

ROMÂNIA
JUDEȚUL HUNEDOARA
CONSILIUL JUDEȚEAN

PROIECT DE HOTĂRÂRE
privind adoptarea Strategiei de dezvoltare turistică a județului Hunedoara

CONSILIUL JUDEȚEAN HUNEDOARA;

Având în vedere nota de fundamentare la proiectul de hotărâre, raportul de specialitate al compartimentului de resort, precum și raportul comisiilor de specialitate ale Consiliului Județean Hunedoara;

În baza prevederilor art.4 din Hotărârea nr. 867/2006 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, coroborate cu cele ale Ordonanței Guvernului nr.58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, cu modificările și completările ulterioare;

În temeiul prevederilor art. 91 alin.1 lit. b și alin.3 lit. d din Legea administrației publice locale nr.215/2001, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

În temeiul dispozițiilor art. 97 alin.1 din Legea administrației publice locale nr.215/2001, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

HOTĂRÂȘTE:

Art.1. Se adoptă Strategia de dezvoltare turistică a județului Hunedoara 2008-2013, conform anexei la prezenta hotărâre.

Art.2. Prezenta va fi comunicată celor interesați prin grija Serviciului administrație publică locală, relații publice, A. T. O. P. , din cadrul aparatului de specialitate al Consiliului Județean Hunedoara.

PREȘEDINTE,
Mircea Ioan Moloț

AVIZAT :
SECRETAR AL JUDEȚULUI,
Dana Dan

Deva, la _____2008

ROMÂNIA

CONSILIUL JUDEȚEAN HUNEDOARA

ANEXA

**la Hotărârea Nr.____/2008
a Consiliului Județean Hunedoara**

**STRATEGIA DE DEZVOLTARE TURISTICĂ A
JUDEȚULUI HUNEDOARA
2008-2013**

Data : 1 Martie 2008

Versiunea : 1. 0

Comandată de : Consiliul Județean Hunedoara

Realizată de : Eurodite B. V.

T. G. Gibsonstraat 40

7411 RS Deventer

Olanda

Număr de telefon : +31-5700 643863

E-mail : info@eurodite.eu

Experți în turism: Maaïke de Jong, DistinXion

Alexander Grit, consultant pentru Turism și Ospitalitate

Autori : Robert Capel, Senior consultant

Joep de Roo, Senior consultant

Conținut

Prefață

De la aderarea României la Uniunea Europeană la data de 1 Ianuarie 2007, perspectivele viitoare pentru județul Hunedoara s-au schimbat considerabil. Suntem acum parte a unei piețe europene deschise cu milioane de consumatori și companii. Acest moment ne oferă oportunități specifice și fonduri europene pentru a atinge un nivel de trai superior. În special sectorul turismului este acum văzut ca unul dintre cele mai promițătoare sectoare pentru următorii 10 ani.

Provocarea este acum cum să întâmpinăm acești turiști care călătoresc peste tot în lume și să le arătăm bogata noastră istorie cu cetățile daco-romane, fortăreața, minunatul nostru peisaj și munții noștri frumoși. Trebuie să luăm o mulțime de măsuri pentru a stimula crearea de noi facilități, infrastructură și locuri de cazare moderne. Aceste noi activități ar trebui organizate într-o manieră coerentă cu respect pentru natură și conservarea bogățiilor noastre pentru generațiile viitoare.

Pentru a veni în întâmpinarea acestei provocări am cerut pregătirea strategiei de dezvoltare a turismului pentru perioada următoare până în anul 2013.

În primele 2 luni ale anului 2008 a avut loc un proces activ de pregătire a acestei strategii. Experți străini au vizitat județul, au studiat informațiile disponibile și au discutat cu diverse persoane din județ. Au avut loc întâlniri cu diverși factori de decizie pe structuri de cazare (hoteluri, pensiuni), cultură (muzee, muzică), munți și reprezentanți ai localităților din județ pentru a discuta liniile majore ale strategiei. Rezultatul acestor activități este acest raport : "Județul Hunedoara : către o experiență unică"

Acest raport prezintă o analiză a tendințelor actuale din turism, discută posibile teme pentru o dezvoltare viitoare și prezintă o abordare concretă cu trei nivele de dezvoltare pentru următorii șase ani.

În opinia mea primul nivel de dezvoltare "Hunedoara: un județ ospitalier" este cu siguranță apropiat, dar încă avem de realizat o multitudine de activități în următorii doi ani pentru a îmbunătăți infrastructura turistică de bază.

Cel de-al doilea nivel de dezvoltare "Hunedoara : o destinație specială" înseamnă multă muncă pentru noi toți.

Județul Hunedoara are cu adevărat ceva special de oferit dar pentru a convinge turiștii străini în anii viitori trebuie dezvoltate produse interesante. Pregătirea acestor noi produse trebuie să înceapă acest an.

De fapt aș dori să fixez obiective și mai ambițioase. Județul Hunedoara este deosebit de important pentru România. Cu obiective puternice și o istorie remarcabilă combinate cu multă creativitate și antreprenoriat ar trebui ca obiectivul nostru final să fie atingerea celui de-al treilea nivel de dezvoltare "Hunedoara : o experiență unică ". În acest raport vor fi prezentate câteva idei ce necesită cercetări ulterioare.

Prezentarea acestei strategii de dezvoltare este doar primul pas dintr-un lung proces ce va urma. În primul rând vom discuta strategia și propunerile concrete de proiecte în Consiliul

Județean, apoi vom discuta activitățile cu reprezentanții localităților și toți factorii de decizie relevanți pentru a realiza parteneriate puternice.

Sper că această strategie vă va informa și stimula să colaborați la îmbunătățirea sectorului turistic, deoarece doar împreună putem face din județul Hunedoara o experiență unică.

Mircea Ioan Molot
Președinte
Consiliul Județean Hunedoara

1. Sumar și concluzii

În prezent turismul a devenit o piață competitivă: pentru turiștii care călătoresc peste tot în lume distanțele devin din ce în ce mai scurte și informațiile din ce în ce mai la îndemână. În capitolul 2 descriem tendințele în turism la nivel mondial. Pentru a pregăti o strategie de turism pentru județul Hunedoara este esențială cunoașterea acestor tendințe mondiale. Turistul de mâine va fi o persoană și un client diferit de cum era în ultimele decenii, el poate fi descris ca fiind foarte individualist și consumator de calitate. La o privire mai atentă asupra perspectivelor pentru România experții internaționali prevăd oportunități bune mai ales axate pe cultură și tradiție.

În capitolul 3 prezentăm o analiză a situației actuale în județul Hunedoara. În prezent turismul din județul Hunedoara este la un nivel scăzut, dar se încadrează în media pentru România. Experții internaționali sunt de acord că locurile din județ ce trebuie vizitate sunt: fortăreața, cetățile daco – romane, bisericile și mănăstirile vechi, munții Retezat, dar din păcate aproape fiecare obiectiv are ceva ce cauzează inconveniente pentru turist. În ceea ce privește analiza SWOT pentru turism în județul Hunedoara este corect să spunem că punctele puternice oferă bune oportunități pentru dezvoltarea viitoare și că majoritatea punctelor slabe pot fi depășite. Experții din diverse programe financiare declară că până acum sunt disponibile suficiente resurse pentru o dezvoltare viitoare. Provocarea este de a pregăti propuneri de proiecte bune și sustenabile cu un impact regional.

Capitolul 4 discută în detaliu diversele teme turistice care sunt acum prezente în județul Hunedoara sau care au un anumit potențial de dezvoltare viitoare. Dezvoltarea unor astfel de teme este necesară pentru a stimula dezvoltarea produselor turistice în direcția corectă. În analiza noastră am evidențiat patru nivele distincte de turism:

- Turismul montan și de schi este destul de bine dezvoltat. Posibilitățile viitoare sunt de a îmbunătăți facilitățile de schi și servicii mai bune pentru planificarea vacanțelor. Potențialul este limitat de competițiile internaționale și îngrădirile din domeniul mediului.
- Turismul cultural și rural este dezvoltat la un nivel moderat. Pentru a se dezvolta pe deplin obiectivele trebuie să fie promovate prin încadrarea lor într-o rețea și prin realizarea de programe.
- Turismul de afaceri, de sănătate și a doua casă este puțin dezvoltat. Fiecare dintre aceste teme are un anumit potențial pentru o dezvoltare viitoare.

- Turismul industrial, de voluntariat, de filme nu a fost dezvoltat până acum. Experiențele altor țări au arătat exemple stimulative care ar putea atrage noi forme de turism.

În capitolul 5 am prezentat trei nivele de dezvoltare.

- Pentru a atinge primul nivel “Hunedoara: un județ ospitalier” trebuie să îmbunătățim infrastructura turistică de bază, educația, antreprenoriatul și restaurarea. Proiectele trebuie să fie terminate în următorii doi ani. Rezultatul acestor activități va fi că județul Hunedoara va fi vizitat mai ales de către români, cetățeni maghiari și italieni. Creșterea în cifre poate fi mai mare decât media prevăzută pe țară, conducând la o dublare a numărului de turiști în 2015.
- Pentru a atinge cel de-al doilea nivel “Hunedoara: o destinație specială” județul chiar are ceva deosebit de oferit. Pe termen scurt atenția trebuie să fie pe realizarea de teme la nivel internațional pentru a fi capabili să concurăm cu alte destinații. Turismul montan este dezvoltat într-un mod sustenabil, turismul rural este creat cu o rețea de pensiuni și activități speciale și turismul cultural se află la un nivel ridicat cu atracții daco-romane extraordinare. Pentru a atinge acest nivel sunt necesare activități de branding și promovare a regiunii, de creare a instituțiilor de călătorie și turism și de îmbunătățire a climatului investițional. Rezultatul acestui nivel va fi că județul Hunedoara va fi vizitat de către turiști din Europa centrală și de sud-est. Cifrele de creștere ar putea arăta valori ridicate. Acești turiști străini vor genera mai multă valoare adăugată.
- Pentru a atinge nivelul ridicat “Hunedoara: o experiență unică” este necesară cercetarea unor idei provocatoare ca turismul industrial, turismul generat de realizarea unui film și dezvoltarea bogățiilor istoriei european/romane comune. Pe termen scurt atenția trebuie fixată pe exploatarea posibilităților acestor concepte. Când se vor considera realizabile, dezvoltarea viitoare a acestor idei va necesita o perioadă îndelungată iar implementarea finală va dura mai mulți ani. Rezultatul acestui nivel va fi că județul Hunedoara va fi vizitat de turiști din toată lumea. Cifrele de creștere ar putea arăta valori deosebit de ridicate. Acești turiști străini vor genera cea mai ridicată valoare adăugată.

În sfârșit capitolul 6 va discuta aspectele organizatorice ale implementării măsurilor necesare și proiecte. Parteneriatele sunt cruciale în realizarea de proiecte bune cu valori tangibile, ridicate. Aceasta este situația în special în sectorul turism. Realizarea de parteneriate crește posibilitățile de finanțare a proiectelor și de atragere a altor investiții. Sunt făcute sugestii pentru a crea o structură organizațională. Pentru a începe implementarea strategiei noi propunem următoarele șase proiecte:

1. Îmbunătățirea informațiilor oferite turiștilor
2. Educarea angajaților din domeniul turismului
3. Stimularea antreprenoriatului
4. Dezvoltarea de teme turistice
5. Dezvoltarea istoriei europene
6. Investigarea moștenirii industriale

În addendum pentru fiecare din aceste proiecte sunt descrise obiectivele proiectului, abordarea și finanțarea.

Concluzii principale

1. În prezent turismul se află la un nivel mediu – scăzut în Hunedoara. Trebuie luate măsuri pentru a îmbunătăți infrastructura turistică de bază cu scopul de a deveni “un județ ospitalier”
2. Pentru a avea succes pe o piață turistică competitivă în viitor județul Hunedoara trebuie să investească în dezvoltarea de teme și produse turistice pentru a deveni o “destinație specială”
3. Pentru a deveni specială ca destinație globală sunt necesare cercetări ulterioare. Rețeaua de situri arheologice daco-romane dar și moștenirea industrială oferă oportunități provocatoare. Sunt necesare cercetări ulterioare pentru a deveni o “experiență unică”
4. Pentru a implementa activitățile propuse în această strategie este importantă începerea organizării de parteneriate corecte. Cu parteneriatele corecte realizate și cu propuneri concrete de proiecte corelate cu strategia de dezvoltare pe termen lung sunt suficiente resurse pentru a finanța pașii următori.

2. Tendințe în turism

În acest capitol mai întâi vom privi mai atent tendințele mondiale în turism, înainte de a evalua potențialul turistic al județului Hunedoara. În prezent turismul a devenit o piață competitivă: pentru turiștii care călătoresc peste tot în lume distanțele devin din ce în ce mai scurte și informația din tot mai accesibilă. În consecință pentru a adopta măsurile corecte trebuie anticipate care vor fi viitoarele cerințe ale consumatorilor.

După aceasta vom privi mai atent perspectivele turismului în România pentru următoarea decadă. Județul Hunedoara ar putea îndeplini acest scenariu de creștere la același nivel cu prevederile de dezvoltare națională asigurându-se că măsurile necesare la nivel local vor fi îndeplinite. Chiar și mai bine decât atât utilizând activ potențialul pe care județul îl are, județul Hunedoara ar putea să implementeze un scenariu de dezvoltare peste medie.

1) Tendințe mondiale în turism

Turistul de mâine va fi o persoană diferită și un altfel de consumator decât era în ultimul deceniu.

- Mai bogat și mai sănătos

În special turiștii din țările vest europene devin mai bătrâni. Nu doar tinerii merg în călătorii în jurul lumii, oamenii de vârstă mijlocie merg mai ales în vacanțe familiale dar mai ales persoanele în vârstă, pensionarii își folosesc timpul liber călătorind în jurul lumii. Cel mai adesea venitul lor și averea este destul de ridicată și sunt dispuși să plătească pentru confort și calitate.

- Mai puternic și mai informat

Turistul de mâine este experimentat. El a strâns toate informațiile necesare de pe internet, deasemenea el știe despre experiențele bune și rele, se va plânge și va căuta compensare dacă experiența de călătorie este dezamăgitoare.

- Curiozitatea pentru cultură

Turistul de mâine se va îndepărta de vacanțele pasive la soare căutând participare activă și este curios față de alte culturi. Vor fi produse turistice mai aventuroase ca o piață pentru sporturile extreme și alte activități de mare risc.

- Foarte individualist

Turistul de mâine nu va călători în mod necesar în grupuri cu tururi organizate complet. El va căuta implicare activă, preferințe individuale și cumpărarea directă a unor produse create special pentru el.

Pentru mai multe informații referitoare la tendințele viitoare facem referire la publicații informative pe această temă¹. În ceea ce privește strategia de turism a județului Hunedoara sugerăm că tendințele descrise mai sus pot fi folosite ca și cadru principal pentru a evalua dezvoltarea de noi produse turistice.

1) Perspective pentru România

În acest moment România este încă una dintre țările cu cel mai scăzut turism din lume. Totuși cu perspectivele de creștere în cele mai multe sectoare peste media globală și europeană, perspectivele la nivelul țării pentru sectorul turism și călătorii sunt încurajatoare.

Consiliul Mondial pentru Turism și Călătorii (WTTC) a făcut o vastă cercetare a perspectivelor pentru turism la nivel mondial. Între primele zece cereri de turism și călătorii România este una dintre țările central și est europene care are perspective de a realiza valori de creștere ridicate în următorii zece ani. Estimările sunt în jurul la 7%-8% creștere economică anuală reală².

Mai mult impactul ar putea fi chiar și mai mare dacă condițiile pentru încrederea investitorilor, dinamism și sustenabilitate sunt create. Totuși aceasta depinde de recunoașterea guvernului și de adoptarea politicilor și luarea deciziilor. Consiliul Mondial pentru Turism și Călătorii a redactat un studiu foarte util despre impactul turismului și a călătoriilor asupra locurilor de muncă și asupra economiei³.

Începând cu anii 1970 litoralul Mării Negre a devenit ținta principală atât pentru turiștii români cât și pentru turiștii străini. Totuși având în vedere natura sezonieră a litoralului ca destinație și concurența intensă din partea țărilor vecine precum Grecia, Turcia și Bulgaria experții internaționali de la WTTC nu cred că litoralul Mării Negre ar trebui să fie punctul central al planurilor de dezvoltare ale României.

În timp ce investițiile în îmbunătățirea facilităților existente sunt necesare și trebuie încurajate este unanim acceptat că factorul ce diferențiază România de competitorii săi este cultura și

tradițiile și acestea sunt obiectivele pe care dezvoltarea ar trebui să se axeze. Luând acestea în considerare resursele naturale, culturale și istorice considerabile ale României pun România într-o poziție fruntașă pentru dezvoltarea turismului și a călătoriilor.

În cadrul acestei axări la nivel national pe cultura și tradiții, turismul din județul Hunedoara are un puternic potențial de a dezvolta un produs turistic competitiv, parțial în cooperare cu alte țări parțial folosindu-se de propriile resurse.

În tabelul nr.1 vă prezentăm câteva figuri generale despre previziunile pentru sectorul turism și călătorii exprimate în valori pentru produsul intern brut, șomaj și creșterea anuală reală. Aceste previziuni generale din păcate nu sunt specificate la nivelul țării, dar ca să realizăm o scurtă prezentare, în concordanță cu unii indicatori statistici, mărimea actuală a turismului în Hunedoara este în prezent aproximativ de 1,5%-2% din nivelul național. Dacă județul Hunedoara se va dezvolta în același ritm cu valorile estimate la nivel național aceasta ar însemna o creștere a nivelului produsului intern brut de la 125 mild RON la 350 mild RON și o creștere a numărului de angajați în turism de la 10000 la 12000. În următorul capitol vom prezenta mai detaliat analiza potențialului de creștere a județului Hunedoara.

Concluzii:

1. Pentru a pregăti strategia de turism a județului Hunedoara este importantă cunoașterea tendințelor mondiale (2. 1).
2. Turistul poate fi descris ca foarte individualist și doritor de calitate (2. 1)
3. Turiștii străini prevăd bune oportunități pentru dezvoltarea turismului în România axate în special pe cultură și tradiții (2. 2)

3. Analiza turismului din județul Hunedoara

1. Realități și cifre despre turism

În acest paragraf vom sublinia câteva informații statistice referitoare la turismul din județul Hunedoara. În anumite privințe valori specifice sunt disponibile la nivel județean, în concordanță cu statisticile oficiale de la Institutul Național de Statistică. În ceea ce privește alte aspecte doar valorile la nivel național sunt disponibile; apoi vom face câteva remarci calitative despre situația locală.

Număr de turiști

În România numărul cel mai ridicat de turiști străini vin din țările vecine Ungaria și Moldova. Celelalte țări au un procent de 5% sau mai puțin.

În județul Hunedoara nu sunt disponibile date sigure. Impresia generală este că cei mai mulți vizitatori vin din Ungaria (vacanțe la schi sau în vizită la rude) și în număr mai mic din Italia (cei mai mulți pentru afaceri)

Tipuri de unități de cazare

Tabelul 3 arată tipurile de unități de cazare pentru turiști în România și în Hunedoara. Numărul de unități de cazare în Hunedoara (87) reprezintă aproximativ 2% din totalul pe țară (4226); distribuția pe tipuri de unități este în linii mari aceeași.

În ultimii 10 ani a existat o creștere imensă a proprietății private. Unitățile de cazare deținute de stat au devenit o minoritate. În ultimii ani am sesizat o creștere substanțială a pensiunilor urbane și rurale.

În următorul tabel putem observa numărul de locuri (exprimat în mii de locuri-zile) și numărul de înnoptări. Județul Hunedoara are (261. 000 înnoptări) aproximativ 1,5% din valoarea totală pe țară (18 mil. înnoptări)

Mijloace de transport

În România cel mai mare număr de vizitatori sosesc pe șosea. Desigur acesta corespunde cu faptul că cei mai mulți vizitatori sunt originari din țările vecine.

În județul Hunedoara nu sunt disponibile date precise dar impresia generală este aceea că cei mai mulți vizitatori sosesc cu mașina. Intersectarea șoselelor europene este un aspect important pentru dezvoltarea viitoare a turismului. Cel mai apropiat aeroport internațional se află la Sibiu și Timișoara, nu foarte aproape dar la o distanță relativ mică (aproximativ 2 ore de călătorie)

În concluzie, în concordanță cu anumite cifre statistice cota de turism a județului Hunedoara este puțin sub media pe țară undeva între 1,5% și 2% din valoarea pe țară. Câteva județe au valori deosebit de ridicate, de exemplu Constanța cu turismul la Marea Neagră (aproximativ 25%). Fără aceste excepții turismul din județul Hunedoara se află la nivel mediu în România.

2. Opinia experților

Pentru a evalua potențialul turistic există desigur diverse opinii cu privire la obiectivele cu adevărat speciale ce trebuie vizitate. După anumite ghiduri turistice internaționale principalele atracții sunt destul de clare și pot fi împărțite în 4 categorii:

1. Fortărețele (cetatea Deva, Castelul Hunedoara)
2. Cetățile daco – romane (Sarmizegetusa Regia, Sarmizegetusa Ulpia Traiana)
3. Bisericile și mănăstirile vechi (Densuș, Prislop)
4. Munții Retezat

Interesant de observat că în fiecare din aceste ghiduri toate cele 6 cetăți daco-romane sunt menționate ca aparținând patrimoniului UNESCO dar niciunul dintre acestea nu consideră necesar să le descrie pe toate.

În ghiduri descrierea referitoare la valoarea istorică și culturală a acestor obiective este în general pozitivă dar din păcate aproape fiecare dintre obiective are câte un inconvenient pentru turiști. În continuare sunt menționate câteva citate. Obiectivele turistice din județul Hunedoara sunt speciale dar întotdeauna există unele dezavantaje.....

3. Disponibilitatea de fonduri

Dezvoltarea turismului este considerată ca unul dintre sectoarele economice promițătoare din România. În consecință în ultimii ani au fost create programe de stimulare a turismului.

(i) programul național de stimulare a turismului

Guvernul a alocat 325 milioane euro pentru dezvoltarea și modernizarea infrastructurii de turism din România. Sunt în curs 5 programe multi-anuale (2006-2008)

- Superschi în Carpați
- Dezvoltarea de baze de tratament
- Infrastructura de turism în regiunile montane
- Dezvoltarea Deltei Dunării și a litoralului Mării Negre
- Sibiu – Capitală culturală Europeană 2007

Alte programe relevante dezvoltate de către Autoritatea Națională pentru Turism sunt următoarele:

- “Steagul albastru” reprezentând recunoașterea internațională a calității plajelor de pe litoralul Mării Negre
- Programul “Q” care introduce marca calitativă Q
- Programe pentru turiștii cu venituri reduse
- Programe promoționale, elaborarea Strategiei de Dezvoltare a Turismului 2006-2013

(ii) programe regionale de turism

Programul de Operare Regional, axa 5, este dedicat dezvoltării viitoare a turismului. Acesta constă în trei arii de intervenție:

- Restaurarea și valorificarea sustenabilă a moștenirii culturale și crearea /modernizarea infrastructurii de turism
- Crearea, dezvoltarea, modernizarea infrastructurii de turism pentru valorificarea durabilă a resurselor naturale și pentru creșterea calității serviciilor turistice
- Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare pentru creșterea atractivității României ca destinație turistică

(iii) alte programe operaționale

Pe lângă programele prezentate mai sus există un număr de programe operaționale (competitivitate economică, transport, resurse umane, dezvoltare rurală) prin care dezvoltarea turismului poate fi susținută în mod direct sau indirect.

(iv) investitori privați

Având oportunitatea cifrelor de creștere ridicate investitorii de peste tot din lume sunt interesați să investească în turism. În mod excepțional într- un număr de țări europene piața turistică este considerată ca o piață complet dezvoltată. În consecință proprietarii de hoteluri de exemplu sunt dispuși să investească în străinătate într-unul dintre sectoarele cu cel mai rapid ritm de dezvoltare. Deși există unele investiții încurajatoare din partea unor companii străine, birocrăția din departamentele guvernamentale pune o presiune considerabilă asupra investițiilor străine.

(v) bugetul local

Pe lângă existența fondurilor europene, bugetul local și investițiile private trebuie să luăm în considerare faptul că turismul este un sector economic competitiv. Investițiile publice sunt necesare și benefice. Comunitățile locale trebuie să investească și ele pentru a genera creștere economică. Perspectivele sunt încurajatoare. Puternica creștere a PIB (de la 125 mild RON la 350 mild RON) înseamnă și o creștere substanțială a veniturilor din taxe locale.

Experții din diverse programe declară că până acum există deja suficiente resurse disponibile pentru dezvoltarea viitoare. Provocarea este crearea de proiecte durabile cu impact regional.

4. SWOT în turism

În unele documente ca Programul Operațional Regional au fost făcute mai multe analize pentru declararea punctelor puternice și a punctelor slabe, a oportunităților și a amenințărilor (SWOT). În acest paragraf vom prezenta pe scurt cele mai importante aspecte.

Punctele puternice ale județului Hunedoara sunt în principal atuurile pe care județul le are (munții, peisajul, tradițiile, oamenii):

- zonele montane cu vârfuri peste 2500 metri, ideale pentru turism atât vara cât și iarna
- ariile protejate cu suprafața extinsă (rezervații naturale, parcuri, etc.)
- moșternirea culturală și istorică

- Județul este străbătut de drumuri Europene;
- Populație ospitalieră și tradițiile județului

Punctele slabe ale Județului Hunedoara sunt în special lipsa organizării aspectelor necesare pentru stimularea turismului:

- Lipsa de informare și hărți turistice;
- Lipsa de infrastructură de acces către obiectivele turistice;
- Lipsa de resurse umane specializate în domeniu;
- Lipsa de organizare și cooperare în ceea ce privește promovarea.

Oportunitățile pentru Județul Hunedoara se referă în principal la dezvoltarea de noi produse și activități de promovare:

- Potențialul de turism cultural;
- Dezvoltarea zonelor montane izolate prin turismul montan;
- Dezvoltarea turismului în zonele Parâng, Retezat, Țara Hațegului, Munții Orăștiei;
- Reintroducerea județului în circuitul turistic internațional.

Pericolele pentru județul Hunedoara se referă în special la o dezvoltare echilibrată stimulată de investiții bune, legislație potrivită privind mediul și dezvoltarea rurală și urbană.

- Calitatea mediului în anumite zone poate avea o influență negativă legată de dezvoltarea turismului;
- Produsele turistice ar putea să nu fie competitive în legătură cu competitivitatea puternică a județelor vecine;
- Investiții slabe în domeniul turismului,

Concluzii

1. Turismul în Județul Hunedoara se găsește la ora actuală nu la un nivel scăzut, ci la nivel mediu pentru România (3. 1).
2. Experții internaționali sunt de acord cu siturile speciale de vizitat. Din păcate aproape fiecare sit are ceva care cauzează anumite inconveniențe pentru turist (3. 2).
3. Există un număr semnificativ de fonduri externe disponibile pentru dezvoltarea viitoare și perspectivele pentru investițiile private și bugetele locale sunt bune. Este mai mult o chestiune de organizare decât de disponibilitate (3. 3).
4. În privința punctelor Puternice și Slabe și a Oportunităților și a Pericolelor (SWOT) în turism în Hunedoara este cinstit să spunem că punctele puternice oferă niște oportunități bune pentru dezvoltarea viitoare și cele mai multe puncte slabe pot fi rezolvate (3. 4).

4. Accesarea temelor turistice în Județul Hunedoara

1. Necesitatea dezvoltării temelor turistice

În capitolul anterior am descris situația actuală și posibilitățile pentru dezvoltarea turismului în Județul Hunedoara. Privind strategia turistică la nivel *național* este pe larg aprobat că factorul de diferențiere al României față de competitorii săi este cultura și moștenirea sa iar aceasta este ceea ce trebuie să constituie punctul central al dezvoltării turistice.

Pentru a avea o vedere mai clară despre posibilitățile dezvoltării turistice la *nivel de județ* noi vom discuta mai întâi un număr de posibile teme turistice. Aceste teme vor fi de importanță vitală pentru a face legătura cu potențialul turistic din județ (siturile speciale) și cu posibilul client pe o piață competitivă. Fără dezvoltarea și facerea cunoscută a temelor atractive, turiștii nu vor fi convinși să vină în județul Hunedoara. Fără dezvoltarea temelor, turismul va rămâne la un nivel scăzut, format în principal din vizite familiale sau doar tranzitare.

O vedere mai clară privind situația actuală și potențialul acestor teme vor ajuta să:

- Ofere un punct central legat de strategia turistică pentru Județul Hunedoara;
- Stimuleze dezvoltarea producției în anumite direcții bine definite;
- Creeze o imagine pentru viitoarea comunicare și marketing.

În procesul care duce la această strategie un număr de posibile teme au fost discutate cu reprezentanții autorităților locale și organizațiile private. Unele dintre acestea au deja un nivel ridicat de dezvoltare, alte teme nici măcar nu există în acest moment.

În următoarele cifre noi facem o distincție între patru nivele diferite de turism în cadrul Județului Hunedoara: teme care sunt (1) chiar bine dezvoltate, (2) dezvoltate moderat, (3) slab dezvoltate și (4) nedezvoltate până acum. Pentru fiecare dintre aceste teme vom prezenta o descriere scurtă despre situația actuală și vom discuta potențialul pentru dezvoltarea viitoare.

Figura 1. Patru nivele ale dezvoltării turismului

2. Turismul de Schi și montan

În situația actuală din România anumite stațiuni de schi sunt deja bine implementate și în anumite perioade în timpul iernii este aproape imposibil să găsești o cameră liberă în vecinătate. În Județul Hunedoara turismul de schi este concentrat în Valea Jiului.

Stațiunea Straja s-a dezvoltat în cadrul Programului Național Super-Schi. Planul General al stațiunii Straja a fost pregătit de către unii dintre cei mai buni specialiști internaționali. Straja are cea mai lungă pârtie de schi din România, infrastructura și drumurile au fost modernizate iar spațiile de cazare au fost îmbunătățite. Mii de turiști vizitează Straja în sezonul de iarnă; stațiunea de schi își atinge acum capacitatea maximă.

Alte municipalități din județ au de asemenea de oferit facilități de schi dar nu au statutul național de stațiune.

În timp ce investițiile sunt necesare atât în actualizarea cât și în construirea facilităților de cazare este de asemenea important de amintit că stațiunile Românești sunt incapabile să intre în competiție cu stațiunile internaționale din alte părți ale Europei pur și simplu din cauza înălțimii munților și a lungimii/dificultății pârtiilor. Prin urmare, potențialul pentru o dezvoltare viitoare este limitat.

În perioada anotimpurilor non – schi munții din Hunedoara au multe de oferit vizitatorilor internaționali sub forma plimbărilor și a drumețiilor. Posibilitățile sunt concentrate înăuntrul și în apropierea Parcului Național al Munților Retezat. În planul Strategic pentru Munții Retezat

activitățile sunt descrise pentru a dezvolta mai departe turismul montan într-o manieră sustenabilă, protejând mediul. Această strategie este pregătită de specialiști străini. Parcul Național Retezat este acum membru al organizației internaționale Pan Parks.

Dezvoltarea viitoare ar trebui să se axeze în a oferi trasee speciale. Ar trebui modernizate facilitățile și serviciile pentru a oferi o experiență montană înalt calitativă. O agenție centrală de informație și rezervare ar putea fi stabilită (înființată). Aceste dezvoltări viitoare trebuie să existe în contextul constrângerilor de mediu ale Parcului Național.

3. Turismul cultural și Rural

După cum am discutat deja, Județul Hunedoara are anumite situri istorice și culturale care ar putea îmbunătăți turismul cultural.

- cetățile (Cetatea Deva, Castelul Corvin Hunedoara);
- cetățile Dacice și Romane (Sarmizegetusa Regia, Ulpia Traiana Sarmizegetusa);
- vechile biserici și mănăstiri (Densuș, Prislop).

Aceste situri atrag niște turiști naționali și internaționali (în special din țările vecine cum este Ungaria). Cu scopul de a dezvolta din plin potențialul acestor situri și să atragem un număr mai mare de turiști străini, aceste situri ar trebui restaurate și renovate (cel mai notabil Castelul Corvin) și să fie promovate într-un mod mai profund și mai ispititor. De exemplu. Prin stabilirea lor ca puncte a unei rețele internaționale sau rută a vechilor cetăți și castele Dacice și Romane. De asemenea activități în care turistul experimentează trezirea la viață a vechii istorii ar putea să atragă mai mulți turiști.

Turismul rural se găsește încă la faza inițială de dezvoltare. În zona rurală se găsesc mici pensiuni unde turiștii se pot bucura de „viața rurală”, se pot relaxa și se pot bucura de pacea și de liniștea sătească. Dar până la ora actuală numărul lor este foarte limitat. Turismul rural oferă multe oportunități și din cauza prezenței unor atracții mai mari cum sunt munții și siturile culturale și istorice care oferă posibilități pentru excursii de o zi.

Dezvoltarea viitoare ar trebui să se axeze pe legarea diferitelor sate de exemplu prin biserici/mănăstiri sau citadele cu scopul de a furniza „opțiunea unui tur de vacanță”. În afară de asta vizitatorii ar dori să știe ce se întâmplă la un moment dat, când sunt festivaluri, expoziții etc.

Facilități, servicii și produse, cum sunt mâncărurile locale, băuturi etc. ar trebui promovate ca parte a experienței „rurale”. Dezvoltarea produselor ar trebui prin urmare să se axeze pe experimentarea moștenirii Românești. Elemente ar putea fi case tradiționale pentru agroturism cu gazde prietenoase. Vizitatorii se pot relaxa din o viață stresantă, pot să se bucure de mâncarea tradițională, pot să lucreze și să învețe despre activitățile culturale.

4. Afaceri, sănătate, a 2-a casă

Turismul de afaceri este de obicei concentrat în orașele mai mari. În județul Hunedoara anumite hoteluri oferă aranjamente speciale pentru companii dar aceasta nu este parte a unei abordări de marketing active. Turismul de afaceri prezintă la nivel de țară un potențial în creștere pentru întâlniri, inițiative, conferințe și expoziții (MICE) nu doar în capitala București dar de asemenea în orașele mai mari. Pentru județul Hunedoara, șansele pentru Turismul de Afaceri ar trebui să se axeze pe construcția unei infrastructuri de hoteluri de înaltă clasă, centre de conferințe, amenajate special pentru o ședere mai mare de câteva zile.

Turismul de sănătate are o lungă istorie în România. Există aproximativ 1.300 de surse înregistrate de ape minerale în România – o treime din toate stațiunile minerale în Europa, atât potabile cât și disponibile pentru cure. În Județul Hunedoara turismul de sănătate este concentrat în localitatea Geoagiu Băi. Alte municipalități oferă foarte puține și depășite facilități de tratament; turismul de sănătate are potențial de creștere. Dezvoltarea viitoarelor „spa” – uri pentru vizitatori internaționali care vor cheltui mai mult și pentru vizitatori obișnuiți nu doar va crește veniturile și va crea slujbe dar va ajuta de asemenea la conservarea unui aspect important al moștenirii județului. Pentru Județul Hunedoara aceasta ar putea însemna nu doar restaurarea vechilor „spa”-uri (Romane), dar de asemenea o implicare activă a altor municipalități.

Proprietatea a unei a 2-a case este acum la un nivel scăzut în România. În județul Hunedoara, câțiva Români și Unguri au o a doua casă în zona de schi. Există puține exemple de străini care au o a doua proprietate în zona rurală. Proprietatea celei de-a doua case ar putea aduce bani noi, muncă și creativitate. Un număr mare de Europeni caută o posibilitate să cumpere o a doua casă undeva în Europa de Sud – Est. Asemenea activități ar trebui înlesnite de către autoritățile locale pentru a stimula creșterea economică și a preveni construcția în peisajul județului fără o planificare urbană potrivită.

5. Turism voluntar, turism de film și turism industrial

În ultimii ani Castelul Corvinilor a fost gazda și subiectul multor producții prestigioase de cinema care prezintă momente faimoase ale României, istorie universală și ficțiune. Până acum această caracteristică specială nu a fost utilizată pentru a crea un nou tip de turism.

Avantajele producției de film în județul Hunedoara sunt multiple și imediate. În mod direct, aceasta oferă beneficii financiare pentru castel. De asemenea, agenții economici au beneficii prin oferirea de servicii de calitate pentru solicitările de cazare și mese ale echipelor de filmare. În mod indirect, vizionarea filmelor atrage turiștii care ar dori să vadă ei înșiși locurile.

Alte posibilități sunt modalități de turism voluntar. Turismul voluntar combină munca voluntară cu activitățile de turism. Activitățile ar putea include ajutorul la excavarea arheologică (Sarmizegetusa), paleontologică sau prezervarea vieții sălbatice în Munții Retezat sau drumurile montane.

Ca sector turistic, turismul voluntar are un sentiment plăcut și satisfacție și aduce oameni într-o zonă, când în mod normal ar merge în altă parte. Este o formă socială de turism care poate sublinia caracterul social al unei zone și o sursă de venit și o creație de talent. Pe lângă aceasta el poate ajuta la dezvoltarea zonei înseși. Ar putea fi o bună combinație cu turismul rural.

Turismul industrial este legat de istoria industrială a județului. În tot județul, mai notabil în Hunedoara, Vulcan, Brad și Călan există zone enorme care arată o lungă istorie în mine, oțel și alte activități industriale românești. Multe din aceste situri sunt ruinate și în declin. Totuși, aceste situri oferă o viziune interioară legată de măsura și modul în care era efectuată producția în perioada ultimelor decade care ar trebui să fie considerate ca moștenire culturală a industriei naționale din România. Din acest punct de vedere, turismul industrial ar putea fi văzut ca parte a turismului cultural și de moștenire.

Aceste situri oferă de asemenea oportunități pentru utilizări alternative care ar putea fi legate de alte teme turistice.

Exemple sunt situri pentru construcția centrelor de conferințe, hoteluri (turism de afaceri), situri pentru filmări (turism de film), situri pentru construcția de muzee și expoziții (turism cultural și de moștenire).

Concluzii

1. Dezvoltarea temelor turistice este necesară pentru stimularea dezvoltării produselor în direcția corectă (4. 1).
2. Turismul montan și de schi este destul de bine dezvoltat. Posibilități viitoare sunt modernizarea facilităților de schi și servicii mai bune pentru planificarea vacanțelor cu trasee montane. Potențialul este limitat de competițiile internaționale și constrângerile de mediu (4. 2).
3. Turismul cultural și rural este dezvoltat moderat. Cu scopul de a dezvolta complet posibilitățile pe care siturile le au pentru a fi promovate prin integrarea lor într-o rețea sau programe de dezvoltare (4. 3).
4. Turismul de afaceri, de sănătate și a 2-a casă este slab dezvoltat. Fiecare din aceste teme are un anume potențial pentru dezvoltare viitoare (4. 4).
5. Turismul voluntar, de film și industrial nu a văzut nici o dezvoltare până la ora actuală. Experiențele altora arată exemple stimulante care ar putea atrage noi forme de turism (4. 5).

5. Abordare Strategică: trei modele de dezvoltare

În capitolul anterior am văzut că în Județul Hunedoara există bune posibilități pentru o viitoare dezvoltare a temelor turistice. De fapt, anumite teme ar putea fi dezvoltate către un standard ridicat național sau chiar internațional. Dar este cinstit să spunem că în acest moment infrastructura turistică este la un nivel scăzut. Cu scopul de a stabili prioritățile în mod corect am distins trei nivele de dezvoltare:

Figura 2 Trei nivele de dezvoltare viitoare

1. Hunedoara ca un județ ospitalier

La primul nivel turistul care vine în Hunedoara se simte ca acasă. El se află aici pentru a-și vizita prietenii sau familia sau doar tranzitează județul. El este tratat ca un oaspete, facilitățile sunt OK, iar el a văzut, a vizitat niște locuri interesante. După această ședere de câteva zile el este mulțumit pentru că s-a simțit bine.

Cu scopul de a atinge acest prim nivel de dezvoltare, trebuie luate măsuri de îmbunătățire a infrastructurii turistice. În termen scurt (2008-2009) trebuie să ne axăm pe implementarea acestora.

2. Hunedoara ca o destinație specială.

La al doilea nivel de dezvoltare, turistul își planifică vacanța. Hunedoara este o opțiune serioasă pentru a fi luată în considerare. Ținând seama de posibilitățile foarte competitive pentru turism montan, turism cultural și rural în diferite țări, de data aceasta turistul decide să meargă în Hunedoara pentru o săptămână sau chiar mai mult. El se simte bine venit, vizitează situri importante, participă la activitățile locale și ajunge să cunoască județul, oamenii și cultura. După șederea sa, el a avut o vacanță plăcută. Întors acasă el va povesti prietenilor și familiei sale despre județul special pe care l-a vizitat. Se poate să revină pentru o nouă vizită.

Pentru a atinge acest al doilea nivel de dezvoltare este necesar să dezvoltăm temele așa cum sunt ele descrise în capitolul patru. Pe termen scurt (2008 – 2009) trebuie să ne axăm pe dezvoltarea temelor cu specialiști internaționali către un produs turistic interesant în concordanță cu standardele internaționale pentru a fi capabili să concurăm cu alte destinații. După dezvoltarea acestor teme, implementarea va urma o perioadă mai lungă (2009-2011).

3. Hunedoara ca o experiență unică.

La al treilea nivel turistul știe despre acest loc unic. De fapt, el nici nu ia în considerare o altă alegere: el este hotărât să vină aici. El experimentează niște aventuri speciale, ajunge să cunoască sau să învețe lucruri pe care nu le-a văzut până acum. După șederea sa aici se simte îmbogățit de această experiență. Acasă el va povesti prietenilor și familiei despre lucrurile uimitoare pe care le-a întâlnit. Acestora le pare rău că nu au putut să viziteze acest loc deosebit.

Pentru a atinge acest nivel ridicat de dezvoltare turistică este necesar să cercetăm anumite idei provocatoare. Pe termen scurt (2008) trebuie să ne axăm pe exploatarea posibilităților unor concepte noi și inovatoare. Când este fezabilă, o dezvoltare viitoare este necesară pe termen lung (2009-2010) și după aceea va avea loc implementarea finală pe termen lung (2011-2013).

1. Hunedoara ca județ primitiv

Principalele atracții sunt clare: munții Retezat pentru drumeții, Straja pentru schi, cetățile (Corvin, Deva), Sarmizegetusa, vechile biserici etc. Siturile turistice actuale sunt

îmbunătățite. Spațiile de cazare sunt plăcute și convenabile, oamenii își găsesc drumul în județ.

Pentru a atinge acest nivel, sunt necesare activități privind:

- i. Cunoașterea
- ii. Planificarea turistică și măsurătorile
- iii. Infrastructura
- iv. Informația și comunicarea
- v. Educația
- vi. Anteprenoriatul
- vii. Restaurarea

(i) Cunoașterea

Turismul are potențialul de a deveni un sector de export important pentru Hunedoara și furnizează slujbe și creștere economică pentru populația județului. După cum a fost prezentat clar în prezentările anterioare, turiștii nu vin în județ prin coincidență. O abordare activă este necesară pentru a îmbunătăți infrastructura turistică cu o implicare activă din partea județului, municipalităților și a organizațiilor private. Doar în strânsă colaborare cu acționarii pot fi urmați pașii necesari. Primul pas va fi să creăm conștiința interesului comun.

(ii) Planificarea și Măsurarea

Planificarea turistică pe termen lung la nivel județean este vitală pentru generarea încrederii investitorilor și organizarea dezvoltării turistice de succes și pe termen lung. Această strategie de dezvoltare este un pas înainte în stabilirea priorităților și furnizarea de informații către toate părțile implicate. Acum este cam dificil să avem o imagine concretă a dezvoltărilor relevante legate de turism în Hunedoara. Informații mai bune calitativ și cantitativ sunt necesare pentru a studia situația și să se stabilească prioritățile corecte.

(iii) Infrastructura

Vasta majoritate de vizitatori străini sosesc pe șosele. Fonduri UE considerabile au fost alocate pentru modernizarea autostrăzilor. Cu toate că este nevoie de investiții viitoare, principalele drumuri sunt adecvate și nu ar trebui folosite ca „scuză” pentru întârzierea dezvoltării altor infrastructuri. Cu scopul de a garanta că siturile turistice importante pot fi ușor atinse, județul și municipalitățile implicate trebuie să se sincronizeze privind prioritățile de infrastructură pentru ca drumurile locale și regionale să fie modernizate împreună. Înafara infrastructurii fizice, pentru turistul modern este o necesitate și accesibilitate electronică.

(iv) Informarea și comunicarea

Turiștii primesc informațiile prin multe canale de comunicare. Centrele de informare turistică în centrul orașului sau la siturile turistice, semne de-a lungul drumurilor, pagină oficială de internet pentru agențiile publice, pagini comerciale de internet cu informații despre cazare și

ofertele turistice, și de asemenea toate tipurile de informații personale împărtășite între rude (YouTube, bloguri, internet etc).

Oportunitățile tehnologice fac posibilă dezvoltarea unei baze de date online determinând vizitatorii să cunoască o gamă completă de servicii turistice în județ și, în timp, să fie permise rezervările online a unor asemenea servicii. O abordare coordonată din partea județului va ajuta la creșterea expunerii pentru afaceri mai mici și va crește distribuirea vizitatorilor internaționali printre micile întreprinderi.

Provocarea pentru autoritățile locale este de a avea grijă ca informațiile relevante să fie ușor accesibile pentru turiști și să prezinte o vedere corectă asupra posibilităților

(v) Educația

Călătorii și turism oferă o mică, dar crescândă parte din economia și forța de muncă a județului. Din păcate, călătoriile și turismul sunt văzute de unii ca „ultima slujbă a stațiunii” când vine vorba despre alegerea carierei. În corespondență, salariile în acest sector sunt scăzute față de medie.

Ar trebui stabilită o facilitate de training călătorie și turism în strânsă colaborare cu sectorul privat. În acest mod, furnizarea de resurse umane va fi mai apropiată de nevoile industriei, cu absolvenți având calitățile practice necesare cu scopul de a fi o parte a unui produs de turism înalt competitiv.

În județul Hunedoara noi sugerăm că municipalitățile singure sunt prea mici pentru a organiza un asemenea proces de educare legat de bunele practici. Prin urmare județul ar putea să joace un rol de coordonare și facilitare.

(vi) Anteprenoriatul

În ultimul timp am fost martori la o schimbare semnificativă privind proprietarii spațiilor de cazare; în prezent hotelurile mai mari sunt parte a companiilor private naționale și internaționale. Cu scopul de a crea o varietate de spații de cazare și atracții turistice este de o importanță vitală ca nu doar marii investitori să fie interesați de dezvoltarea turismului. De asemenea, la nivel local, o persoană privată ar trebui stimulată să deschidă o casă de oaspeți sau să organizeze activități de folclor. Județul și municipalitățile împreună pot să joacă un rol în stimularea anteprenoriatului.

Absența unor standarde naționale de calitate afectează calitatea generală a produsului turistic al județului. Implementarea acestor standarde este vitală pentru creșterea competitivității României. Trebuie să ne axăm pe creșterea calității în loc să se creeze bariere pentru anteprenori.

(vii) Restaurarea

Multe situri istorice au nevoie de restaurare cu scopul de a conserva siturile pe termen mai lung și să faciliteze viitoare vizite din partea turiștilor. În anii recentți pentru cele mai importante situri cum sunt Cetatea Devei, Castelul Corvin și Sarmizegetusa au fost

dezvoltate proiecte pentru restaurarea siturilor. Pentru majoritatea acestor proiecte municipalitatea în raza căreia sunt situate siturile este prima responsabilă pentru acțiuni viitoare.

Acțiuni ce trebuie luate la primul nivel de dezvoltare	
(C = județ; M = Municipalitate)	
<i>(i) Cunoaștere</i>	
o Ateliere/ seminarii care discută planul strategic și elaborarea diverselor teme turistice. Aceste ateliere ar trebui să implice reprezentanți ai consiliului județean și ai municipalităților dar de asemenea și organizații private (hoteluri, pensiuni), organizații de călătorie și turism, ONG-uri, universități etc.	C
o Discutarea impactului planului de dezvoltare strategică pentru agenda locală și priorități. Această discuție locală nu ar trebui să includă doar reprezentanții consiliului local, ci și organizații locale private (hoteluri, pensiuni), organizații de călătorii și turism, ONG-uri, universități etc.	M
<i>(ii) Planificare și Măsurători</i>	
o O actualizare rapidă a strategiei de turism și a măsurilor pe termen scurt (din anul 2009 înainte)	C
o O vedere rapidă a datelor turistice relevante la nivel regional (capitolul 2 al acestei strategii ar putea fi folosit ca prim început)	C
o O analiză rapidă a atracțiilor turistice relevante și a spațiilor de cazare la nivel local	M
o Un plan de dezvoltare urban/rural în care măsurile potrivite sunt luate pentru a proteja siturile, mediul, procedurile pentru clădirile noi etc.	M
<i>(iii) Infrastructura</i>	
o Stimularea turismului trebuie să fie unul dintre criteriile pentru stabilirea priorităților privind modernizarea drumurilor regionale.	C
o Stimularea turismului trebuie să fie unul dintre criteriile pentru stabilirea priorităților privind modernizarea drumurilor locale.	M
o Disponibilitatea locurilor de parcare trebuie să fie rezolvată cu o politică de parcare și în strânsă colaborare cu proprietarii privați ai terenului și din județ	M
o Îmbunătățirea disponibilității și calității apei, electricitatea și administrarea apelor uzate	C
o Îmbunătățirea infrastructurii electronice. Implementarea conexiunii	M

la internet în toate spațiile turistice.	
(iv) Informare și comunicare	
o Îmbunătățirea paginii de internet a Județului Hunedoara către o pagină turistică atractivă	C
o Organizarea unui calendar cu evenimente lunare în județ	C
o Furnizarea semnelor de informare la intrarea în județ, intrarea în municipalități și siturile istorice, toate în același stil pentru a prezenta o imagine comună	C
o Furnizarea unui ghid cu informații relevante legat de posibilitățile de cazare cum sunt micile pensiuni din mediul rural.	C
o Organizarea unei platforme pentru birourile turistice locale pentru schimbul de idei, dezvoltarea de produse etc.	C
o Organizarea de birouri turistice la nivel local care să furnizeze informații nu doar legat de oraș ci de asemenea despre regiune	M
o Organizarea unui agent de “booking”-cazare la care disponibilitatea locurilor de cazare poate fi verificată direct, se pot face rezervări și plăți electronice.	M
o Îmbunătățirea paginii de internet pentru fiecare oraș cu referire la potențialul turistic al regiunii și cu link-uri la pagina generală de internet a județului.	M
(v) Educație	
o Organizarea unei facilități educaționale în strânsă colaborare cu municipalitățile și organizațiile private. Exemple ale acestor facilități de pregătire ar putea fi: (i) pregătirea personalului de servire din hoteluri și restaurante, (ii) pregătirea managerilor hotelurilor să facă afaceri pe o piață de turism competitivă, (iii) instruirea ghizilor turistici cum să ofere turiștilor o experiență reală și (iv) instruirea ghizilor montani cum să ofere turiștilor o experiență reală.	C
(vi) Anteprenariat	
o Un program activ să stimuleze anteprenariatul în turism în special axat pe micii întreprinzători	C
o Evitarea măsurilor locale (impozite, licențe) care frustrează dezvoltarea unei noi afaceri. Investitorii și începătorii trebuie să fie stimulați, dat în baza unui plan de urbanism/dezvoltare rurală de dezvoltare.	M

<i>(vii) Restaurare</i>		
o	Coordonarea proiectelor care au o semnificație regională și implică mai multe municipalități	C
o	Asistarea municipalităților privind procedurile complicate de finanțare	C
o	Proiecte de restaurare pentru siturile istorice de pe raza municipalităților	M

2. Hunedoara ca o destinație specială

La al doilea nivel de dezvoltare principalele teme sunt bine dezvoltate și bine cunoscute. Turismul montan este dezvoltat în mod sustenabil, turismul rural este creat cu o rețea de pensiuni și activități speciale iar turismul cultural este la nivel înalt cu niște atracții Romane și Dacice extraordinare. Istoria este vie și vizibilă. Hunedoara este în competiție cu alte atracții turistice din România și Europa Centrală.

Pentru a atinge acest nivel, sunt necesare activități legate de:

- i. Stabilirea unei mărci (brand) a județului și promovarea acesteia;
- ii. Dezvoltarea produselor în concordanță cu standardele internaționale;
- iii. Construirea de instituții de călătorie și turism;
- iv. Îmbunătățirea climatului de investiții.

(i) Stabilirea unei mărci a județului

În timp ce este important să promovăm România la nivel național, există de asemenea un argument puternic ca promovarea la un nivel mai regional va avea rezultate bune. Regiuni cum este „Transilvania” ar putea avea o imagine mult mai pozitivă pentru mulți străini decât ar avea „România”. Autoritățile regionale ar trebui să dezvolte activ imaginile proprii, preferabil în acord cu activitățile naționale pentru a asigura că descoperirea a ceea ce are de oferit România este la nivel maxim⁵.

Din acest punct de vedere județul Hunedoara nu este în mod necesar barometrul corect pentru promovarea internațională. Turiștii nu au granițe și nu sunt interesați în granițele precise ale județelor din partea de Vest a României.

(ii) Dezvoltarea produselor în conformitate cu standardele internaționale

În capitolul 4 am descris un număr de teme turistice în legătură cu situația actuală și potențialul pentru o dezvoltare viitoare:

1. Turismul de Schi și Montan este destul de bine dezvoltat. Există posibilități viitoare pentru modernizarea facilităților de schi și servicii mai bune pentru planificare vacanțelor - drumeție.
2. Turismul cultural și rural este dezvoltat moderat. Posibilități viitoare sunt realizarea de programe și marketing.

3. Turismul de afaceri, sănătate și a 2-a casă sunt slab dezvoltate. Fiecare dintre aceste teme are un anumit potențial pentru o dezvoltare viitoare.
4. Turismul voluntar, turismul de film și turismul industrial nu sunt dezvoltate până la ora actuală. Experiențele din alte părți arată exemple simultane care ar putea atrage noi forme de turism care nu există până la ora actuală.

Pentru a atinge al doilea nivel de dezvoltare este necesar să dezvoltăm unele dintre aceste teme în produse inovative. Mai mult decât atât, dacă călătorie și turism vor fi un succes ca un instrument de dezvoltare, atunci implicarea comunităților locale unde va fi implementat este vitală.

Figura 3. Posibilități de lărgire pentru temele turistice pe teritoriul județului

În figura 3 noi prezentăm unele dintre temele și posibilitățile de cooperare în județ. Cifrele ne arată că posibilitățile pentru o dezvoltare viitoare sunt largi pe teritoriul județului și legat de temele diferite.

În tabelul 7 enumerăm niște exemple de municipalități care ar putea fi implicate în dezvoltarea viitoare a acestor teme. Această listă nu este gândită ca listă extensivă; și alte municipalități ar putea fi adăugate.

Tabel 7. Exemple de posibile municipalități ¹ de implicat în domeniile		
1.	Turism montan	Concentrat în jurul Munților Retezat și a Munților Orăștie
	Schi	Lupeni (Straja)/ Vulcan/ Petroșani/ Râușor/ altele
2.	Cultural (castele, biserici)	Deva/ Hunedoara/ altele
	Istorie Dacică și Romană	Vă sugerăm să acordați atenție suplimentară siturilor Dacice și Romane ca temă specială (a se vedea 5. 3.) împreună cu municipalitățile implicate
	Turismul rural	Toate municipalitățile ar putea fi implicate, în special unele municipalități din Ținutul Pădurenilor și Țara Zarandului.
3.	Turism pentru sănătate	Geoagiu Băi / Călan/ altele
	A doua casă în proprietate /Casa de vacanță	În unele municipalități există exemple privind o a doua casă în proprietate. Sugerăm a se explora această temă în combinație cu turismul rural și reglementările naționale.
	Turism de afaceri	Toate municipalitățile ar putea fi implicate, în special cele ce dețin hoteluri de lux
4.	Turism de cinema	Hunedoara (Corvin)/ Hațeg (Retezat)/altele
	Turism industrial	Vulcan/ Hunedoara/ Brad/ Călan/ altele
	Turism voluntar	Sugerăm explorarea acestei teme în combinație cu turismul rural, montan/ turismul în zone cu faună și floră protejată sau istorie Dacică și Romană

¹ Municipalități (în sens larg) – autorități locale (*nota traducătorului*)

Următorul pas din proces este explorarea dorinței județului, a municipalităților și a firmelor private de a investi în viitoarea dezvoltare. Municipalitățile joacă un rol cheie. Fără a avea dorința uneia sau a mai multor municipalități implicate, dezvoltarea unei teme ar fi mai degrabă inutilă.

(iii) Construirea de instituții de călătorie și turism

Succesul dezvoltării turistice și a călătoriilor în Județul Hunedoara se va baza pe “achiziție la o singură oprire” pentru călătorie și turism, în cadrul căreia clienți interesați pot primi informații și sfaturi privind turismul montan, moșteniri, turismul rural și cel voluntar cât și mecanismele de rezervare fără necesitatea de a vizita factorii implicați din teren.

Instituții bine dezvoltate în turism, cu misiuni bine definite sunt așadar vitale pentru o dezvoltare coordonată și de durată a industriei. Aceste instituții vor căuta de asemenea parteneriate internaționale.

(iv) Îmbunătățirea climatului investițional

Tot la nivelul întâi de dezvoltare am discutat importanța vitală ca nu numai marii investitori să fie interesați de dezvoltarea turismului. La nivel local trebuie ca și persoanele private să fie stimulate în a iniția tot felul de activități conexe. Județul ar putea juca un rol important în construirea unei structuri de susținere a IMM-urilor în regiune pentru a permite județului să beneficieze de avantajele competitive ale acestora în domeniul turismului prin activarea și susținerea resurselor specifice ale acestora.

Pentru societățile străine există anumite stimulente pentru efectuarea de investiții dar birocrăția la nivelul unor departamente ale guvernului frânează considerabil investițiile. Măsuri posibile în acest sens s-ar putea concretiza prin pregătirea unei legi vizând promovarea investițiilor în turism. Printr-o astfel de lege ar putea fi minimalizate procedurile și autorizațiile la nivel local și regional /județean.

Acțiuni de luat la al doilea nivel de dezvoltare (C = județ; M = Municipalitate)	
<i>(i) Stabilirea unei mărci a județului și promovarea acesteia</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Crearea unei imagini a Județului Hunedoara în legătură cu județele vecine. Sau chiar în coaliție cu alte județe / orașe învecinate sau zone Montane PAN. 	C
<ul style="list-style-type: none"> Susținerea imaginii regiunii județului pe site-urile internet locale / județene, prin activități de promovare, etc. 	M
<i>(ii) Dezvoltarea produselor în concordanță cu standardele internaționale</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Inițierea dezvoltării temelor, în strânsă legătură cu municipalitățile implicate 	C
<ul style="list-style-type: none"> Fiecare municipalitate trebuie să ia propriile decizii cu privire la tema în care să 	M

investească	
<i>(iii) Crearea de instituții de călătorie și turism</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Achiziție la o unică oprire pentru pachete de călătorii și turism la nivel județean în strânsă legătură cu organismele private și municipalități 	C
<i>(iv) Îmbunătățirea climatului investițional</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea unei structuri susținătoare pentru IMM-uri la nivel județean 	C
<ul style="list-style-type: none"> Reducerea birocrăției printr-o lege de promovarea a investițiilor în turism 	C

3. Hunedoara ca o unică experiență

În viitor, vor exista unele situri deosebite de vizitat, de făcut și de imaginat despre Județul Hunedoara. Acest lucru este pe larg cunoscut în Europa și în întreaga lume. Poate că vizitatorii nici nu știu că se găsește în Județul Hunedoara dar ei ar veni, deși e mare distanță pentru a trăi o anumită experiență.

Pentru obținerea unei asemenea situații, trebuie deja să existe niște nestemate neprelucrate care să se dezvolte în ceva cu adevărat strălucitor. Suntem convingși că există așa ceva. Pentru a clădi ceva unic trebuie să existe un proces creativ cu artiști, arhitecți, oameni de știință, antreprenori și instituții de învățământ implicate, iar rezultatul final trebuie să fie în conformitate cu propriile valori și istoria județului. Sugerăm următoarele activități:

- i. Investigarea potențialului pentru turism industrial
- ii. Investigarea potențialului pentru industria producătoare de filme
- iii. Dezvăluirea istoriei europene la nivelul Județului Hunedoara

(i) Investigarea potențialului pentru turism industrial

Peste tot în județ, dar mai ales în Hunedoara, Vulcan, Brad și Călan întinse zone fac dovada unei istorii îndelungate a activității miniere, siderurgice și altor activități industriale în România. Mare parte a acestor situri este în ruină și închidere. În orice caz, aceste situri oferă un bun aspect al mărimii și modelului de producție existent în zilele de prosperitate ale Comunismului astfel încât trebuie considerat ca o moștenire culturală pentru istoria industrială a României. Aceste situri oferă totodată oportunități alternative de utilizat în conexiune cu alte teme turistice.

Astfel de exemple sunt construirea de centre de conferință, hoteluri (turism de afaceri), situri pentru realizarea de filmări (turism cinematografic), situri pentru construirea de muzee și expoziții (turism cultural și moștenirea existentă). Un exemplu de inspirație este dezvoltarea complexului Zollverein din vechea zonă industrială Ruhrgebiet din Germania⁶. Trebuie în continuare investigate variante opționale din județul Hunedoara.

(ii) Investigarea potențialului pentru industria producătoare de filme

Se sugerează dezvoltarea unei baze susținătoare pentru realizarea de filme. Nu numai situl cu caracter special al Castelului Corvinilor poate fi casa activităților cinematografice dar și alte zone din județ (situri industriale, naturale).

Un model de organizare și promovare a realizării de filme în Hunedoara este urmarea exemplului din Montana, Stat în Statele Unite ale Americii. Montana are un succes deosebit prin implementarea unui birou de film, care nu numai că creează venit dar plasează Montana în destinațiile turistice de vârf la nivelul întregii planete⁷.

(iii) Dezvăluirea istoriei europene la nivelul Județului Hunedoara

Imaginați-vă că ruinele de la Sarmizegetusa sunt pe larg cunoscute în Europa ca bază a istoriei europene și romane. Adevărata unicitate a locațiilor le plasează la nivelul celor mai interesante experiențe culturale europene din Europa. Pentru maximizarea potențialului arheologic și turistic al capitalelor Dacice și Romane și a siturilor aferente prin deschiderea către experții în arheologie dar și prin includerea lor în rețeaua turistică a moștenirilor Daco / Romane la nivel european. Turiștii vor vedea situri Romane și Dacice bine restaurate și bine pregătite în conformitate cu cunoștințele moderne arheologice privind aceste situri arheologice. Dezvoltarea turismului va fi în conformitate cu experiența turistică prin care vizitatorii pot ' trăi experiența ' de viață din ' vechile ' timpuri.

Acțiuni de implementat	
<ul style="list-style-type: none">Investigarea posibilităților de utilizare a moștenirii industriale împreună cu municipalitățile relevante.	C
<ul style="list-style-type: none">Investigarea potențialului unei industrii producătoare de filme împreună cu municipalitățile relevante implicate	C
<ul style="list-style-type: none">Demararea unui proiect internațional pentru deschiderea istoriei comune europene / romane în Județul Hunedoara.	C

4. Concluzie

În acest capitol am prezentat trei nivele de dezvoltare.

Pentru realizarea primului nivel 'Hunedoara: un județ ospitalier' trebuie să îmbunătățim infrastructura turistică de bază: îmbunătățirea infrastructurii rutiere, a educației, antreprenoriatului și de restaurare. Proiectele trebuie să fie finalizate în următorii câțiva ani.

Rezultatul acestor activități va consta în faptul că Județul Hunedoara va fi vizitat mai ales de români, unguri și italieni. Cifrele de creștere vor putea depăși media prevăzută la nivel național, ducând la dublarea numărului de turiști în 2015.

Pentru realizarea celui de-al doilea nivel 'Hunedoara: o destinație specială' județul trebuie să aibă de oferit ceva cu adevărat special. Pe termen scurt atenția trebuie concentrată pe dezvoltarea de teme vizând standardele internaționale pentru a putea concura cu alte

destinații. Turismul montan este dezvoltat într-o manieră susținută / de durată, turismul rural este creat printr-o rețea de pensiuni și activități speciale. Turismul cultural la un nivel ridicat prin unele atracții deosebite de istorie Romană și Dacă. Pentru atingerea acestui nivel, sunt necesare activități pentru stabilirea unei mărci a județului și promovarea acesteia, crearea de instituții de călătorie și turism, respectiv îmbunătățirea climatului investițional.

Rezultatul acestui nivel va consta în faptul că Județul Hunedoara va fi vizitat de turiști din Europa Centrală și de Sud – Est. Cifrele de creștere vor putea prezenta numere /nivele ridicate. Acești turiști străini vor genera o mai mare valoare adăugată.

Pentru realizarea nivelului ridicat 'Hunedoara: o experiență unică' este necesară investigarea unor idei provocatoare cum ar fi turismul industrial și de film cât și evidențierea unor comori ale istoriei comune europene / romane. Pe termen scurt atenția trebuie concentrată asupra explorării posibilității acestor concepte. Unde se va dovedi necesar va trebui efectuată dezvoltare suplimentară pe termen lung iar implementarea finală se va finaliza în mai mulți ani.

Rezultatul acestui nivel va consta în faptul că Județul Hunedoara va fi vizitat de turiști din întreaga lume. Cifrele de creștere vor putea prezenta numere extraordinar de ridicate. Acești turiști străini vor genera cea mai ridicată valoare adăugată.

Table 8. Rezumatul celor trei nivele de dezvoltare				
	<i>Perspective</i>	<i>Proiecte</i>	<i>Originea turiștilor</i>	<i>Creșterea așteptată</i>
Nivelul 1: ospitalitate	Rezultate pe termen scurt	Informare Infrastructură Educație Restaurare	Majoritate Români, Unguri și Italieni	Anual 10-15%
Nivelul 2: Destinație	Rezultate pe termen mediu	Dezvoltare produs Creare instituții	Europa Centrală și de Sud - Est	Anual 15%-25%
Nivelul 3: Unică experiență	Rezultate pe termen lung	Investigare	Global	Anual > 25%

7. Organizare

Este evident că există numeroase posibilități de dezvoltare în continuare a potențialului turistic din județ. În capitolele anterioare am descris potențialul, direcțiile și acțiunile care trebuie luate în vederea ridicării potențialului turistic din județ.

Pe durata pregătirii strategiei s-a dovedit evident că la întrebarea 'ce' este tot mai ușor de dat răspuns, rezultă dificultăți atunci când trebuie să se dea răspuns la întrebarea 'cum'. În acest

moment, deseori lipsa mijloacelor bugetare este un indiciu al motivului de a nu începe ceva. Oricum, după părerea noastră, lipsa bugetului trebuie să fie principalul motiv de inițiere a dezvoltării pe mai multe planuri. Odată începute unele acțiuni și fondurile vor fi mai ușor de accesat.

Bine înțeles că nu este așa de ușor precum pare la prima vedere. Fără îndoială că un prim pas crucial spre dezvoltare îl reprezintă crearea propriei organizări și începe cu un număr limitat de proiecte. Cum se poate realiza acest lucru este descris în prezentul capitol

1. Principiul Parteneriatului

Parteneriatele sunt cruciale în realizarea de bune proiecte cu rezultate de valori ridicate și totodată tangibile. Acesta este în special cazul sectorului turism. Nici un turist nu utilizează serviciile și produsele unui singur furnizor. Turistul va utiliza drumurile din județ, va dormi la hotelurile investitorilor, va consuma mâncare în diferite restaurante, al proprietarilor privați, va vizita siturile și satele din județ și va achiziționa obiecte artizanale direct de la atelierele meșteșugarilor. Toate acestea se adaugă experienței în turism a turistului.

Un turist se va simți cu atât mai mult acasă cu cât va simți că zona în care el se găsește pe moment are organizată infrastructura sa, serviciile și produsele sale, de o manieră coerentă. Acest mod de organizare va face lucrurile mai ușoare și mai simple pentru turist. Acest simțământ trebuie să ghideze proiectele în conformitate cu prezenta strategie.

În scopul creării acestui sentiment, este necesar ca oamenii, organizațiile și acționarii din proiecte să devină conștienți de dezvoltarea județului la diverse nivele. Mai important este că ei trebuie să realizeze că prin cooperare, nu prin competiție unii față de alții, se va ajunge eventual la o infrastructură turistică mult mai coerentă și care va duce la mai mulți turiști și mai multă valoare adăugată în județ. Așadar, principiul parteneriatului trebuie să fie un element central în dezvoltarea propunerilor de proiecte.

Partenerii ce creează parteneriatul pentru furnizarea strategiei în turism în Județul Hunedoara sunt:

- Consiliul Județean Hunedoara
- Municipality din județ
- Instituția Prefectului
- Camerele de Comerț
- Hotelurile mari (> 30 paturi /locuri de cazare)
- Hotelurile mai mici (< 30 paturi /locuri de cazare)
- Pensiuni
- Restaurante
- Situri culturale și activități
- Agenția de Dezvoltare Regională
- Investitori

Considerăm că unii dintre parteneri nu s-au organizat încă în organizații reprezentative. Oricum un început trebuie realizat pentru inițierea pro-activă în dezvoltarea propunerilor de proiecte și o selectare a acestor parteneri.

În mod ideal, o unitate sau organizație se va crea printr-o selectare a acestor parteneri care va acționa ca și comunicare centrală și punct de acțiune în viitoarea organizare a parteneriatului cât și coordonarea diverselor proiecte ce face parte din programul de dezvoltare în turism.

După opinia noastră este esențial ca următorii parteneri să fie parte a unității organizaționale: coordonatorul pe turism al județului, departamentul integrării europene a județului, agenția de dezvoltare regională și municipalitățile puternic implicate în turism (Deva, Hunedoara, Petroșani, Orăștie, Hațeg, Brad, altele).

Schema organizațională va trebui să fie coordonatorul *'the spider in the web (păianjenul din rețea)'* privind chestiunile legate de turism la nivel județean . acesta va trebui să furnizeze tuturor partenerilor următoarele:

- Informații esențiale privind noi idei de proiecte și derularea /implementarea celor existente;
- Coordonarea proiectelor în care județul este un partener activ;
- Coordonarea cercetărilor/investigațiilor privind noi investiții;
- Înaintarea de propuneri privind îmbunătățirea legislației;
- Colectarea /Înregistrarea de idei și reclamații;
- Realizarea unui sistem de monitorizare pentru turismul din județ.

2. Finanțarea parteneriatului

Așa cum s-a menționat în paragraful 3. 3, există numeroase resurse disponibile la nivel european și național pentru cofinanțarea ideilor de proiecte în turism. Problema accesării acestor fonduri este deseori legată de chestiuni de organizare și nu de conținut. Pentru accesarea de fonduri la nivel European din fondurile structurale este util să existe o astfel de organizare care să susțină dezvoltarea aplicațiilor. De asemenea, pentru a crește șansele de aprobare a fondurilor europene, trebuie demonstrat impactul regional. În ambele cazuri, acționând prin parteneriate se măresc șansele de accesare a fondurilor UE.

Programele operaționale se deschid cererilor de ofertă. Propunerile legate de turism trebuie să se dezvolte din structurile de parteneriate, crescând calitatea și șansele de aprobare.

Investitorii privați vor vedea mai multe șanse recuperării investiției atunci când investiția lor este parte a programului susținut de un parteneriat larg constând din parteneri publici și privați. Vor fi atrași mai mulți investitori în cazul în care investițiile publice ale programului sunt finanțate din fonduri europene. Crearea de parteneriate va crește șansele de finanțare, creând un efect dublu și reciproc de aplicare.

3. Un număr limitat de proiecte

Așa după cum s-a explicat în acest capitol, este important să se înceapă cu un număr limitat de proiecte de dezvoltat în viitor. În capitolele precedente noi am descris potențialul,

direcțiile și acțiunile ce trebuie realizate în vederea creșterii potențialului turistic în județ. Sugerăm analiza priorităților și combinarea acestor activități pe următoarele șase proiecte:

1. Îmbunătățirea informațiilor adresate turiștilor
2. Educarea angajaților în domeniul turismului
3. Stimularea creării de parteneriate
4. Dezvoltarea temelor turistice
5. Dezvăluirea istoriei europene
6. Investigarea moștenirii industriale

Înainte de dezvoltarea acestor proiecte trebuie cunoscute tendințele generale descrise la începutul acestei strategii. În vederea adoptării măsurilor unei politici corecte, trebuie anticipate viitoarele cerințe ale acestor clienți. Actualmente turismul este pe cale să cunoască o nouă etapă. De aceea pentru stimularea acestui sector economic trebuie găsite valorile acestei noi etape.

Puterea crescândă a consumatorilor actuali este foarte bine exprimată în turism de către numeroase portaluri virtuale pentru care destinațiile și prețurile sunt evaluate și comparate, se fac schimburi de case și experiențe de viață, iar experiențele diseminate. Turistul este un consumator critic. În sectoarele mai industrializate există o practică comună de a testa noile produse pro-active cu un grup de clienți de același nivel înainte ca respectivul produs să intre pe piață. .

Dezvoltările în economia turismului merg în aceeași direcție. Pentru a avea succes la prezentarea unui nou produs în turism este nevoie de o abordare în care turistul să fie foarte activ implicat.

Concluzii

1. Parteneriatele sunt cruciale în realizarea de proiecte bune cu rezultate tangibile și valoare ridicată. Acesta este cazul sectorului turistic în particular (6. 1).
2. Sugestiile au menirea de a crea o unitate organizațională, membrii sunt propuși iar sarcinile/misiunile descrise (6. 1).
3. Organizarea de parteneriate dezvoltă posibilitățile de finanțare a proiectelor și atragerea de investiții (6. 2).
4. Pentru începerea implementării strategiei se propun șase proiecte (6. 3).
5. Este necesară o implicare activă a turistului pentru crearea unui produs de succes (6. 3).

A1. Îmbunătățirea informațiilor adresate turistului	
Lider de proiect potențial	Consiliul Județean Hunedoara
Posibili parteneri:	Municipalități
Obiective ale proiectului	
Obiective	Asigurarea furnizării de informații coerente către turiști cu privire la posibilitățile pentru turism în Județul Hunedoara. Sisteme asigurând mai bune informații vor îmbunătăți și atragerea investitorului pentru afaceri.
Referințe privind strategia	Obiectivul pe termen scurt al strategiei la primul nivel de dezvoltare (capitolul 5.1.). Acționând direct, rezultate vizibile vor îmbunătăți imediat cunoașterea turismului în Hunedoara.
Durata proiectului	6 luni, începând din primăvară, cu unele prime rezultate înainte de începutul sezonului de iarnă
Abordarea proiectului	
Intrări	Date disponibile din partea acționarilor publici și privați. Structură a personalului din funcționari publici
Ieșiri	<ul style="list-style-type: none"> • Panou cu informații coerente la intrarea în județ (nu din oțel ci din lemn ecologic) • Semnalizare coerentă pe drum prin utilizarea de semne din lemn. • Sistem coerent de rezervare (on-line) la nivel județean în care mai multe aranjamente pot fi realizate într-o singură locație • Îmbunătățirea portalului Internet pentru Județul Hunedoara în vederea realizării unui portal atractiv pentru turist • Organizarea unui calendar cu evenimentele lunare în județ • Asigurarea unui ghid cu informații relevante cu privire la posibilitățile de cazare în pensiuni mici din zona rurală. • Îmbunătățirea portalului Internet pentru fiecare oraș ce vizează turismul în regiune cu legături internet către portalurile turistice generale din țară.
Rezultate	Clienți potențiali mai bine informați. Aceasta va crește cu adevărat numărul de turiști
Finanțe /Buget	
Buget indicativ	200. 000 Euro
Surse de finanțare:	Program Operațional Regional POR, Axa prioritară 5. 3. Contribuții din partea municipalităților participante
Referințe privind fonduri structurale	<p>Dezvoltarea Resurselor Umane POS (Program Operațional Sectorial): Axa Prioritară 3: Întărirea adaptabilității muncitorilor și întreprinderilor</p> <p>Pentru incubatoare, susținerea consultanței, integrarea în rețele de furnizare, se va face referire la:</p> <p>POR, Axa prioritară 4: întărirea mediului de afaceri local și regional privind mediul înconjurător: dezvoltarea structurilor de suport durabil de</p>

	<p>importanță regională și locale</p> <p>POS, Creșterea Competitivității Economice, Axa prioritară 1; Un sistem productiv inovator și eco-eficient (pentru firme > 9 persoane, micro firme sub ROP)</p>
--	--

A2. Educarea angajaților din domeniul turistic	
Lider de proiect potențial	Consiliul Județean Hunedoara (coordonator)
Posibili parteneri:	Participarea comună a firmelor mari și mijlocii din județ și municipalitățile
Obiective ale proiectului	
Obiective	Pregătire și suport pentru firme și angajați cu scopul de a promova adaptabilitatea, ospitalitatea și spiritul antreprenorial. Îmbunătățirea suportului existent de servicii turistice și produse prin programe de perfecționare pentru angajatori și angajați în județ.
Referințe privind strategia	Educația este unul din aspectele vitale pentru a construi o infrastructură de bază pentru primul nivel de dezvoltare (capitolul 5.1.)
Durata proiectului	2 ani
Abordarea proiectului	
Intrări	Instrucții în combinație cu personaje model care lucrează în acest domeniu.
Ieșiri	Facilități în educație în strânsă cooperare cu municipalitățile și organizațiile private. Exemple ale acestor facilități de pregătire pot fi (i) pregătirea personalului de serviciu din hoteluri și restaurante, (ii) învățarea managerilor de hoteluri cum să facă afaceri pe o piață a turismului competitivă, (iii) pregătirea ghizilor turistici cum să ofere turiștilor o experiență reală (iv) pregătirea ghizilor montani cum să ofere turiștilor o experiență reală.
Rezultate	Clienți mulțumiți, standarde de calitate în cazare și restaurante de nivel înalt
Finanțe /Buget	
Buget indicativ	100. 000 Euro
Surse de finanțare:	Programe operaționale. Contribuții parțiale private
Referințe privind fonduri structurale	<p>Dezvoltarea Resurselor Umane POS: Axa prioritară 3: Întărirea adaptabilității muncitorilor și întreprinderilor</p> <p>Pentru incubatoare, susținerea consultanței, integrarea în rețele de furnizare, se va face referire la:</p> <p>POR, axa prioritară 4: Întărirea mediului de afaceri local și regional privind mediul înconjurător: dezvoltarea structurilor de suport durabil</p>

	de importanță regională și locală POS, Creșterea Competitivității Economice, Axa prioritară 1; Un sistem productiv inovator și eco-eficient (pentru firme > 9 persoane, micro firme sub POR)
--	---

A3. Stimularea antreprenoriatelor	
Lider de proiect potențial	Camerele de Comerț
Posibili parteneri:	Cu suport public din partea municipalităților și județului
Obiective ale proiectului	
Obiective	Crearea de multe și mai bune locuri de muncă în domeniul turismului. Construirea unei structuri suport pentru IMM în regiune, pentru ca regiunea să fie capabilă să beneficieze din avantajele competitive din turism prin activarea și sprijinirea resurselor specifice regiunii. Îmbunătățirea rețelei și relațiilor de cooperare între firme, consolidarea lanțului de valori din domeniul turismului.
Referințe privind strategia	Aceasta este o parte din primul nivel de dezvoltare care construiește o infrastructură de bază (capitolul 5.1.). Pe termen lung este vital să îmbunătățim climatul investițiilor într-un mod mai structural (capitolul 5.2.). Acest proiect dorește să crească nivelul serviciilor, numărul și calitatea serviciilor turistice, în special cele legate de teme turismului. Antreprenorilor noi și existenți le va fi oferit sprijinul pentru dezvoltarea produselor și serviciilor în conformitate cu teme turismului.
Durata proiectului	2 ani
Abordarea proiectului	
Intrări	Experți economici, avocați, taxarea, reglementări și funcționari publici în combinație cu personaje model care lucrează în domeniul respectiv.
Ieșiri	<ul style="list-style-type: none"> • Achiziții de servicii de consultanță în domeniul planului de dezvoltare a afacerii, produse/ dezvoltarea serviciilor strategice, suport managerial HR • Birou suport pentru dezvoltarea turismului • Referință la programele de pregătire (vezi propunerea de proiect 2)
Rezultate	Cultura antreprenorială a turismului în județ
Finanțe /Buget	
Buget indicativ	100. 000 Euro
Surse de finanțare:	Programe operaționale, suport public

Referințe privind fonduri structurale	<p>POR, axa prioritară 4: întărirea mediului de afaceri local și regional privind mediul înconjurător: dezvoltarea structurilor de suport durabil de importanță regională și locală</p> <p>POS, Creșterea Competitivității Economice, axa prioritară 1; Un sistem productiv inovator și eco-eficient (pentru firme > 9 persoane, micro firme sub POR)</p> <p>Pentru pregătire și măsuri promoționale, referitor la</p> <p>Dezvoltarea Resurselor Umane POS: axa prioritară 3: Întărirea adaptabilității muncitorilor și întreprinderilor</p>
---------------------------------------	---

A4. Dezvoltarea temelor turismului (TT)	
Lider de proiect potențial	Departamentul de Turism al Județului Hunedoara
Parteneri potențiali ai proiectului	Municipii ale județului care sunt parteneri în dezvoltarea viitoare a temelor turismului (TT), montană, culturală, rurală și industrială.
Obiectivele proiectului	
obiective	Punerea profilului județului Hunedoara ca un județ turistic pe piață.
Referință la strategie	Este un produs care vine în urma strategiei, și care țintește exploatarea rezultatelor strategiei. Acest lucru va fi făcut prin dezvoltarea unui inventar al județului cât mai cuprinzător, analiză și dezvoltarea accesului la bunurile turistice, puncte de vedere, antreprenori și servicii legate pentru valorificarea temelor acestei strategii.
Durata proiectului	Cca. 1 an: 2008-2009
Abordarea proiectului	
Intrare	Personal contractual din județ și funcționari din cadrul departamentelor de turism, împreună cu diferiți funcționari din alte arii politice, cum ar fi infrastructura, lucrările publice și dezvoltarea economică. Fiecare participant furnizează informații pentru a garanta o abordare integrată a județului. În afară de aceasta, un buget în bani lichizi este necesar pentru o expertiză la nivel TT, un program de pregătire TT și organizarea de seminarii privind dezvoltarea TT.
Ieșire	Seminarii, programe de pregătire TT privind ospitalitatea, subiecte ca modul de îmbunătățire a promovării gastronomiei, cum ar fi Țuica (băutură locală), și Virșli (cârnăciori locali), cum să îmbunătățim nivelul de servicii, cum să colaborăm la nivel județean pentru a mulțumi (a păstra) turiștii în județul nostru. Produse inedite care sunt capabile să concureze pe piețele internaționale.

	Un posibil exemplu poate fi legat de dezvoltarea viitoare a băilor termale de la Geoagiu-Băi în contextul unei teme culturale. Restaurarea lor și transformarea într-o baie clasică Romană.
Rezultate	O platformă de serviciu turistic mai bine pregătită și conectată în județ, luând în considerare măsuri speciale și planuri locale, planificarea spațiului și alte cerințe ale diferitelor niveluri ale județului. (municipii, orașe și comune)
Finanțe	
Buget indicativ	100. 000 Euro – 250. 000 Euro (depinde de numărul temelor care vor fi elaborate)
Surse de finanțare:	Co-finanțare cu parteneri, Programul Operațional Regional Operațional, Operațional
Referință la fondurile structurale	<p>Programul Regional Operațional, prioritate axele 5. 1, 5. 2 și 5. 3 (cererile sunt deschise acum). Prioritate Axa 5. 3. va fi deschisă în curând).</p> <p>Acțiunile noastre comune prin diferiți actori ai județului vor avea o bună șansă pentru aprobare sub POR de vreme ce impactul regional va fi ridicat și mai structural din cauza suportului acordat și a unei rețele extinse.</p> <p>Cooperarea viitoare poate fi un proiect sub axa 5. 3 ca o nouă metodă de promovare și materiale promoționale diverse pentru crearea unei imagini reale și complexe a turismului.</p>

A5. Dezvăluirea Istoriei Europene	
Lider de proiect potențial	Departamente ale Consiliului Județean Hunedoara
Parteneri potențiali	Regiunea franceză Cote d'Or, Instituții Arheologice, Universități, alte situri Romane din sud-estul Europei
Obiectivele proiectului	
Obiective	Restaurarea și susținerea valorificării moștenirii culturale și modernizarea infrastructurii corespunzătoare. Pentru a mări potențialul arheologic și al turismului în capitalele Romane și Dacice trebuie să le prezentăm experților arheologi pentru a putea face parte din rețeaua de moștenire europeană dacică și romană pentru turism. Inițiativa de conservare culturală trebuie să fie în concordanță cu o planificare teritorială de conservare (și unde este posibil) prin restaurarea centrelor istorice din cadrul orașelor participante, menținerea stilurilor arhitecturii tradiționale și conservarea orașelor istorice.
Referință la strategie	Turismul cultural este unul din cei trei piloni ai strategiei și reprezintă una dintre cele mai ridicate valori pentru activitățile de turism la nivel național (sursa POR). Dezvoltarea susținută a siturilor Dacice și Romane este esențială atât pentru strategie cât și pentru potențialul European al proiectelor corespunzătoare, cum ar fi dezvoltarea cunoștințelor, schimburile de străini, identitatea Europeană etc.

Durata proiectului	6 ani (2008 – 2013) În 2008 prima fază a proiectului va fi să dezvoltăm fezabilitatea acestui proiect.
Abordarea proiectului	
Intrare	Cooperarea între diferite autorități ale județului, municipalități care dețin terenuri, proprietari privați, antreprenori, experți arheologi, promotori ai turismului cultural. Implicarea financiară poate fi stabilită printr-o organizație de Cooperare Publică-Privată
Ieșire	Buna restaurare a siturilor Romane și Dacice, buna pregătire a cunoașterii artei în concordanță cu statutul arheologic al siturilor. Dezvoltarea turismului va fi în concordanță cu experiența turismului unde vizitatorii pot trăi experiențe despre cum a fost în zilele de demult.
Rezultate	Situl de la Sarmizegetusa este binecunoscut în Europa ca baza istoriei europene. Unicitatea locației cetății o desemnează ca fiind una dintre cele mai extraordinare experiențe culturale în Europa.
Finanțe	
Buget indicativ	10 – 20 milioane euro. Prima fază va fi aproximativ 100.000 Euro
Surse de finanțare:	POR, axa 5.1., (cetățile Dacice sunt menționate în POR) Al 7-lea Program Cadru, Program cultural, Interreg
Referință la fondurile structurale	POR 5. 1.

A6. Investigarea moștenirii industriale

Lider de proiect potențial	Departamente ale Consiliului Județean
Parteneri potențiali:	Municipiile Călan, Hunedoara, Brad, Petroșani, etc.
Obiectivele proiectului	
Obiective	Pentru a cerceta posibilitatea de a transforma siturile industriale istorice vechi din județ, într-un sit industrial multi – funcțional, unde istoria națională de mine este strâns legată de noile înțelegeri ale experiențelor din economie. Reutilizarea siturilor industriale este o prioritate în Programul Operațional Regional. Acest proiect va conecta rețeaua acestor situri cu sectorul turismului viitor. Vor fi studiate diferite opțiuni pentru a conecta aceste situri; muzee deschise, expoziții, experiențe, locuri pentru noi afaceri, hoteluri, centre de conferințe, locații pentru filmări de filme, etc.
Referință la strategie	Focus pe unicitatea județului, aceasta face ca județul Hunedoara să fie special și unic. Oricum trebuie să fie îmbunătățită semnificativ.
Durata proiectului	Faza de fezabilitate: 6 luni
Abordarea proiectului	

Intrare	Studiu tehnic făcut de experți pentru siturile industriale principale din județ. Acesta trebuie să fie coordonat de județ cu suport financiar din partea municipalităților cu cele mai importante situri industriale.
Ieșire	Un studiu de fezabilitate cu indicații clare privind bugetul necesar, investitorii interesați, legat de strategia turismului pentru întregul județ. Minele de pretutindeni, Minele de cărbune (valea Jiului) și de fier (din Hunedoara), vechile conectări ale căilor ferate industriale sunt încă deschise, mașinile cu aburi.
Rezultate	Hunedoara este cunoscută ca un muzeu deschis unde moștenirea industrială din România este bine prezentată
Finanțe	
Buget indicativ	40. 000 – 60. 000 Euro
Surse de finanțare:	Buget public, Suport UE de la POR, axa 4
Referință la fondurile structurale	POR, axa de prioritate 4: sprijinirea mediului de afaceri local și regional în privința mediului înconjurător: reabilitarea locurilor industriale poluate neutilizate și pregătirea de noi activități