în județul Constanța	OMD județean	-	Buget OMD/ BL (județean)	2020-2021
2. ACCESIBILITATE ȘI MOBILITATE ÎN CADRUL DESTINAȚIEI					
2.1.	Modernizarea infrastructurii de acces spre destinație				
2.1.1.	Modernizarea Aeroportului Internațional Mihail Kogălniceanu	SNAIMK	-	FE/BS	2020-2023
2.1.2.	Modernizarea terminalului de pasageri al portului Constanța				
2.1.2.1.	Transformarea danelor RO-RO 3 - RO-RO 4 în terminal de pasageri (350 ml cu 1,5 nave/zi)	CNAPM	-	FE/BS	2019-2021

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

2.1.2.2.	Peampasare terminal de la dana de gabare pentru realizarea unui spațiu urban și dezvoltarea orașului – port	CNAPM	-	FE/BS	2023-2024
2.1.3.	Modernizare gară și autogară Constanța	UAT Constanța/MTr	-	FE/BS/BL	2020-2025
2.1.4.	Realizare drum expres Constanța – Tulcea - Brăila	CNAIR/MTr	-	FE/ BS	2020-2023
2.1.5.	Realizarea/modernizarea unei/unor artere rutiere alternative spre sudul litoralului				
2.1.5.1.	Realizarea drumului TR81 Constanța – Mangalia – Vama Veche, Alternativa Techirghiol (22 km)	MTr	-	FE/BS	2020-2025
2.1.5.2.	Realizarea tronsonului DJ 393, între localitățile Techirghiol și Moșneni (14 km)	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2019-2020
2.1.5.3.	Refacerea tronsonului DJ392 Pecineaga – Amzacea (13 km) și extinderea acestuia pe tronsonul Pecineaga – Mangalia (12 km)	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2019-2020
2.2.	Îmbunătățirea accesibilității în interiorul destinației				
2.2.1.	Modernizarea infrastructurii rutiere pe principalele rute turistice				
2.2.1.1.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 223, tronsonul Cernavodă - Rasova - Aliman - Ion Corvin	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2019-2021
2.2.1.2.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ226A Cetatea Histria - DN22 / Tariverde	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2019-2021
2.2.1.3.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ226 Corbu – Săcele – Istria – Mihai Viteazu	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2019-2021
2.2.1.4.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 223, tronsonul Cernavodă - DN22A/Saraiu	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2021-2027

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

2.2.1.5.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 391A Oltina - Băneasa - Dumbrăveni	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2021-2027
2.2.1.6.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 391 Mangalia - Albești - Negru Vodă – Viroaga	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2021-2027
2.2.1.7.	Reabilitarea și modernizarea drumului județean DJ 226 B Cogealac - DN2A/Crucea	CJC	-	FE/BS/BL (județean)	2021-2027
2.2.2.	Modernizarea infrastructurii feroviare pe principalele rute turistice				
2.2.2.1.	Electricizarea și reabilitarea căii ferate pe ruta Constanța-Mangalia	MTr	-	FE/ BS	2020-2028
2.2.2.2.	Electricizarea și reabilitarea căii ferate pe ruta Medgidia - Tulcea	MTr	-	FE/ BS	2020-2028
2.2.3.	Eficientizarea rețelei locale de transport public urban și interurban pentru principalele trasee turistice din județ				
2.2.3.1.	Modernizarea mijloacelor de transport public și a stațiilor pe principalele rute turistice din județ	RATC, SNCFR, ADIZMC, UAT Constanța, UAT Mangalia	operatori privați	FE/ BS /BL/fonduri private	2020-2028
2.2.3.2.	Asigurarea transportului public între municipiul Constanța și municipiul Mangalia	CJC	operator privat	BL (județean) / fonduri private	2020-2028
2.2.3.3.	Crearea unei linii de transport turistic de tip hop on - hop off care să facă legătura între stațiunile din sudul litoralului	UAT Mangalia	operator privat	BL/fonduri private	2020-2028
2.2.3.4.	Asigurarea transportului public între aeroport și stațiunile turistice în perioada sezonului estival	CJC	operator privat	BL (județean) / fonduri private	2020-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

2.2.3.5.	Îmbunătățirea orarelor mijloacelor de transport public și corelarea acestora către principalele obiective turistice din cadrul destinației	RATC, SNCFR, ADIZMC, UAT Constanța, UAT Mangalia	operatori privați	BL / fonduri private	2020-2028
2.2.3.6.	Realizarea unui sistem de informații în timp real la stațiile de autobuz/tren	RATC, SNCFR, ADIZMC, UAT Constanța, UAT Mangalia	operatori privați	BL /BS/ fonduri private	2020-2028
2.2.3.7.	Accesul la informațiile cu privire la mersul autobuzelor/trenurilor care circulă pe principalele rute turistice din județ	OMD județean	-	Buget OMD județean/BL (județean)	2020, actualizare permanentă
2.2.4.	Realizarea unui sistem public de transport de călători pe Lacul Siutghiol	UAT Constanța	UAT Ovidiu, UAT Năvodari, UAT Lumina	FE/BS/BL	2020-2028
2.3.	Realizarea de parări intermodale (Park&Ride) în zonele turistice importante				
2.3.1.	Realizare parcare Park&Ride Mamaia, sudul stațiunii, zona Aqua Magic;	UAT Constanța	-	FE/BS/BL/alte surse	2019-2025
2.3.2.	Realizare parcare Park&Ride Mamaia, nordul stațiunii	UAT Constanța	-	FE/BS/BL/alte surse	2019-2025
2.3.3.	Realizare parcare Park&Ride Năvodari, zona Taberei	UAT Năvodari		FE/BL	2019-2025
2.3.4.	Realizare parcare Park&Ride Eforie Nord, zona Lacului Belona	UAT Eforie	-	FE/BL	2019-2025
2.3.5.	Realizare parcare Park&Ride Costinești	UAT Costinești	-	FE/ BL	2019-2025
2.3.6.	Realizare parcare Park&Ride Neptun	UAT Mangalia	-	FE/ BL	2019-2025
2.3.7.	Realizare parcare Park&Ride Saturn	UAT Mangalia	-	FE/ BL	2019-2025
2.3.8.	Realizare parcare Park&Ride Mangalia	UAT Mangalia	-	FE/ BL	2019-2025
2.3.9.	Realizare parcare Park&Ride Vama Veche	UAT Limanu	-	FE/ BL	2019-2025
2.4.	Realizarea unei rețele de trasee cicloturistice				
2.4.1.	Marcarea traseului EuroVelo 6 în județul Constanța	CJC / CNAIR	-	BS/BL (județean)/ finanțări	2020-2025
2.4.2.	Realizarea unor trasee cicloturistice pe plan local în județul Constanța				
2.4.2.1.	Realizarea unor "bretele" din traseul EuroVelo 6	CJC	-	BL (județean)/ finanțări	2020-2025

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

2.4.2.2.	Realizarea unor scurtături în cadrul traseului EuroVelo 6 (ex. traseul Cernavodă – Constanța, pe malul Canalului Dunăre – Marea Neagră; traseul Ion Corvin – Constanța)	CJC	-	BL (județean)/ finanțări	2020-2025
2.4.2.3.	Realizarea unor piste de biciclete în stațiunile de litoral și integrarea acestora în cadrul unor rețele pentru nucleele Constanța – Mamaia – Năvodari; Eforie Nord – Eforie Sud – Techirghiol; Mangalia și stațiunile care aparțin de municipiul Mangalia	UAT-uri	-	BL (UAT-uri)/ finanțări	2020-2025
2.4.2.4.	Realizarea unor centre bike sharing funcționale și bine puse la punct în cele 3 nuclee	UAT-uri	ONG-uri	BL (UAT- uri)/finanțări	2020-2025
2.4.2.5.	Realizarea unor trasee care să facă legătura între anumite stațiuni turistice și obiective turistice din jur (ex. traseu Mangalia – peștera Limanu)	UAT-uri/CJC	-	BL (județean, UAT- uri)/finanțări	2020-2025
2.4.2.6.	Realizarea unor trasee cicloturistice în care să fie integrate obiective turistice reprezentative din județ	UAT-uri/CJC	-	BL (județean, UAT- uri)/finanțări	2020-2025
2.5.	Accesibilizarea destinației pentru o paletă cât mai largă de vizitatori				
2.5.1.	Accesibilizarea infrastructurii stradale în municipiul Constanța și în stațiunile turistice pentru persoane cu nevoi speciale	UAT-uri	-	FE/BL (UAT-uri)/BS	2019-2028
2.5.2.	Accesibilizarea obiectivelor și structurilor de primire turistică amenajate prin fonduri publice pentru a fi accesibile pentru persoane cu nevoi speciale	CJC, UAT-uri, proprietari/ administratori obiective turistice	-	FE/ BL (județean, UAT-uri)/BS	2019-2028
2.5.3.	Amenajarea unor plaje cu facilități pentru persoane cu mobilitate redusă	Administratorii plajelor	ONG-uri	Surse proprii	2020-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

2.5.4.	Încărcarea informațiilor cu privire la obiectivele turistice și structurile de primire turistică accesibile pentru diferite categorii de turiști (persoane cu dizabilități, persoane care călătoresc cu copii mici, persoane care călătoresc cu animale de companie, cicloturiști etc) pe portalul web al destinației.	CJC / OMD județean	OMD-uri locale, operatori din turism	-	2020-2021; actualizare permanentă
3	RESURSE TURISTICE				
3.1.	Conservarea, restaurarea, valorificarea unor situri arheologice/cetăți antice				
3.1.1.	Finalizarea în bune condiții a proiectelor demarcate și a celor pentru care deja s-a obținut finanțare (Cetatea Capidava, Cetatea Carsium, Mormântul pictat Hypogeu din Constanța, Edificiul roman cu mozaic din Constanța, Castrul roman din Ovidiu)	CJC, UAT Ovidiu	-	FE/ BL (județean, UAT-uri)/BS	2019-2023
3.1.2.	Realizarea unor lucrări de restaurare/reconstituire arheologice pentru obiective de interes regional, inclusiv realizarea infrastructurii de acces către acestea				
3.1.2.1.	Realizarea unor lucrări de restaurare și reamenajare a circuitului de vizitare pentru Cetatea Histria	CJC	INP, INAVP	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2021-2027
3.1.2.2.	Realizarea unor lucrări de restaurare și reamenajare a circuitului de vizitare pentru Cetatea Adamclisi	CJC	-	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2021-2027
3.1.2.3.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare pentru Termele Romane, Constanța	UAT Constanța	-	FE/BL/BS/surse private	2021-2027
3.1.2.4.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a Ansamblului Rupestru Basarabi, realizarea unui complex muzeal în care să fie realizată o replică a ansamblului original	CJC	-	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2021-2027

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.1.2.5.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a Cetății Ulmetum, Pantelimon	CJC	-	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2021-2027
3.1.2.6.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a Cetății Albești	CJC	-	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2025-2028
3.1.2.7.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a Cetății Sacidava - Dunăreni	CJC	-	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2025-2028
3.1.2.8.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a Cetății Păciul lui Soare	CJC	-	FE/ BL (județean)/ BS/surse private	2025-2028
3.1.2.9.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a Complexului funerar tumular de la Movila Documaci	UAT Mangalia	-	FE/ BL /BS/surse private	2025-2028
3.1.2.10.	Realizarea unor lucrări de restaurare și valorificare a sitului Mormântul Hinog, Cernavodă	UAT Cernavodă	-	FE/ BL /BS/surse private	2025-2028
3.1.3.	Continuarea Programului Limes în județul Constanța și întocmirea documentației în vederea includerii pe Lista Indicativă UNESCO	MC	-	Buget de stat	2019-2025
3.2.	Reabilitarea, restaurarea și valorificarea unor obiective de cult religios				
3.2.1.	Reabilitarea obiectivului Biserica Grecească „Metamorphosis“, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.2.	Reabilitarea Catedralei Ortodoxe „Sfinții Apostoli Petru și Pavel“, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.3.	Reabilitarea Moscheei Carol I, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.4.	Reabilitarea Bisericii Bulgărești Sf. Nicolae, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.5.	Reabilitarea Bisericii Armenești „Sfânta Maria“, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.6.	Restaurarea și valorificarea obiectivului Sinagoga Mare, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.7.	Reabilitarea Basilicii Romano-Catolică “Sfântul Anton de Padova“, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.2.8.	Reabilitarea Geamiei Hunkiar, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.9.	Reabilitarea Bisericii Sf. Gheorghe (str. N. Iorga), Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.10.	Reabilitarea Bisericii „Sf. Împărați Constantin și Elena”, Constanța	Unitatea de cult	UAT Constanța	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.11	Reabilitarea Bisericii Sf. Mare Mucenic Gheorghe, Mangalia	Unitatea de cult	UAT Mangalia	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.12.	Reabilitarea Geamiei Memet Efendi, Cernavodă	Unitatea de cult	UAT Cernavodă	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.13.	Reabilitarea Bisericii Sf. Constantin și Elena, Cernavodă	Unitatea de cult	UAT Cernavodă	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.2.14.	Reabilitarea Bisericii Sf. Constantin și Elena, Hârșova	Unitatea de cult	UAT Hârșova	FE/BL/BS/surse private	2019-2023
3.3	Amenajarea unor noi muzee/case memoriale și reabilitarea, restaurarea și adaptarea ofertei muzeelor actuale la noile tendințe ale cererii				
3.3.1.	Amenajarea unor noi muzee/case memoriale				
3.3.1.1.	Amenajarea unui muzeu al vinului	UAT Medgidia/SCDVV Murfatlar	-	FE/BL /surse private	2020-2025
3.3.1.2.	Amenajarea unui muzeu cu profil tehnic	UAT Cernavodă	Nuclearelectrica, ACN	FE/BL /BS/surse private	2024-2028
3.3.1.3.	Amenajarea unui muzeu al litoralului	CJC	UAT-uri din zona litorală/ONG	FE/BL (județean)/surse private	2024-2028
3.3.1.4.	Amenajarea unor muzee locale / etnografice / case memoriale	UAT-uri	ONG	FE/BL /surse private	2020-2028
3.3.2.	Reabilitarea, restaurarea și adaptarea ofertei muzeelor actuale la noile tendințe ale cererii				
3.3.2.1.	Restaurarea Muzeului de Istorie Națională și Arheologie Constanța	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.3.2.2.	Reabilitarea, modernizarea și dotarea Edificiului Roman cu Mozaic Constanța	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.3.2.3.	Reabilitarea, modernizarea și dotarea Muzeului de Artă Populară Constanța	UAT Constanța	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.3.2.4.	Reabilitarea și restaurarea Muzeului Portului Constanța	MTr	-	FE/ BS	2019-2023
3.3.2.5.	Reabilitarea și restaurarea Muzeului Marinei Române	MAN	-	FE/ BS	2019-2023
3.3.2.6.	Reabilitarea și restaurarea Muzeului Militar Național „Regele Ferdinand I” Constanța	MAN	-	FE/ BS	2019-2023
3.3.2.7.	Reabilitarea, modernizarea și dotarea Muzeului de Sculptură Ion Jalea, Constanța	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.3.2.8.	Reabilitarea, modernizarea și dotarea Muzeului de Artă Constanța	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.3.2.9.	Reabilitarea și modernizarea Muzeului de Arheologie din Histria	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2025
3.3.2.10.	Reabilitarea și modernizarea Complexului muzeal Tropaeum-Traiani Adamclisi	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2025
3.3.2.11.	Muzeul Carsium, Hârșova	CJC	UAT Hârșova	FE/BL (județean)/BS	2019-2021
3.3.2.12.	Muzeul Axiopolis, Cernavodă	CJC	UAT Cernavodă	FE/BL (județean)/BS	2019-2021
3.3.2.13.	Muzeul de artă Lucian Grigorescu, Medgidia (transformarea în muzeu mixt artă – istorie – arheologie)	UAT Medgidia	-	FE/BL/BS	2020-2025
3.3.3.	Realizarea unor lucrări de modernizare și extindere a Complexului Muzeal de Științele Naturii				
3.3.3.1.	Realizarea unei noi extinderi a Delfinariului	CJC	-	BS (MT)/ BL(județean)	2019-2021
3.3.3.2.	Realizarea unui nou Acvariu/Oceanariu	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2023
3.3.3.3.	Modernizare planetariu și observator astronomic Constanța	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2023
3.3.3.4.	Realizarea unui Exotarium	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2023
3.3.3.5.	Realizarea spațiului “Lumea Acvatică”	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.3.3.6.	Realizare panou backlight	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2023
3.4.	Realizarea unor lucrări de reabilitare/conservare/punere în valoare a altor obiective culturale				
3.4.1.	Realizarea unor investiții în infrastructura culturală - teatre, instituții de cultură				
3.4.1.1.	Reabilitarea Centrului Cultural Județean Teodor Burada	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.4.1.2.	Reabilitarea Bibliotecii Județene Ioan N Roman	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.4.1.3.	Reabilitarea Teatrului de Stat	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.4.1.4.	Reabilitarea Teatrului Soveja	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.4.1.5.	Reabilitarea Teatrului de copii și tineret „Căluțul de Mare”	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2019-2023
3.4.1.6.	Reabilitarea Casei de Cultură a municipiului Mangalia	UAT Mangalia	-	FE/BL/BS	2019-2025
3.4.1.7.	Reabilitarea Casei de Cultură I.N. Roman, municipiul Medgidia	UAT Medgidia	-	FE/BL/BS	2019-2025
3.4.1.8.	Construirea unei Case de Cultură în orașul Murfatlar	UAT Murfatlar	-	FE/BL/BS	2019-2025
3.4.1.9.	Reabilitarea și modernizarea Casei de Cultură din orașul Hârșova	UAT Hârșova	-	FE/BL/BS	2019-2025
3.4.2.	Modernizarea, renovarea și/sau dotarea căminelor culturale din localitățile din județ	UAT-urile din județul Constanța	-	BL (UAT-uri)/BS	2019-2028
3.4.3.	Reabilitarea unor teatre de vară și a unor cinematografe în aer liber din stațiunile turistice				
3.4.3.1.	Reabilitarea și transformarea Teatrului de Vară Mamaia într-un centru de agrement destinat în special copiilor și tinerilor (Imaginaris)	CJC	-	BS(MC)/BL (județean)	2019-2023
3.4.3.2.	Reabilitarea teatrului de vară “Jean Constantin” Techirghiol	UAT Techirghiol	-	FE/BL/BS	2019-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.4.3.3.	Reabilitarea teatrului de vară din Eforie Nord	UAT Eforie	-	FE/BL/BS	2019-2023
3.4.3.4.	Reabilitarea teatrului de vară din Eforie Sud	UAT Eforie	-	FE/BL/BS	2019-2023
3.5.	Conservarea, reabilitarea, valorificarea unor obiective cu valoare arhitecturală și/sau istorică reprezentative pentru această destinație				
3.5.1.	Consolidarea și restaurarea Cazinoului din Constanța	UAT Constanța	CNI, GR	BS (MDRAP/CNI)	2019-2023
3.5.2.	Consolidarea și restaurarea Vilei Regale din Mamaia	MC	-	BS	2020-2025
3.5.3.	Consolidarea și restaurarea unor clădiri reprezentative din zona peninsulară a municipiului Constanța	UAT Constanța	-	FE/BL/BS	2019-2028
3.5.4.	Reabilitarea Cimitirului Internațional de Onoare "Mircea cel Bătrân", com. Mircea Vodă	UAT Mircea Vodă	-	FE/BL/BS	2020-2025
3.5.5.	Punerea în valoare a unor structuri de apărare militară-cazematate dezafectate ca obiective turistice	UAT Constanța, UAT Mangalia	MAN, investitori privați	FE/BL/BS /surse private	2025-2028
3.5.6.	Realizarea unui traseu de vizitare a Podului Carol I, Cernavodă	UAT Cernavodă	MTr	BS/BL	2020-2023
3.5.7.	Consolidarea, restaurarea și introducerea în circuitul turistic a Farului din Mangalia	UAT Mangalia	-	BL	2020-2023
3.6.	Realizarea infrastructurii de vizitare pentru arii naturale protejate reprezentative				
3.6.1.	Amenajare turistică a Lacului Techirghiol	UAT Techirghiol	ANANP	FE/BL/BS	2020-2023
3.6.2.	Amenajarea unui traseu turistic care să lege Rezervațiile Cheile Dobrogei și Gura Dobrogei	CJC	ANANP	FE/BL/BS/finanțări	2020-2023
3.6.3.	Amenajarea peșterilor din zona Gura Dobrogei (La Adam și Liliiecilor)	ANANP/ CJC	-	FE/BL/BS/finanțări	2023-2028
3.6.4.	Amenajarea turistică a Peșterii Limanu	ANANP/ CJC	-	FE/BL/BS/finanțări	2023-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.6.5.	Realizarea unui traseu tematic (și eventual a unui Centru de Vizitare) în cadrul rezervației Dunele Marine Agigea	Stațiunea Biologică Marină "Prof. Dr. Ioan Borcea", Agigea	ANANP	FE/BL/BS/finanțări	2023-2028
3.6.6.	Amenajarea unor trasee turistice și a unui traseu turistic educativ în rezervația naturală Alah Bair	CJC	ANANP	FE/BL/BS/finanțări	2020-2023
3.6.7.	Amenajarea unui traseu educativ în zona Rezervației Biosferei Delta Dunării, în apropiere de Cetatea Histria	CJC	ARBDD	FE/BL/BS/finanțări	2020-2023
3.6.8.	Realizarea unui traseu de drumeție marcat de-a lungul Dunării pe ruta Ostrov – Cernavodă, traseu intitulat CONSTANȚA DANUBE'S SHORE HIKE	CJC	-	FE/BL/BS/finanțări	2023-2028
3.7.	Valorificarea patrimoniului imaterial, a obiceiurilor și tradițiilor, a gastronomiei, a diversității etnice				
3.7.1.	Realizarea unui Centru Național Multicultural Dobrogea	UAT Constanța	-	BL/BS	2020-2023
3.7.2.	Stimularea obiceiurilor și tradițiilor locale și încurajarea folosirii acestora în turism	CJ Constanța		BL (județean)	2020-2028
3.8.	Protecția și reconstituirea plajelor, urmare a eroziunii	Administrația Bazinală de Apă Dobrogea Litoral	-	FE/BS/buget propriu	2019-2028
3.9.	Refacerea mobilierului urban și realizarea unor amenajări peisagistice în stațiunile turistice și alte localități cu potențial turistic ridicat				
3.9.1.	Realizarea unor proiecte de reamenajare peisagistică, cu intervenții asupra spațiilor verzi, zonelor pietonale, îngrădirilor, spațiilor de joacă etc. în stațiunile turistice	UAT-uri stațiuni turistice	-	FE/BS/BL(UAT-uri)	2019-2028
3.9.2.	Reamenajări peisagistice ale falezelor - realizarea/reabilitarea aleilor de promenadă, a zonelor de coborâre (trepte, rampe), iluminat, signalistică în stațiunile turistice	UAT-uri stațiuni turistice	-	FE/BS/BL (UAT-uri)	2019-2028
3.9.3.	Reamenajarea taluzului între Zoom Beach și Aleea Lebedei (Constanța)	UAT Constanța	-	BL/BS/credite	2020-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

3.9.4.	Creșterea atractivității Parcului Tăbăcărie (Constanța), prin lucrări de amenajare/reamenajare a spațiului verde	UAT Constanța	-	FE/BS/BL	2019-2023
3.9.5.	Reamenajarea zonei lacustre	CJC	-	FE/BS/BL	2021-2027
3.9.6.	Reabilitarea altor spații verzi / zone de recreere din parcurile urbane, reconversia și refuncționalizarea unor suprafețe de teren degradat din municipiul Constanța	UAT Constanța	-	FE/BS/BL	2019-2023
3.9.7.	Îmbunătățirea imaginii urbane și a rețelei pietonale în zona centrală (peninsulară) a municipiului Constanța	UAT Constanța	-	FE/BS/BL	2019-2023
3.9.8.	Amenajarea falezelor în anumite zone care urmează a fi dezvoltate (ex. Tuzla, Costinești - 23 August)	UAT Tuzla / UAT 23 August	-	FE/BS/BL	2021-2027
3.9.9.	Amenajare peisagistică a falezei în Cernavodă (finalizarea proiectului Via Verde și extinderea acestuia)	UAT Cernavodă	-	FE/BS/BL	2019-2023
3.9.10.	Amenajare peisagistică a falezei în Hârșova	UAT Hârșova	-	FE/BS/BL	2020-2028
3.9.11.	Amenajare peisagistică a falezei în Topalu	UAT Topalu	-	FE/BS/BL	2020-2028
3.9.12.	Amenajare peisagistică a falezei în Capidava	UAT Topalu	-	FE/BS/BL	2020-2028
3.9.13.	Amenajare peisagistică a falezei în Ostrov	UAT Ostrov	-	FE/BS/BL	2020-2028
3.9.14.	Amenajare peisagistică a falezei în Medgidia	UAT Medgidia	-	FE/BS/BL	2020-2028
4.	INFRASTRUCTURĂ TURISTICĂ				
4.1.	Asigurarea unor structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare la standarde ridicate				
4.1.1.	Modernizarea structurilor de primire turistică degradate din stațiunile turistice	UAT-uri stațiuni turistice	-	-	2019-2028
4.1.2.	Realizarea unor campinguri moderne				
4.1.2.1.	Realizare camping Ostrov	UAT Ostrov	operator privat (parteneriat)	FE/BL/fonduri private	2020-2025
4.1.2.2.	Realizare camping Cernavodă	UAT Cernavodă	operator privat (parteneriat)	FE/BL /fonduri private	2020-2025

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

4.1.2.3.	Realizare camping Capidava	CJ Constanța	operator privat (parteneriat)	FE/BL/fonduri private	2020-2025
4.1.2.4.	Realizare camping Hârșova	UAT Hârșova	operator privat (parteneriat)	FE/BL /fonduri private	2020-2025
4.1.2.5.	Realizare camping Histria	UAT Histria	operator privat (parteneriat)	FE/BL /fonduri private	2020-2025
4.1.2.6.	Realizare camping Gura Dobrogei	UAT Grădina sau UAT Târgușor	operator privat (parteneriat)	FE/BL /fonduri private	2020-2025
4.1.2.7.	Realizare camping Canaraua Fetei	UAT Băneasa	operator privat (parteneriat)	FE/BL /fonduri private	2020-2025
4.1.2.8.	Realizare camping Corbu/Vadu	UAT Corbu	operator privat (parteneriat)	FE/BL /fonduri private	2020-2025
4.1.3.	Dezvoltarea unor pensiuni turistice/agroturistice în zonele deficitare din acest punct de vedere	Operatori privați	-	FE/ fonduri private	2019-2028
4.1.4.	Realizarea unor resorturi all inclusive	Investitori privați	GR/CNSP (parteneriat public-privat)	FE/BS/fonduri private	2020-2025
4.1.5.	Sprrijinirea renovării clădirilor din Zona Peninsulară a municipiului Constanța și de introducere a acestora în circuitul turistic	UAT Constanța	OMD local	-	2019-2020
4.2.	Dezvoltarea unor noi structuri de agrement turistic				
4.2.1.	Realizarea unor terenuri de golf				
4.2.1.1.	Realizarea unui teren de golf pentru competiții în arealul Independența – Cobadin – Topraisar - Negru Vodă	CJC	Operator economic privat (parteneriat)	BL (județean)/ BS/fonduri private	2020-2025
4.2.1.2.	Realizarea unui teren de golf pentru agrement în municipiul Mangalia	UAT Mangalia	Operator economic privat (parteneriat)	BL/fonduri private	2020-2025
4.2.1.3.	Realizarea unui teren de golf pentru agrement în comuna Cumpăna	UAT Cumpăna	Operator economic privat (parteneriat)	BL/fonduri private	2020-2028
4.2.2.	Realizarea unor parcuri acvatic				
4.2.2.1.	Realizarea unui Parc acvatic în Năvodari	UAT Năvodari	operator economic privat (parteneriat)	FE/BL/BS/fonduri private	2019-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

4.2.2.2.	Realizarea unui Parc acvatic în Mangalia	UAT Mangalia	operator economic privat (parteneriat)	FE/BL/BS/fonduri private	2020-2028
4.2.2.3.	Realizarea unui Parc acvatic în municipiul Constanța	UAT Constanța	Fonduri de investiții, operator economic privat, alte UAT din ZMC, CJC (parteneriat)	FE/BL (UAT-uri, județean)/ BS/fonduri private	2020-2028
4.2.2.4.	Realizarea unui Parc acvatic cu bazine termale în orașul Hârșova	UAT Hârșova	Operator privat (parteneriat)	FE/BL/BS /fonduri private	2020-2028
4.2.3.	Realizarea unor parcuri tematice, parcuri de distracție, alte instalații de agrement				
4.2.3.1.	Realizarea unui parc de distracții în zona Tuzla – 23 August	CJC	Operatori economici privați (parteneriat)	BL (județean)/ BS/fonduri private	2021-2025
4.2.3.2.	Realizarea unei grădini zoologice în Pădurea Comorova	UAT Mangalia	CJC (CMSN)	FE/BL/BS	2023-2028
4.2.3.3.	Realizarea unui Parc de Miniaturi în Năvodari	UAT Năvodari	-	FE/BL/BS	2019-2023
4.2.3.4.	Realizarea unui Parc Tematic Valu lui Traian	UAT Valu lui Traian	Operatori economici (parteneriat)	FE/BL/ fonduri private	2020-2028
4.2.3.5.	Realizarea unui Velo Park în municipiul Constanța	UAT Constanța	-	FE/BL /BS	2019-2023
4.2.3.6.	Realizarea unui parc de agrement în Hârșova	UAT Hârșova	Operatori economici (parteneriat)	FE/BL / fonduri private	2020-2025
4.2.3.7.	Realizarea unui parc de aventură în comuna Seimeni	UAT Seimeni	Operatori economici (parteneriat)	FE/BL / fonduri private	2020-2028
4.2.3.8.	Realizarea unui parc de aventură (tip safari) în zona Deleni	CJC	-	FE/BL/BS	2021-2027
4.2.3.9.	Realizarea extinderii instalației de transport pe cablu din stațiunea Mamaia (Telegondola II Mamaia)	UAT Constanța	-	FE/BL/BS/Surse private	2020-2023
4.2.3.10.	Realizarea unei instalații de agrement în zona Cheile Dobrogei	CJC	Operator economic (parteneriat)	FE/BL/BS /Surse private	2020-2023
4.2.3.	Realizarea unor structuri tematice mixte (agrement, cazare, alimentație)				

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

4.2.3.1.	Realizare Sat turistic european (comuna Ostrov)	CJC	Operatori economici (parteneriat)	FE/BL (județean)/BS/fonduri private	2019-2025
4.2.3.2.	Realizare Sat turistic pescăresc, în zona Rasova - Aliman	CJC	Operatori economici (parteneriat)	FE/BL (județean)/BS/fonduri private	2023-2028
4.2.3.3.	Realizare Sat tradițional dobrogean (Corbu)	CJC	Operatori economici (parteneriat)	FE/BL (județean)/BS/fonduri private	2019-2023
4.2.4.	Dezvoltarea unor porturi turistice la Dunăre sau la Canalul Dunăre – Marea Neagră				
4.2.4.1.	Realizarea miniportului turistic Ostrov	CJC	-	BS (MT)/BL (județean)	2019-2023
4.2.4.2.	Realizarea miniportului turistic Rasova	CJC	-	BS (MT)/BL (județean)	2019-2023
4.2.4.3.	Realizarea miniportului turistic Capidava	CJC	-	BS (MT)/BL (județean)	2019-2023
4.2.4.4.	Realizarea miniportului turistic Ghindărești	CJC	-	BS (MT)/BL (județean)	2019-2023
4.2.4.5.	Realizarea portului turistic Hârșova	UAT Hârșova	-	BL	2020-2025
4.2.4.6.	Realizarea unui ponton de acostare pentru navele de agrement în Murfatlar	UAT Murfatlar	-	BL	2020-2025
4.2.4.7.	Realizarea unui ponton de acostare pentru navele de agrement în Murfatlar	UAT Cumpăna	-	BL	2020-2025
4.2.4.8.	Realizarea unui ponton de acostare în portul Medgidia, pentru introducerea acestuia în circuitul turistic	UAT Medgidia	-	BL	2020-2025
4.2.5.	Dezvoltarea unor porturi turistice la Marea Neagră				
4.2.5.1.	Realizarea portului turistic Diamant (Constanța)	UAT Constanța/GR	Investitori privați	BS/BL/fonduri private	2021-2028
4.2.5.2.	Realizarea portului turistic Marina Nord (Constanța)	UAT Constanța/GR	Investitori privați	BS/BL/fonduri private	2021-2028
4.2.5.3.	Realizarea portului turistic Năvodari	UAT Năvodari	Investitori privați	FE/BS/BL/fonduri private	2020-2025
4.2.5.4.	Realizarea portului turistic Eforie Sud	CJC	-	FE/BL (județean)/BS	2020-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

4.2.5.5.	Realizarea unui port turistic în zona Tuzla	CJC	-	FE/BL (județean)/ BS	2020-2023
4.2.5.6.	Modernizarea și extinderea portului turistic din Eforie Nord	UAT Eforie	Operator privat	FE/BL/BS	2020-2023
4.2.6.	Dezvoltarea unor facilități pentru sporturi nautice				
4.2.6.1.	Mamaia Teleschi	UAT Constanța	-	FE/BL/BS /Surse private	2020-2023
4.2.6.2.	Amenajarea unor facilități pentru agrement nautic pe Lacul Techirghiol (debarcader doar pentru bărci cu vâsle și bărci cu vele)	UAT Techirghiol	-	FE/BL/BS	2020-2023
4.2.6.3.	Realizarea unui centru de pregătire în domeniul turismului nautic și acvatic, Ovidiu	UAT Ovidiu	parteneriat cu ADI ZMC/ ONG/ Regiunea Dobrich	FE	2020-2023
4.3.	Dezvoltarea unor noi structuri de tratament balnear și wellness				
4.3.1.	Realizarea unui Centru multifuncțional de turism balneao-fizioterapeutic pe malul Lacului Techirghiol	UAT Techirghiol	Operator privat (parteneriat public-privat)	FE/BL/BS /alte fonduri	2020-2023
4.3.2.	Realizarea unui complex balnear nou în orașul Eforie	UAT Eforie	Operator privat (parteneriat public-privat)	FE/BL/BS /alte fonduri	2020-2023
4.3.3.	Realizarea unui complex balnear în Mangalia	UAT Mangalia	Operator privat (parteneriat public-privat)	FE/BL/BS /fonduri private	2020-2025
4.3.4.	Realizarea unui centru balnear în Năvodari (Mamaia Nord)	UAT Năvodari	Operator privat (parteneriat public-privat)	FE/BL/BS	2020-2023
4.3.5.	Reabilitarea și modernizarea Băilor Reci Eforie Nord	Spitalul Clinic de Recuperare, Medicină Fizică și Balneologie Eforie Nord	-	Fonduri proprii	2019-2023
4.3.6.	Reabilitarea și modernizarea Băilor Reci Eforie Sud	THR Marea Neagră SA	-	Fonduri proprii	2019-2023
4.4.	Realizarea infrastructurii de evenimente sportive				
4.4.1.	Construirea unui stadion modern în municipiul Constanța	UAT Constanța	UAT din ZMC	CNI/BS/PPP	2021-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

4.4.2.	Construirea unei săli polivalente în municipiul Constanța	UAT Constanța/CNI	-	BS/BL	2020-2023
4.4.3.	Construirea unui stadion de rugby în municipiul Constanța	UAT Constanța	-	BS/BL	2020-2023
4.4.4.	Construirea unui patinoar în municipiul Constanța	UAT Constanța/CNI	-	BS/BL	2020-2023
4.4.5.	Extinderea și modernizarea complexului sportiv „Iftimie Ilieși”, Medgidia	UAT Medgidia/CNI	-	BS/BL	2020-2028
4.4.6.	Realizarea unui complex sportiv în comuna Tuzla	UAT Tuzla	-	BS/BL	2020-2028
4.4.7.	Reabilitarea și modernizarea hipodromului Mangalia	UAT Mangalia/operator privat	-	BL/fonduri private (PPP)	2020-2025
4.5.	Realizarea infrastructurii de afaceri				
4.5.1.	Realizarea unui Centru de Convenții și Conferințe	UAT Constanța	Fonduri de investiții/bănci	FE/BS/BL / PPP/împrumut	2021-2028
4.5.2.	Reabilitarea pavilionului expozițional Constanța și extinderea acestuia cu un nou pavilion	CJC	UAT Constanța	BL (județean)/ BS	2020-2023
5.	PRODUSE ȘI EXPERIENȚE TURISTICE				
5.1.	Realizarea unor programe turistice inovative	Operatori turistici	ONG-uri	-	2019-2028
5.2.	Agendă anuală de evenimente la nivelul întregului județ	OMD județean/CJC/OMD-uri locale/UAT-uri	Operatori privați (parteneriat)	Buget OMD/BL/fonduri private/ finanțări (proiecte)	2020, continuu
5.3.	Realizarea unor parteneriate pentru dezvoltarea de produse turistice comune				
5.3.1.	Realizarea de parteneriate la nivel național pentru dezvoltarea de produse turistice comune	Operatori turistici	ONG-uri	-	2019-2028
5.3.2.	Realizarea de parteneriate transnaționale pentru dezvoltarea unor produse turistice comune	Operatori turistici	ONG-uri	-	2019-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

5.3.3.	Realizarea unui card turistic CONSTANTA TOURIST PASS	OMD județean	UAT-uri, operatori culturali, operatori din turism, RATC	Buget OMD/fonduri proprii	2020-2023
5.4.	Promovarea gastronomiei tradiționale dobrogene	OMD județean	Operatori din turism	Buget OMD județean/finanțări (proiecte)	2020-2025
5.5.	Realizarea unor trasee turistice tematice				
5.5.1.	Drumul vinului	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.2.	Drumul cetăților	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.3.	Drumul credinței	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.4.	Drumul muzeelor	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.5.	Drumul verde	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.6.	Drumul multicultural	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.7.	Circuitul obiectivelor memoriale dedicate Primului Război Mondial	CJC	OMD județean, operatori privați	FE/BL (județean)	2019-2023
5.5.8.	Marcarea unor trasee turistice pietonale	UAT Constanța / UAT Mangalia	OMD-uri locale	FE/BL	2019-2023
5.6.	Microfinanțare pentru inițiative turistice inovative	CJC	OMD județean, operatori privați	BL (județean)	2020, continuu
5.7.	Dezvoltarea unei rețele de ghizi locali	OMD județean	OMD-uri locale	Buget OMD județean	2020-2028
6.	RESURSE UMANE				
6.1.	Îmbunătățirea abilităților practice ale absolvenților din turism				
6.1.1.	Realizarea unui centru național de pregătire în turism – hotel școală	MT	CJC	BL/BS	2020-2021

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

6.1.2.	Organizarea unor programe de învățământ de tip dual în turism	ISJ Constanța	CCINA Constanța, organizații patronale din turism, operatori din turism	BS/fonduri private	2019-2028
6.2.	Programe de pregătire/formare profesională în turism				
6.2.1.	Programe de formare profesională pentru diverse grupuri defavorizate	CCINA Constanța, AJOFM Constanța, ADIZMC, ONG-uri, universități	CJC	FE/ alte finanțări	2019-2028
6.2.2.	Program de pregătire (dezvoltare) profesională pentru angajații din turism	CCINA Constanța, AJOFM Constanța, ADIZMC, ONG-uri, universități	CJC	FE/ alte finanțări	2019-2028
6.2.3.	Program de formare a specialiștilor în managementul destinației turistice	CCINA Constanța, AJOFM Constanța, ADIZMC, ONG-uri, universități	CJC	FE/ alte finanțări	2019-2028
6.2.4.	Program de formare de specialiștilor din centrele de informare turistică	CCINA Constanța, AJOFM Constanța, ADIZMC, ONG-uri, universități	CJC	FE/ alte finanțări	2019-2028
6.2.5.	Program de formare a ghizilor turistici	CCINA Constanța, AJOFM Constanța, ADIZMC, ONG-uri, universități	CJC	FE/ alte finanțări	2019-2028
6.2.6.	Certificarea programelor de pregătire profesională conform UNWTO.TedQual	Universități, furnizori de programe de pregătire	-	Buget universități/buget furnizori programe	2020, continuu
6.3.	Program de voluntariat pentru dezvoltarea destinației turistice	CJC	ISJ Constanța	BL (județean)	2020-2028
6.4.	Program de conștientizare în turism	OMD județean	Mediul privat	Buget OMD/finanțări	2020-2023
6.5.	Organizarea periodică a unei Școli de bune practici în turism / forum de turism	CJC	-	BL (județean)	2020-2028
6.6.	Îmbunătățirea serviciilor de recrutare a personalului permanent și sezonier				
6.6.1	Realizarea unei cercetări pe piața muncii	CJC, AJOFM	universități, organizații patronale, CCINA	FE/BL/BAS	2020 - 2021

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

6.6.2	Realizarea unei strategii de resurse umane	CJC, AJOFM	universități, organizații patronale, CCINA	FE/BL/BAS	2021
6.6.3	Folosirea tehnicii pentru recrutare la distanță	AJOFM, CCINA	Organizații patronale, firme recrutare	FE/ BAS/finantări (proiecte)	2020-2028
6.6.4	Încheierea de parteneriate cu firme de recrutare naționale și internaționale	AJOFM, CCINA, Organizații patronale	-	BAS/fonduri proprii	2020
6.6.5	Participarea la evenimente și/sau organizarea de evenimente de recrutare	AJOFM, CCINA, Organizații patronale	-	BAS/fonduri proprii	2020-2028 (anual/semestrial)
6.6.6	Realizarea de parteneriate cu liceele pentru angajarea de tineri sezonieri	AJOFM, CCINA, Organizații patronale	unități de învățământ	BAS/fonduri proprii	2020 -2028 continuu
7.	CALITATE, SIGURANȚĂ & DEZVOLTARE DURABILĂ				
7.1.	Reglementări de urbanism care să susțină dezvoltarea durabilă a destinației				
7.1.1.	Actualizarea Planului de Amenajare a Teritoriului Județean Constanța	CJC	-	BL (județean)	2019-2023
7.1.2.	Actualizarea Planurilor Urbanistice Generale	UAT-uri	-	BL (UAT-uri)	2019-2028
7.1.3.	Program de realizare/actualizare a documentațiilor de urbanism (PUZ) pentru zonele turistice de litoral	UAT-uri	-	BL (UAT-uri)	2019-2023
7.1.4.	Păstrarea nealterată a elementelor de arhitectură tradițională în mediul rural	OMD județean, UAT-uri	-	BL (județean, UAT-uri)	2019-2028
7.2.	Realizarea/reabilitarea infrastructurii generale în stațiunile turistice și în viitoarele stațiuni turistice	UAT-uri stațiuni turistice	-	FE/BS/BL	2019-2028
7.3.	Promovarea și susținerea calității produselor și serviciilor locale				
7.3.1.	Program de susținere și promovare a activităților turistice prietenoase cu mediul	OMD județean (CJC), UAT-uri, ABADL	-	Buget OMD, BL	2020-2028
7.3.2.	Program de susținere și promovare a produselor și producătorilor locali	OMD județean (CJC)	-	Buget OMD, BL (județean)	2020-2028
7.4.	Siguranța și securitatea turiștilor				
7.4.1.	Asigurarea serviciului de Salvamar pe litoral	UAT-uri din zona de litoral	-	BS	2019-2028

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

7.4.2.	Asigurarea securității și siguranței publice a turiștilor în zona de litoral	UAT-uri din zona de litoral	-	BL (UAT-uri)	2019-2028
8.	MARKETING, PROMOVARE & INFORMARE TURISTICĂ				
8.1.	Realizarea unui brand turistic județean				
8.1.1.	Realizarea de cercetări și analize premergătoare realizării brandului	OMD județean (CJC)	-	Buget OMD/BL (județean)/ FE	2019-2020
8.1.2.	Realizarea manualului de brand	OMD județean (CJC)	-	Buget OMD/BL (județean)/ FE	2020-2021
8.1.3.	Realizarea unui plan de implementare a brandului	OMD județean (CJC)	-	Buget OMD/BL (județean)/ FE	2021
8.2.	Promovarea destinației (județului) în mediul on-line				
8.2.1.	Realizarea unui portal web al destinației	OMD județean (CJC)	OMD-uri locale, UAT-uri, asociații patronale, operatori din turism	Buget OMD/BL (județean)	2020-2021, actualizare permanentă
8.2.2.	Realizarea unei aplicații pentru mobil a destinației	OMD județean (CJC)	OMD-uri locale, UAT-uri, asociații patronale, operatori din turism	Buget OMD/BL (județean)	2020-2021, actualizare permanentă
8.2.3.	Încărcarea de conținut despre destinație în aplicații mobile consacrate	OMD județean (CJC)	OMD-uri locale, UAT-uri, asociații patronale	Buget OMD/BL (județean)	2020, continuu
8.2.4.	Campanie de promovare în Social Media	OMD județean (CJC)	-	Buget OMD/BL (județean)	2020, continuu
8.2.5.	Identificarea și dezvoltarea unei rețele de influenceri	OMD județean (CJC)	-	Buget OMD/BL (județean)	2020, continuu
8.3.	Promovarea și distribuția destinației în mediul off – line				
8.3.1.	Realizarea materialelor de promovare a destinației	OMD județean (CJC), OMD-uri locale	OMD-uri locale, UAT-uri, asociații patronale	Buget OMD/BL (județean)/ FE	2019-2020
8.3.2.	Participarea la târguri	OMD județean (CJC), OMD-uri locale	OMD-uri locale, UAT-uri, asociații patronale, operatori din turism și cultură	Buget OMD/BL (județean)	2019, continuu
8.3.3.	Organizarea unor vizite educaționale și de informare	OMD județean, CJC	-	Buget OMD/BL (județean)	2019-2023

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

8.3.4.	Prezența în ghiduri turistice recunoscute pe plan internațional	OMD județean, CJC	-	Buget OMD/BL(județean)	2019-2023
8.3.5.	Dezvoltarea unei rețele de ambasadori locali din diverse domenii	OMD județean, CJC	-	Buget OMD/BL (județean)	2019-2023
8.4.	Cercetare în vederea fundamentării deciziilor de marketing				
8.4.1.	Monitorizarea periodică a turiștilor la nivelul destinației	OMD județean	OMD-uri locale	Buget OMD/BL (județean)	2020, continuu
8.4.2.	Monitorizarea performanțelor acțiunilor de promovare	OMD județean	-	Buget OMD/BL (județean)	2020, continuu
8.4.3.	Extinderea gradului de acoperire a anchetelor statistice privind circulația turistică din județ	DJS Constanța	Consiliul Județean	-	2020, continuu
8.5.	Eficientizarea activității de informare turistică				
8.5.1.	Înființarea unor noi centre de informare turistică				
8.5.1.1.	Realizare/Dotare centru de informare turistică Constanța (în cadrul Centrului de Excelență în Turism)	CJC	-	BL (județean)/BS	2019-2020
8.5.1.2.	Realizare centru de informare turistică Mamaia	UAT Constanța	-	BL/BS	2020-2021
8.5.1.3.	Realizare centru de informare turistică Techirghiol (în zona Teatrului de Vară)	UAT Techirghiol	-	BL/BS	2020-2021
8.5.1.4.	Realizare centru de informare turistică Costinești	UAT Costinești	-	BL/BS	2020-2021
8.5.1.5.	Realizare centru de informare turistică Mangalia	UAT Mangalia	-	BL/BS	2020-2021
8.5.1.6.	Realizare centru de informare turistică Vama Veche	UAT Limanu	-	BL/BS	2020-2025
8.5.1.7.	Realizare centru de informare turistică Hârșova	UAT Hârșova	-	BL/BS	2020-2025
8.5.1.8.	Realizare centru de informare turistică Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu	CJC	-	BL (județean)/BS	2020-2021

Strategia Integrată de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Județul Constanța, 2019-2028

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

8.5.1.9.	Realizare centru de informare turistică Tuzla	UAT Tuzla	-	BL/BS	2020-2025
8.5.2.	Coordonarea centrelor de informare turistică din județ	CJC/OMD județean	-	BL (județean)	2020-2028
8.5.3.	Semnalizarea turistică unitară a obiectivelor turistice din județ	CJC/CNAIR	-	BL (județean)/BS	2019-2023
8.5.4.	Panouri cu hărțile turistice ale județului	CJC /OMD județean	-	BL (județean)/BS	2019-2023

CAPITOLUL V

METODOLOGIA DE IMPLEMENTARE ȘI CONTROL

Implementarea strategiei necesită o monitorizare constantă, însoțită de anumite intervenții de recalibrare. Procesul de monitorizare va fi realizat de Consiliul Județean Constanța, prin Serviciul Turism, Promovare Turistică și Coordonarea Centrului de Excelență în Turism.

Un sistem de monitorizare este necesar pentru a măsura modul în care sunt atinse obiectivele strategiei, pentru a evalua impactul pe care dezvoltarea turismului îl are la nivel județean și la nivel local.

Evaluarea și monitorizarea strategiei se va face:

- anual;
- la finalul celor 10 ani.

Ce anume se monitorizează?

1. Competitivitatea destinației

- sosiri turistice (turiști români, turiști străini, pondere turiști străini), la nivel județean și pe localități;
- durata medie a sejurului turistic, la nivel județean și pe localități;
- ponderea turiștilor sosiți în extrasezon în total turiști sosiți la nivel anual;
- ponderea turiștilor sosiți în localitățile din afara zonei de litoral în total turiști sosiți la nivel județean.

2. Dezvoltare turistică/investiții

- număr de situri/monumente arheologice amenajate;
- număr de situri/monumente arheologice reamenajate;
- număr de muzee/case memoriale noi amenajate;
- număr de muzee reabilitate/restaurate;
- număr de monumente arhitecturale/istorice reabilitate;
- număr de obiective de cult religios reabilitate;
- număr de alte obiective culturale (teatre, teatre de vară, centre culturale, case de cultură) reabilitate;
- număr de arii naturale protejate în care s-a realizat infrastructură de vizitare;
- număr de peșteri amenajate;
- număr de trasee educative amenajate;
- număr de trasee turistice amenajate;
- număr km trasee turistice;
- număr de trasee cicloturistice amenajate;
- număr km trasee cicloturistice amenajate;
- număr mp plaje reconstruite;
- număr de proiecte de amenajare peisagistică;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- număr de porturi turistice amenajate;
- număr de terenuri de golf amenajate;
- număr de parcuri tematice/parcuri de distracție amenajate;
- număr de noi facilități pentru agrement nautic;
- număr de noi structuri de tratament balnear și wellness;
- număr de noi structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare;
- număr de noi locuri în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare;
- număr noi structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, în afara zonei de litoral;
- număr de noi structuri pentru evenimente sportive realizate;
- număr de structuri de mari dimensiuni (cu capacitate de peste 1.000 persoane) pentru turism de afaceri realizate;
- număr km drum realizat/reabilitat;
- număr km cale ferată modernizată;
- aeroport modernizat;
- terminal pentru pasageri în cadrul portului modernizat;
- număr de obiective turistice semnalizate.

3. Imaginea destinației

- analiza imaginii în presa națională (scrisă și TV) și internațională: număr știri, atitudine (pozitivă sau negativă), impactul sursei;
- imaginea în mediul online, pe pagini specializate de călătorie (TripAdvisor, Booking, bloguri) și pe Social Media (Youtube, Facebook, Instagram): număr vizitatori/vizualizări, număr comentarii, număr Likes/Unlikes, număr Followers, număr shares etc.;
- evaluarea impactului campaniilor de promovare turistică: chestionare pe turiști;
- analiza feedbackului turiștilor pe pagina OMD-ului;
- monitorizarea numărului de vizitatori în cadrul centrelor de informare turistică;
- analiza participărilor la târguri: număr de vizitatori la stand, număr de cereri de informații, număr de pachete vândute în timpul târgului, impactul în perioada respectivă asupra platformelor de rezervare.

4. Impactul socio-cultural

- număr de proiecte care vizează revitalizarea obiceiurilor și tradițiilor locale;
- număr de restaurante și unități de cazare bazate pe gastronomie locală;
- număr de restaurante și unități de cazare care folosesc furnizori locali;
- număr de meșteșugari locali promovați;
- ponderea produselor locale în cadrul magazinelor de suveniruri;
- număr de noi evenimente cultural-artistice organizate;
- număr de noi produse turistice create;
- număr de obiective turistice accesibile pentru persoane cu nevoi speciale;
- număr de plaje accesibile pentru persoane cu nevoi speciale;
- număr de structuri de primire turistică accesibile pentru persoane cu nevoi speciale;
- ponderea populației locale în numărul total de angajați din sectorul turistic;

Faza 2 - Planificarea strategică a turismului în județul Constanța

- număr de cursuri de formare profesională în turism;
- număr de participanți la cursuri de formare profesională în turism.

5. Impactul asupra mediului

- număr de turiști pe plaje;
- număr de vizitatori în ariile naturale protejate;
- număr de certificări ecologice în turism;
- număr de spații verzi reamenajate;
- număr de parcări amenajate;
- număr de locuri de parcare amenajate.

6. Impactul economic

- valoarea investițiilor publice în turism;
- valoarea investițiilor private în turism;
- venituri din turism;
- număr de locuri de muncă în turism.

7. Satisfacția turistică

- gradul de satisfacție al turiștilor, în urma analizei sondajelor de opinie;
- gradul de satisfacție al turiștilor, în urma analizei review-urilor postate pe diverse portaluri de călătorie.

Succesul procesului de implementare a strategiei va depinde de suportul pe care Consiliul Județean Constanța îl va avea din partea celorlalți factori interesați și de cooperarea dintre aceștia.