



**Ministerul Educației, Culturii și
Cercetării al Republicii Moldova**

**Ministry of Education, Culture and
Research of the Republic of Moldova**

Academia de Studii Economice din Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM



Moldova, 2005, Chișinău, str. Petru Rareș 18 tel.:(37322) 40-27-19 tel./fax: 40-27-91

URL: www.cnc.ase.md e-mail:cnc.uf.ase@gmail.com

SUPPORT DE CURS

S.08.A.033 Agroturismul

Specialitatea: 101510 Turism

A elaborat

Gonța Aliona, profesoară de discipline economice,

Colegiul Național de Comerț al ASEM

Chișinău, 2020

Cuprinsul

Introducere	3
Unitatea de conținut I. Aspecte de bază privind agroturismul	
1.1. Definierea, necesitatea și scopul agroturismului.....	3
1.2. Interferențe între turism rural și agroturism.....	4
1.3. Conținutul activităților în agroturism.....	8
Unitatea de conținut II. Analiza comparativă a sectorului agroturistic din diferite țări	
2.1. Agroturismul pe plan mondial.....	11
2.2. Agroturismul în țările europene.....	13
2.3. Agroturismul în România.....	22
2.4. Agroturismul în Republica Moldova.....	24
Unitatea de conținut III. Formele și particularitățile agroturismului	
3.1. Formele și particularitățile agroturismului.....	26
3.2. Factorii care influențează circulația turistică în mediul rural.....	29
3.3. Tipuri de gospodării cu destinație agroturistică.....	31
Unitatea de conținut IV. Pensiunea agroturistică-factor generator în dezvoltarea agroturismului	
4.1. Definierea, caracteristica și clasificarea pensiunilor turistice.....	32
4.2. Norme metodologice privind atribuirea gradului de confort al pensiunilor.....	33
4.3. Obiectul de activitate al pensiunilor.....	36
Unitatea de conținut V. Specificul activității pensiunilor turistice în Republica Moldova	
5.1. Acte și legi normative ce reglementează activitatea pensiunii turistice în Republica Moldova.....	38
5.2. Acte necesare în procesul de gestionare a pensiunii.....	40
5.3. Lista de pensiuni din Republica Moldova. Amenajarea unei pensiuni agroturistice. (amenajarea interioară și exterioară).....	42
5.4. Descrierea unei pensiuni agroturistice din Republica Moldova.....	47
Unitatea de conținut VI. Potențialul agroturistic al unei zone	
6.1. Noțiunea de potențial agroturistic și exemple în diferite colțuri ale lumii.....	48
6.2. Resursele turistice naturale și antropice turistice care stimulează apariția și dezvoltarea agroturismului.....	49
6.3. Tipurile satelor turistice și vocația acestor localități rurale.....	51
6.4. Descrierea unui sat turistic din Republica Moldova cu potențial în agroturism.....	53
Unitatea de conținut VII. Strategii de promovare în activitatea de agroturism	
7.1. Rolul și importanța promovării produsului agroturistic.....	55
7.2. Tehnici și mijloace de promovare ale serviciilor turistice din spațiul rural.....	56
7.3. Căi și instrumente de eficientizare a promovării agroturismului.....	58
Bibliografie	60

Introducere

Practicarea agroturismului s-a extins din ce în ce mai mult în a doua jumătate a secolului al XX-lea, în aproape tot continentul european. O vacanță la țară a intrat în obișnuința iubitorilor de aer curat, natură, spații pur ecologice. Căutarea mediului rural, pentru odihnă și recreere este o tendință generală în practica mondială a turismului actual. De aceea, regiunile rurale ale Europei înscriu turismul, rând pe rând, în cadrul politicilor de dezvoltare locală pe viitor.

Turismul integrat în zonele și localitățile rurale reprezintă o alternativă de a rezolva, în același timp, probleme ce privesc, pe de o parte, satul, iar pe de altă parte orașul. Prin agroturism se vor putea rezolva probleme ale politicii amenajării teritoriului, ale echilibrului oraș-sat, conturându-se astfel o schimbare socială ce oferă posibilitatea populației de la oraș să-și regăsească rădăcinile, valorile culturale, relaxarea fizică, liniștea și calmul pierdute sau uitate.

În țările Uniunii Europene, agroturismul nu este un fenomen nou. De-a lungul timpului, pentru majoritatea țărilor U.E.: timpul însemnând câteva decenii, cazarea turiștilor s-a practicat de o manieră mai mult sau mai puțin spontană ori organizată.

Noul în acest domeniu se manifestă prin expansiunea fenomenului turistic în spațiul rural. Această expansiune se explică, pe de o parte, prin relansarea dezvoltării regiunilor rurale și, pe de altă parte, prin diversificarea formelor de practicare a turismului de masă. De aceea, țările U.E. înscriu turismul în cadrul politicilor de dezvoltare locală pe viitor, sub denumirea specifică de turism rural.

Intrat în obișnuința vacanțelor multora dintre turiștii lumii, agroturismul nu mai este o noutate. Pentru marea majoritate a locuitorilor Europei, celor două Americi, Noii Zeelande, Australiei, vacanțele la țară sunt preferate din ce în ce mai mult, atât de turiști cât și de prestatori (amfitrioni/proprietari ori angajați ai acestora). Activitatea s-a dovedit a fi rentabilă, mai ales ca urmare a schimbării preferințelor și obișnuințelor turiștilor către turismul individual, în dauna turismului de masă.

Pe de altă parte, migrarea către oraș, modernizarea muncii în sectorul agricol, schimbările provocate de creșterea concurenței în lumea rurală prin lărgirea pieței libere comunitare, au o contrapondere în agroturismul. Activitățile din sfera turismului pot relansa economic satele, dacă atitudinea binevoitoare a locuitorilor acestora, de a primi și accepta în mijlocul lor valul risipitorilor și pretențioșilor oaspeți, este receptată favorabil.

I. Aspecte de bază privind agroturismul

1.1. Definirea, necesitatea și scopul agroturismului.

1.2. Interferențe între turism rural și agroturismul.

1.3. Conținutul activităților în agroturism.

1.1. Definirea, necesitatea și scopul agroturismului.

În ceea ce privește definirea agroturismului, ea are la bază necesitatea găsirii de soluții pentru gospodăriile rurale, în sensul creșterii veniturilor prin valorificarea potențialului economic al acestora, dezvoltând serviciile de găzduire și de valorificare a produselor proprii și locale.

De la această necesitate fundamentală se pot formula diferite concepte sau definiții derivate care să caracterizeze agroturismul pe segmente specializate.

Din punct de vedere al spațiului de cazare (al asigurării bazei materiale), agroturismul poate fi definit ca o activitate capabilă să valorifice excedentul de cazare existent în gospodăria țărănească, pregătit și amenajat special pentru primirea de oaspeți.

Din punct de vedere al activităților care gravitează în jurul gospodăriei țărănești, agroturismul poate fi definit ca un ansamblu de bunuri și servicii oferite de gospodăria țărănească spre consumul persoanelor care, pentru o anumită perioadă determinată, vin în mediul rural pentru relaxare, odihnă, agrement, cure terapeutice, tranzacții sau afaceri, precum și multe alte activități specifice.

Din punct de vedere al divertismentului, agroturismul este o formă de turism cu multă varietate și unicitate în realizarea serviciilor ce se oferă oamenilor care iubesc natura, cultura și arta țărănească.

Agroturismul reprezintă o formă particulară de turism rural cu un grad de complexitate mai ridicat, cuprinzând atât *activitatea turistică propriu-zisă* (cazare, pensiune, prestări de servicii, sport, distracție etc.), cât și *activitatea economică*, de regulă *agricolă* practică de gazdele turiștilor (activități de producție, de prelucrare a produselor agricole în gospodărie și de comercializare a acestora).

Agroturismul este o componentă a *turismului*, în general și a *turismului rural*, în special și **prezintă în principal următoarele caracteristici:**

- ✓ prezintă un grad de complexitate ridicat;
- ✓ reprezintă o activitate economică ce valorifică excedentul de spații de cazare existent în gospodăria țărănească;
- ✓ oferă servicii turistice (cazare, pensiune, agrement);
- ✓ proprietarul desfășoară, în paralel și activități cu profil agricol (cultivarea plantelor, creșterea animalelor etc.);
- ✓ turiștilor li se oferă posibilitatea, în scop de recreere, să participe la activitățile gospodăriei (uscatul fânului, culegerea fructelor, mulsul vacilor, pescuit, prelucratul produselor agricole, prepararea hranei);
- ✓ are o durată determinată de timp (vacanțe de vară sau iarnă, weekend);
- ✓ are scopuri diferite: recreere, inițiere în arta meșteșugurilor tradiționale, studii și documentare;
- ✓ de regulă, reprezintă o activitate secundară, activitatea agricolă în gospodăria proprie rămânând principala ocupație și sursă de venit;
- ✓ constituie un mijloc de valorificare integrală a spațiului rural cu potențialul său natural, agricol, economic, turistic, cultural, socio-uman;
- ✓ contribuie la dezvoltarea durabilă a spațiului rural, prin:
 - ❖ menținerea echilibrului ecologic;
 - ❖ folosirea durabilă a resurselor turistice;
 - ❖ menținerea diversității naturale, culturale, etnografice, sociale etc,
 - ❖ favorizează dezvoltarea infrastructurii de comunicații, edilitare etc;
 - ❖ favorizează dezvoltarea economică a localităților rurale;
- ✓ turistul beneficiază de un mediu nepoluat, ecologic;
- ✓ turistul are acces la atracții turistice naturale, lipsite de factori de stres; ambianța întâlnită de turist este familială, cu un puternic caracter ospitalier;
- ✓ permite realizarea unui turism adecvat diferitelor categorii de vârstă sau statut social: *persoane de vârstă a treia, persoane cu dizabilități, familii cu copii mici; tineri căsătoriți* etc.
- ✓ turistul are acces la meniuri tradiționale de sărbători, specifice diferitelor zone geografice;
- ✓ agroturismul se realizează în strânsă corelație cu economia locală, existând o strânsă corelație în special cu ramurile agricole.

1.2. Interferențe între turism rural și agroturismul.

Turismul rural este o activitate economică complexă, cu o largă sferă de cuprindere, care pune în evidență, printr-un mecanism propriu, circulația turistică rurală. Căutarea mediului rural pentru odihnă și recreere este o tendință generală în practica mondială a turismului. Venind în întâmpinarea acestei tendințe, numeroase organizații de turism, lucrative sau obștești, din diverse țări europene se preocupă, de mai mulți ani, de organizarea și instituționalizarea turismului în spațiul rural.

Astfel, în țările cu un grad ridicat de urbanizare și industrializare a apărut necesitatea de a recrea sau crea ambianțul rustic-rural sub multiple forme: **sate de vacanță, ferme de vacanță, sate club pentru tineret, stațiuni rurale de odihnă, precum și satul turistic** care, în ultimii ani, deține un loc prioritar.

Fiind un fenomen socio-economic nou în evoluția turismului, preocupările de a defini turismul rural sunt sporadice și pot fi întâlnite în literatura de specialitate diferite definiții conform unor orientări de moment a specialiștilor.

Astfel, după unele abordări psihologice, turismul rural este definit ca *o formă particulară de turism, ca un domeniu și o artă a primirii turistului și a unui comportament ce diferă de alte forme de turism*. Putem aprecia că turismul rural este o stare de spirit specifică locuitorilor rurali, care implică foarte mult respect față de oaspeți. Ca urmare, turistul nu este un anonim, ci un oaspete de seamă, un prieten al familiei, care revine

mereu cu plăcere la pensiune. Ca atare, se poate observa o mare diversitate a schimbului de impresii între turiști și gazdă, cultivându-se continuu relații care duc în cele din urmă la intensificarea fluxului turistic din zonă.

Privit prin prisma abordării sociologice, turismul rural, poate fi definit ca **o activitate specifică mediului rural, în care turiștii descoperă viața la țară, gospoăria proprietarului, mediul rural cu tradițiile și obiceiurile sale**. Din acest motiv se impune ca turismul rural să rămână un produs al societății rurale, respectiv amenajarea spațiului rural, implementarea echipamentelor de recreere și odihnă. Este necesar să fie o contribuție a întregii societăți rurale, având grijă să se păstreze originalitatea mediului rural. În acest fel se produce inserția turistului, dornic de a se integra unui mod de viață autentic, inedit, în societatea rurală.

Din punct de vedere al abordării geografice, turismul rural este apreciat în raport cu existența spațiului rural corespunzător, respectiv, turismul rural se manifestă în spațiul rural indiferent de caracteristicile fizico-geografice și demografice ale spațiului rural.

Dezvoltarea turismului rural apare ca o consecință a restrângerii mediului natural în condițiile urbanizării planetei, a poluării, a aglomerației umane, a stresului fizic și psihic specifice unei existențe moderne. Astfel, turismul rural poate fi considerat ca o terapie necesară pentru relaxarea și „reîncărcarea bateriilor” omului modern, într-un spațiu adecvat și plăcut și la un preț rezonabil.

Practicarea turismului rural presupune existența următoarelor elemente:

- **existența unui spațiu rural bogat în tradiții cu un mediu natural deosebit;**
- **oamenii interesați să practice o astfel de activitate;**
- **serviciile oferite de acești oameni: cazare și masă;**
- **existența unei baze materiale (care implică mijloace de transport și căi de acces) și a unui cadru legislativ adecvat, care să impulsioneze oamenii în vederea practicării unei astfel de activități.**

În ansamblul economiei locale, *turismul rural* se definește ca fiind **”o formă de valorificare turistică a spațiilor rurale prin exploatarea resurselor naturale, a valorilor și tradițiilor culturale și istorice, a produselor agricole, a produselor de marcă cu identitate regională, și specific etnografic și cultural, menite să acopere nevoile consumatorilor în materie de primire, alimentație, activități recreative, divertisment și diverse servicii”**.

Turismul rural, în ansamblul său include o paletă largă de modalități de cazare, de activități, evenimente, festivități, sporturi și distracții, toate desfășurându-se într-un mediu tipic rural.

Agroturismul este un concept care cuprinde activitatea turistică organizată și condusă de populația locală și care are la bază o strânsă legătură cu mediul ambiant natural și uman.

Această definiție de ordin general și care poate fi doar parțial acceptată pune în evidență agroturismul față de activitatea turistică tradițională, în care în mod constant, turiștii exclud orice relații semnificative cu populația.

Turismul rural este privit, în general, ca un ansamblu de o largă varietate de activități, evenimente, servicii de cazare, alimentație publică și agrement, dezvoltate într-un spațiu caracterizat drept rural.

Totuși, când este vorba de a defini exact turismul rural, apar o serie de probleme.

Conform unei definiții, **„turismul rural este un concept care include toate activitățile turistice din zonele rurale”**. Această definiție pare a fi unanim acceptată și necontestată. Se pune mereu întrebarea: ce se înțelege prin „zone rurale”. În unele țări din Europa, cum ar fi Germania, Olanda, Belgia, Luxemburg și Franța, termenul de zonă rurală reprezintă zone diferite de orașe, zone de litoral sau zone montane. În Italia, de exemplu, termenul de zonă rurală se referă la zone care nu sunt nici urbane, nici de litoral, dar include și regiunile montane. În Irlanda și Marea Britanie, zonele rurale sunt practic toate zonele care nu sunt urbane. În Spania, Portugalia și Grecia, există tendința de a înțelege prin zone rurale acele părți, regiuni, utilizate pentru producția rurală. Se poate observa astfel că acest concept nu are același înțeles în toate țările europene. Trecând peste această chestiune geografică, termenul de turism rural implică prezența anumitor trăsături ale produsului turistic. De exemplu, o vizită la o fabrică dintr-o zonă rurală sau o zi petrecută într-un parc tematic dintr-o zonă rurală nu reprezintă turism rural în accepțiunea actuală a acestei noțiuni. În acest context, Bernard Lane, Directorul Programului de Dezvoltare a Agroturismului de la Universitatea Bristol, consideră că turismul rural nu este sinonim cu turismul într-o zonă rurală, ci trebuie să aibă anumite trăsături specifice, cum ar fi: **deschiderea spre natură, absența aglomerației, liniște, medii nemecanizate, contacte personale în antiteză cu anonimatul urban, sentimente de stabilitate și istorie națională, posibilitatea unei mai bune cunoașteri a zonei și a locului**.

Turismul rural poate fi definit, pentru a evita controversa geografică, drept un concept care acoperă activitățile organizate și conduse la nivel local și bazate pe atracțiile mediului natural și uman.

Alături de noțiunea de **turism rural**, termenul de turism verde este adesea utilizat, distingându-se de turismul alb (sporturi de iarnă), turismul albastru (vacanțe pe litoral) și turismul de lumini (turismul urban).

Motivația principală a unei asemenea forme de turism este de integrare a turiștilor în mediu natural și uman și pe de altă parte implicația populației locale în furnizarea de servicii pentru turism.

Turismul rural este o formă de turism care *"se desfășoară în mediul rural, valorificând resursele turistice locale (naturale, economice, culturale și umane) ca și dotările și echipamentele turistice, inclusiv pensiunile și fermele agroturistice, utilizează diverse spații de cazare: hanuri și hoteluri rurale, adăposturi, sate de vacanță și îmbracă forme variate de sejur, cu un spectru larg de motivații: de tranzit sau itinerant cu valențe cultural-cognitive etc."*

Forma definitivă a definiției spațiului rural o întâlnim în Recomandarea nr. 1296/1996 a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei cu privire la „Carta europeană a spațiilor rurale” în următoarea definiție: *”o zonă interioară sau de coastă, care conține satele și micile orașe, în care marea parte a terenurilor sunt utilizate pentru: agricultură, silvicultură, acvacultură și pescuit; activități economice și culturale ale locuitorilor acestor zone (artizanat, industrie, servicii etc.); funcția de odihnă și agrement cu caracter neurban sau de ocrotire a naturii”*

Țara	Ce presupune turismul rural
Republica Moldova	Turismul rural - o formă de turism desfășurată în mediul rural și orientată spre utilizarea resurselor turistice locale (naturale, culturale etc.), cunoașterea mediului rural, activităților specifice acestuia, obiceiurilor și tradițiilor locale, gospodăriilor țărănești și de fermier
România	Turism rural - sector prioritar al turismului care cuprinde totalitatea activităților, produselor și serviciilor turistice organizate și desfășurate în spațiul rural, preponderent de către populația locală, în strânsă legătură cu mediul înconjurător și activitățile de bază ale localnicilor, prin care sunt valorificate resursele turistice, patrimoniul cultural, tradițiile, structurile turistice și produsele locale
Ucraina	Turismul rural - orientat spre zonele verzi, utilizându-se conceptul de "turism verde" care oferă sub marca de "cuib familial" diverse servicii de cazare în gospodăriile țărănești și masă pentru turiști
Bulgaria	Turismul rural - caracterizat ca un sejur în mediul rural (casă, camping sau alte tipuri de cazare situate în apropiere de localități rurale), contactul cu localnicii și acces la fermă.
Ungaria	Este utilizat termenul de "turism la sat" , indicând că singurele activități și servicii oferite în sate sunt incluse în acest tip de turism, respectiv: cazare la prețuri mici, implicarea în activități agricole sau alte tipuri de activități locale.
Slovenia	Cea mai importantă formă de <i>turism rural</i> este turismul la ferme al diferitor familii, unde oaspeții locuiesc fie cu familia de fermieri, fie în casele de oaspeți, dar vizitează ferma pentru a lua masa sau pentru a explora curtea fermei
Finlanda	Turismul rural – turism din ariile rurale orientat spre consumator, bazat pe resursele și facilitățile suprafețelor rurale – cultură, natură și peisaje – precum și pe întreprinderile mici și de familie
Olanda	Turismul rural înseamnă, în special, cazarea la ferme unde majoritatea serviciilor oferite sunt legate de rute cum ar fi: ciclismul, plimbările cu caii.
Austria	Formele de manifestare a turismului rural sunt: pensiunea țărănească (case țărănești cu camere de închiriat) și turismul în hanuri.
Franța	Este prima țară europeană în care a început practicarea turismului rural, ofertele de cazare în mediul rural presupun: ferma de tip han, ferma de sejur, ferma ecvestră, camping, popasurile (gîtes ruraux) din cadrul Federației Naționale "Gîtes de France".
Grecia	Turismul rural înseamnă cazare în camere mobilate în stil tradițional, cu mic dejun tradițional – de multe ori preparat din produse realizate în casă.
Spania	Turismul rural presupune vacanțe la ferme, referindu-se la așezările care nu sunt pe coastă.

Interferențe între turism rural și agroturismul.

Evoluția socială, tendințele privind necesitatea petrecerii timpului liber într-un mod cât mai plăcut și divers creează premisele dezvoltării organizate a turismului rural și a agroturismului. La acest nivel cele două forme de turism trebuie să dispună de un management capabil să armonizeze cadrul natural și gospodăria țărăneasă în scopul satisfacerii cerințelor turistului modern.

Deși acționează în spațiul rural, agroturismul și turismul rural sunt două concepte care pentru unii autori reprezintă același lucru (Brașoveanu N., 1995, Nistoreanu P., 1999), iar pentru alții sunt două noțiuni diferite (Florina Bran, 1997, Vasile Glăvan, 1999, Ion Talabă, 1997).

Practica a arătat că aceste categorii se identifică până la un anumit nivel, au un numitor comun care scoate în evidență elementele de identitate, de incluziune, cât și elemente diferite care le conduc la departajare, la diferențiere.

Oferta de „Turism rural” definește toate ofertele turistice din mediul rural, care nu sunt legate de gospodăria țărăneasă: vacanțe în gospodării, care și-au pierdut în mare parte funcția de bază, sejururi în case de vacanță, locuințe de vacanță, case particulare. Turiștii doresc să cunoască tradițiile rurale, cultura și natura, vor să-și petreacă vacanța într-un mediu rural intact, să li se ofere produse și specialități regionale. Ei caută liniștea, aerul curat și doresc să poată practica sportul și drumeția.

În literatura existentă, inclusiv în cea din țările Comunității Europene, apar frecvent termenii de turism rural și agroturism. În clarificarea acestor termeni și stabilirea interferențelor există două tendințe de definire a acestor noțiuni.

În prima categorie, criteriul de definire utilizat este ponderea veniturilor realizate din activitatea de turism de care beneficiază comunitatea rurală sau numai o parte a acesteia.

În cea de-a doua categorie, criteriul de diferențiere se bazează pe ponderea diferitelor elemente constitutive ale ofertei turistice. Sub acest aspect, termenul de turism rural cuprinde și cultura, istoria, tradițiile existente în spațiul rural, care împreună cu cele specifice din gospodăria țărăneasă constituie componente ale ofertei turistice.

În comparație cu agroturismul, turismul rural este acela care a scos la iveală mai ales în ultima perioadă un aspect deosebit de interesant și anume cerințe crescânde pentru turismul din regiunile rurale și reorientarea unor aspirații, gusturi, tendințe către folclor, tradiție și puritate a naturii și a necesitat un comportament turistic special.

Unele din motivațiile posibile care au dus la apariția și dezvoltarea turismului rural sunt: reîntoarcerea în natură, cunoașterea și adeziunea temporară la grupurile de apartenență specifică zonelor rurale, cunoașterea și înțelegerea creativității populare, motivațiile estetice, curiozitatea, odihna, cura de aer sau de fructe, consumul de alimente, proaspete, sportul, vânătoarea, pescuitul sportiv, ascensiunile și drumețiile, cadrul de compensare fizică și spirituală, prezentarea puternică a elementelor patriarhale, fragmentarea vacanțelor, acceptarea alegerii ca destinații de vacanță a țărilor învecinate, turismul cultural și de cunoaștere, sporirea gradului de solicitare pentru spații de cazare cu un confort mai redus, formele de agrement și animație etc.

Prin conținutul său, turismul rural, se interferează în mare măsură cu agroturismul, cu care se completează și se stimulează reciproc.

Astfel, principalele categorii de servicii, cele de cazare, de alimentație, de transport trebuie să se situeze la nivelul calitativ întâlnit în orice formă de turism. În plus, serviciile de alimentație în turismul rural se bucură de condiții speciale prin varietatea, calitatea și mai ales prin prospețimea produselor oferite chiar de către gazdă care are în gospodărie animale și păsări.

Vizitatorii pot participa activ, dacă doresc, în activitatea de agroturism, la activitățile gospodărești, gustând din senzațiile noi oferite de un mediu total diferit de cel în care trăiește în mod curent.

Agroturismul este și va rămâne o activitate complementară sezonieră, limitată în cele mai fericite cazuri la circa 100 zile turistice anual, greu de atins în majoritatea pensiunilor agroturistice.

Agroturismul, ca formă complementară a turismului rural, contribuie, pe lângă obținerea unor venituri complementare pentru populația locală și la realizarea unor obiective sociale cum ar fi:

- ✓ continuitatea activităților agricole într-un mediu slab-productiv;
- ✓ mobilizarea unui număr însemnat de gospodării și de persoane;
- ✓ ridicarea nivelului general de civilizație a unei categorii de populație care trăiește izolat;

- ✓ ameliorarea comportamentului social în relațiile umane;
- ✓ cultivarea relațiilor umane și chiar ameliorarea situației igienico-sanitare din multe localități rurale.

1.3. Conținutul activităților în agroturism.

Începând cu anii 1970, turismul rural și agroturismul în Europa a resimțit puternic impactul schimbărilor importante în atitudinile și preferințele consumatorilor, rezultând un ritm accentuat de schimbare în conținutul produsului turistic rural. Deplasarea dinspre turismul de masă către turismul individual și modificarea preferințelor privind tipul de vacanță, i-a determinat pe producătorii de voiaje turistice să găsească alternative pentru destinațiile spre litoral și munte. Interesul crescut pentru sport, sănătate, peisaje, căutarea autenticului, locuri de mici dimensiuni, au stimulat dezvoltarea agroturismului.

Agroturismul se bazează pe **trei elemente principale:**

- ❖ spațiu
- ❖ oameni
- ❖ produse

Aceste elemente ale activității agroturismului sunt variate în funcție de regiune sau țară, deoarece descriu realități foarte diferite.

Spațiul rural s-a format prin juxtapunerea mai multor entități care au, fiecare în parte, prezent și viitor propriu, iar exploatarea lor în interes turistic nu se face pe un teren uniform, pe aceeași bază geografică, socială, economică sau culturală.

Zonele geografice, atracțiile turistice diverse, condițiile economice variate, resursele umane diferite din punct de vedere cantitativ și calitativ fac ca ceea ce este de dorit sau posibil într-un anumit loc să nu fie la fel în alt loc; ceea ce este benefic sau tolerat într-un loc sau pentru un anumit grup uman poate deveni nociv sau intolerabil într-un alt loc sau pentru un alt grup uman.

Satul a ocupat încă de la începuturile activităților umane un loc dominant în ansamblul rețelei de așezări care s-a organizat în cadrul unui anumit peisaj geografic.

Prin istoria, continuitatea și prezența sa permanentă în teritoriu, el a contribuit din plin la transformarea mediului geografic.

Toate schimbările apărute în structura social-economică în decursul timpului sunt reflectate în viața cotidiană a satului, care a păstrat în interiorul său, elemente valoroase ce marchează principalele trăsături istorice și culturale. Așezările rurale prin principalele lor componente - vatră moșie, populație, ocupații, tradiții, obiceiuri prezintă importante valențe turistice.

Agroturismul se axează pe servicii turistice de bază, fiind influențat și de dotările de infrastructură pe care le deține habitatul rural.

Un element definitoriu care alcătuiește structura agroturismului constituie **dezvoltarea susținută a serviciilor de divertisment și agrement rural**. În condițiile în care se vor crea premisele de suport pentru agrementul rural și numărul turiștilor care vor prefera asemenea vacanțe va crește. Locuitorii din mediul rural trebuie să fie principalul element în activitatea de turism rural pentru a fi principalii beneficiari.

Ospitalitatea tradițională a țăranului trebuie să fie însoțită de o pregătire specifică activității de cazare turistică, inițiativa privată trebuie să se integreze într-un plan colectiv de dezvoltare globală, iar aportul fiecăruia trebuie să contribuie la montajul produselor turistice, oferind vizitatorului - consumator satisfacția unei cazări civilizate, însoțită de serviciile corespunzătoare și, în același timp, posibilitatea descoperirii unor locuri și oameni noi.

Ferma, satul, spațiul rural sunt imagini sau motive pentru care turiștii vin să-și petreacă vacanțele la țară.

Ferma, rămâne un simbol foarte puternic pentru locuitorul din mediul urban, fiind casa fermierului, a țăranului, a celui care cunoaște secretele naturii, locurile cele mai bune de pescuit, de cules ciuperce apreciate de consumatori, este locul în care se cresc animale domestice cu care orășeanul a pierdut contactul, este locul unde se pot mânca fructe proaspete, locul unde se succed generații, este locul cu un mod natural de viață .

Satul ocupă un rol deosebit de important în imaginația orășeanului, semnificând dimensiunea umană, animația locală specifică, evocă primăria, cafenea, școala, biserica, locuri care au marcat viața oamenilor secole de-a rândul.

Satul grupează artizani, comercianți, mici întreprinzători, activi locali care fac viața mai ușoară la țară. Satul reprezintă de asemenea, locul de baștină, a celor mai frumoase sărbători, a celor mai frumoase obiceiuri de nuntă, botez sau de iarnă.

Spațiul rural reprezintă întregirea activității de cazare la fermă sau gospodăria țaranului și a vieții satului în slujba agroturismului. Turiștii doresc să parcurgă acest spațiu rural sau să acționeze în slujba acestuia.

Spațiul rural reprezintă simbolul libertății, respirației, apei nepoluate, verdeții, a locurilor pline de flori, a parfumurilor și cânturilor, invitând la contemplația peisajelor, dar și la activități fizice de-a lungul potecilor, pe malul râurilor și lacurilor, traversând dealurile, munții etc. Toate aceste activități în plină natură constituie un criteriu important în alegerea petrecerii vacanțelor la țară.

Ferma, satul și spațiul rural, împreună sau separat constituie farmecul agroturismului prin atractivitate. Agroturismul trebuie înțeles ca o formă de activitate care asigură populației urbane cele mai adecvate condiții de terapie împotriva stresului determinat de tumultul vieții cotidiene.

Această formă de turism este puternic influențată de factorii psihologici și se adresează prin excelență iubitorilor de natură, celor care știu să o folosească în avantajul sănătății și reconfortării lor fără să o distrugă.

Principalele categorii de servicii oferite: de cazare, de alimentație trebuie să se situeze la un înalt nivel calitativ. În plus, serviciile de alimentație în agroturism se bucură de condiții speciale prin varietatea, calitatea, dar mai ales prin prospețimea produselor oferite de către gazdă, care dispune și de capacitatea de producție respectivă.

Se cunoaște că agroturismul, prin funcția lui de consumator, aduce o creștere a veniturilor în locurile unde acești turiști se deplasează temporar, datorită faptului că agroturismul, pe lângă serviciile de cazare solicitare, recurge și la serviciile de alimentație, achiziționează amintiri, articole cu specific local, diferite bunuri etc.

Agrementul reprezintă un element esențial care contribuie la reușita vacanțelor la țară. El poate îmbrăca diferite forme, plimbări, escaladări pe versanți, coborâre cu pluta, studiul sau observarea naturii, a viețuitoarelor, participarea la festivaluri rurale, la sporturi care cer mediu rural obligatoriu, fotografiere, filmat, drumeție, ciclism, echitație, vânătoare, pescuit, cunoașterea zonelor etc.

Ca formă a turismului de masă, agroturismul se prestează atât turismului individual cât și de grup (în special grupurilor mici, familiale) și este practicat îndeosebi la sfârșit de săptămână sau în timpul vacanțelor.

În ceea ce privește limitele de vârstă, pentru liniștea și bogăția cadrului natural, pentru confortul oferit de locuințele sătești modern amenajate, pentru alimentația sănătoasă și bogată în vitamine, ca și pentru multiplele posibilități de practicare a sportului în aer liber, agroturismul vine în întâmpinarea dorințelor tuturor categoriilor de vârstă, fiind practicat atât de persoane de vârsta a treia cât și de către generația tânără.

Intensitatea de continuă creștere a activității turistice în diferite regiuni determină un impact puternic asupra comunităților locale ale acelor regiuni. De cele mai multe ori, impactul este unul pozitiv, dar nu trebuie neglijate nici situațiile în care efectele au fost negative.

În cadrul acestui impact, o dimensiune importantă, în afara celei economice, o constituie dimensiunea social-culturală.

Impactul agroturismului asupra comunităților locale se evidențiază prin **dimensiunea extensivă**, care face referire la caracteristicile localității, cum ar fi: rolul ei ca destinație turistică, natura activității turistice, raportul turiști / rezidenți, tipurile de turiști, sezonabilitate, etc.

În regiunile turistice, comunitățile locale trec printr-o secvență de reacție, ca urmare a dezvoltării turismului în zonă, schimbându-și percepțiile pe măsura experienței.

Raportul turiști/rezidenți oferă informații asupra intensității fluxului turistic.

În ultima vreme se cunoaște o creștere a acestui raport pe măsură ce o anumită destinație turistică trece prin stadii succesive de dezvoltare.

Sezonalitatea își pune amprenta asupra reacțiilor comunității prin fluxurile accentuate de turiști în perioade de vârf, fiind și motivul pentru care vacanțele localnicilor sunt adesea stabilite ținând cont de sezonabilitate.

Dimensiunea intrinsecă se referă la caracteristici ale membrilor comunității gazdă care afectează variațiile impactului turismului asupra respectivei comunități: grad de implicare, caracteristici economico-sociale, apropiere de casă, perioadă de ședere etc.

Relațiile dintre oaspeți și localnici sunt privite ca o balanță între costuri și beneficii, pentru ambele părți. Gradul de implicare a indivizilor și industria turistică este importantă pentru echilibrul acestei balanțe, deoarece influențează măsura în care beneficiile sunt percepute ca fiind mai mari decât costurile.

Persoanele care își bazează existența pe activitățile turistice sunt înclinate fie să supravegheze impactul pozitiv al turismului, fie să accepte mai ușor impactul negativ al acestuia asupra comunității în care trăiesc.

Activitățile de turism rural și agroturism se bazează pe o mulțime de elemente specifice, larg utilizate în limbajul curent și cel de specialitate cum ar fi: motivul sejurului, durata sejurului, recreere, călătorie, vizită, excursie etc.

Motivul sejurului este un criteriu care conduce la structurarea călătoriilor dintr-o localitate sau țară în două mari categorii și anume: cei care intră și cei care nu intră în categoria turiștilor. Potrivit celor enumerate mai sus nu pot face parte din categoria turiștilor următoarele tipuri de călători: lucrătorii veniți din afară, imigranții temporari sau permanenți, nomazii, pasagerii în tranzit, refugiații, membrii forțelor armate, reprezentanții consulari, diplomații etc., respectiv persoanele care urmează să exercite în spațiul avut în vedere, unele activități remunerate.

Pot face parte din categoria turiștilor toate persoanele care călătoresc într-o serie de scopuri cum ar fi: **petrecerea timpului liber, recreere, sport, misiuni, congrese, studii, vizitarea rudelor și prietenilor, efectuarea de afaceri sau alte motive profesionale, realizarea de tratamente medicale, pelerinaje religioase sau de alt ordin.** Pot fi incluși, de asemenea, în rândul turiștilor: străinii nonrezidenți, naționali rezidenți în afară de membrii echipajelor mijloacelor de transport străine aflate în reparații sau în escală și care apelează la serviciile de cazare - masă, din acea țară, pasagerii aflați în croazieră în care debarcă pentru a vizita ținutul etc.

Durata sejurului (criteriul cazării peste noapte), servește la identificarea altor două categorii de vizitatori: excursioniștii sau vizitatorii de o zi care nu își petrec noaptea în localitatea sau țara respectivă și turiștii care vor rămâne acolo cel puțin o noapte. Maximum de timp pe care o persoană îl poate petrece într-o țară pentru a fi considerată vizitator este de 1 an.

Prin **recreere** (*lat. recreare*-refacere sau reîmprospătare) se înțelege tot ceea ce un individ întreprinde în timpul liber pentru revitalizare. În acest context prin timp liber, desemnăm timpul asupra căruia omul dispune absolut liber, utilizându-l așa cum dorește el. Pentru a fi vorba de recreere, acțiunile angajate în timpul liber trebuie să fie constructive și plăcute.

Oferta turistică ca element al agroturismului, se exprimă pornind fie de la un sejur, fie de la o activitate de petrecere a timpului liber, de la un circuit pe o anumită temă sau într-o anumită regiune, în funcție de sezonul ales, clientela potențială, rețelele folosite etc.

În cazul excursiilor de aproximativ o zi, produsul turistic include întotdeauna cazarea la un locuitor, într-un han sătesc, într-un camping rural sau într-un sat de vacanță familial, unde se pot distinge elementele primii și cazării turiștilor în cadrul rural.

Astfel, motivația călătoriilor turistice în zonele rurale este reprezentată de cadrul natural nealterat, de tradiții și obiceiuri de activități practicate în aceste areale. Ca urmare, procesul de amenajare turistică a spațiilor rurale vizează crearea condițiilor pentru prezența turiștilor și pentru satisfacerea nevoilor lor, pe de o parte, și pentru desfășurarea nestigherită, chiar pentru stimularea activităților economice, specifice pe de altă parte.

Dezvoltarea ofertei de cazare conduce la apariția unui cadru construit de calitate, care are ca efect îmbunătățirea aspectului arhitectonic al satului. Astfel se consolidează gospodăria țărănească. În același timp, realizarea ofertei de cazare conduce la creșterea veniturilor întreprinzătorilor respectivi. Ca urmare a circulației turistice se dezvoltă activități economice pe plan local (prelucrarea unor materii prime din producția proprie de carne, lapte) pentru a satisface o cerere sporită de produse agricole și neagricole.

Satul sau zona agroturistică reprezintă spațiul real de atracție, în care se întrepătrund toate elementele de dezvoltare locală. Între activitatea de agroturism și dezvoltarea economico-socială a zonelor rurale există o relație de corespondență și reciprocitate: astfel creșterea circulației turistice se face prin dezvoltarea generală a zonelor rurale, dezvoltare care la rândul ei se realizează prin intensificarea activității turistice.

Dezvoltarea ofertei de cazare conduce la apariția unui cadru constant de calitate, care are ca proprietate principală îmbunătățirea aspectului arhitectonic al satului. Apar, de asemenea și schimbări în concepția celor ce vor construi. Ei vor accepta existența unui arhitect în vederea realizării unor construcții funcționale, cu un grad de confort mai ridicat, de acest lucru beneficiind atât proprietarul cât și turistul.

Ca urmare a intensificării circulației turistice se dezvoltă activități economice pe plan local menite să satisfacă cererea sporită de produse agricole și neagricole. Indirect se va realiza o creștere a numărului de locuri de muncă atât în activitatea turistică cât și în activitatea de producție și în servicii.

Ca urmare a dezvoltării activității agroturistice se înregistrează transformări fundamentale la nivelul satelor, atât în ceea ce privește numărul activităților desfășurate cât și a calității lor, după cum urmează:

- **apar centre de informare**, agenții și dispecerate turistice ca urmare a necesității reglementării și organizării circulației turistice la nivelul localității. Acest segment organizațional are menirea de a capta și emite informații, atât în relațiile cu exteriorul sistemului local, cât și cu interiorul acestuia. Activitățile acestor unități este desfășurată de persoane specializate în turism: manageri turistici, operatori, agenți, etc.
- **se dezvoltă și sistematizează activitățile de prestare a activităților complementare agroturismului**, concretizate în unități cum ar fi: brutării și ateliere de patiserie, unități de prelucrare a laptelui, laboratoare de carmangerie, ateliere de croitorie și spălătorie, magazine de desfacere de produse de artizanat și de suveniruri, ateliere foto (comercializare filme foto și casete video, dezvoltare de filme etc). Sectorul meșteșugurilor și artizanatului ocupă un loc aparte deoarece aceste activități au o conotație de ordin artistic și cultural fiind totodată diferite de la o localitate la alta. Ele au fost practicate și s-au transmis din generație în generație suportând influențele economico-sociale ale zonelor respective. Particularitățile acestor activități determină un avantaj în cadrul pieței suvenirurilor cu influențe evidente asupra veniturilor meșteșugarilor.
- **organizarea de centre culturale** împreună cu instituțiile deja existente în cadrul satelor: școala, biserica și alte unități culturale. În aceste centre se organizează și se constituie săli de spectacole, muzee locale, ansambluri folclorice, tarafuri și fanfare, coruri, și altele.

Astfel dezvoltarea tuturor acestor activități duce la creșterea gradului de prosperitate a zonei precum și al modernizarea infrastructurii locale.

II. Analiza comparativă a sectorului agroturistic din diferite țări.

2.1. Agroturismul pe plan mondial.

2.2. Agroturismul în țările europene.

2.3. Agroturismul în România.

2.4. Agroturismul în Republica Moldova

2.1. Agroturismul pe plan mondial.

Agroturismul este unul dintre cele mai dinamice sectoare ale industriei de ecoturism. Această formă de călătorie nu conține nimic nou: turiștii locuiesc la o fermă sau într-un alt complex de destinație agricolă și adoptă parțial modul de viață cotidian al oamenilor care se ocupa de culturi sau de animale. Timp de mai multe decenii, turiștii vizitează podgoriile italiene și fermele americane. Ideea de a se odihni în aceste condiții minunate cum ar fi casa fermierului toscan sau a retrăi spiritul de aventură al Vestului Sălbatic, desigur, rămâne o parte din programul de divertisment al agroturiștilor. Cu toate acestea, la unele ferme, care primesc turiști, obiectivul principal nu este atât asigurarea unei vacanțe de neuitat, cât cultivarea mai bune înțelegeri a gospodăriei de fermier prin instruire și practică.

În Taiwan-ul acoperit de vegetație luxuriantă sunt situate multe ferme de cazare a agroturiștilor care oferă excursii la terenuri arabile și în cadrul infrastructurii economice interne și desigur, o oportunitate de a gusta din roadele recoltate. Un număr mare de valori fac Taiwan-ul, ca fiind un loc ideal pentru agroturismul semnificativ. Multiplele ferme mici oferă cazare în condiții casnice spre deosebire de camerele de tip hotelier. În plus, produsele alimentare vândute și servite în restaurante sunt cultivate în condiții autohtone și prin urmare, călătorii conștienți ecologic pot reduce la minim amprenta lor de carbon. Amatorii de ceai pot lua parte la un turneu agricol special pe plantațiile de ceai de pe insulă, în care sunt cultivate cele mai populare soiuri de ceai din lume.

Brazilia este o țară mare cu multe resurse naturale, precum și o agricultură dinamică și diversificată. În ciuda pașilor mari în dezvoltarea altor domenii, în ultimele decenii, Brazilia a reușit să mențină economia în baza activității de fermier în toate manifestările sale, de la flori și fructe tropicale până la bovine și trestie de zahăr. Da, este un loc îndepărtat, dar totodată destul de realizabil pentru iubitorii călătoriilor aeriene. Oamenii care sunt cu adevărat interesați de agricultură, pur și simplu sunt obligați să includă această națiune bogată în lista vizitelor viitoare, deoarece anume ea se poate lăuda de metode agricole inovatoare și ecologic curate pe care fermierii din alte țări doar încearcă să le cunoască și să le adopte.

Hawaii - insule ce sunt un loc perfect pentru amatorii exotismului și ai infrastructurii turistice extinse. Cel de-al 50-ea stat al SUA dispune de o industrie dezvoltată de agroturism, care poate satisface nevoile persoanelor cu o sferă largă de interese. Asociația Agroturismului Hawaiian, oferă resurse pentru călătorii care doresc să învețe totul despre agricultura tropicală sau pur și simplu să guste din cele mai bune produse agricole. Oportunitățile agroturismului includ vizitarea plantațiilor de **cafea pe Big Island** și a câmpurilor agricole de pe **insula Maui**, odihna în fermele organice de pe **insula Oahu**, precum și multe alte variante. Momentan sunt suficiente excursii agricole, care includ o vacanță standard pe plajele din Hawaii și activitățile agroturistice de-a lungul traseului.

Grenada se dezvoltă ca o destinație turistică, dar totodată rămâne un paradis pentru agricultori. Această națiune insulară mică se mândrește cu o selecție bogată de atracții agroturistice, inclusiv plantațiile de cacao și fermele specializate în condimente. Nușoara, cuișoare, scorțișoara și curcuma sunt cultivate aici în cantități mai mari decât altundeva în lume. În Grenada, se află moșia lui Belmont, care este una dintre cele mai bune stațiuni agroturistice din Caraibe. Acest complex agroturistic cu o vârstă mai mare de trei secole, uimește prin cantități mari nușoare și cacao cultivate. Stațiunea Belmont, reprezintă o fermă organică și un restaurant în care se servesc bucate tradiționale din Grenada, preparate din ingrediente locale. Turiștii care preferă aroma condimentelor și bucătăria exotică, trebuie să viziteze neapărat Grenada.

California este unul dintre cele mai bune locurile agroturistice din Statele Unite, datorită diversității fermelor și a culturilor plantate. Pentru multe ferme de familie mici, agroturismul este o sursă sigură de venit suplimentar. Mulți oameni știu despre posibilitatea de a vizita casele de vinuri și podgoriile de pe Coasta Centrală, dar fermele de familie mici și ranchuri mari, oferă de asemenea, o abordare mai practică a agroturismului. Acolo sunt predate tehnici de bază agricole și cunoștințe în domeniul agriculturii organice. La Universitatea din California este dezvoltat un program special, în cadrul căruia se efectuează formarea agricultorilor în afaceri de agroturism.

Având în vedere condițiile variate ale insulelor arhipelagului, **Filipine** este un loc ideal pentru a vizita mai multe atracții agroturistice și a învăța din bucătăria locală. Pentru a afla mai multe despre agricultură pe o scară largă, turiștii ar trebui să meargă la plantația de ananas sau pot vizita o fermă mică, în care sunt cultivate produse exotice tropicale, cum ar fi pitahaya sau papaya. Guvernul acestei națiuni din sud-estul Asiei, lucrează activ la dezvoltarea afacerilor de turism pentru companii și ferme.

Puțini oameni sunt de acord cu opinia că agricultura poate înfrumuseța peisajul natural al zonei și atrage turiștii. Cu toate acestea, munca migăloasă și perseverența fermierilor din provincia **Yunnan**, timp de mai mult de zece secole au oferit omenirii unul dintre cele mai frumoase peisaje din lume **terase de orez Yuanyan**.

Situate la o altitudine de 2000 de metri deasupra nivelului mării, câmpurile de orez ocupă mai mult de 20000 km² și sunt locul popular printre turiști, în ciuda faptului că în apropiere nu există nici un aeroport și județul Yuanyan, nu se poate lăuda cu drumuri bune.

Istoria acestor domenii de înaltă altitudine a început cu 2.500 de ani în urmă atunci când poporul nomad (Hani) a început să populeze zona Yunnan și să crească orez pe pantele dealurilor. Avantajele obținute în urma inundării câmpurilor de orez cu apă, au fost observate datorită randamentelor înalte după azot adus de fluxul de apă de pe dealuri. Apa de izvor din culmile muntoase asigură câmpurile cu azot și menține fertilitatea solului, astfel încât, terasele rodesc anual. Fiecare dintre terase a fost sculptată manual de țăranii și acest lucru durează mai mult de zece secole.

Terasele de orez de pe dealurile Yunnan, fac parte din șapte cele mai frumoase locuri din China. A le numi, pur și simplu frumoase, înseamnă a nu transmite un peisaj minunat care îți taie respirația, acesta variază în funcție de ora de zi și de an. Dar, în orice anotimp al anului, terasele de orez inundate de apă pot cuceri chiar și cel mai experimentat călător. Se pare că mozaicul uriaș din mii de piese multicolore de sticlă s-a răspândit peste dealuri și se întinde până la orizont.



2.2. Agroturismul în țările europene.

Practicarea turismului în general, inclusiv a agroturismului, se realizează în mod diferențiat de la o țară la alta și în interiorul fiecărei țări, în funcție de condițiile specifice locale și tradiții, de interesul manifestat de ofertanți și consumatori, de interesul și sprijinul pe care îl acordă statul, de existența și activitatea unor organizații specializate etc.

Turismul rural se sprijină în majoritatea tipurilor de primire (recepție) existente pe dotările ce se regăsesc, în mare parte, în proprietate privată a locuitorilor din spațiul rural, practicanți (în calitate de prestatori) ai activităților turistice.

Rețeaua turismului rural reprezintă cea mai bună organizare în cadrul statelor Comunității Europene. Aceasta datorită condițiilor de organizare create, a organismelor neguvernamentale naționale și internaționale existente.

Sprijinul primit din partea statelor (credite pe termen lung, cu dobânda de 3-4 %- Franța, Germania, Austria - scutire de impozit pe activitatea turistică desfășurată, sprijin logistic, formare de cadre și îndrumare, ș.a.), a U.E. prin intermediul programelor PHARE (primul instrument financiar nerambursabil, conceput de Uniunea Europeană pentru a sprijini Europa Centrală și de Est în evoluția către societatea democratică și economia de piață, este destul de substanțial.

În cele ce urmează vor fi prezentate succint unele aspecte recente care caracterizează agroturismul din câteva țări europene în care această activitate este mai extinsă, în care s-a creat o tradiție în care s-au conturat diferite tipuri sau modele ce pot servi ca exemplu pentru cei care doresc să inițieze afaceri în acest domeniu.

Austria

Turismul rural în Austria reprezintă o activitate care contribuie în bună măsură la dezvoltarea așezărilor rurale. Practicarea acestui gen de activitate a fost determinată de necesitatea obținerii unor venituri extraagricole. Ceea ce este interesant mai ales în anumite regiuni, cum este cea a Tirolului, este faptul că tânăra generație a transformat activitatea turistică într-un mod de viață, alăturându-se eforturilor celor în vârstă. Turismul a devenit astfel o profesie și stopează în anumite regiuni exodul către oraș.

Turismul austriac este dominat de două modele (concepte): „**satul turistic de recreație**” și „**stațiunea de odihnă**”, concepte care au amplificat mișcarea turistică din această țară. Elaborarea acestor două concepte este strâns legată de necesitatea turiștilor de a petrece o vacanță departe de vacarmul citadin. În conceptul de „**sat turistic de recreație**” este inclusă așezarea turistică cu caracter predominant țărănesc, în care turistul poate să-și petreacă concediul în izolare și liniște și în același timp să cunoască obiceiurile și bogăția folclorică a zonei.

Pentru ca o localitate să fie recunoscută ca „**sat turistic de recreație**” ea trebuie să îndeplinească anumite condiții:

- izolarea așezării, de exemplu în văi, în regiune păduroasă, muntoasă sau deluroasă, amplasând-o la o distanță corespunzătoare de căi de comunicație mai puțin frecventate, ca de exemplu șosele principale, căi ferate, terase aeriene sau piste de aterizare;
- așezarea să corespundă, prin numărul și structura populației, caracterului unui sat; ea ar putea fi chiar numai o porțiune izolată, circumscrisă dintr-o localitate;
- arhitectura trebuie să se integreze în stilul ținutului; satul nu trebuie să fie o aglomerare de blocuri iar orice fel de întreprindere industrială va fi amplasată la periferia localității; în același timp este recomandabil ca noile construcții să nu depășească două nivele;
- pentru cazarea vizitatorilor sunt de preferat unități modeste; dotarea acestor unități nu va depăși prețurile medii;
- în amenajarea restaurantelor din zonă se va pune accentul pe caracterul țărănesc în ceea ce privește aspectul exterior și mobilarea încăperilor;
- vor fi servite, de preferință, mâncăruri cu specific local;
- la felurile de mâncare se vor servi fructe și legume din regiune; mâncărurile specifice vor avea denumirea locală iar personalul de serviciu va purta costum național tradițional;
- pentru a corespunde nevoii de odihnă a vizitatorilor în concediu, se vor exclude zgomotele și agitația produse de localurile de petrecere, localuri de noapte, săli de dans etc. și orice zgomot mecanic; instalarea de automate muzicale va fi interzisă, iar la cele existente se vor reduce timpul și intensitatea de folosire;

- totala lipsă de zgomot în satele turistice de recreație este una din condițiile sine qua non ale acestui gen de localități;
- se va reduce zgomotul produs de circulație, de petreceri și de orice fel de manifestări care ar putea tulbura liniștea oaspeților, aprovizionarea localităților prin mijloace motorizate se va limita la anumite zile și ore; pentru eliminarea cauzelor care provoacă zgomot sau emis anumite „*Directive pentru combaterea zgomotului în satele de recreație și stațiuni de odihnă*”;
- păstrarea datinilor, a portului popular, prezentarea de obiecte de artă populară, manifestări sportive locale sunt responsabilitățile organizatorilor locali;
- acolo unde asemenea organizații nu există, ele se vor crea și vor fi sprijinite în desfășurarea activităților respective;

„**Stațiunile de odihnă**” se deosebesc de satele turistice de recreație doar prin numărul de vizitatori, **instalații** și tarifele mai mari. Ele reprezintă o treaptă superioară la categoria acestor tipuri noi de localități turistice.

Acordarea calității „de sat turistic de recreație” sau „stațiune de odihnă” se realizează de către Uniunea Comunală (GEMEINDE BUND), în baza unei proceduri prevăzute de lege, la cererea localității respective.

Această cerere se va înainta numai în urma deciziei președintelui Sfatului comunal, de a deveni sat turistic de recreație. Această decizie atrage obligația acestui for local administrativ de a asigura păstrarea caracterului acestui tip de localitate. La cerere se anexează și un formular foarte detaliat, ce se completează de autoritățile locale. Examinarea și aprobarea unei astfel de cereri se realizează pe baza unor criterii severe.

Examinarea localităților respective se face, de regulă, prin vizitarea la fața locului și consultarea cu organele locale privind interesul turistic al localității. Aprobarea obținută (fie ca sat turistic de recreație, fie ca stațiune de odihnă) poate, desigur, să fie retrasă localităților care nu mai corespund cerințelor cerute.

Și în această țară turismul rural reprezintă o activitate care a confirmat, a dezvoltat noi preocupări - devenite în timp profesii - care au contribuit la evoluția așezărilor sătești. Formele de manifestare ale agroturismului sunt: pensiunea țărănească (case țărănești cu camere de închiriat) și turismul în hanuri. Analizând statistic realizările domeniului se remarcă poziția de fanion a regiunii Tirolului.

Vechimea acestor preocupări - în 1979 s-au împlinit 100 de ani - au condus la realizarea tradiției. Totul a pornit de la poziția geografică a Tirolului, aflat la intersecția rutelor nord-sud și est-vest, caracterizată printr-un trafic ridicat.

Începând cu secolul al XVIII-lea Tirolul iese din umbra Elveției și devine zonă de interes turistic. Deși trecută prin încercarea celor două războaie mondiale, zona Tirolului s-a refăcut în viteză de fiecare dată. Cu începere din anii '50 au fost reținute condițiile de dinainte de război, iar dezvoltarea următoare nu a fost numai rapidă, ci și foarte puternică.

Creșterea realizată în domeniul turismului s-a bazat pe: creșterea economică a întregii regiuni, creșterea populației, creșterea bugetului de timp liber, creșterea transportului și infrastructurii necesare acestora, dezvoltarea noilor sisteme de comunicație, a sporturilor de iarnă și nu în ultimul rând a urbanizării.

Rezultatele obținute în zona Tirolului sunt o urmare firească a programului inițiat de Ministerul Agriculturii și al Comerțului, sugestiv intitulat „Planul Verde”, prin care s-au acordat gospodăriilor tiroleze **împrumuturi (credite) cu o durată de rambursare mare (15 ani) și o dobândă scăzută (3-5%)**. Toate acestea au condus la: omologarea și funcționarea a 25 de comune turistice, în care o familie din două primește turiști la fermă, în medie existând - la fiecare fermă-6 paturi. Astăzi în întreg Tirolul o treime din gospodăriile aflate în mediul rural închiriază spații de cazare.

Corelarea eforturilor și necesitatea desfășurării unei activități calitative în condițiile creșterii concurenței au contribuit la înființarea Organizațiilor Turistice Sătești (OST), și a Centrelor de Administrație a Organizațiilor Turistice Sătești (CAOST) la nivelul județelor. În întâmpinarea acestor inițiative au venit „*Sindicatul de inițiativă sătească*”, „*Oficiul de turism al landului*” și „*Oficiul pentru promovarea turismului austriac*”.

Promovarea activităților turistice rurale este realizată prin: camera de Comerț Exterior, instituțiile culturale, birourile liniilor aeriene, birourile oficiale din țările emitente de fluxuri turistice, prin ziare, reviste, emisiuni la radio și televiziune, afișe în locurile publice, prospecte, pliante, firme, participarea la târguri și expoziții.

Animația stațiunilor nu depinde numai de echipamentele create ci, în egală măsură, de valoarea oamenilor, de bunăvoința lor. Grație bogăției capitalului uman, stațiunile din Tirol sunt în măsură să propună oaspeților

lor distracții gratuite sau foarte ieftine, capabile să intereseze un public larg în tot cursul anului, cum ar fi plimbările în jurul stațiilor pe rute dezapezite și balizate, lecții de ecologie pe un drum forestier.

În Austria, promovarea turismului rural se realizează atât pe plan local cât și la nivelul provincial și federal. Pe plan local intervin „*Sindicatul de Inițiativă Sătești*” care utilizează pentru promovarea produsului turistic o parte importantă a bugetului de care dispun. Aceste organisme dispun de venituri considerabile provenind din taxele de sejur plătite de turiști și din contribuțiile membrilor săi (personale care cotizează sunt membri ai comisiei care beneficiază direct sau indirect de practicarea turismului), ceea ce permite utilizarea unor mijloace multiple promoționale.

La nivel provincial acționează „**Oficiul de turism al Landului**” care încasează o taxă pentru dezvoltarea turismului din care finanțează propaganda turistică și care interesează ansamblul zonei (pliante, prospectarea pieței, participarea la târguri internaționale etc.).

La nivel federal funcționează „Oficiul pentru Promovarea Turismului Austriac” care are ca scop intensificarea efortului publicitar pentru creșterea fluxurilor turistice internaționale. Bugetul de care dispune este utilizat pentru realizarea studiilor de piață, conceperea unei politici publicitare, desemnarea priorităților, angajarea de multiple operațiuni promoționale. În afara colaborării cu reprezentanții intereselor turistice din toată lumea (camere de comerț exterior, instituții culturale, birouri ale liniilor aeriene), organizarea exterioară cuprinde birouri oficiale în principalele țări emitente de turiști.

Ca urmare a preocupărilor susținute pentru promovarea turismului rural, cataloagele marilor firme de turism din lume oferă informații tot mai amănunțite și mai atractive privind oferta turistică austriacă în mediul rural. În aceste cataloage se utilizează însemne standardizate în vederea alegerii locului de vacanță preferat, alături de fotografia fiecărei case care oferă spații de cazare pentru turiști și numele proprietarului. Tarifele practicate variază în funcție de zonă, de perioadă, de gradul de confort și de posibilitățile de hrană oferite turiștilor.

Belgia este țara lui Tintin, a berii, a lui „Mauneken Pris” și a altor câteva bine cunoscute repere, din 1973 când se constituie prima asociație devine renumită și în agroturism. Belgia federală (compusă din: Vallonia, Flandra și regiunea Bruxellesului) propune 260 de gituri rurale și 245 camere „de oaspeți” în regiuni bogate în patrimoniul artistic și tradiții populare.

Echipamentele sunt omologate, controlate și rezervate prin „*Les Gîtes de Wallonie*” fiind situate mai ales în jumătatea de sud a Belgiei. Wallonia este o zonă a pădurilor, rezervațiilor naturale, a râurilor, dar în același timp al muzeelor, a construcțiilor vechi bine conservate și a echipamentelor de vacanță confortabile. Acest mic paradis veritabil este locuit de oameni veseli și mereu gata să facă o serbare, pragmatici, eficienți pentru a proba și a demonstra buna lor reputație de gazde deosebit de ospitaliere.

Danemarca este locul unde produsul turistic rural poartă un nume atractiv: „vacanțe active”. Prin intermediul organizației „Landsforeningen for Landboturisme” din Skandenborg sunt puse la dispoziția doritorilor 22 de așezăminte cu circa 3 000 de paturi.

Serviciile sunt oferite în demipensiune sau pensiune completă; cazarea este oferită în locuințe la fermă, apartamente independente sau campinguri. Sunt acordate reduceri între 40-50% pentru copii sub 12 ani, iar în extrasezon se practică prețuri speciale.

Elveția este una din țările europene cu o bogată tradiție în practicarea turismului, inclusiv a turismului rural și agroturismului. Statul încurajează și sprijină această activitate în interesul său și a celor care-l oferă și care-l consumă. Așa se explică tendința de a transforma unele sate obișnuite în sate turistice.

Ulterior a început stimularea creării unor „**mici colonii de vacanță**” în imediata apropiere a centrelor turistice (sate de vacanță bine dotate). „Casa de economii pentru călătorii” apreciază că micile colonii pentru vacanță par a fi o soluție mai rațională decât construirea unor noi sate de vacanță, fapt pentru care Touring Club Suisse promovează realizarea acestui gen de turism - mici colonii de vacanță situate în imediata apropiere a centrelor turistice.

Concomitent cu studierea posibilităților de dezvoltare și modernizarea satelor turistice se experimentează și forme de exploatare rațională a acestora. În acest scop, conducerea administrativă a cantonului Tessin, spre exemplu, a elaborat un nou sistem de organizare a vacanțelor.

Pe baza așa-numitelor „certIFICATE de vacanță” eliberate în condiții speciale de plată (cumpărarea de acțiuni) și clasificate pe categorii, se poate deține pe o perioadă de 10-20 de ani sau pe un timp nelimitat, o vacanță

anuală de o săptămână într-una din casele de vacanță dispersate pe teritoriul Elveției de sud, în Graubunden. Casele de vacanță sunt mobilate corespunzător și dotate cu lenjerie și obiecte de uz casnic.

Programarea vacanțelor se realizează în serii, în 4 perioade - în mod eșalonat - într-un sistem de evidență foarte ușor de urmărit. Posesorii certificatelor pot să-și aleagă în fiecare an o altă localitate pentru a-și petrece vacanța. Certificatul este transmisibil. În cazul în care sejurul se amână pentru următorul an, proprietarul certificatului are dreptul la două săptămâni de vacanță, această „cumulare” a vacanțelor fiind posibilă în mod nelimitat.

Franța este țară unde turismul în spațiul rural are vechi tradiții și realizează cote maxime de diversificare, organizare și promovare. Mare parte a echipamentelor franceze pot fi numite case rustice și sunt controlate, omologate și rezervate prin federația națională „**Gîtes Ruraux**”, ce cuprinde circa 37 000 de așezăminte.

În Franța, agroturismul are vechi tradiții și este foarte diversificat în ceea ce privește organizarea și promovarea. În această țară funcționează numeroase organizații turistice rurale nelucrative care, începând din anul 1970, s-au constituit într-o asociație generală, denumită „Tourisme et Espace Rural” (T.E.R.).

Una din formele sub care se manifestă turismul rural francez sunt așa numitele „**les gîtes ruraux**” (**adăposturi rurale**). Aceste adăposturi rurale sunt de fapt case sau apartamente renovate, amenajate și mobilate corespunzător, pe care proprietarii le închiriază turiștilor.

O astfel de asociație de turism rural denumită „Gîtes de France” oferea clienților săi în anul 2004, lista a 50.000 de adrese la țară, munte și mare. Spațiile de cazare prezentau următoarea clasificare:

- ✓ „**Gîtes rurales**” reprezintă amenajări respectând stilul local, fiind o casă sau o locuință independentă, situată la țară, mare sau munte; se poate rămâne în week-end una sau mai multe săptămâni, în toate sezoanele; la sosire, proprietarii rezervă o primire personalizată.
- ✓ „**Chambre d'hotel**” (camere de hotel sau bed & breakfast - BB) este o altă modalitate de a descoperi miile de fețe ale Franței. Turiștii sunt primiți „ca prieteni” la particulari care deschid casele lor pentru una sau mai multe nopți, cu ocazia unei deplasări sau a unui sejur. Reprezintă modalitatea de a redescoperi supraviețuirea în spațiul rural, traiul bun și bucătăriile regionale.
- ✓ „**Gîtes d'enfant**” (cuiburi/culcușuri pentru copii) este forma în care în timpul vacanțelor școlare, copii sunt primiți de familii agreeate de „Gîtes de France” și supravegheați de o persoană competentă. Ei împart împreună cu alți copii viața la țară și profită de odihnă în aer curat.
- ✓ „**Champing a la ferme**” (camping la fermă) reprezintă terenuri situate, în general, în apropierea unei ferme, pe care poate fi instalat cortul sau rulota, este amenajat pentru a primi aproximativ 20 de persoane; turiștii petrec aici un sejur profitând de liniște și de natură.
- ✓ „**Gîtes d'etape**” este destinat primirii de călători (pedestri, călare, cicliști etc.) care doresc să facă o mică oprire înainte de a continua drumul pe care și l-au propus să-l parcurgă; este amplasat în imediata apropiere a traseelor de călătorie.
- ✓ „**Gîtes de group**” sunt adăposturi rurale de mare capacitate, prevăzute pentru a primi familii sau grupuri (în jur de 20 de persoane) cu ocazia sejurului sau a unui week-end.
- ✓ „**Chalets-loisirs**” - reprezintă popasuri de recreere - odihnă; sunt situate într-un spațiu natural și formate din 3-25 grupuri, fiecare având amenajări pentru circa 6 persoane, iar ca activități se practică: pescuit, ciclism, tir cu arcul etc.

Aceste spații de cazare sunt situate în comune cu mai puțin de 5000 de locuitori, ele beneficiind de un standard de 1 sau 2 stele.

În ciuda vechimii sale, turismul rural francez s-a afirmat mult mai greu decât celelalte forme de turism existente cum ar fi turismul balnear și montan. Una din cauzele acestei situații ar putea fi rentabilitatea scăzută a capitalului investit față de cel din turism balnear și montan.

Reușita, deși târzie, a turismului rural francez a avut ca principal motor inițiativa privată încurajată și susținută de autoritățile publice. Implementarea turismului în spațiul francez rural reprezintă o serie de inegalități de la o regiune la alta, datorită diferențelor de atracție climatică, istorică, culturală.

Spațiile rurale franceze, care au fost integrate în circuitul turismului rural, au fost selecționate în funcție de anumite criterii, cum ar fi: atracțiile naturale, culturale, umane, tipul de agricultură practicat, mentalitatea locuitorilor față de fenomenul turistic, poziția geografică față de centrele emitente, infrastructura de primire a turiștilor etc.

Cei care au elaborat proiectul de implementare a turismului în spațiul rural au urmărit organizarea acestuia într-un tot unitar organizat și structurat pe două concepte: „stațiune verde” și „sat de vacanță”. În acest proiect de creare a infrastructurii turismului rural au fost implicate categoriile de agricultori cu venituri medii și mari care posedau spații corespunzătoare, capital și timp liber.

În cadrul turismului rural francez trebuie să observăm faptul că s-au dezvoltat două mișcări pline de originalitate: agroturismul pedestru și ecvestru. Evoluția turismului rural francez a fost determinată de ideea de a surprinde plăcut pe turiști și de a veni în întâmpinarea dorințelor acestora. Astfel, turismul rural pedestru oferă turiștilor o imagine personală asupra spațiului unde își petrec vacanța în timp ce turismul ecvestru implică practicarea unor activități diverse și antrenante (de exemplu: călăritul).

În turismul rural francez toate acțiunile sunt precedate de studii amănunțite asupra situației actuale a pieței și, în principal, a segmentului de piață asupra căruia se exercită acțiunea de promovare ca și a normelor de promovare a concurenței.

Finanțarea studiilor pentru crearea, dezvoltarea și promovarea produsului turistic se face în general apelându-se și la ajutoare din partea statului (subvenții, împrumuturi cu dobânzi avantajoase). Ajutoarele oferite variază în fiecare an și conțin precizări riguroase cu privire la modul lor de utilizare. Aceste ajutoare pot proveni de la Consiliul Regional, de la Consiliul General sau direct de la alt stat.

În plus nu trebuie neglijat raportul preț-calitate care constituie o preocupare majoră pentru fiecare prestator. La cele de până acum este necesar a adăuga "un puternic atașament pentru regiunea natală și o oarecare aversiune de a schimba o regiune cu alta", precum și grija autorităților de a sprijini toate aceste întreprinderi prin credite (agricole, hoteliere, speciale pentru amenajarea satelor) pe termen lung (**până la 15 ani**) și cu **dobândă mică (3.5%)**.

Finlanda este țara „făcută” parcă în întregime din ape, aer și arbori. Cele mai bine de 188 000 de lacuri și peste 65% suprafețe acoperite cu păduri realizează aici paradisul amatorilor de natură și aer pur, proaspăt dar mai răcoros. Țară în același timp al fiordurilor și al lui Moș Crăciun, Finlanda posedă un popor calm, modest, pacifist și foarte disciplinat. La toate cele prezentate până acum trebuie să mai adăugăm lungile nopți albe din perioada verilor arctice, sauna, barca pentru pește și echipamentul din lemn.

Echipamentele turistice par a veni din lumea poveștilor, aceste mici cabane sau „castele” din lemn se găsesc mai ales în zona lacurilor, a fiordurilor și în jumătatea sudică a Finlandei. Sunt omologate peste 50 000 de așezăminte cu un număr de peste 10 000 de paturi.

Turiștii pot locui singuri în ferme sau gospodării țărănești. De asemenea, în vacanțele lor pot participa la viața așezărilor rurale, pot munci în cadrul gospodăriilor sau pot practica sportul, cel mai adesea echitația sau schiul. Sunt acordate reduceri de 50% copiilor între 2 și 11 ani, ca și pentru sejururile lungi.

În Germania agroturismul este o îndeletnicire cu tradiție, dar din anul 1965, două mari organizații care reprezintă interesele agricultorilor - „Societatea germană pentru agricultură” (D.L.D.) și „Organizația pentru stimularea opiniei publice” (I.M.A.) - au început să colecteze adresele acelor ferme care s-au declarat dispuse să primească turiști și să le facă cunoscute publicului sub diferite forme.

În martie 1967, spre exemplu „D.L.D.” a editat o broșură cuprinzând peste 900 de adrese. De regulă, proprietarii acestor ferme oferă camere și mic dejun. Prânzul și cina se puteau servi la restaurantul unui han. Organizatorii acestui proiect de turism apreciau că pentru asigurarea succesului se cere o strânsă legătură între gazde și administrația comunală. Organele competente din Germania au acordat o atenție deosebită valorificării - din punct de vedere turistic - a unor zone rurale unde există sate și ferme țărănești bine întreținute.

„Vacanțele la fermele țărănești” au condus, printre altele, la o concluzie apreciată și bine cunoscută - a gazdelor (receptorilor-prestatorilor de servicii turistice): "un oaspete pentru un sejur aduce mai mult profit decât orice altă activitate în cursul unui an întreg". Drept urmare, în 1980 a fost inaugurat un proiect de amenajare, *de la Marea Nordului până la Alpi*", ce-și propune realizarea a 2000 de locuințe de vacanță cu circa 10 000 de camere (cu unul și două paturi).

Regiunile cele mai dezvoltate în activitate a de turism rural sunt: **Schwarzwald și Messen**.

Cele mai de sus pot fi conjugate **cu legislația antitrust**, cu încurajarea permanentă a afacerilor „mici și mijlocii” cu capital familial și nu în ultimul rând cu un foarte vechi concept german asupra vieții de familie și în special legat de poziția femeii în societate („kinder, kuche und kirche”= „**copil, bucătărie și biserică**”) - care au condus la obținerea unor rezultate deosebite și o promovare ascendentă a agroturismului .

În momentul de față turismul rural este practicat în mai bine de 2/3 din spațiul rural german. Poziționând geografic, vom întâlni dotări începând din **Germania de Nord, Wastfalia**, continuând apoi cu: **Hessen**,

Bavaria sau Baden Wurtemberg.

Sejururile oferite în turismul rural german poartă parfumul serbărilor **berii**, culoarea Dunării și căldura copilăriei din poveștile frațiilor Grimm. Și chiar dacă aparent precizia, promptitudinea și stilul german vă fac să credeți că atmosfera este mai sobră, veți afla căldura și înțelegerea gazdelor germane, mai ales atunci când le veți aduce la cunoștiință că nu îndrăgiți **lichiorul de ou crud**. Ambianța rurală este antrenată cu multe inițiative de petrecere a clipelor de vacanță și situează la loc de frunte animația turistică.

Pe plan național, s-a lansat acțiunea „*Vacanța în gospodăriile țărănești*”. Statul a acordat împrumuturi speciale acelor gospodării care ofereau turiștilor locuințe corespunzătoare. Potrivit statisticilor, în urma acțiunii „vacanța în gospodării țărănești” au fost puse la dispoziția turiștilor, numai în regiunea Schwarzwald și partea de nord a landului Messen, peste 7500 de paturi, iar numărul acestora a crescut an de an. În cadrul acestei acțiuni, în Germania au fost organizate de la începutul anului 1980, posibilitățile convenabile de cazare și masă de la Marea Nordului până în Munții Alpi. În acest scop au fost amenajate peste 2000 de locuințe de vacanță de diferite mărimi și aproximativ 10000 de camere cu unul, cu două sau mai multe paturi. În aceste spații se permite cazarea familiilor cu copii mici și cu câini, copiii beneficiind de reduceri importante de prețuri.

Odată cu conturarea Europei Unite, promovarea „Agroturismului” și a „Vacanței în gospodării țărănești” la nivel regional și de land, din Germania, nu mai este eficiență datorită concurenței sporite. Pentru promovarea ofertelor, în 1990 a luat ființă „Grupul de lucru pentru vacanță în gospodărie țărănească și agroturismul” din Germania (A.M.G.). Acest grup vizează promovarea turismului în gospodăria țărănească și a agroturismului, cu scopul de a contribui la îmbunătățirea situației economice a unităților de primire. A.M.G. încearcă prin măsurile adoptate în funcție de condițiile de piață, să sporească avantajele în rândul tuturor celor interesați pe plan național și în cadrul U.E.

Noile programe de dezvoltare a turismului rural în Germania urmăresc promovarea ofertelor rurale, angajând în acest scop presa, radioul, televiziunea, diverse societăți etc. Astfel, A.M.G. colaborează cu „Societatea de marketing în Agricultură” din Germania pentru prezentarea ofertelor turistice prin organizarea în magazinele din marile orașe a unor acțiuni de prezentare a prospectelor și cataloagelor de reclamă pentru „Turismul în gospodării țărănești” și „Agroturismul”.

Comisia de calitate elaborează criteriile de calitate și un model de categorisire a ofertelor de „*Agroturismul*” și „*Turism în gospodăria țărănească*”. De peste 30 ani, în cadrul „Societății Germane pentru Agricultură” (S.D.A.) există marca de calitate „Turism în gospodăria țărănească”. Această marcă s-a impus de-a lungul timpului, iar calitatea se adaptează mereu la cerințele actuale. A.M.G. sprijină măsurile de promovare a „Vacanței în gospodăria țărănească” și a „Agroturismului” și prin mijloace financiare. De asemenea, împreună cu Ministerul Agriculturii al Germaniei efectuează cursuri de perfecționare pentru consiliile de administrație ale Uniunilor.

Irlanda este țară care are incluse în circuitul turistic circa 500 de ferme ce oferă în mod tradițional formula „bed & breakfast” (cazare și mic dejun), dar la cerere și demipensiune sau chiar pensiune completă. Numărul oaspeților într-un astfel de așezământ variază între 6 și 10 persoane.

Echipamentele posedă în mod frecvent cai (pentru echitație), instrumentar pentru practicarea pescuitului sau terenuri de golf. În zonele montane există posibilități pentru drumeții sau escaladă, iar în zona litorală sunt numeroase plaje cu nisip și se poate înota. Multe din ferme au amenajate locuri de joacă pentru copii și se pot asigura la cerere servicii de „baby sitter”. În general copiilor li se acordă 25% reducere. În numeroase rânduri cazarea este oferită în apartamente independente sau rezidențe rurale rezervate în edificii antice.

Zonele renumite în turismul rural irlandez sunt litoralul vestic și partea centrală între Galway și Dublin. Regiunile care se constituie în zonele tradiționale sunt: Ballyhoura Country (în apropiere de Shannon), Joyce Country, Irishawen, Unabhan și Carlow Country.

În Italia turismul rural cunoaște ca formă de manifestare „vacanțele verzi” și are ca principală componentă agroturismul. **L'Associazione Nazionale per l'Ambiente e il Territorio** s-a construit la Roma în 1965. Ghidul ospitalității rurale, editat periodic, conține informații, adrese pentru vacanțe la fermă, descrieri ale echipamentelor, echipamente, produse tipice etc., despre dotările din 20 de regiuni ale Italiei.

În cele peste 500 de pagini ale ghidului editat în 1995 de AGRITURIST se regăsesc informații diverse despre aproximativ 15000 de echipamente (ferme, locuințe antice renovate, pensiuni, case de odihnă, vile moderne, case tradiționale, castele și fortificații).

Pe lângă descoperirea diversității tradiționale culturale și a peisajelor, turismul italian atrage prin: tradițiile culinare ale bucătăriei italiene; **renumitele vinuri; dansurile și cântecele folclorului sau muzicii culte; arhitectura diverselor monumente istorice; poezia și legenda fiecărei așezări în parte.**

Renumite sunt regiunile: **Piemonte, Lombardia, Trentino, Veneto, Emilia Romagna, Liguria, Toscana, Lazio, Ambruzzo, Umbria, Campania, Puglia, Calabria, Sicilia** și nu în ultimul rând **Alto Adige.**

Interesant de remarcat este faptul că italienii sunt receptori de fluxuri turistice, dar și unii dintre cei mai mari emițători în cadrul mișcării turistice rurale.

Potrivit celor mai recente publicații, în Italia turismul și agroturismul reprezintă activități care angajează un număr tot mai mare de persoane, ofertanți și consumatori, largi spații de cazare, activități anexe, mari investiții și beneficii. Specialiștii în domeniu afirmă că deși încercarea de a cuantifica așa-numitul turism rural (RT) este complicată și poate și riscantă, ea reprezintă o parte sănătoasă și tot mai mare a turismului, mai ales de când durata medie și frecvența fiecărei „vacanțe” sunt invers proporționale (unei mai mari frecvențe îi corespunde o durată mai mică a vacanței). Așa, spre exemplu, se extimează că în vara anului 1999 au existat peste 9000 de amenajări agroturistice având, în medie, 13-14 paturi fiecare, iar în 7% din cazuri au fost oferite servicii de masă cu produse autohtone, cu o cifră de afaceri de 80 milioane euro. Creșterea an de an a numărului de turiști beneficiari ai agroturismului este considerată ca o consecință a îngustării spațiului rural, astfel că adevărata „vacanță la țară” devine replica cea mai potrivită dată de personalizării mediului urban.

Un alt criteriu de apreciere a nivelului de dezvoltare a turismului rural în Italia îl constituie numărul de paturi turistice (oferta) raportată la populația rurală. În anul 1998, spre exemplu, la nivel național oferta era de 5,4 paturi la 100 locuitori din rural.

Există multe alte criterii de apreciere a dezvoltării și calității agroturismului în Italia. Referitor la preferințele turiștilor, constatăm că majoritatea (peste un sfert) preferă **forma de drumetrie**, în cadrul căreia turistul nu apelează sau apelează sporadic la serviciile turistice organizate. Este desigur forma cea mai economică pentru turist dar presupune tinerețe, sănătate perfectă, temeritate, antrenament. A doua mare preferință (aproape un sfert) **o reprezintă căsuțele, (bungalourile)**, probabil datorită amplasării lor în locuri atractive din punct de vedere al peisajului natural, grijii proprietarilor de a oferi condiții cât mai bune și nu în ultimul rând prețurilor care corespund marelui consumator. În ordine descrescândă se situează **casele de vacanță** (circa 16,0%), având în vedere aceleași criterii, apoi **stabilimentele hoteliere** cu 13,5% care au în vedere solvabilitatea financiară a turiștilor și rafinamentul mai accelerat. Urmează apoi alte forme ca preferință, cum ar fi **pensiunile, fermele de vacanță, cabanele alpine** etc.

Făcând corelația între diferitele aspecte privind turismul în general și agroturismul în special, un studiu de caz ne conduce la concluzia că activitatea de turism se corelează direct cu prețurile pentru serviciile turistice și cu solvabilitatea financiară a turiștilor.

Toate eforturile de investiții în domeniul rural, suportate și de fondurile Uniunii Europene, au drept scop reechilibrarea economică a zonelor dezavantajate, având ca prioritate aceleași tipuri de zone rurale. Acestea au fost asigurate cu infrastructură și cu servicii minime de ospitalitate, pregătire profesională pentru resurse umane, înnoirea bogăției culturale și ambientale etc.

Acest model de consum include dorința turistului de a găsi, pentru vacanțele ideale, servicii de „confort” de înaltă calitate și pe care el le consideră indispensabile, spații deschise în contact cu natura și tradițiile locului, legate de diverse activități pentru timpul liber (de la gătit până la ciclism montan). În Italia se consideră ca turism rural cel făcut în zone cu următoarele caracteristici:

- mai puțin de 10.000 locuitori și 150 de locuitori pe km pătrat;
- mediu înconjurător natural;
- activități de timp liber personalizate;
- afaceri mici de turism, afaceri de artizanat;
- afaceri de punere în valoare a tradițiilor gastronomice și de valorificare a resurselor locale;
- relațiile cu clienții sunt directe și „personale”;
- administrarea empirică a afacerilor este foarte răspândită;
- filosofia aplicată este aceea a dezvoltării sustenabile.

Evoluția turismului rural, a turismului în general, a dat naștere și la ideea de a optimiza această activitate. Ideea are la bază faptul că deși consumul de turism rural este în creștere, avem totuși de-a face cu consumatori „maturi” în sensul că ei sunt consumatori vechi, iar sistemul trebuie să le înțeleagă preferințele pentru a le putea „interpreta” cererea în mod original. De aceea, dacă vrem să discutăm despre optimizarea activităților

de turism pe plan local, trebuie să avem în vedere noile deprinderi antreprenoriale necesare progresului: acelea ale administrării afacerilor mici prin participarea la o rețea, acolo unde schimbările interne le susțin pe cele externe.

Un studiu efectuat de UE a indicat trei tipuri de produse de turism rural.

Produsele clasice, generale, de exemplu, nevoia omului de a consuma imagine, necesită o imagine puternică, o celebritate a zonei și de aceea sunt necesare investiții masive în comunicații (clientul alege mai degrabă o destinație decât o activitate). Acesta este un produs relativ simplu, poate fi valorificat și interesează mai ales organizatorii de circuite turistice.

Produsele specializate: necesită un real potențial local (nu toate zonele, de exemplu, sunt la fel de potrivite pentru excursii sau pentru turism ecvestru); acest tip de produs cere atingerea unui anumit tip de clientelă și necesită o strategie de piață sofisticată, care să faciliteze comercializarea directă sau prin agenți specializați.

Produse de consum curent: acestea țintesc clientela individuală, se comercializează pe piețele conexe, prin vânzări directe.

Toate acestea implică abilități specifice din partea producătorilor pentru a crea calitate în acest sens, este urgentă și necesară o dezvoltare profesională a resurselor umane implicate în procesele de producție și de antrepriză. Este de asemenea necesar celor care intenționează să se dedice activităților de turism rural, deoarece acestea sunt complicate, ele reinterpretează contextele culturale tradiționale în lumina celui de-al treilea mileniu și complexe la nivelul administrării afacerilor, odată ce se ocupă cu furnizarea produselor personalizate de calitate.

Portugalia este țară cu 800 km de coastă (țârm-tărâm de vis), 12 insule, o pasiune ancestrală pentru ocean căci aici Atlanticul întâlnește Europa - patrie a unui popor de cuceritori și descoperitori (Vasco da Gama și Magellan au fost portughezi), și nu în ultimul rând locul de unde se „fabrică” vinul de Porto și se cântă fadoul.

Turismul rural este reglementat prin lege din anul 1986. El poate fi practicat de familii de agricultori sau de rezidenți din mediul rural posesori a unor rezidențe de interes particular, arhitectonic sau istoric. „Turismo no Escapo Rural” (TER) propune case particulare, care pot fi frumoase ferme sau conace sau chiar castele din secolul XVII, case rustice sau ferme în plină activitate. Sectorul turismului este cordonat de Ministerul Comerțului și Turismului, care acordă și autorizațiile pentru exercitarea acestei activități. În același timp se acordă un ajutor material deosebit celor care doresc să practice agroturismul. Se acordă credite pe perioade lungi și nerambursabile în procent variabil, 40-60%, cu condiția de a desfășura această activitate în timp de minim 10 ani. Din punct de vedere turistic, Portugalia se împarte în opt zone promoționale: **Costa de Lisboa, Costa Verde, Costa de Prata, Montanhas, Planicies, Algarve, Azorele și Madeira.**

Turismul rural unește peste 100 de echipamente cu peste 1 500 de paturi, la: ferme (quinta), conace (casa), castele (castelo), mori (moinh), vile (vila). Există de asemenea numeroase campinguri în toată țara, care oferă posibilitatea petrecerii unei vacanțe economice și în plin contact cu natura. Pentru tineri se înșiră în lungul țării un lanț de 18 hanuri.

„Vacanțele la țară” în Portugalia oferă un mod deosebit de animație, posibilitatea practicării sportului (înot, tenis, echitație, vânătoare, golf) sau a participării la viața fermei -vacanțe active. Gazdele vorbesc în marea majoritate a cazurilor 1-2 limbi de circulație internațională (franceză, engleză, germană, italiană). Deviza lor: „Un turist=un prieten. Zâmbește!”

Spania. Pentru economia spaniolă, turismul, inclusiv agroturismul, este un segment de vârf, o activitate economică care se impune ca un model de petrecere a timpului liber, cu o uimitoare capacitate de a dinamiza piața turistică.

Astăzi, turismul nu privește Spania numai ca destinație turistică tradițională, centrală mai ales pe coastele sale și bunele condiții climatice, ci ca pe teritoriul unde se află mai mult de jumătate din spațiile protejate ale vechiului continent.

Spania are o varietate unică de peisaje și vegetație, iar orașul Madrid cu împrejurimile sale este probabil singura zonă europeană care dispune de peisaje de o mare frumusețe, importante monumente artistice, sărbători populare străvechi și o inegalabilă ofertă gastronomică, toate constituind mari privilegii pentru practicarea turismului.

Spania este țara în care marii întreprinzători, inclusiv statul s-au convins de efectul benefic al agroturismului și de aceea s-au implicat în dezvoltarea acestuia contribuind pe multiple planuri la: elaborarea de proiecte, construcții, literatură de specialitate, studii și cercetări, financiar etc.

În prezent, întreprinderile hoteliere rurale existente nu sunt încă grupate în lanțuri voluntare regionale, nici naționale, totuși, câteva mici grupuri locale de hoteluri sunt astfel constituite (de exemplu, Catalonia) în scopul desfășurării unor acțiuni de promovare colective, ce presupun un parteneriat largit. Au fost, de asemenea, realizate contracte între grupuri profesionale hoteliere spaniole și cele aparținând de „Logis de France” în perspectiva realizării unui lanț de hoteluri rurale spaniole.

Se are în vedere ameliorarea condițiilor de viață ale agricultorilor prin combinarea activităților de bază cu altele complementare - turism, artizanat etc.

În acest context, o sinteză a activității de agroturism din Spania și impactul acestuia cu dezvoltarea economică din rural, ne conduce la unele concluzii deosebit de interesante și valoroase, între care următoarele se impun după părerea noastră:

- politica economică generală sprijină prin măsuri specifice (finanțări, proiecte, training etc.) comunitățile rurale mai puțin dezvoltate și le încurajează să se ajute singure prin finanțarea în totalitate sau în parte a proiectelor inițiate pe plan local, care vizează consolidarea agroturismului;
- implementarea și consolidarea agroturismului în teritoriu este instituționalizată la nivel guvernamental;
- informațiile din anii (1994-1998) confirmă că investițiile medii în agroturism, revenea pe un muncitor pe an de 56.000 euro, din care ajutoarele guvernamentale au fost de peste 40%;
- rata anuală de creștere, în aceeași perioadă, a persoanelor ocupate în agroturism este de 12%;
- factorii care influențează întreprinzătorii spanioli să investească în agroturism, în ordinea priorităților, ar fi următorii:
 - motivele personale;
 - menținerea și creșterea valorii proprietății;
 - ajutoarele regionale;
 - noile oportunități create de piața agroturismului;
 - concluziile rezultate din planurile de afaceri (ex. recuperarea investițiilor într-un timp scurt 2-3 ani, rata de creștere cantitativă și calitativă a turiștilor cazați, sustenabilitatea canalelor agroturistice etc.).

Concluzia generală care se poate formula în legătură cu agroturismul din Europa cuprinde următoarele aspecte principale:

- ❖ este benefic pentru viață întrucât oferă un mediu mai puțin poluat sau nepoluat;
- ❖ contribuie la dezvoltarea economică a zonelor rurale;
- ❖ asigură un însemnat număr de locuri de muncă și prin aceasta contribuie la diminuarea sau chiar stoparea fenomenului de depopulare în spațiul rural;
- ❖ în condițiile când este bine organizat asigură rezultate economice care rivalizează cu activități economice tradiționale;
- ❖ este o activitate care deține încă mari rezerve de dezvoltare, constituind o invitație tentantă pentru marii investitori;
- ❖ se impune implicarea statului în activitatea de agroturism pentru a acorda ajutor micilor întreprinzători pentru elaborarea de proiecte strategice pentru tentativa de a optimiza această activitate etc.

2.3. Agroturismul în România.

În România, care așa cum afirmă Geo Bogza în reportajul „Sate și orașe” - la început a fost o țară de sate, prin excelență agricolă, spațiul rural s-a aflat la el acasă întotdeauna. Mai mult, „viața la țară” a fost un subiect frecvent al literaturii române, culminând cu manifestarea unui puternic curent literar; similar, în operele plastice din perioadele de la sfârșitul secolului XIX și începutul secolului XX satul fiind cadrul, obiectul, subiectul și inspiratorul unui număr însemnat de pictori români.

În ceea ce privește manifestările ce pot fi catalogate drept începuturi ale circulației turistice rurale din România amintim: **obiceiurile de Sânzâiene când, conform tradiției maramureșenii porneau spre mănăstirile din Moldova; pelerinajele către locașurile de cult; vacanțele de sărbători în lumea satului sau la mănăstire, dar mai ales obiceiul retragerii către sat în timpul verilor călduroase, locul ideal de petrecere a unor clipe de destindere.**

Concomitent cu creșterea frecvenței circulației turistice au evoluat și echipamentele turistice: de la cele privind transportul (poștalioanele și locurile de schimb ale cailor - „poștele” care încă mai revin și astăzi în

poveștile sătenilor, ca și denumirile unor localități legate de această activitate, exemplu Poșta Călnău) la cele care asigurau în **norme profesioniste** cazarea și masa (vestitele hanuri în toate cele trei țări române).

Cele prezentate mai sus ne determină să afirmăm că turismul rural s-a derulat în România până în a doua jumătate a secolului al XX-lea doar în mod spontan.

După anii '60, omenirea a început să fie tot mai preocupată de ținta (destinația) vacanțelor sale, turismul devenind una din cele mai importante activități economice din lume. Simultan cu manifestarea primelor tendințe de petrecere tot mai frecventă a vacanțelor în mijlocul naturii, din ce în ce mai mulți turiști și-au dorit petrecerea clipelor de relaxare în mediul (spațiul) rural.

În mod firesc s-au conturat următoarele avantaje: **valorificarea bogatului potențial rural, economisirea de investiții pentru crearea de capacități de cazare, alimentație publică și agrement, reducerea la minim a personalului de servire, decongestionarea zonelor turistice supraaglomerate, îmbunătățirea nivelului de trai în zonele utilizate ca bază materială a turismului, surse suplimentare de venituri pentru populația rurală, înviorarea tradițiilor populare, dorința de perpetuare a unor meșteșuguri tradiționale.**

Cercetările întreprinse la începutul deceniului opt al secolului trecut au scos în evidență că cererea turistică și alegerea destinațiilor turistice au fost puternic influențate de formele de agrement și animație oferite de fiecare zonă în parte, de poziție și accesibilitate, cadrul natural precum și cel socioeconomic, etnografia și folclorul local.

Teritoriul României prezintă o mare varietate de valori culturale istorice, arta populară, etnografie, folclor, tradiții, vestigii istorice, un cadru natural armonios îmbinat, cu un fond peisagistic variat și pitoresc, toate acestea sunt valențe ale agroturismului românesc în mod special.

Apărute și dezvoltate pe cele mai variate forme de relief încă din vremea traco-dacilor, așezările rurale românești au păstrat și mai păstrează încă în bună măsură datinile și obiceiurile străvechi, un bogat și variat folclor, elemente originale de etnografie și artizanat, ce pot fi valorificate turistic în cadrul unei strategii de organizare și dezvoltare a agroturismului.

Agroturismul în România se practică din totdeauna, dar spontan, sporadic, întâmplător, și mai ales neorganizat; forma sa de materializare o reprezintă, începând cu deceniul al treilea al secolului trecut, cazarea la cetățeni a vizitatorilor ocazionali în unele așezări rurale.

Primele încercări de turism organizat s-au realizat în anii 1967-1968, pentru grupuri de turiști aflați pe litoralul românesc al Mării Negre. Se pare că a fost un început promițător, căci în anul 1972 Ministerul Turismului elaborează ordinul 297/1972, urmare căruia Centrul de Cercetare pentru Promovarea Turistică Internațională procedează la identificarea și selectarea unor localități rurale reprezentative pentru satele românești ce urmau a fi lansate în turism. În urma acestor studii, de comun acord cu Oficiile Județene de Turism și organele administrației locale s-a stabilit că pot fi introduse în turismul intern și internațional circa **118 localități rurale.**

Cu începere de la 16 iulie 1973, prin ordinul Ministerului Turismului numărul 744/1973 se declarau, experimental, sate de interes turistic, denumite "*sate turistice*", următoarele **14 localități: Lerești (Argeș), Fundata și Șirmea (Brașov), Sibiel (Sibiu), Tismana (Gorj), Murighiol, Sfântu Gheorghe și Crișan (Tulcea), Racoș (Timiș), Bogdan Vodă (Maramureș), Vatra Moldoviței (Suceava), Poiana Sărată (Bacău), Vaideeni (Vâlcea).**

În anul următor, prin decretul 225/1974 s-a interzis cazarea turiștilor străini în locuințele particulare, satele turistice devenind nefuncționale pentru turismul internațional.

Scurta perioadă de „oficializare” a turismului nu a făcut posibilă organizarea activității de turism și nici amenajarea corespunzătoare a satelor turistice. În multe localități nu s-au omologat gospodăriile care întruneau condițiile de cazare (Rucăr, Vatra Moldoviței, Vaideeni), în altele cazarea turiștilor români se făcea în mod neorganizat și fără o evidență (Crișan, Bogdan Vodă, Rucăr). Cu foarte mici excepții, această situație a dăinuit până în anul 1989.

Începând cu anul 1990, interesul pentru turismul rural renaște. Iau naștere diverse asociații și organisme care prin obiectivele propuse doresc afirmarea și dezvoltarea turismului în zonele rurale. Una din acestea este **Federația Română pentru Dezvoltare Montană** (1990), care își propune sprijinirea sub toate formele a locuitorilor din zona montană, inclusiv prin promovarea, organizarea și dezvoltarea agroturismului. Urmează **Asociația Națională pentru Turism Rural Ecologic și Cultural din România** (ANTREC)-1994, membră a **Federației Europene de Turism Rural** (EUROGÎTES) și **Agenția Română pentru Agroturism**(1995) ce își propune racordarea agroturismului românesc la sistemul internațional. Preocupări din ce în ce mai concrete

au manifestat pentru acest domeniu: Ministerul Turismului, Ministerul Tineretului și Sporturilor, Ministerul Educației Naționale (Învățământului) și însuși Guvernul României.

Urmarea firească a interesului general a fost **Legea nr.145/1994** privind stabilirea unor facilități pentru dezvoltarea sistemului de turism rural din zona montană, Delta Dunării și litoralul Mării Negre (Ordonanța Guvernului nr.62/24 august 1994) și Ordinul Ministerului Turismului nr. 20/1995 referitor la normele și criteriile de clasificare a pensiunilor și fermelor agroturistice.

Asociația Națională de Turism Rural Ecologic și Cultural (ANTREC), reunea la sfârșitul anului 1995 peste 2000 de membri, în 15 filiale. Activitatea turistică s-a desfășurat în cadrul a 1240 echipamente (ferme, pensiuni sau gospodării țărănești), care au atras 18500 de turiști, din care 3 500 turiști străini, cu un sejur mediu de 4 zile/turist.

Urmare a dinamismului activității desfășurate de către ANTREC, săptămânalul economico-financiar „Capital” a acordat asociației premiul Oskar-Capital pentru anul 1995, recunoscând și confirmând prin aceasta „inițiativa cu cel mai mare impact social”.

Legat de strategia dezvoltării turismului rural în România, ANTREC și Ministerul Turismului au optat mai mult pentru calitate și nu atât pentru cantitate. Pentru soluționarea cu operativitate a problemelor privind organizarea, dezvoltarea și promovarea agroturismului în România a fost constituită, prin ordinul Ministerului turismului 59/iulie 1995, **Comisia tehnică pentru dezvoltarea agroturismului**. Din această comisie făceau la acea dată parte specialiști de la ministerele și instituțiile care-și pot aduce o contribuție în acest domeniu: **Ministerul Agriculturii Pădurii și Dezvoltării Rurale, Ministerul Tineretului și Sporturilor, Institutul de Cercetare pentru Turism, Institutul Național de Formare Managerială în Turism, Ministerul Mediului și Gospodăririi Apelor și Ministerul Educației și Cercetării**.

Pe lângă cele prezentate până acum, important este de menționat și existența, în momentul de față, a peste 25 de firme ce desfășoară activitate de touroperatori cu produse turistice rurale. Dintre acestea amintim doar câteva: „Branimex” și „Ovidiu Tour” Bran (Brașov), „Trans Tour” Praid (Harghita), „Dublion” Câmpulung (Argeș), „Daruguș” Balványos (Covasna), „Montana Service” Vidra (Vrancea).

În condițiile specifice tranziției României la economia de piață; agroturismul prezintă particularitatea ce îndeplinește o funcție de protecție socială, oferind populației cu venituri reduse posibilitatea realizării unui concediu de odihnă, de petrecere a timpului liber în peisajul pitoresc al mediului rural din zona muntoasă, de pe litoralul Mării Negre sau Delta Dunării.

Agroturismul este o prezență activă pentru 207 localități și în peste 1100 de gospodării, în special în zona montană și premontană a României dar nu numai. Astfel în special pentru lunile iulie și august și, în mai mică măsură de Anul Nou, multe din localitățile montane primesc turiști care sosesc aici pentru a-și petrece timpul liber.

2.4. Agroturismul în Republica Moldova

Spre deosebire de regiunile Terrei aflate mai spre nord de Republica Moldova (cu o climă mai rece, mai umedă și o vegetație silvică și ierboasă mai bogată) și cele aflate mai la sud de ea (din zona temperată și subtropicală cu vegetație mai săracă și climă aridă cu temperaturi în creștere spre sud), la noi agroturismul poate avea un caracter sezonier. Durata lui medie ar fi de șapte luni (din aprilie până în octombrie) și chiar mai mult (ultima decadă a lunii martie - prima decadă a lunii noiembrie). În lunile reci ale anului, din cauza scăderii temperaturilor, dispariției covorului verde vegetativ și predominării zilelor posomorite, peisajele republicii devin monotone și neatractive.

Aceasta are loc și din motivul că majoritatea drumurilor de țară, în urma ploilor, topini zăpezii, revărsării apelor, noroiului lipicios de cernoziom, devin foarte incomode, greu de străbătut atât pentru transportul auto, cât și pentru pietoni. Drumuri desfundate în urma ploilor, ca regulă, apar și în timpul cald al anului, însă la apariția razelor solare ele în scurt timp (o zi-două) se usucă, devenind iarăși accesibile.

În perioada turistică a anului se evidențiază trei anotimpuri cu fenomene de o atractivitate specifică pentru turiști, și anume:

Primăvara, când are loc înflorirea masivă a copacilor meliferi de pădure (cireș, castan), fructiferi (măr, prășad, piersic, vișin, cireș, prun etc.), a arbuștilor decorativi (de liliac), a salcîmului ș.a.

Vara, când are loc înflorirea teiului, a culturilor de câmp (floarea-soarelui), a plantelor oleaginoase (trandafir, fructelor timpurii (cireșe, vișine, mere de vară, unele soiuri de piersici), legumelor timpurii, când există condiții optimale de preparare a cașului la stâni;

Toamna este perioada recoltării strugurilor, a celui mai mare volum de legume și fructe, stoarcerea mustului din struguri și fierberea vinului.

În republică se pot găsi multe localități rurale care în mare măsură ar corespunde cerințelor dezvoltării turismului rural și agroturismului. Ele pot fi depistate în mai toate raioanele, îndeosebi în cele centrale și de nord. Gazdele ar putea fi țărani împroprietăriți sau fermierii cu gospodării individuale prospere, care dispun atât de amenajarea convenientă a încăperilor pentru oaspeți, cât și de produsele agricole necesare pentru satisfacerea cerințelor respective. În acest caz, gazdele ar avea posibilitate să-și demonstreze capacitățile de preparare a bucatelor naționale foarte variate, cu care Moldova se poate mândri.

Inventarierea potențialului atractiv al mediului rural din Republica Moldova permite să afirmăm că în republică agroturismul are șanse reale de dezvoltare în viitorul cel mai apropiat, având în vedere că în proprietatea privată se află **1,5 mii hectare** de pământ (58,7% din întreaga suprafață a terenurilor agricole), că sectorul privat produce **70%** din toată producția agricolă și că majoritatea țăranilor împroprietății, practicând diferite forme de gospodărire (gospodărind în mod individual sau în anumite forme de cooperare), dispun de produse alimentare destinate vânzării la piață.

Este îmbucurător și faptul că în 2001 pe lângă **Mișcarea Ecologistă din R.M.** a fost fondată **Asociația Națională pentru Turism Rural, Ecologic și Cultural** (ANTREC-Moldova), care își propune drept scop dezvoltarea fără amânare a acestor genuri de turism în republică, susținerea lor pe toate căile legale posibile.

O formă specifică a turismului rural practicat în mai multe state este **turismul la vilă** situată în mediul rural. Aceasta este o îmbinare a turismului rural cu cel agrar, gazdă fiind vila situată în afara localităților sau în apropierea lor. În Republica Moldova un atare turism se practica la **vila "Albasadorf"** din **Complexul hotelier "Codru"** din Chișinău. Ea a fost amplasată în zona de stepă într-o mică pădure, lângă livadă, pe teritoriul unei foste tabere de copii lichidate, la 500 metri de șoseaua internațională Odesa-Galați, în preajma **satelor Albota de Sus și Albota de Jos** din județul(raionul) Taraclia, la 20 km distanță de la fabrica de **vin din Taraclia**, la 36 km de la **fabrica de vin din Ciumai** și la 50 km de la **stațiunea balneo-climaterică "Nufărul Alb" din Cahul**. Aici, pentru prima dată în Republica Moldova, s-a întreprins cu o **gospodărie țărănească** o afacere turistică. Cele **18 camere** cu toate comoditățile (apă rece și caldă, dușumele, calorifere, grup sanitar, telefon) erau împodobite cu țesături de artizanat, ceramică, lemn. Pentru unele elemente arhitectonice au fost folosite materiale locale: lemn de cireș și stejar, piatră de Cosăuți, nuiiele de lozie. Vila dispune de o terasă spațioasă și de un teren pentru tenis. Fiind amenajată în stil național, cu scări, coloane și cerdac, lucrate de meșteri populari iscusiți din lemn de stejar, vila sta la dispoziția doritorilor din primăvară până toamna târziu, devenind una din cărțile de vizită ale republicii. Apartenența vilei „Albasadorf” în calitate de obiectiv al turismului rural era accentuată și prin faptul că doritorii care o vizitau aveau posibilitatea de a admira și a proba măiestria unui șir de activități țărănești tradiționale, majoritatea din care se acordau fără plată. Din ele faceau parte:

- vizitarea satului moldovenesc;
- participarea la sărbătorile populare;
- plimbarea cu caii;
- posibilitatea de a cunoaște lucrările de câmp (culesul roadei din vie și livadă, păscutul animalelor), lucrul de casă (hrănirea animalelor și păsărilor, mulsul oilor și vacilor, prepararea cașului, țesutul, gătitul bucatelor la cuptorul tradițional din încăpere și la cuptorașul de vară din curte);
- lucrul la prisaca din gospodărie;
- participarea la crearea diverselor obiecte de artizanat;
- tenisul de câmp;
- colectarea plantelor medicinale (soc, tei, pojamiță, salcîm etc);
- servirea vinului la gura beciului și altele.

Toate acestea erau însoțite de cântecul și jocul popular. De la vilă se puteau organiza excursii la cramele din satele din împrejurimi.

Vila "Albasadorf" nu avea restricții sezoniere. Un bogat program ea propunea și la sărbătorile de iarnă. Acest program prevedea pentru turiști următoarele servicii și activități:

Sărbătorile de Crăciun; Revelionul; Sfântul Vasile în Moldova; Sărbătorile de Bobotează.

Turiștii savurau din feeria sărbătorilor de iarnă, erau colindați, urați și semănați pentru un an nou bogat și fericit, realizând și excursii:

- excursie tematică “Crăciunul în Moldova”;
- excursie tematică “O brad frumos” (despre tradițiile de Revelion la moldoveni);
- învățarea unei urături sau a unei colinde;
- participarea la ritualul colindatului gazdelor, hrănirea orătăniilor din gospodărie;
- vrăjitorii de Anul Nou;
- “sanie cu zurgălăi” - plimbări cu sănii trase de cai (când este zăpadă);
- dansuri, bancuri, surprize;
- cadouri de la Moș Crăciun.

În preț erau incluse: cazare (înnoptare); restaurare (pensiune completă); cină festivă; program de colinde, urături și cântece de petrecere; plimbări cu sănii trase de cai (când este zăpadă); excursii.

Inițiativa organizatorilor vilei „Albasdorf,, fiind una din **formele turismului rural, agroturismului și turismului ecologic** era perspectiva de a fi preluată și de alți agenți economici din sfera turismului, care pot asigura condițiile necesare pentru turiști.

Unele aspecte ale agroturismului în Republica Moldova erau cunoscute încă din anii 70-80, când pentru turiștii străini se organizau excursii la culesul strugurilor. La așa ceva au fost atrași, de exemplu, turiștii din Finlanda, pentru care această îndeletnicire era destul de exotice. Acum este practicat din ce în ce mai des de majoritatea agropensiunilor din R.Moldova.

În 1999, coordonatorii programului „**Turismul rural - un pas spre dezvoltarea locală**” I. Grosu de la Centrul Național de Informare „Contact” și L. Chiriac de la fundația „Viitorul” din Chișinău, care cu sprijinul Băncii Mondiale și al Fundației „Soros-Moldova” studiază posibilitățile dezvoltării turismului rural în Republica Moldova, împreună cu câțiva primari din republică, au făcut o vizită de documentare în Moldova din dreapta Prutului, inclusiv în sudul **Bucovinei**. Multe din locuințele țărănești din zonele Carpaților **Românești** care primesc turiști sânt numite pensiuni. La începutul lui 2001, în România s-au înregistrat peste **1300 de pensiuni** (ca regulă cu 4-6 odăi), fiecare dintre ele purtând denumiri specifice: “Santa Maria”, “Camelia”, “Olteanu-Maria”, “Cheile Grădiștei” etc. O atare gospodărie țărănească specializată în domeniul turismului rural obținea un profit anual de peste **10 mii de dolari**. Pentru doritori existau și vile cu 3-4 etaje, dotate cu un confort sporit.

Oaspeții nominalizați din Republica Moldova, vizitând România, au concluzionat că premise pentru dezvoltarea turismului rural și agroturism există și în Basarabia. Autorii programului au determinat anumite tipuri de sate care ar putea deveni atractive pentru turiștii locali și cei străini, și anume:

- Localitățile cu un pronunțat caracter etno-folcloric;
- Localitățile cu tradiții în creația artizanală și artistică;
- Localitățile peisajistice;
- Localitățile cu tradiții pescărești, vânătoarești, vitipomicole.

În ultima categorie ar putea fi încadrate nu numai localitățile care dispun de podgorii, ci și cele în care există întreprinderi viticole.

Agroturismul și turismul rural după cum s-a menționat, poate fi relansat cu succes cu condiția valorificării maxime a tuturor obiectivelor și activităților atractive pentru oaspeți - a monumentelor naturale și a celor antropice, a unor activități economice și artistice specifice acestui mediu, cu tangențe la cultura și tradițiile populației băștinașe. Din numărul lor pot fi menționate întreprinderile viticole și cele viticole, obiectele de artizanat, complexele mănăstirești, în cea mai mare parte situate în afara localităților în locuri deosebit de pitorești, localități în care s-au păstrat numeroase construcții edificate cu folosirea elementelor arhitectonice tradiționale etc. Din condițiile obligatorii ale dezvoltării turismului rural fac parte restabilirea în locurile sau zonele respective a unei stări ecologice bune a mediului și asigurarea oaspeților (și a populației locale, bineînțeles) cu produse alimentare ecologic pure.

(Lunca Prutului, anexă)

Unitatea de conținut III. Formele și particularitățile agroturismului

3.1. Formele și particularitățile agroturismului.

3.2. Factorii care influențează circulația turistică în mediul rural.

3.3. Tipuri de gospodării cu destinație agroturistică.

3.1. Formele și particularitățile agroturismului.

Deosebiri dintre turismul clasic și agroturism

Turism clasic	Agroturismul
- este o întreprindere comercială mare sau mică.	-reprezintă o activitate la domiciliu.
- cel mai adesea gestionată ca o societate comercială.	-cel mai adesea afacere familială, sau de acest gen.
- oferă întotdeauna mai mult de o unitate de cazare, rareori mai puțin de 6, în general între 10 și 100	-oferă una sau două unități de cazare, rareori mai mult de 6.
- necesită investiții importante și adesea fonduri publice pentru infrastructuri.	-necesită investiții mai modeste, individuale.
- mai vulnerabil față de conjuncturile și fluctuațiile economice, utilizarea fiind, decât pentru un singur scop.	-utilizarea suplă și ameliorarea normelor de cazare și de petrecere a timpului liber pe plan local.
- oferă în general cazare și servicii mai costisitoare, pentru un nivel de confort mai ridicat, ceea ce-l face inaccesibil pentru turiștii cu venituri scăzute.	-oferă servicii mai puțin costisitoare, are cea mai mare parte a amenajărilor necesare, dar adesea fără confort, accesibil turiștilor cu venituri modeste.
- veniturile cu excepția micilor întreprinderi familiale intră în circuitul normal și populația în ansamblu său nu profită din acestea. Aceste beneficii părăsesc localitatea și chiar țara.	-veniturile merg direct la locuitori și rămân în localitate
- necesită plan de ocupare al terenurilor, schemă de amenajare, perturbă adesea mediul, obiceiurile și tradițiile locale, modifică peisajul.	-se integrează în structurile existente de locuit, nu antrenează nici o modificare de amenajament și nici de peisaj, prin însăși natura sa se integrează mai bine obiceiurilor locului.
- prin natura sa este centralizat, unitățile sunt grupate apropiat una de cealaltă	-unitățile sunt în general dispersate în colectivitate și regiune.
- prin stilul de viață pe care-l oferă, este susceptibil de a crea tensiuni între turiști și populația locală.	-ar putea favoriza o mai bună înțelegere între turiști și populația locală.

Sursa: Buciuman, E. - *Economia rurala* Editura Pro Transilvania, Alba Iulia, 1999, p. 39

Agroturismul este un concept relativ de dată recentă, care face referire la diferitele forme de turism aflate în legătură directă cu activitățile agricole și/sau cu construcțiile având destinații, rol, funcțiuni în domeniul agriculturii. Această formă specifică de turism rural este bazată pe asigurarea în cadrul gospodăriei țărănești, a serviciilor de cazare, masă, agrement și altele complementare acestora.

Această formă de turism rural este practică de micii proprietari din zonele rurale, de obicei ca activitate secundară; activitatea desfășurată în gospodăria/ferma proprie, rămânând principala ocupație și sursă de venit.

Este bine să precizăm, că în două dintre țările europene cu vechi stagi de activitate pe tărâmul agroturismului - este vorba de Franța și Anglia - se încearcă a se realiza o distincție între "**agroturism**" și "**turismul la fermă**" pentru a evidenția simplu și din capul locului utilizarea caselor țărănești drept locuri de cazare pentru turiști. Închirierea gospodăriilor drept case de oaspeți, case de sănătate, cabane de vânătoare, etc. este considerat a nu fi agroturism, datorită pierderii unei părți din încărcătura/funcția agricolă, ele ne fiind ocupate de țărani reali/activi. Trebuie precizat că în majoritatea cazurilor amfitrionii/gazdele pun la dispoziția turiștilor spațiu locuibil excedentar, cel dezafectat și amenajat ori construit special pentru astfel de activități.

În ciuda acestor considerații este evident că ambele forme fac parte din sfera agroturismului. Practicarea adiacentă de către țărani a turismului conduce la realizarea unei dezvoltări superioare a zonelor sătești, atât prin aportul adus de încasările din cazare cât mai ales prin valorificarea unor produse agricole locale, prin includerea lor în consumul turistic. Este bine de precizat că o parte dintre veniturile realizate din activitățile de agroturism sunt utilizate pentru investiții și modernizare, în acest fel activitatea turistică contribuind nemijlocit la dezvoltarea și susținerea gospodăriei țărănești și a zonei însăși.

Agroturismul, formă specifică de turism rural, utilizează pentru cazare și servirea mesei numai pensiunile turistice și pensiunile agroturistice, beneficiind de un mediu nepoluat și pitoresc, de atracțiile

turistice naturale și de valorile cultural-istorice, de tradițiile și obiceiurile prezente în mediul rural, de ospitalitatea fermierului.

Agroturismul este una din ramurile economiei naționale, care își propune dezvoltarea turismului în mediul rural, în strânsă corelație cu economia locală, existând o strânsă legătură între turism și celelalte ramuri ale economiei locale și în special agricultura.

În dezvoltarea sa, agroturismul favorizează apariția câtorva *forme de organizare*.

Forma cea mai simplă a agroturismului constă în a oferi *o cameră de găzduire, la solicitarea unui turist ocazional* (în trecere, care trebuie să înnopteze în localitatea respectivă sau se află în zonă cu afaceri sau pur și simplu face o drumeție). Această formă s-a dezvoltat mai mult în jurul stațiunilor balneoclimaterice datorită capacității de cazare insuficiente a acestora și este sezonieră, uneori ocazională; proprietarul gospodăriei pune la dispoziția turiștilor doar spațiul de cazare, fără a oferi și alte servicii (pensiune, agrement etc.). Avantajul acestei forme este că satisface cererea turistică și asigură un venit suplimentar gospodăriei. Dezavantajul constă în lipsa unui program care să răspundă cerințelor turiștilor.

O altă formă de organizare se întâlnește la nivelul agenților economici autorizați, atestați și agreați de organisme de resort. Agentul economic poate fi o persoană fizică ce dispune de *o gospodărie amenajată în scopul primirii turiștilor*, o asociație familială sau o societate comercială care își valorifică, la un moment dat, excedentul de cazare și care dispune de un program agroturistic. La nivelul acestei forme se asigură protecția consumatorului, prin dobândirea autorizației de funcționare.

Organizarea agroturismului și a agroturismului în cadrul *agențiilor de turism*, operează cu programe proprii sau cu programe puse la dispoziție de alte persoane (fizice sau juridice) și de către solicitanții de servicii. Ele prestează anumite servicii pe bază de comision. Serviciile constau în promovarea programelor oferite de organizatorii de turism rural sau în organizarea de excursii pe baza programelor oferite de gospodăriile și fermele din mediul rural.

Alte forme de organizare ale agroturismului sunt reprezentate de *fundații, asociații și federații*, create ca organisme neguvernamentale care să promoveze dezvoltarea activităților de economie rurală și turism rural, prin sprijinirea pregătirii și valorificării potențialului satelor românești. Aceste forme asociative reunesc toate inițiativele locale și izolate, pentru a crea entități capabile să reprezinte anumite aspecte din segmentele vieții economico-sociale rurale.

Agroturismul, mult dezvoltat în economia montană a țărilor occidentale trebuie să devină treptat o direcție nouă de acțiune pentru realizarea obiectivelor strategice în special în zona montană din țara noastră și o nouă dimensiune sau funcție a gospodăriei montane în vederea asigurării unor venituri suplimentare pentru acestea.

Agroturismul este determinat de un ansamblu de factori care influențează dezvoltarea lui, cum ar fi: **cunoașterea limitelor sociale, economice și culturale ale agroturismului, cunoașterea situației exacte a capacității și a disponibilității exploatațiilor agricole de a primi turiști în gospodăria lor, proiectarea modernizărilor ce trebuie aduse caselor și gospodăriilor țărănești pentru a se asigura condiții civilizate tuturor turiștilor și crearea unor microcomplexe agroturistice în diferite zone.**

Atracția pentru practicarea agroturismului are o semnificație mai mult efectivă decât economică.

În țările dezvoltate din vestul Europei, agroturismul ocupă un loc foarte important. Acest loc este asigurat de tendința practicării pe scară largă a agroturismului, a turismului de agrement și de participare tot mai activă la comerțul extern, atât în mod direct, cât și ascuns sub forma turismului.

Una din problemele deloc de neglijat pentru reușita agroturismului este cea triere exigentă a gospodăriilor, nu atât din punctul de vedere al cadrului construcțiilor cât mai ales din punctul de vedere al gradului de civilizație, de educație și de deschidere al celor care se angajează în această activitate.

Particularitățile agroturismului.

Încadrându-se în sfera serviciilor, agroturismul va prezenta toate particularitățile acestora, având și unele caracteristici proprii, cum ar fi: **sezonalitatea**, amploarea, intensitatea sa fiind foarte diferite de la o perioadă la alta, **interdependența produselor turistice** (turistul fiind de cele mai multe ori beneficiarul mai multor bunuri materiale și servicii care se leagă cronologic și cauzal unele de altele), precum și **nivelul ridicat al costurilor fixe** (determinat de caracterul rigid al ofertei și de caracterul nestocabil al serviciilor).

Agroturismul este expresia orientării unei părți însemnate din turiștii către natură, ca urmare a implicației civilizației postindustriale. Astăzi, natura devine pretext de reflexie, pentru descoperire, pentru educație dar și pentru tratament, performanțe sportive și implicit pentru o viață nouă.

Prin conținutul său, agroturismul prezintă o serie de particularități care se întrepătrund în mare măsură cu alte forme de turism cu care se **completează și se stimulează reciproc**. În acest sens, un exemplu poate fi: turismul cinegetic și de pescuit, (ex. Delta Dunării, România), sau turismul montan(ex. România, Franța).

O altă particularitate a agroturismului constă în aceea că **prin prezența condițiilor favorabile de desfășurare din cuprinsul unei țării poate contribui la introducerea în circuitul intern și internațional a unei părți însemnate a potențialului turistic din țară**.

Față de alte forme, agroturismul, **nu necesită, investiții prea mari** pentru amenajările de infrastructură sau pentru alte dotări și nu produce aglomerări care creează diverse probleme pentru localitățile urbane. Pentru structurile de primire pe lângă gospodăriile unor săteni, se pot folosi fermele și pensiunile agricole.

Agroturismul începe să-și constituie în timp o piață proprie, definită prin factori de manifestare specifică și determinanți de natură economică, socială, politică, geografică și motivațională.

Agroturismul este practicat în prezent de persoanele care au obligația de a se deplasa la țară, având case sau proprietăți în aceste localități și trebuie să participe activ la gospodărirea lor, precum și de persoane urbanizate stabilite de mai multe generații la oraș și care simt nevoia ca la sfârșit de săptămână să petreacă câteva ore în aer liber, curat, nepoluat, consumând produse de la țară.

Agroturismul constituie un rezultat dar și o premisă a dezvoltării economiei rurale. El poate contribui din plin la **echilibrarea** dezvoltării teritoriale a unei țării. În acest sens, se are în vedere următoarele: posibilitatea de a deveni un suport pentru noi afaceri și locuri de muncă; încurajarea activităților tradiționale locale, cu precădere artizanatul, dar și cele care pot determina dezvoltarea unui comerț specific și crearea de noi locuri de muncă; creșterea veniturilor locuitorilor așezărilor rurale rezultate din valorificarea resurselor locale și a produselor agroalimentare ecologice pentru consumul turiștilor.

În raport cu agricultura, care rămâne activitatea principală a satelor, agroturismul constituie o activitate complementară și nu o alternativă sau o substituție a acesteia.

Prin specificul său de turism estival, agroturismul trebuie privit ca o modalitate de absorbție a surplusului de turiști, din anumite perioade ale unor renumite stațiuni turistice sau din acela al marilor aglomerări urbane. Sunt foarte numeroase cazurile în care unii turiști ajung în mediul rural ca urmare a imposibilității de a-și găsi locuri convenabile de odihnă în stațiuni cunoscute.

Agroturismul poate fi analizat și ca factor de determinare a dezvoltării unor activități conexe, cu efecte pe linia veniturilor pentru multe familii, decât acelea care dispun de pensiunea turistică. Agroturismul dacă nu este practicat corect, prezintă și **particularități negative**, prin afectarea tradițiilor și obiceiurilor comunităților locale și prin stimularea unor activități care sunt numai pe planul turiștilor în detrimentul altora care vin din trecutul istoric.

	Efectele negative ale agroturismului
Agroturismul	Poluarea mediului natural, a zonelor ocrotite, alimentației, solului, apei
	Accentuarea kitsch-urilor de orice fel
	Alterarea tradițiilor și obiceiurilor locale
	Modificarea structurii sociale și demografice a satelor
	Costuri mari, venituri reduse, sezoniere și nesigure

În măsura în care **efectele pozitive** ale agroturismului sunt stimulate și ajustate în dezvoltarea lor, iar cele negative sunt controlate și diminuate, atunci poate fi găsită o soluție optimă a unui echilibru care să ducă la o dezvoltare durabilă a agroturismului.

Agroturismul prezintă unele trăsături sau particularități care îl diferențiază de turismul tradițional și anume:

- ◆ consumul turistic se petrece în mediul rural, unde esențiale sunt calitatea pensiunii și serviciilor de primire la familii, cunoașterea mediului natural, uman și cultural, precum și originalitatea produselor turistice;
- ◆ oferta turistică este autentică, diferențiată, multiplă în diversitatea sa, organizată și condusă de fermieri, deci de oamenii satului;

- ◆ este o activitate economică complementară exploatației agricole și nu o alternativă sau o substituție a acesteia;
- ◆ oferă populației turistice cu venituri reduse posibilitatea de odihnă și reconfortare, de petrecere a timpului liber, din vacanțe, week-end-uri, în peisajul pitoresc al mediului rural, cu valori cultural-educative și cu o ospitalitate specifică;
- ◆ nu necesită investiții foarte mari pentru amenajări de infrastructură și suprastructură turistică sau pentru alte dotări de profil;
- ◆ este un turism „difuz” prin specificul ofertei sale diversificate și de mare diseminare în spațiu; astfel aparent, nu aduce prejudicii prea mari mediului natural și al celui construit. Pentru ca această particularitate să-și înscrie foarte bine în conceptul de agroturism, trebuie avută în vedere „capacitatea de primire” a satului și a arealului limitrof, mai ales în condițiile unui turism de sejur, în lunile de vară: dotări, amenajări, servicii conexe, raportul cu populația autohtonă;
- ◆ nu este compatibil cu turismul de masă;
- ◆ agroturismul are cele mai mari implicații în valorificarea resurselor turistice locale și în ridicarea nivelului de viață al locuitorilor, în dezvoltarea socio-economică a localității rurale și nu în ultimul rând în protejarea și conservarea mediului natural și construit, în contextul unei activități economice pe principii ecologice;
- ◆ agroturismul este o formă de turism unde omul reprezintă elementul esențial și central;
- ◆ asociațiile locale și fermierii pot asigura atractivitatea acestei forme de turism prin calitatea primirii, cunoașterii mediului local natural, cultural și istoric, precum și autenticitatea produselor;
- ◆ asocierea fermierilor înlesnește alcătuirea ofertelor, urmărirea pieței, promovarea și comercializarea acestora, ceea ce nu ar putea realiza o singură persoană;
- ◆ agroturismul poate contribui la dezvoltarea durabilă la nivel local, regional și național prin: folosirea durabilă a resurselor turistice, menținerea diversității naturale, culturale și sociale a spațiului rural și dezvoltarea ofertei și a infrastructurii generale și tehnico-edilitare.

Efectele pozitive ale agroturismului	
Agroturismul	Valorificarea resurselor locale de artizanat
	Factor educațional
	Noi profesii și locuri de muncă
	Mediu favorabil pentru noi afaceri
	Efect multiplicator
	Dezvoltare locală
	Caracter spontan
	Perioade de ascensiune - cădere
	Element de absorbție a turiștilor
	Rentabilitate
	Mobilizarea activităților locale

3.2. Factorii care influențează circulația turistică în mediul rural.

Literatura turistică de specialitate conține numeroase referințe cu privire la factorii care influențează dezvoltarea turismului. Una dintre aceste clasificări grupează factorii de influență în următoarele categorii: **factori economici, factori psihologici, factori demografici, factori naturali, factori politici, factori conjuncturali.**

• **Factorii economici** au două aspecte care au o importanță mai mare și anume: **venitul personal sau familial și tarifele** percepute pentru serviciile turistice și agroturistice. Este relativ ușor de imaginat intensificarea circulației turistice pe măsură ce veniturile cresc și ajung să depășească acel nivel critic până la care mijloacele financiare disponibile într-o gospodărie sunt dominate, în totalitate, de necesitatea satisfacerii cerințelor elementare de consum, cum ar fi alimentele, îmbrăcămintea produsele industriale de folosință îndelungată etc. Când privește tarifele, este clar că acestea pot avea un efect inhibant dacă vor crește sau vor favoriza fluxurile turistice dacă scad.

• **Factorii psihologici** sunt cel mai greu de estimat, deoarece, așa cum am văzut, exprimă preferințe individualizate foarte diverse. Ne confruntăm, în acest caz, cu acea motivație turistică, adică cea care-l determină pe om să se deplaseze din localitatea sa de reședință spre o altă localitate sau zonă geografică.

Sigur, pot fi aduse în discuție numeroase cauze, printre ele figurând nevoia de relaxare, de odihnă fizică, de reconfortare, de divertisment sau distracție, dorința de a cunoaște cultura, arta și tradițiile altor popoare, nevoia de a-ți îngriji sănătatea ș.a.m.d. După cum se vede, motivația turistică se referă, în esență, la trebuințe, impulsuri, intenții, dorințe cu caracter personal, toate acestea fiind la rândul lor, influențate de numeroși alți factori care acoperă un evantai larg, de la cei cognitivi (necesitatea de a ști, de a cunoaște, de a înțelege, de a descoperi), până la cei estetici (tendința spre frumos și civilizație).

•**Factorii demografici** pot provoca un complex de efecte pozitive asupra principalelor curente turistice, ca rezultat al creșterii populației, a modificărilor intervenite în structura de vârstă și structura profesională, sporirii populației urbane ș.a. De pe acum așa-numita "**civilizație a timpului liber**" a început să capete dimensiuni nebănuite, ridicând o mulțime de aspecte economice și sociale.

Un fenomen care se conturează tot mai pregnant în evoluția turismului îl constituie intrarea în circuitele turistice a unor noi grupe de vârstă: tinerii și vârstnicii.

•**Factorii naturali** ocupă un loc extrem de important în alegerea traseelor, localităților de popas și durata sejurului. În această ordine de idei nu putem face abstracție de faptul că preferăm litoralul sau muntele, preferăm zona însorită, sau vom practica sporturi de iarnă.

Într-adevăr, sezonalitatea constituie una din caracteristici ale turismului modern. Acest fapt se traduce prin diferențe notabile în volumul ofertei și cererii turistice în decursul unui an, ca urmare a schimbării condițiilor climaterice în cursul diferitelor anotimpuri. Realmente, fluctuațiile turistice ca urmare a influenței factorilor naturali au început să preocupe tot mai mult pe toți cei ce se ocupă de acest fenomen. Aceasta, deoarece fluctuațiile sezoniere ridică numeroase probleme economice atât pentru turiști, cât și pentru organizatori. Întrucât durata sezonului turistic într-o zonă (sau o stațiune) este determinată de condițiile climaterice și meteorologice, turistul se vede nevoit să se deplaseze și să-și petreacă sejurul într-o anumită perioadă în condiții incomode de aglomerație, ceea ce îl împiedică să-ți găsească satisfacții în relaxarea și odihna pe care și le-a dorit atât de mult. În plus, datorită suprasolicitărilor în perioadele de vârf de sezon, posibilitățile turiștilor de a putea alege nivelul de confort prevăzut se diminuează foarte mult.

Sezonalitatea pronunțată în turism generează o serie de inconveniente și pentru industria turismului.

Firește, preocuparea de bază a prestatorilor de servicii turistice este de a rezolva această contradicție care apare între oferta turistică rigidă (care nu este condiționată de factorul vreme/sezon) și cererea turistică mult mai elastică (condiționată de urgența ei, de posibilitățile de substituție și sezonalitate). Trecând în revistă măsurile menite să atenueze, pe cât posibil, vârfurile sezoniere, literatura de specialitate pune în evidență trei posibilități mai importante:

- ✚ prelungirea sezonului de vârf prin oferirea unor **facilități de tarife** și de prețuri atractive. În perioadele de exploatare redusă, tarifele diminuate constituie un stimulent major pentru impulsionarea cererii;
- ✚ mărirea eforturilor de a **menține un nivel acceptabil al cererii** turistice în tot cursul unui an, astfel încât turistul să găsească întotdeauna posibilități adecvate de petrecere agreabilă a timpului său liber (îndeosebi în zilele ploioase, fără soare, fără zăpadă);
- ✚ **diversificarea ofertei turistice** în perioadele de extrasezon prin oferirea de tratamente, excursii spre alte zone de interes turistic ș.a.

Trebuie să subliniem, totuși, faptul că eforturile de activizare a cererii în perioadele din afara sezonului nu pot fi absolutizate. Sezonalitatea provocată de factorii naturali nu poate fi complet eliminată, dar poate fi atenuată, de la o zonă la alta, de la o stațiune la alta, în funcție de condițiile concrete în care se înscrie activitatea turistică.

• **Factorii conjuncturali** au, de regulă, un efect temporar asupra expansiunii turistice spre anumite zone sau regiuni geografice. Printre acești factori menționăm fenomenul inflaționist, crizele economice, proporțiile șomajului, modificări intervenite în sistemul valutar, criza energetică ș.a.

Din analiza conjugată a tuturor acestor factori și din urmărirea evoluției de până acum a turismului și agroturismului, cu deosebire în zonele montane, spre exemplu în România se desprind câteva tendințe caracteristice fluxurilor turistice și anume:

- **tendința de dezvoltare continuu ascendentă, care se pare că va fi de lungă durată;**

- **tendința de diversificare continuă a cererii turistice ca o consecință a motivației turiștilor, modificărilor intervenite în categoriile de vârstă și a transformării turismului, pe alocuri, într-un fenomen de masă;**
- **înregistrarea unor diferențe apreciabile în circulația turistică de la o zonă la alta;**
- **tendința creșterii cheltuielilor pentru serviciile turistice în totalul bugetelor de familie, pe măsură ce cresc veniturile populației, produsul intern brut pe locuitor și nivelul de dezvoltare economică;**
- **creșterea duratei și a distanței pentru care se efectuează o călătorie, ca urmare a dezvoltării transporturilor și a infrastructurii.**

Agroturismul este o industrie a cărei materie primă o reprezintă mediul ambiant, iar gradul de atractivitate al zonelor generează o paletă largă de forme, capabile să răspundă unor variate motivații turistice. Susținerea dezvoltării agroturismului are ca o altă motivație și faptul că prezintă multiple valențe pentru practicarea unui turism variat și complex, favorizat de existența unui relief deosebit de interesant, propice pentru practicarea drumeției, a sporturilor de iarnă pentru odihnă și recreere pentru turismul balnear, de tratament; pentru turismul de sfârșit de săptămână.

3.3. Tipuri de gospodării cu destinație agroturistică.

Astfel, baza materială a agroturismului este formată din totalitatea gospodăriilor țărănești amenajate pentru primirea turiștilor, atestate și racordate la o anumită formă de organizare. Gospodăriile țărănești pot fi clasificate după mai multe criterii:

1) Din punct **de vedere al utilității** și destinației gospodăriei, se deosebesc **trei grupe, și anume:**

- gospodării pentru satisfacerea nevoilor proprii;
- gospodării construite pentru nevoile proprii și pentru alternativa turistică;
- gospodării nou construite, asistate de specialiști și prevăzute cu echipamente și utilități necesare pentru a răspunde cerințelor turistice.

2) Din punct **de vedere al serviciilor oferite turiștilor**, gospodăriile țărănești turistice pot fi clasificate astfel:

- **gospodării turistice de găzduire** (gospodarul oferă turiștilor, în afară de cazare și mic dejun și mesele de prânz și seară);

- **gospodării turistice de găzduire și sejur pentru copii** (gospodarul oferă copiilor turiști și însoțitorilor acestora cazare, mic dejun, mesele de prânz și seară, cu alimente de bază produse și preparate în propria gospodărie, în proporție de peste 50%).

În ceea ce privește modul de organizare al unei gospodării, în componența acesteia se includ mai multe zone: **zona locuinței și a spațiilor auxiliare (cuprinde, de regulă, locuința propriu-zisă, o bucătărie de vară, o magazie în imediata apropiere a locuinței); zona anexelor gospodărești (adăpost pentru animale mari, saivane de oi și capre, cotețe cu padocuri pentru porci și păsări); zona grădinii de legume și zarzavat; zona pomilor fructiferi.**

În România există mai multe tipuri de stabilimente de primire turistică, particularizate după modul în care au fost construite inițial. Astfel putem deosebi:

Gospodării realizate pentru satisfacerea nevoilor proprii care nu au fost construite pentru ofertă turistică dar care permit amenajări suplimentare care să ofere condiții minime pentru practicarea turismului rural sau agroturismului. Astfel de gospodării se întâlnesc în multe din localitățile montane din Moldova, fiind proprietatea rezidenților sau a unor persoane, provenind din marile centre urbane ale țării și care au vrut să-și construiască o casă (vilă) la țară.

Gospodării construite pentru nevoile proprii și pentru alternativa turismului și agroturismului. Acestea sunt întâlnite, în general în zonele limitrofe marilor stațiuni (montane, de pe litoral, balneoclimaterice) sau în zonele cu tradiție turistică. În general gospodăriile păstrează arhitectura locală și asigură condițiile minime de confort pentru practicarea agroturismului iar turiștii apreciază autenticitatea găzduirii și ambianței.

Gospodării construite special, cu destinație agroturistică. La construirea lor sunt asistate de specialiști (arhitecți); dispun de toate echipamentele și utilitățile necesare pentru a răspunde cerințelor agroturistice. De regulă sunt proiectate pentru o anumită clasificare și permit modernizări pentru creșterea acesteia.

Pensiuni turistice și agroturistice. Pensiunile turistice sunt structuri de primire turistice având o capacitate de cazare de până la 10 camere, totalizând maximum 30 de locuri în mediul rural, și până la 29 de camere în mediul urban, funcționând în locuințele cetățenilor sau în clădiri independente, care asigură în spații special amenajate cazarea turiștilor și condițiile de pregătire și servire a mesei.

Criteriile de funcționalitate pentru atragerea turiștilor se referă în general la: forma și aspectul pensiunii, modul de așezare a construcțiilor unele față de altele, poziția față de drumul de acces (șosea), poziția față de pădure, poziția față de o apă curgătoare, poziția față de vecini, organizarea generală a pensiunii pe zone funcționale, zona locuinței, zona anexelor, grădinele cu flori, grădina cu legume fructe, pergola pentru asigurarea umbrei (viță de vie etc.);

Relația între spațiile destinate turiștilor și cele în folosință privată este un important element în ceea ce privește clasificarea pensiunilor agroturistice. Se pot întâlni mai multe situații în cadrul acestei variante și anume:

■ **intrarea comună pentru turiști și proprietari:** este situația cel mai des întâlnită în cazul amenajării unor construcții existente la care s-au adus modificări funcționale. Această situație generează un anumit disconfort determinat de intersectarea activităților de întreținere, cu fluxul de circulație al gazdelor.

■ **intrare separată și exclusivă a turiștilor:** prezintă avantajul că elimină disconfortul generat de intersectarea traseelor de activitate a proprietarului cu cele ale turiștilor, asigură un grad de intimitate mai mare pentru turiști, spațiile destinate turiștilor sunt amplasate într-o clădire independentă față de locuința proprietarului și anexele gospodărești și se asigură condiții optime de confort pentru turiști.

Totodată dintre structurile de primire organizate în cadrul turismului rural și agroturism fac parte: **satul turistic, popasul turistic, motelul, hotelul rustic pavilionar, camping.**

Unitatea de conținut IV. Pensiunea agroturistică-factor generator în dezvoltarea agroturismului.

4.1. Definirea, caracteristica și clasificarea pensiunilor turistice.

4.2. Norme metodologice privind atribuirea gradului de confort al pensiunilor.

4.3. Obiectul de activitate al pensiunilor.

4.1. Definirea, caracteristica și clasificarea pensiunilor turistice.

Turismul este o afacere care pune în valoare ospitalitatea unei destinații, fie că este o țară, o regiune, o localitate sau o familie. La sat, această ospitalitate este conservată într-un mod mai firesc, mai tradițional și, totodată, mai proaspăt. Există o grupă suficient de largă de activități de turism care sunt asociate aproape în totalitate cu destinațiile rurale, cum ar fi agroturismul, ecoturismul, gastroturismul, etc. În mare parte, ospitalitatea comercială (cum mai este numit turismul) la sat se promovează ca și afacere de familie, fie că este o agropensiune, un han sau o fermă vitivinicolă. Mai mult, ideea acestei afaceri se produce într-un amalgam de activități grupate după principiul *totul sub un singur acoperiș*, ceea ce face ca acest soi de business să fie unul apreciat în mediul rural.

În general, **turismul rural** include toate tipurile de turism care au loc în sat. Ideea lui este de a opune viața de la sat mediului urban poluant, dinamic și stresant. Cu cât contrastul dintre aceste tipuri de locații (rural-urban) este mai mare, cu atât forța atragerii turiștilor este mai mare. În cadrul acestui fel de turism, în destinațiile rurale sunt oferite o gamă variată de activități, începând de la plimbări în păduri și călărit, și terminând cu zborul cu parapanta sau cunoașterea bucătăriei locale. Acest gen de turism nu comportă limite ce țin de cazare, aici pot fi întâlnite hoteluri, pensiuni, cabane, campinguri sau altele exotice, caracteristice unor comunități rurale (ex.: *bașca* în Moldova, iurta la popoarele din stepă etc.). La fel, și cu bucătăriile tradiționale locale, acceptate cu mare pasiune de turiști. Bineînțeles, pentru Republica Moldova cea mai bună soluție ar fi o ofertă variată, care nu va exclude nicio formă de turism ce provine din bogata noastră tradiție a ospitalității, cum ar fi agroturismul sau turismul vitivinicol. Pot fi dezvoltate și forme specifice, ca ecoturismul sau agroecoturismul.

Conform H O T Ă R Î R II cu privire la aprobarea Normelor metodologice și criteriilor de clasificarea structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei nr. 643 din 27.05.2003 pensiunea turistică este:

Pensiune turistică – structură de primire turistică, situată într-o localitate urbană sau rurală, destinată

cazării turiștilor, cu o capacitate între 3 și 20 de camere, funcționând în locuințe private sau în clădiri independente, **care asigură spații de pregătirea și servirea mesei.**

Categoriile de clasificare a pensiunilor turistice sânt: 4, 3, 2, 1 stele; (în România margarete)

Pensiunile turistice urbane sunt structuri de primire turisticesituată într-o **localitate urbană**, având o capacitate de cazare de până la 10 camere, totalizând maximum de până la 20 de locuri, funcționând în locuințele cetățenilor sau în clădiri independente, care asigură în spații special amenajate cazarea turiștilor cu condițiile de pregătire și servirea mesei.

Pensiunile turistice rurale sunt structuri de primire turistice, având o capacitate de cazare de până la 10 camere, totalizând maximum 30 de locuri, funcționând în locuințele cetățenilor sau în clădiri independente, care asigură în spații special amenajate cazarea turistilor cu condițiile de pregătire și servirea mesei din **produse autohtone.**

Pensiune agroturistică – structură de primire turistică, situată într-o localitate rurală, destinată cazării turiștilor, cu o capacitate între 3 și 20 de camere, funcționând în locuințe private sau în clădiri independente, care asigură o parte din alimentația turiștilor cu produse din gospodăria proprie.

Categoriile de clasificare a pensiunilor agroturistice sânt: 3, 2, 1 stele;

Pensiunea agroturistică este o structură de primire turistică, situată într-o localitate rurală având o capacitate de cazare până la 8 camere, care asigură în spații special amenajate cazarea turiștilor și condițiile de pregătire și servirea mesei din produse provenite din gospodăria proprietarului (60%), precum și posibilitatea participării la activități gospodărești sau meșteșugărești.

De asemenea, în pensiunile agroturistice, **turiștilor li se oferă masă preparată din produse naturale, preponderent din gospodăria proprie sau de la producătorii autorizați pe plan local.** În cadrul pensiunilor agroturistice se desfășoară cel puțin o **activitate legată de agricultură, creșterea animalelor, cultivarea diferitelor tipuri de plante, livezi de pomi fructiferi sau se desfășoară o activitate meșteșugărească**, cu un atelier de lucru, din care rezultă diferite articole de artizanat. Aceste activități trebuie să se desfășoare în mod continuu, sau în funcție de specific și sezonabilitate, să aibă caracter de repetabilitate. Pensiunile agroturistice pot dispune de teren pentru asigurarea serviciilor de campare unde vor fi respectate pentru montarea corturilor și rulotelor criteriile privind echiparea sanitară și dimensiunea parcelelor potrivit normelor în vigoare.

Amplasarea pensiunilor turistice urbane, a pensiunilor turistice rurale și a pensiunilor agroturistice trebuie realizată **în locuri ferite de surse de poluare și de orice alte elemente care ar pune în pericol sănătatea sau viața turiștilor.**

4.2. Norme metodologice privind atribuirea gradului de confort al pensiunilor.

Noțiuni de bază:

clasificare – procedură prin care o terță parte (o organizație, independentă de furnizor și de consumator) dă o asigurare scrisă că un produs, în cazul dat - structură de primire turistică, corespunde unui nivel stabilit de criterii specifice;

categorie de clasificare – un nivel stabilit de criterii specifice, atribuit unei structuri de primire turistică ca urmare a clasificării acesteia;

stea – reprezentarea categoriei de clasificare;

act de clasificare – document emis în baza clasificării, care conține serie, număr, categorie de clasificare, perioadă de valabilitate, data eliberării, data reconfirmării, denumirea și adresa structurii clasificate, precum și date de înregistrare ale agentului economic;

reconfirmare – procedură prin care se confirmă, după o perioadă de timp stabilită, categoria de clasificare atribuită structurii de primire turistică.

declasificare – procedură de coborâre a categoriei de clasificare atribuite, cu una sau mai multe stele;

Patronul pensiunii va primi act de clasificare dacă va amenaja și respecta criteriile din următoarea metodologie:

**CRITERIILE MINIME OBLIGARII
pentru clasificarea pe stele a pensiunilor turistice și agroturistice**

Compartiment	Nr. crt.	Criterii	Pensiune turistică, categoria (stele)				Pensiune agroturistică, categoria (stele)		
			4	3	2	1	3	2	1
Starea generală a clădirii	1.	Aspect foarte bun al clădirilor, inclusive anexele gospodărești*	X	-	-	-	-	-	-
	2.	Aspect bun al clădirilor, inclusiv anexele gospodărești**	-	X	-	-	X	-	-
	3.	Aspect corespunzător al clădirilor, inclusive anexele gospodărești***	-	-	X	X	-	X	X
	4.	Firmă luminoasă (denumirea, tipul și categoria structurii)	X	X	-	-	X	-	-
	5.	Firmă simplă (denumirea, tipul și categoria structurii)	-	-	X	X	-	X	X
	6.	Plachetă reprezentând categoria structurii	X	X	X	X	X	X	X
	7.	Căile de acces proprii și spațiile înconjurătoare bine întreținute	X	X	X	X	X	X	X
	8.	Curte proprie, cu spații verzi și împrejmuiri estetice	-	-	-	-	X	X	-
	9.	Suprafețe de joacă pentru copii	-	-	-	-	X	-	-
	10.	Parcaj sau garaj propriu cu număr de locuri de minimum 30% din numărul camerelor	X	-	-	-	-	-	-
	11.	Parcare cu număr de locuri minimum 30% din numărul camerelor	-	X	X	X	X	X	X
Spații de primire, alimentație și alte spații auxiliare	12.	Hol de primire cu suprafața minimă de 12 m ² (mobilat și decorat)	X				-	-	-
	13.	Accesul în camerele de dormit și în grupurile sanitare să fie direct, fără a se trece prin alte camere folosite pentru dormit	X	X	X	X	X	X	X
	14.	Spații corespunzătoare și igienice pentru prepararea și servirea mesei, cu bucătărie dotată cu echipamente de preparare și conservarea alimentelor	X	X	X	X	X	X	X
	15.	Sufragerie dotată cu mobilier adecvat, de calitate superioară , și cu inventar de servire de calitate	X	-	-	-	-	-	-
	16.	Spațiu pentru servirea mesei, dotat cu mobilier (mese, scaune, banchete) și inventar de servire	-	X	X	-	X	X	-
	17.	Camere cu grup sanitar propriu	X	X	-	-	X	-	-
	18.	Grup sanitar comun (la pensiunile agroturistice de 1 stea se admit în WC uscate și spălătoare exterioare alimentate la surse naturale din rezervoare)	-	-	X	X	-	X	X
Instalații	19.	Încălzire centrală sau cu sobe de teracotă, mai puțin la unitățile sezoniere (t ⁰ - minimum 18 ⁰ C)	X	X	-	-	-	-	-
	20.	Încălzire cu sobe de teracotă sau cu alte echipamente admise	-	-	X	X	X	X	X
	21.	Sursă proprie de încălzire în camerele de baie (încălzire centrală sau alte mijloace admise)	X	X	-	-	X	-	-
	22.	Instalație de apă curentă caldă/rece la bucătărie	X	X	X	-	X	X	-
	23.	Instalație de apă curentă rece la bucătărie	-	-	-	X	-	-	X
	24.	Aer condiționat	X	-	-	-	-	-	-
	25.	Racord la rețeaua publică de canalizare sau la mijloace proprii de colectare și epurare	X	X	X	X	X	X	X
26.	Clădirea să fie racordată la rețeaua publică electrică	X	X	X	X	X	X	X	
	27.	Suprafața minimă a camerei cu 1 pat (single) (m ²)	15	10	9	8	10	9	8

Spații de cazare	28.	Suprafața minimă a camerei cu 2 paturi (m ²)	18	13	12	11	13	12	11
	29.	Suprafața minimă a camerei cu 3 paturi (m ²)	-	-	16	14	-	16	14
	30.	Suprafața minimă a camerei cu 4 paturi (m ²)	-	-	-	16	-	-	16
	31.	Suprafața minimă a salonului din apartament (m ²)	18	14	12	11	14	12	11
	32.	Suprafața minimă a dormitorului din apartament (m ²)	18	14	12	11	14	12	11
	33.	Numărul maxim de paturi într-o cameră	2	2	3	4	2	3	4
	34.	Pardoseli acoperite cu covoare sau mocheta de bună calitate (pardoselile din parchet, marmură și alte material similar pot fi acoperite și parțial)	X	-	-	-	-	-	-
	35.	Pardoseli acoperite integral sau parțial cu covoare sau carpete	-	X	X	-	X	X	-
	36.	Mobilier uniform ca stil și calitate	X	X	-	-	X	-	-
	37.	Pat cu somieră cu saltea sau pat cu saltea relaxa	X	X	-	-	X	-	-
	38.	Pat cu saltea	-	-	X	X	-	X	X
	39.	Saltea cu o grosime de 5 cm	X	-	-	-	-	-	-
	40.	Plapumă, pled sau pături (cîte 2 bucăți de persoană)	X	X	X	X	X	X	X
	41.	Perne mari	X	X	X	X	X	X	X
	42.	Cearșaf pentru pat și cearșaf	X	X	X	X	X	X	X
	43.	Plic pentru pled, pătură sau plapumă	X	X	X	X	X	X	X
	44.	Cuvertură de pat	X	X	X	-	X	X	-
	45.	Husă de protecție	X	X	-	-	X	-	-
	46.	Masă și scaune	X	X	X	X	X	X	X
	47.	Dulap sau spații amenajate pentru haine, cu umerase	X	X	X	-	X	X	-
	48.	Cuier	X	X	X	X	X	X	X
	49.	Oglindă sau toaletă la dispoziția turiștilor	X	X	X	X	X	X	X
	50.	Veioză sau aplică la capătul patului	X	X	X	-	X	X	-
	51.	Prosoape pentru față (1 bucată/ persoană)	X	X	X	X	X	X	X
	52.	Prosoape plușate pentru baie (1 bucată/ persoană)	X	X	X	-	X	X	-
	53.	Halat de baie	X	-	-	-	-	-	-
	54.	Perdele transparente	X	X	-	-	X	-	-
	55.	Perdele obturante sau alte mijloace de obturare	X	X	X	X	X	X	X
	56.	Perii pentru haine și pantofi	X	X	X	X	X	X	X
	57.	Scrumiere (opțional)	X	X	X	X	X	X	X
	58.	Pahare (2 bucăți/persoană)	X	X	X	X	X	X	X
	59.	Vaze cu flori	X	X	-	-	X	-	-
	60.	Televizor și radio în spații de cazare	X	X	-	-	-	-	-
	61.	Televizor și radio în spații comune	-	-	X	-	X	X	-
	62.	Fotolii sau canapea (pentru saloane din apartament)	X	X	-	-	X	-	-
	63.	Demifotolii, scaune (pentru saloane din apartament)	-	-	X	X	-	X	X
	64.	Masă sau măsuță (pentru saloane din apartament)	X	X	X	X	X	X	X
65.	Frigider (pentru saloane din apartament)	X	X	-	-	X	-	-	
66.	Set de pahare pentru apă, vin, coniac (pentru saloane din apartament)	X	X	-	-	-	-	-	
67.	Perdea, covor de calitate a celor din dormitor (pentru saloane din apartament)	X	X	X	X	X	X	X	
Grupuri sanitare	68.	Grup sanitar în cameră (cadă sau cuvă cu duș, lavoar și WC, apă caldă și rece permanent)	X	X	-	-	X	-	-
	69.	Grup sanitar comun (cu apă curentă caldă / rece cu program permanent), separat pe sexe, pentru camerele ce nu dispun de baie proprie, cu: 1 cabină duș la maximum 15 locuri, 1 cabină WC și 1 lavoar la maximum 10 locuri	-	-	X	X	-	X	X

Dotare bucătărie	70.	Plită electrică sau cu gaze	X	X	-	-	-	-	-
	71.	Mașină de gătit sau reșou electric cu minimum 2 ochiuri	-	-	X	X	X	X	X
	72.	Cuptor cu microunde	X	-	-	-	-	-	-
	73.	Frigider	X	X	X	X	X	X	X
	74.	Vase și ustensile de bucătărie din inox	X	-	-	-	-	-	-
	75.	Vase și ustensile de bucătărie	-	X	X	X	X	X	X
Alte criterii	76.	Telefon la dispoziția turiștilor	X	X	-	-	X	-	-
	77.	Afișarea la loc vizibil pentru clienți a cărții de sugestii și reclamații și numerelor de telefoane ale conducerii structurii	X	X	X	X	X	X	X
	78.	Personalul structurii de cazare să dețină brevete de turism în conformitate cu Nomenclatorul funcțiilor din domeniul turismului	X	X	X	X	X	X	X
	79.	Anexele gospodărești pentru creșterea animalelor și păsărilor vor fi amplasate și întreținute astfel încât să nu creeze disconfort turiștilor	-	-	-	-	X	X	X
	80.	Animalele de la care provin lactatele să fie atestate ca sănătoase, iar produsele din carne să fie examinate sanitar-veterinar	-	-	-	-	X	X	X

4.3. Obiectul de activitate al pensiunilor

Obiectul de activitate al pensiunilor turistice este prestarea serviciilor de bază și celor complementare. Serviciile de bază într-o pensiune turistică pot fi:

- **servicii de transport turistic**, în cazul unor aranjamente paușale de tipul charter și I.T. („Inclusive Tours” – „totul inclus”) sau în situația în care turiștii solicită agențiilor de voiaj să le asigure asemenea servicii pentru călătoria întreprinsă (inclusiv închirierea de autoturisme cu sau fără șofer);
- **servicii de cazare**, prin care se asigură condițiile pentru înnoptarea turiștilor în diferite tipuri de camere, la nivelul de confort solicitat;
- **servicii de alimentație** prestate în unități cu sau fără specific.

În cadrul structurilor de primire turistică, în funcție de conceptul acesteia, categoria de clasificare, în practica internațională există următoarele spații de cazare (numere):

- **cameră cu pat individual** (lățime minimă de 90 cm), reprezentând spațiul destinat folosirii de către o singură persoană;
- **cameră cu pat matrimonial** (lățime minimă de 140 cm), reprezentând spațiul destinat folosirii de către una sau două persoane;
- **cameră cu pat dublu** (lățime minimă de 160 cm), reprezentând spațiul destinat folosirii de către două persoane;
- **cameră cu două paturi individuale**, reprezentând spațiul destinat folosirii de către două persoane;
- **cameră cu trei paturi individuale**, reprezentând spațiul destinat folosirii de către trei persoane;
- **cameră cu patru paturi individuale**, reprezentând spațiul destinat folosirii de către patru persoane;
- **cameră comună** – cu mai mult de 4 paturi;
- **suită** – două sau mai multe camere ce comunică între ele;
- **garsonieră** – spațiu compus din:
 - dormitor pentru două persoane,
 - salon,
 - vestibul și
 - grup sanitar.

Dormitorul poate fi despărțit de salon și printr-o delimitare estetică;

- **apartament** – spațiu compus din unul sau mai multe dormitoare (maximum 5), sufragerie, vestibul și un grup sanitar la 4 locuri (pentru categoria de 5 stele va fi un grup sanitar la două locuri).

În pensiunile turistice, **servirea mesei** pentru turiști se poate realiza în mai multe modalități:

- pensiunea completă la gospodarul-gază;
- demipensiune, mic dejun inclus în tariful de închiriere al camerei (casei);
- pensiune completă sau demipensiune acordată de o familie unui grup mai mare de turiști, care locuiesc

în gospodării diferite;

- pensiune completă sau demipensiune la o unitate de alimentație publică din localitate (restaurant, pensiune etc.);
- pregătirea mesei de către turiști, cu produsele lor sau ale gospodarului și cu utilajele acestuia.

Serviciile complementare posibile într-o pensiune turistică.

Serviciile suplimentare oferite turiștilor în cadrul pensiunilor turistice au ca scop satisfacerea solicitărilor acestora, diversificarea ofertei pentru atragerea unor noi clienți și realizarea fidelizării clienților.

Conținutul unor astfel de servicii suplimentare poate fi următorul:

- **organizarea de excursii** pe trasee interesante adaptate vârstei și nivelului de antrenament al turiștilor;
- **organizarea de drumeții** (montane sau la orice nivel de altitudine) cu o durată limitată;
- **realizarea unor deplasări** cu autovehicule de teren pe drumuri forestiere sau circuite de interes turistic;
- **închirierea** de biciclete, sănii, schiuri, bărci, pentru a crea experiențe deosebite și a da vacanței un plus de varietate, divertisment și aventură;
- **organizarea unor ore de agrement** ecvestru (în manej sau pe anumite trasee);
- **organizarea unui perimetru pentru practicarea sporturilor** (tir cu arcul, volei, baschet, tenis, săniuș, schi etc.);
- **comercializarea** de produse din propria gospodărie; turiștii preferă autenticitatea produselor naturale (prospețimea, gustul deosebit) mai ales când au văzut la fața locului modul de obținere și de preparare;
- **antrenarea turiștilor** în activitățile desfășurate de gazde în gospodărie (activități agricole, de artizanat); aceste activități constituie atracții inedite pentru oaspeții ce provin, mai ales din mediul urban.

Avantajele unor astfel de servicii complementare sunt bilaterale în sensul că pentru gazde întrucât constituie o mână de ajutor suplimentar iar pentru turiști: reprezintă varietate în petrecerea timpului liber; însușirea unor îndemnări suplimentare, ofertă (bonus) de produse obținute în gospodărie.

Acest aspect creează legături sentimentale și determină fidelizarea clienților.

Exemple de servicii și bunuri suplimentare într-o pensiune rurală.

1. Confort sporit în cameră:

- ✓ mobilier de calitate avansată față de categoria pensiunii;
- ✓ telefon în camere de 1* și 2*;
- ✓ număr cu dotări antifonice;
- ✓ climatizator;
- ✓ TV în camere de 1* și 2*;
- ✓ calculator, servicii de comunicație;
- ✓ reviste și ziare proaspete;
- ✓ flori proaspete în fiecare dimineață;
- ✓ curățenie și schimbarea zilnică a lenjeriei;
- ✓ prosoape și haine de baie schimbate zilnic;
- ✓ room-service (bucate și băuturi aduse la comandă);
- ✓ cameră adaptată pentru persoane cu handicap.

2. Ospitalitate sporită în afara camerei:

- ✓ deșteptare la o anumită oră;
- ✓ serviciu de dădacă;
- ✓ climatizator în alte spații;
- ✓ salon cosmetic;
- ✓ fitobar;
- ✓ servicii de reparații și întreținere a obiectelor personale;
- ✓ spălarea și întreținerea hainelor;
- ✓ servicii de agenție (rezervare bilete, aranșamente turistice);
- ✓ excursii și vizite locale cu ghid;
- ✓ asistență, însoțire.

3. Accesul la diverse dotări, instalații și echipamente:

- ✓ închirierea de electrocasnice (fier de călcat, utilaj frigorific, radio, casetofon, video);
- ✓ închirierea de aparate speciale (foto, video, aparate de măsură);
- ✓ închirierea de mijloace de transport (auto, bicicletă, căruță, barcă, canoie);
- ✓ închirierea unor costume speciale (alpinism, speoturism, pescuit, vânătoare);

- ✓ acces la instalații speciale (punct de observare a păsărilor călătoare).

4. Acord:

- ✓ piscină în aer liber;
- ✓ piscină acoperită;
- ✓ baie/saună;
- ✓ solariu dotat cu mobilier pentru băi de soare;
- ✓ hol de relaxare;
- ✓ masaj medicinale;
- ✓ spații dotate pentru jocul copiilor;
- ✓ lac de acord.

5. Sport

- ✓ teren de badminton, tenis, volei, baschet, minifotbal;
- ✓ sală de forță;
- ✓ biliard;
- ✓ închiriere de obiecte sportive (îmbrăcăminte, încălțăminte, inventar sportiv).

6. Organizarea diferitor sărbători și evenimente

- ✓ închiriere spațiu amenajat pentru diverse evenimente (de peste 50 de locuri);
- ✓ închiriere spații pentru diverse activități în grup (terasă de vară, lac de acord);
- ✓ servicii de organizare a meselor festive sau tematice;
- ✓ organizarea degustărilor (băuturi, bucate);
- ✓ închiriere de aparatură audio video;
- ✓ închiriere de echipament pentru demonstrat (tablă, retroproiector, diaproiector etc.);
- ✓ închiriere de aparatură muzicală;
- ✓ servicii de secretariat;
- ✓ servicii de traducător;
- ✓ închiriere calculator;
- ✓ servicii de comunicație (tel./fax, internet)

7. Școlarizarea

- ✓ instruire în domeniul meșteșugurilor;
- ✓ cunoașterea rețetelor din bucătăria locală;
- ✓ cunoașterea practicilor de preparare a conservelor de casă;
- ✓ școlarizare în domeniul plantelor medicinale și fitoterapiei;
- ✓ organizarea și găzduirea practicilor studențești în localitate;
- ✓ asistență în colectarea folclorului local;
- ✓ ateliere de lucru pe diverse teme;
- ✓ învățarea unor meserii rurale.

Unitatea de conținut V. Specificul activității pensiunilor turistice în Republica Moldova

5.1. Acte și legi normative ce reglementează activitatea pensiunii turistice în Republica Moldova.

5.2. Acte necesare în procesul de gestionare a pensiunii.

5.3. Lista de pensiuni din Republica Moldova. Amenajarea unei pensiuni agroturistice. (amenajarea interioară și exterioară)

5.4. Descrierea unei pensiuni agroturistice din Republica Moldova.

5.1. Acte și legi normative ce reglementează activitatea pensiunii turistice în Republica Moldova.

Legislația Republicii Moldova în general încurajează dezvoltarea diverselor forme de turism (inclusiv a celui rural). Actele normativ-juridice în vigoare se referă sumar la anumite problematice specifice turismului rural. În Republica Moldova actualmente nu există o lege (proiectul Legii turismului rural este acceptat de Guvern și propus Parlamentului pentru adoptare)sau vreun act normativ aparte care ar reglementa operațiunile de turism, în special în mediul rural (nu există și în multe alte țări unde această formă de turism este practică demult), dar pot fi enumerate cca 30 de documente legislative ce definesc în anumite articole:

- felurile de antreprenariat posibile în turismul rural;

- administrarea și utilizarea eficientă a resurselor cu valoare turistică deținute de comunitățile locale;
- raporturile Autorității naționale de turism și autoritățile publice locale sau alți gestionari de resurse turistice;
- asigurarea financiară a acțiunilor de utilizare a resurselor naturale și antropice în activitățile de turism și odihnă etc.

Cadrul juridic ce reglementează operațiunile de turism în mediul rural

Domeniul turistic

1. Strategia de dezvoltare a turismului „**Turism 2020**”, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr.338 din 19.05.2014;
2. Hotărârea Guvernului „Cu privire la impulsivarea dezvoltării turismului în mediul rural” nr. 979 din 12.08.2008/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.157-159/981 din 19.08.2008;
3. **Legea nr. 352 din 24.11.2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova/în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.14-17 din 02.02.2007;**
4. Hotărârea Guvernului „Cu privire la aprobarea Programului Național în domeniul turismului *Drumul Vinului în Moldova*” nr.554 din 24.05.2004/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.88-90/700 din 04.06.2004;
5. **Hotărârea Guvernului „Cu privire la aprobarea Normelor metodologice și criteriilor de clasificare a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei” nr. 643 din 27.05.2003/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.99- 103/680 din 06.06.2003;**
6. Hotărârea Guvernului „Pentru aprobarea Regulamentului cu privire la Registrul turismului” nr.615 din 11.07.2001/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.78-80/641 din 12.07.2001;
7. Criterii pentru acordarea licenței de turism/Ordinul Agenției Naționale de Turism din 28.05.2001, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.59-61, 07.07.2001;
8. Ordin cu privire la aprobarea și punerea în aplicare a Nomenclatorului funcțiilor în domeniul turismului, Criteriilor pentru acordarea brevetului de turism și Regulamentului cu privire la brevetarea activității turistice/Ordinul Agenției Naționale de Turism nr.51 din 01.11.2001, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.133-135 din 08.11.2001;
9. Legea turismului a Republicii Moldova nr.798-XIV din 11.02.2000, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.54-56 din 12.05.2000;
10. Hotărârea Guvernului nr.872 din 22.08.2000 „Cu privire la crearea Agenției Naționale de Turism”/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.109-111 din 31.08.2000.

Organizarea antreprenoriatului

1. Legea nr.160 din 22.07.2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător;
2. Legea nr.845-XII din 03.01.1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.2/33 din 28.02.1994;
3. Legea nr.93-XIV din 15.07.1998 cu privire la patenta de întreprinzător, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.72-73/485 din 06.08.1998;
4. Legea nr.332-XIV din 26.03.1999 privind acordarea de licențe pentru unele genuri de activitate;
5. Hotărârea Guvernului nr.770 din 17.11.1995 „Despre aprobarea Regulilor de organizare a preparării și comercializării produselor și prestării serviciilor în alimentația publică și a Regulamentului de clasificare a întreprinderilor de alimentație publică pe categorii de încadrare după nivelul de servire”/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.17-18/112 din 21.03.1996;

Gestionarea resurselor naturale și culturale cu valoare turistică

1. Legea nr.218 din 17.09.2010 privind protejarea patrimoniului arheologic/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.235-240 din 03.12.2010, în vigoare din 03.03.2011;
2. Hotărârea Guvernului nr.187 din 20.02.2008 „Pentru aprobarea Regulamentului privind arenda fondului forestier în scopuri de gospodărire cinegetică și/sau recreere”;
3. Legea nr.1530-XII din 22.06.1993 privind ocrotirea monumentelor/Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.1/3 din 30.01.1994;
4. Legea nr.1515-XII din 16.10.1993 privind protecția mediului înconjurător.
5. Legea nr.1102-XIII din 06.02.1997 cu privire la resursele naturale;
6. Legea nr.1539-XIII din 25.02.1998 privind fondul ariilor naturale protejate de stat;
7. Codul silvic nr.887 din 21.06.1996;
8. Codul funciar nr.828 din 25.12.1991;

9. Hotărârea Parlamentului „Pentru punerea în aplicare a Legii privind ocrotirea monumentelor nr.1531-XII din 22.06.1993”/ Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr.1/4 din 30.01.1994;
10. Hotărârea Guvernului nr.737 din 11.06.2002 „Privind reglementarea funcționării zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice,
11. Hotărârea Guvernului nr.1009 din 05.10.2000 „Despre aprobarea Regulamentului privind zonele protejate naturale și construite”;

Domeniul administrației publice locale

1. Legea nr.191-XIV din 12.11.1998 privind administrația publică locală;
2. Legea serviciului public nr. 443-XIII din 04.05.1995;
3. Legea nr.491-XIV din 09.07.1999 privind finanțele publice locale;
4. Acordurile privind crearea Euroregiunilor.

Alte documente relevante turismului rural

1. Codul Muncii al Republicii Moldova nr.154 din 28.03.2003, publicat la 29.07.2003 în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.159-162, art.648: reglementează raporturile de muncă, protejează interesele angajaților și ale angajatorilor.
2. Codul Contravențional al Republicii Moldova nr.218 din 24.10.2008, publicat la 16.01.2009 în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.3-6, art.15. Data intrării în vigoare 31.05.2009. Codul apără drepturile și libertățile legitime ale persoanei privind apărarea proprietății, ordinii publice, a altor valori ocrotite de lege, în soluționarea cauzelor contravenționale (abaterilor de la lege, care, având un grad redus de pericol social, sunt pedepsite numai prin aplicarea de amenzi sau alte pedepse ușoare), precum și în prevenirea săvârșirii de noi contravenții.
3. Codul fiscal al Republicii Moldova nr.1163-XIII din 24.04.1997: este revizuit anual, deoarece persoanele care țin contabilitatea în agropensiuni trebuie să țină cont de modificările anuale relevante activității lor economice. De exemplu, anual este modificat art.15 *Cotele de impozit*, în care se stabilește cota de impozitare pentru diferite forme de organizare juridice, dar și pentru persoanele fizice.
4. Legea contabilității nr.113 din 27.04.2007, publicată la 29.06.2007 în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.90-93 art.399. Data intrării în vigoare: 01.01.2008. Reglementează modul și felul de organizare a contabilității în diferite entități economice în conformitate cu standardele din Republica Moldova.
5. Legea salarizării nr.847-XV din 14.02.2002, publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.50-52/336 din 11.04.2002: stabilește principiile salarizării, formării fondului salarial pentru diferite forme organizatorico-juridice în sectorul real al economiei naționale. Este foarte important de urmărit toate modificările ce țin de salariul minim pentru economia națională, deoarece în conformitate cu art.12 (alin.3) al prezentei Legi „cuantumul minim garantat al salariului în sectorul real se reexaminează anual, în funcție de creșterea sumară anuală a indicelui prețurilor de consum și a ratei de creștere a productivității muncii la nivel național”.
6. Legea fondurilor asigurării obligatorii de asistență medicală pe anul 2015 nr.74 din 12.04.2015, publicată la 28.04.2015 în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.102-104, art.176. Este modificată la fiecare început de an calendaristic. Trebuie de urmărit mărimile primelor de asigurare obligatorie de asistență medicală în formă de contribuție procentuală la salariu și la alte recompense. Aceste modificări intră în vigoare din momentul publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.
7. Legea bugetului asigurărilor sociale de stat: se modifică la fiecare început de an calendaristic, se recomandă urmărirea atentă a modificărilor lor asupra tarifului contribuției de asigurări sociale de stat obligatorii și bazei de calcul pentru angajatori persoane juridice, pentru întreprinderi individuale și deținătorii de patentă. Tot aici sunt publicate și modificările privind cuantumul indemnizațiilor pentru diferite categorii de cetățeni.
8. Legea privind controlul de stat asupra activității de întreprinzător nr.131 din 08.06.2012, publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.181-184/595 din 31.08.2012: prin această lege sunt stabilite principiile și criteriile de organizare și desfășurare a controlului de către organele de competență (lista acestora este anexată la documentul legislativ).

5.2. Acte necesare în procesul de gestionare a pensiunii.

În Republica Moldova, unitățile de cazare pentru turiști, deținute fie de persoane fizice, fie juridice, sunt clasificate potrivit standardelor naționale (Hotărârea Guvernului nr.643 din 27.05.2003, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.99-103 din 03.06.2003) și Legii nr.352-XVI din 24.11.2006 cu privire la organizarea și

desfășurarea activității turistice în Republica Moldova. Urmarea acestei proceduri, unităților de cazare li se atribuie categorii de clasificare, care se exprimă printr-un număr de stele. Acest fapt este important în special pentru etapele de proiectare a afacerii, lansare pe piață, precum și pentru determinarea politicii de prețuri a întreprinderii.

Astfel, pentru obținerea actului de clasificare, sunt necesare mai multe documente:

Nr. crt	Document	Emitent	Mențiuni
1	Cerere	Autoritatea Națională de Turism	Se completează personal când dosarul este pregătit
2	Copia autenticată de pe certificatul de înregistrare a agentului economic	Camera Înregistrării de Stat, Biroul notarial	Se indică genul de activitate
3	Copia de pe autorizația de funcționare, emisă de autoritățile administrației publice locale	Autoritatea publică locală (primăria)	Decizia Consiliului local privind deschiderea pensiunii rurale
4	Schița privind amplasarea structurii de primire turistică, conform cerințelor stabilite de Guvern	Primăria	Schița privind amplasarea structurii de primire turistică. În conformitate cu Anexa nr.2 la Normele de clasificare
5	Schița privind structura, amplasarea și nominalizarea camerelor, respectiv, a spațiilor de servire a mesei, conform cerințelor stabilite de Guvern	Secția raională de urbanism și arhitectură	Proiectul de reutilizare. În conformitate cu Anexa nr.3 la Normele de clasificare
6	Fișa privind încadrarea nominală a spațiilor de cazare/servire a mesei pe categorii de clasificare	Administrația întreprinderii	Se întocmește de către solicitant în conformitate cu Anexa nr.4 la Normele de clasificare
7	Schița privind structura personalului	Administrația întreprinderii	Conform Nomenclatorului funcțiilor din domeniul turismului (Monitorul Oficial nr.133-135 din 08.11.2001)
8	Copia de pe certificatul de absolvire a cursurilor de perfecționare profesională din cadrul Centrului Național de Perfecționare a Cadrelor din Industria Turismului sau din cadrul altor instituții în domeniu acreditate în condițiile legii	Autoritatea Națională de Turism	Potrivit Nomenclatorului funcțiilor din domeniul turistic (cazare, alimentare)

După pregătirea pachetului de acte necesare pentru lansarea procedurii de clasificare, solicitantul depune la Agenția de Investiții dosarul: personal, prin intermediul unui reprezentant al său, prin scrisoare recomandată, sau prin poștă electronică (sub formă de document electronic cu semnătură digitală). **Următorii pași de urmat sunt:**

1. La depunerea personală a pachetului se completează două exemplare de cerere, unul dintre care, după semnare și înregistrare, se restituie solicitantului, servind drept act juridic ce confirmă începutul derulării termenului pentru aplicarea aprobării. În cazul în care solicitantul depune actele necesare prin alte modalități, Agenția de Investiții este obligată să remită un răspuns oficial, în care va comunica preluarea actelor pentru eliberarea certificatului de clasificare;

2. Agenția de Investiții examinează documentele prezentate și verifică respectarea criteriilor minime de clasificare la fața locului, în prezența reprezentantului structurii, întocmind nota de verificare conform modelului stabilit de Guvern, în două exemplare. Un exemplar al notei se transmite solicitantului de clasificare;

3. Agenția de Investiții, în termen de 10 zile de la data primirii setului de documente, va adopta decizia privind acordarea sau neacordarea categoriei ori va propune efectuarea unor modificări în dotări și servicii pentru acordarea sau menținerea categoriei solicitate de către structură. Actul de clasificare se consideră acordat sau, după caz, reconfirmat dacă Agenția de Investiții nu răspunde solicitantului în termenul prevăzut;

4. În cazul în care constată neregularități în documentele depuse, Agenția de Investiții va notifica acest fapt solicitantului actului de clasificare cu cel puțin 5 zile înainte de expirarea termenului de 10 zile pentru emiterea actului de clasificare. Agenția de Investiții va preciza, totodată, și modul de remediere a neregularităților constatate;

5. Pentru confirmarea categoriei acordate, Agenția de Investiții, în termen de 10 zile de la data emiterii deciziei privind acordarea categoriei de clasificare, va elibera actul de clasificare conform modelului stabilit de Guvern. După expirarea termenului pentru acordarea categoriei (10 zile) și în lipsa unei comunicări scrise din partea Agenției de Investiții, solicitantul poate desfășura activitatea pentru care a solicitat actul de clasificare;

6. Structurii i se acordă categoria în care se încadrează toate spațiile ei. Pentru spațiile de cazare sau de servire a mesei, care se încadrează la o categorie superioară decât cea a structurii, va fi emisă o anexă la actul de clasificare, conform modelului stabilit de Guvern, cu mențiunea categoriei respective a fiecărui spațiu;

7. În termen de 30 de zile de la data eliberării actului de clasificare, structurile de primire turistică cu funcții de cazare și de servire a mesei sânt obligate să dețină și să afișeze placheta, cu înscrierea categoriei, conform modelului stabilit de Guvern;

8. Actul de clasificare sau copia acestuia se afișează la un loc vizibil pentru toți clienții structurii. În cazul pierderii sau deteriorării actului de clasificare, agentul economic este obligat să solicite Agenției de Investiții un duplicat al acestuia;

9. În cazul modificării dotărilor și serviciilor, structura este obligată să solicite o nouă clasificare în termen de 10 zile de la apariția modificărilor;

10. Termenul de valabilitate a actului de clasificare este de 2 ani. Structura de primire turistică se va adresa Agenției de Investiții pentru reconfirmarea actului cu cel puțin 10 zile înainte de expirarea termenului de valabilitate.

5.3. Lista de pensiuni din Republica Moldova. Amenajarea unei pensiuni agroturistice. (amenajarea interioară și exterioară)

În R. Moldova își desfășoară activitatea circa 20 de agropensiuni. Conform datelor statistice ale Poliției de Frontieră, anual țara noastră este vizitată de aproximativ două milioane de turiști străini. Cele mai cunoscute pensiuni turistice sunt:

Eco-resort Butuceni, s. Butuceni, r-nul Orhei

La Popas, s. Butuceni, r-nul Orhei

Vila Etnica, s. Butuceni, r-nul Orhei

Hanul lui Stamati, s. Tribujeni, r-nul Orhei

Casa din Luncă, s. Trebujeni, r-nul Orhei

Casa Verde, s. Trebujeni, r-nul Orhei

Vila Roz s, Trebujeni, r-nul Orhei

Eco Vila, s. Ivancea, r-nul Orhei

Casa Părintească, s. Palanca, r-nul Călărași

La Gura Cuptorului, s. Văleni, r-nul Cahul

Complexul Etno Cultural "Vatra", Strășeni

Hanul lui Hanganu, s. Lalova r-nul Rezina)

Fata Morgana, s. Molovata, r-nul Dubăsari.

Satul Moldovenesc, s. Hîrtopul Mare, r-nul Criuleni

Popasul Doi Haiduci, r-nul Orhei, Codrii

Casa Ciuhrii, s. Gordinești, r-nul Edineț

Frapat, or. Criuleni, r-nul Criuleni

Valea Trandafirilor, or. Glodeni (rezervația Pădurea Domnească)

Bahmut Club, s. Bahmut, r-nul Călărași

În anul 2016, 29 ianuarie șase pensiuni agroturistice din R. Moldova au fost incluse într-o nouă rețea de turism internațional și certificate la standardele de calitate Cer Tour. Președintele Asociației de Dezvoltare a Turismului în Moldova, Viorel Miron, a menționat la o conferință de presă că cele șase pensiuni agroturistice sânt:

"Eco-resort Butuceni", s. Butuceni, r-nul Orhei

"Casa din Luncă", s. Trebujeni, r-nul Orhei

”Casa Verde”, s. Trebujeni, r-nul Orhei

”Vila Roz” s. Trebujeni, r-nul Orhei

”Hanul lui Hanganu”, s. Lalova r-nul Rezina

”Fata Morgana”, s. Molovata, r-nul Dubăsari.

Ele au fost evaluate, certificate și incluse în rețeaua internațională datorită implementării proiectului ”Sistem de certificare a calității în agroturism CerTour”, care s-a desfășurat în perioada mai 2013- decembrie 2015, în cadrul programului ”Bazinul Mării Negre”, cu suportul Uniunii Europene.

Asupra imaginii unei gospodării agroturistice au influență câțiva factori importanți:

-spațiul comun;

-accesul la cazare și dotarea odăilor;

-numărul și dotarea băilor.

Recepție

În cadrul pensiunilor nu există tot timpul un departament de recepție, delimitat foarte clar și cu funcții distincte, așa cum este cazul hotelurilor. Dacă în cazul celor din urmă, oaspeții care doresc să înnopteze au prin departamentul recepție, primul contact direct cu unitatea de cazare. În pensiuni acest rol este de multe ori preluat de către administratorul pensiunii.

Chiar dacă spațiul este limitat, puteți amenaja un colț funcțional în care să funcționeze recepția, așa cum a procedeză multe pensiunea care nu dispun de mult spațiu. În caz contrar, turiștii ar putea fi dezorientați, neștiind unde pot efectua formalitățile de sosire și plecare. Tot în acest punct puteți amenaja un colț cu materiale informative, necesare turiștilor pe durata șederiiilor.

Acest prim contact apare deja în momentul în care oaspeții întrebă dacă și la ce prețuri sunt disponibile camere la pensiunea respectivă. Alte contacte pot fi stabilite în cazul în care oaspeții fac rezervări personal sau telefonic și se confirmă acea rezervare. Cel târziu la sosirea oaspeților, iar apoi pe tot parcursul șederii, până la plecare, angajații de la recepție vor fi întotdeauna persoana de contact prioritară pentru oaspeți. Dacă în pensiune nu există persoane angajate special ca recepționari, ar trebui să li se ofere indicații turiștilor cu privire la locul în care pot solicita informații suplimentare, sau să li se prezinte persoana pe care o pot contacta în caz de nevoi.

Recepția se află de obicei în zona holului de intrare, vizavi de ușa intrării principale a structurii turistice. În mod normal, sarcinile **departamentului recepție se cuprind următoarele domenii:**

- prelucrarea solicitărilor și a rezervărilor;
- vinderea camerelor de oaspeți;
- primirea oaspeților (check-in);
- deservirea oaspeților pe perioada șederii;
- furnizarea și intermedierea de servicii;
- întocmirea și calcularea facturii aferente;
- despărțirea de oaspeți (check-out);
- completarea zilnică și efectuarea calculelor aferente registrului de casă;
- întocmirea statisticilor;
- decontarea cu agențiile turistice și societăți de creditare;

Spațiul comun al unei pensiuni, de obicei, este alcătuit din culcare ce duc spre camerele de cazare și servirea mesei și o cameră de zi sau un hol mai larg unde turiștii se pot relaxa. Este bine dacă **acest spațiu are în dotare:**

- un șemineu (camin),

- utilaj audiovizual,

- jocuri de masă (inclusiv electronice, tablete și alte gadget-uri),

- informații despre atracțiile din zonă (catalog, broșură, hartă).

Recomandare: în colțurile camerei comune, dacă spațiul permite, se amenajează spații pentru grupuri mici ce asigură posibilități pentru socializare sau intimitatea unor discuții private.

Spațiile pentru cazare sunt menite să asigure confortul și intimitatea turiștilor, de aceea sunt importante următoarele momente:

- planificarea camerelor și amenajarea lor pentru comoditatea oaspetelui,

- decorul armonios în ceea ce privește culoarea și stilul,

- numărul necesar de prize și iluminare adecvată,

- temperatura și ventilarea respectivă a camerelor,

- ușurința menținerii curățeniei.

Sufrageria este unul dintre cele mai importante locuri unde ajunge turistul în fiecare pensiune. Aceasta produce prima impresie și creează așteptări față de confortul sejurului turistic. Totodată, într-o agropensiune sufrageria este și locul public nr.1 în care se întrunesc oaspeții (turiștii) și gazdele. Aici se produce cel mai însemnat context de oferire oaspeților a ospitalității casei. De aceea, în sufragerie va fi creată o atmosferă prietenoasă și confortabilă, care predispune pentru relaxare, alimentație sănătoasă, dar și cunoașterea unor tradiții de ospitalitate.

Principalele aspecte la care trebuie să atragă atenția gazdele țin de asigurarea anturajului specific sufrageriilor, respectarea unor norme de amenajare, dotarea cu mobilierul necesar, vesela, tacâmurile și ustensilele pentru fiecare masă, precum și prezentarea bucatelor într-o manieră ospitalieră, preferabil conform bucătăriei casei sau celei tradiționale.

La zonarea și structurarea sufrageriei se recomandă respectarea criteriilor minime pentru clasificare, iar pentru crearea unui stil compatibil cu specificul rustic al pensiunii sunt indicate tehnicile disignerilor pentru aranjarea și decorarea spațiului încăperii. Ca și celelalte aspecte, mobilarea este analizată separat în carte, având în vedere asigurarea funcționalității și stilului sufrageriei, deopotrivă și detaliile despre veselă, tacâmuri, alte accesorii caracteristice serviciului concret de alimentație a oaspetelui, pentru buna lui dispoziție în agropensiune.

O sufragerie aranjată cu gust creează o atmosferă de familie, căutată de turist într-o pensiune rurală. Sunt câteva tendințe și principii generale care ajută la amenajarea unui asemenea spațiu. Printre tendințele ultimilor ani în domeniul amenajărilor pentru pensiunile agroturistice pot fi enumerate: *combinarea elementelor moderne cu cele rustice*, marcate de *simplitate* și patina timpului, ce aduc accente rustice mai ales spațiilor destinate servirii mesei. Aceste elemente sunt potrivite și actuale, deoarece *imprimă interiorului sufrageriei căldură și confort*.

Trebuie menționate culorile potrivite atât stilului modern, cât și celui rustic: *albul, nuanțele de gri și tonurile de maro*, care sunt principalele culori din gama celor ce aduc naturalețe spațiului interior. Acestea se regăsesc, în primul rând, în finisajele rustice, cum ar fi *piatra naturală sau lemnul masiv*. Nu înseamnă că este necesară o reparație capitală și modificări esențiale în construcția spațiului menit pentru servirea meselor turiștilor. În spațiul deja existent putem *placa unul dintre pereții sufrageriei cu piatră naturală* sau putem decora *pereții și tavanul cu grinzi masive din lemn* care arată extraordinar în combinație cu albul vopselei lavabile sau *varului* natural, utilizat multe decenii în finisajele interioare.

Pentru *pardoseala unei sufragerii moderne cu accente rustice* merge excelent podeaua de scânduri sau parchetul, dar putem alege și travertinul sau piatra naturală, în cazul în care avem instalat un sistem de încălzire prin pardoseală. Înțelegem că nu este nevoie să demontăm, de exemplu, podeaua din lemn dacă ea este într-o stare bună. Va fi suficient o prelucrare a acestui material natural, înlăturarea unor culori demodate și evidențierea facturii lemnului, pentru a sublinia frumusețea acestui material.

Canapelele, fotoliile și corpurile de mobilier modulare cu design modern se vor acomoda imediat în decorul rustic al încăperii, mai ales dacă vom *alege accesoriile potrivite*: perdele, cuverturi, corpuri de iluminat, cutii de depozitare, măsuțe de cafea, covoare și alte elemente decorative. Însă putem opta și pentru elemente de decor care se regăsesc până în prezent în unele case din satele moldovenești și aduc un accent deosebit stilului rustic al pensiunii (*lăzi de zestre*, în care pot fi păstrate textilele necesare pentru sufragerie; *scaune, laițe, mese tradiționale* din lemn natural, *policioare* pe care pot fi așezate obiecte rustice decorative etc.). Obiectele din textil tradițional – *fețe de masă brodate sau croșetate, prosoape de pereți, scoarțe, covoare și țolișoare țesute cu ușurință* – pot salva proprietarul pensiunii de cheltuieli mari pentru decorarea spațiului sufrageriei și, totodată, pot aduce unicitatea stilului acestei pensiuni.

Atenție: tot ce folosiți pentru decorarea spațiului dedicat servirii mesei trebuie să fie de *o calitate înaltă, în stare estetică bună și ... fără exagerare!*

Baia și veceul sunt foarte importante în opinia turiștilor. În agropensiuni ele în multe cazuri au caracter public, de aceea este bine de ținut cont de următoarele lucruri:

- **acces cu ușurință,**
- **încăpere spațioasă și bine iluminată,**
- **echipamente și dotări obligatorii (conform Normelor metodologice),**
- **siguranța personală a turiștilor,**
- **temperatura și ventilarea respectivă,**

- ușurința menținerii curățeniei permanente.

Bucătărie pentru turiști

Multe pensiuni, în special la etapa inițială de lansare, nu prestează servicii de restaurant. Totuși, potrivit standardelor minime, fiecare locație agroturistică trebuie să ofere clienților posibilitatea de a pregăti **de sine stătător** bucatele în condiții igienice și în spații dotate corespunzător. Pe piață acest serviciu (bucătărie dotată pentru uzul individual al turistului) este foarte căutat, mai ales de familiștii cu copii, dar și de persoanele care călătoresc în grup. De regulă, amenajarea și dotarea unei asemenea bucătării nu se deosebesc aproape prin nimic de bucătăria gazdei: la fel mobilată, aceleași echipamente electrice, aceleași tacâmuri/veselă/sticlărie (toate bine întreținute și la timp curățate). Totuși aici sunt prezente piese mai speciale: dozatoare, după caz, veselă pentru copii, marcaje pentru spațiile de depozitare (mirodenii, terciuri uscate), precum și cărți pentru prepararea bucatelor locale (recomandabil).

În bucătărie (deseori comasată cu sufrageria), la faza de amenajare trebuie efectuate câteva schimbări simple, dar care vor îmbunătăți calitatea acesteia, cum ar fi:

- **pereții vor fi netezi și ușor de spălat, vopsiți cu vopsele hidrofobe;**
- **podelele vor fi din materiale ce nu alunecă;**
- **blaturile de lucru, mesele, dulapurile, în general toate suprafețele ce au contact cu produsele, trebuie să fie confecționate din materiale ce permit spălarea și dezinfectarea repetată;**
- **suprafețele de lucru confecționate din materiale să nu intre în reacție cu componentele din produse;**

Nu sunt admise fisuri sau deteriorări ale suprafețelor de lucru, pereților casei, mobilierului și echipamentului.

Dotarea bucătăriei face diferența dintre o pensiune mediocră și una excelentă. Toate echipamentele tehnice, utilajele și soluțiile tehnice servesc pentru îmbunătățirea procesului de producere a bucatelor, asigurarea securității preparatelor, ergonomia locului de muncă în bucătărie. Principalele accente sunt următoarele:

dotarea cu utilaje a bucătăriei se face în concordanță cu structura sortimentelor pregătite și servite în pensiune. Pentru pregătirea bucatelor din bucătăria națională și bucătăria clasică sunt necesare cel puțin următoarele instalații și utilaje: aragaz, cuptor electric sau cu microunde, sobă (în bucătărie sau în curte, poate fi dotată cu un gril necesar pentru prepararea cărnii), hotă pentru aragaz, combină de bucătărie, frigider și congelator;

instalațiile frigorifice în bucătărie trebuie să servească la păstrarea materiei prime perisabile, produselor finite, băuturilor etc. Combina frigorifică utilizată în gospodăria casnică trebuie să se înscrie în anturajul bucătăriei (ca dimensiuni, culoare, stil) și să dispună de anumite caracteristici minime;

instalația de încălzire este importantă pentru bună funcționare a agropensiunii, deoarece temperatura optimă este un element principal de confort. Încălzirea locală poate fi realizată cu echipamente conectate la rețeaua electrică sau prin intermediul sobelor (cărămidă sau teracotă). Având diverse forme (ex. sobă-șemineu) și dimensiuni, acestea vor fi amplasate între două odăi (ușa de alimentare cu combustibil se recomandă să nu fie amplasată în dormitorul turiștilor);

instalațiile sanitare cuprind în mod obligatoriu alimentarea cu apă rece și caldă și canalizarea pentru evacuarea apei menajere. Apa caldă necesară într-o pensiune poate fi asigurată prin soluții mai economicoase, de exemplu, instalații (serpentine) în sobele de gătit, instalații solare, boiler electric sau pe gaze etc.

Amenajarea spațiului exterior al pensiunii (curtea, teritoriul adiacent)

În ospitalitate, primele impresii ale turistului sunt cele mai importante, deoarece prin prisma lor sunt formate impresiile ulterioare. Locația și spațiile exterioare creează o imagine generală despre nivelul de confort, calitatea serviciilor și stilul unei unități de cazare și alimentare, precum este agropensiunea. Din acest motiv, sunt propuse câteva sugestii pentru organizarea funcțională și estetică în exteriorul agropensiunii: organizarea accesului, amenajarea curții, grădinii, organizarea circuitului animalelor etc.

Drumul de access în curte face legătura dintre spațiile comune ale localității și cele private, de aceea, de la o distanță de câteva zeci de metri se va face simțită prezența agropensiunii prin:

- **un indicator/panou informativ, unde sunt scrise denumirea, tipul și categoria unității de cazare/alimentare, semnele principalelor servicii de bază și suplimentare;**
- **un sistem de indicatoare mici cu Logoul pensiunii și inscripția „Bine ați venit!”;**
- **poarta se va face ușor de recunoscut, iar în fața ei se va menține o curățenie impecabilă;**
- **marcarea terenului exterior pentru staționarea temporară a automobilelor turiștilor astfel încât să**

nu stingherească circulația pe stradă;

-menținerea străzii în stare curată, prin cooperare cu vecinii.

Curtea reprezintă întregul spațiu ce aparține unei gospodării și pe care este amplasată casa și toate anexele gospodărești. De regulă, aceasta este îngrădită cu un gard și delimitată în zone funcționale: ograda, spațiul locuibil, anexele gospodărești (beci, sarai, ocoluri pentru animale), spații pentru depozitarea lemnului și furajelor, grădina de zarzavat, livada cu pomi fructiferi. Câteva soluții practice vor îmbunătăți funcționalitatea acestora pentru turism:

- **ograda** va fi clar delimitată de restul spațiilor prin compoziții florale, zidării artistice sau gard adecvat stilului. Compozițiile vegetale, atât cele orizontale, cât și cele verticale, se vor asorta cu decorul general al pensiunii, iar florile vor fi plantate astfel încât perioada de înflorire a acestora să urmeze una după alta. Completarea zonelor verzi cu diverse obiecte de decor sau sculpturi se va realiza cu măsură și bun gust. Ograda va fi întreținută zilnic;

- **poarta este „cartea de vizită a gospodarului”**, de aceea ea trebuie să fie expresivă (întreținută estetic, să facă parte din stilul comun al pensiunii), suficient de mare (inclusiv pentru accesul automobilului), funcțională (se închide/deschide ușor, parțial sau complet, de către o singură persoană) și să nu stingherească circulația la deschidere;

- **în interiorul ogrăzii** vor fi clar delimitate spațiile însoțite și cele umbrite, amenajate cu mobilier pentru odihnă la aer liber. De exemplu, o terasă acoperită poate fi utilizată pentru siesta de după amiaza, precum și în calitate de salon de servire a dejunului sau cinei. În acest caz, se va asigura accesul direct al turiștilor spre: spațiile de cazare, grupurile sanitare, locurile amenajate pentru agrement, grădină etc.;

- **pentru copii** se va prevedea un spațiu inofensiv (fără obiecte periculoase, departe de animalele domestice), dotat cu loc pentru jocuri la aer liber: scrânciob, ladă cu nisip curat, sistem din scări de diferite mărimi, tobogane, căsuțe bizare etc., precum și cu un complet de jucării pentru diferite vârste. Acest loc trebuie să fie deschis și la vederea părinților;

- **în caz de necesitate, pentru parcare automobilelor** se amenajează un loc special care să poată oferi un grad sporit de securitate și, în același timp, să fie la îndemâna utilizatorului;

- **circuitul animalelor** domestice prin curte nu se admite;

- **grădina de zarzavat** este o zonă atractivă pentru oaspeții unei agropensiuni, de aceea va fi întreținută după rigorile tehnologiei de cultivare a fiecărei specii. Însă, pentru a putea organiza pe aceste locuri o excursie, este necesar ca pe aici să se poată circula pe orice timp, iar pe fiecare parcelă să fie un element distinct sau să se poată practica o activitate interesantă (de exemplu: o seră, creșterea unei culturi rare, prezența unor legume de dimensiuni mari, posibilitatea de a colecta o cantitate de plante medicinale pentru ceaiul de după masă etc.);

- **livada este la fel de interesantă** pentru excursii, dacă sunt pomi roditori în timpul excursiei, unii arbori cultivați sunt rari sau sunt altoiți cu diferite soiuri în combinație pe aceeași tulpină. Se va asigura accesul în grădină, iar pentru arborii înalți va fi prevăzută o scară;

- **pomușoarele de grădină** sunt propuse turiștilor cu orice ocazie: în timpul excursiei, la masă sau când se relaxează. Prezența acestora este binevenită în livadă, ca decor în ogradă sau ca spații verzi de demarcație.

În cele mai dese cazuri, oaspetele încă din curte percepe dacă pensiunea corespunde așteptărilor și standardelor anunțate. Vizitatorii observă pe cele mai mici detalii dacă casa este întreținută sau nu, elementele de infrastructură (electricitate, apă, canalizare) sunt sigure, estetice și nu produc pericole, improvizări necorespunzătoare sau mirosuri neplăcute. Deci turiștii apreciază mult spațiile verzi în curte, dar și clădirile auxiliare de epocă cu un aspect estetic bun. De regulă, spațiile construite din curte sunt de două tipuri: cele capitale și construcțiile ușoare.

Spațiile ușoare se pot uni într-o compoziție simplă, care nu necesită investiții capitale, totodată, acestea trebuie clar delimitate prin garduri sau elemente de demarcare, dar și întreținute permanent. De exemplu, în preajma clădirii pensiunii, în livadă sau sub vie pot fi amenajate umbrare ce vor permite extinderea spațiului în care turiștii își petrec timpul liber. Acestea vor crea un spațiu atractiv pentru petrecerea zilelor de vară la o cafea sau pentru grătar.

Pereții exteriori ai casei și anexelor gospodărești din curte fac parte din anturajul general al pensiunii turistice. Aceștia trebuie să mențină accentele verticale din compoziția curții. De aceea, se recomandă următoarele amenajări:

- pereții exteriori ai casei vor avea o cromatică nețipătoare, cu elemente tradiționale și locale scoase în relief.

De exemplu, acestea pot fi:

- un anumit tip de tencuială sau zidărie;
- culoarea preferată sau combinația de culori preferate în anumite zone geografice;
- anumită formă a pereților sau fațadei casei caracteristică locului sau unei perioade (exemplu: stâlpi tradiționali, flori de piatră) etc.;

- fațada casei va fi întreținută permanent, inclusiv în timpul când nu sunt turiști în pensiune;

- toate tipurile de racordări la elementele de infrastructură (electricitate, apă, canalizare, gaz, telefon) vor fi ajustate astfel încât să nu afecteze stilul general al pensiunii;

- în timpul zăpezilor sau ploilor abundente să permită circuitul ușor spre principalele anexe și spre drum;

- anexele gospodărești se recomandă să fie amplasate mai departe de circuitul oaspeților. Însă, dacă acestea sunt deja construite în fața casei (garajul, beciul), atunci se vor căuta soluții pentru includerea acestora în compoziția generală a pensiunii, igienizarea și acoperirea cu elemente de decor, eliberarea de obiecte inutile sau care creează disconfort etc;

- toate tipurile de șure, depozite pentru lemn și furaje, precum și ocolurile pentru animale vor fi amplasate cât mai departe posibil de spațiile destinate turiștilor (inclusiv de la ferestrele camerelor de cazare). În cazul că ele au fost construite mai înainte, acestora ori li se schimbă destinația (dacă se încadrează ca element de decor), ori sunt demolate. În cazul agropensiunilor, se admite amplasarea unor ocoluri demonstrative cu un număr mic de animale domestice sau exotice (găinușe decorative, păsuni, iepuri, nutrii) la o distanță suficient de mare de la bucătărie și salonul de alimentare (cu permisiunea serviciilor veterinare).

Pregătirea transformării casei săteanului într-o agropensiune va ține la etapa inițială de viziunea generală față de stilul și calitatea locației propuse, consumatorii care vor fi deserviți aici, dar și de posibilitățile materiale ale gazdelor. Înainte de a lansa procesul de amenajare a agropensiunii proprii, este recomandabilă vizitarea câtorva gospodării agroturistice care au propriul stil și sunt bine echipate. La fel, este necesar de consultat cataloage promoționale ale unor asociații din domeniul agroturismului din țările în care această activitate se practică de mulți ani sau alte publicații legate de această tematică. **Sugestii simple pentru început:**

- creionarea unui plan al viitoarei pensiuni, marcând spațiile de acces și relaxare, cazarea și alimentarea oaspeților;

- întocmirea unei liste detaliate cu toate cheltuielile necesare în funcție de aceste schițe;

- adunarea/procurarea materialelor pentru amenajarea, efectuarea reparației sau extinderea casei;

- întocmirea listei cu toate lucrările, pe care le poate face singur proprietarul și lista lucrărilor pentru care necesită să fie angajată o firmă de construcții sau un specialist bine cunoscut/recomandat de prieteni;

- acțiunile de amenajare propriu-zise cu păstrarea stilului propriu (foarte important), adică pregătirea casei și anturajului, astfel ca acestea să ajute la promovarea afacerii. Cea mai des întâlnită greșală este încredințarea dotării sau proiectării spațiului/echipamentelor unor persoane ce nu simt specificul rural, sunt orientate spre crearea propriei viziuni, care poate fi prea „hotelieră”. În așa interioare rupte de realitatea rurală oaspeții pensiunii nu pot regăsi ceva deosebit, ceva de casă, făcut cu inimă și suflet.

5.4. Descrierea unei pensiuni agroturistice din Republica Moldova.

”Hanul lui Hanganu”- pensiune agroturistică”

Pensiunea dată se află în r-ul Rezina, s.Lalova. Ea este situată la 100 de km de capitală, în apropierea a doua dintre cele mai vizitate zone turistice ale Moldovei- Țipova și Saharna.

Hanul a fost deschis începând cu 11 august 2015, aparținând familiei Hanganu. Proprietarul acestuia, Sergiu , zicea că construirea hanului era visul său de mic, pe care l-a realizat cu ajutorul soției sale și a meșterilor iscusiți. Logoul pensiunii este: Toate drumurile duc spre Han, iar numărul de stele : 3*

Hanul dispune de șapte camere și două băști, construite și amenajate în stil tradițional moldovenesc, având o lejanță, un șemineu și o măsuță mică cu scaunele , ca în “Amintirile” lui Ion Creanga, covoare țesute și ulcele din lut. Iar meniul vine să completeze tabloul: bucate exclusiv din mâncarea tradițională moldovenească, din produse alimentare proaspete, de casă, procurate de la locuitorii din Lalova- răcitură, plăcințele la cuptor, zeamă de găină și nu în ultimul rând mândria hanului- sărmăluțele pitice. Hanul lui Hanganu deține un complex mult mai vast decât atât – o sală polivalentă de 120 m² ,o fâneață, 3 terase, parcare, saună, livadă și vie.

Se poate veni aici în orice anotimp, cu familia, cu prietenii sau cu colegii de serviciu, pentru odihnă sau pentru distracții, de sărbători sau în zile obișnuite. Și posibilitățile de odihnă activă sunt foarte diverse. Gazdele hanului oferă toate cele necesare pentru amatorii de vânatoare și pescuit, iar cei care își doresc puțină aventură pot merge la plimbare cu barca pe Nistru sau în excursie la mănăstirile și cascadele de la Țipova și Saharna cu sania, cu căruța sau cu barca cu motor. Aici este și unul dintre putinele locuri ideale pentru practicarea parapantismului. În sezonul estival, la dispoziția oaspeților stau livada, via și prisaca. Fructele și mierea proaspătă de albine pot fi degustate și, la dorință, procurate direct de la producător. O altă alternativă pentru petrecerea timpului liber ar fi vizitarea atelierului de încondeiat ouă sau participarea la programul folcloric al ansamblului local. Pentru cazare, proprietarul oferă :

- ✓ cameră single de duminică până joi la prețul de 25 € și de vineri până sâmbătă la 27 €,
- ✓ cameră double de duminică până joi – 40 €, de vineri până sâmbătă- 44 € ,
- ✓ bașcă cu sobă de duminică până joi- 45 €, de vineri până sâmbătă- 49 €,
- ✓ fâneață în aer liber de luni până duminică la prețul de 20 €.

În meniul restaurantului, proprietara - Emilia Hanganu, propune pentru oaspeți cele mai rafinate bucate, care trezesc în turiști amintirile frumoase din copilăria petrecută alături de părinți și buneii.

Pentru persoanele mai active și dornice de a savura odihna din plin, proprietarul organizează :

- ✚ excursii cu degustare în beci – 5 €,
- ✚ saună pe râul Nistru,
- ✚ excursii pe râul Nistru cu barca rapidă- 70 €,
- ✚ excursie la mănăstirea rupestră Țipova cu barca rapidă-60 €,
- ✚ excursie la Saharna cu barca rapidă- 120 €,
- ✚ călătorie cu pluta pe râul Nistru- 24 €,
- ✚ excursie- Extragerea mierii din stup- 5 €,
- ✚ plimbare cu trăsura în natură- 15 €,
- ✚ hrănirea animalelor domestice a hanului,
- ✚ încondeierea ouălor pascale- 15 €,
- ✚ plimbări prin împrejurimile Lalovei,
- ✚ zbor cu parapanta,
- ✚ pescuit pe râul Nistru, și altele care le lasă turiștilor doar cele mai plăcute impresii.

Unitatea de conținut VI. Potențialul agroturistic al unei zone

6.1. Noțiunea de potențial agroturistic și exemple în diferite colțuri ale lumii.

6.2. Resursele turistice naturale și antropice care stimulează apariția și dezvoltarea agroturismului.

6.3. Tipurile satelor turistice și vocația acestor localități rurale.

6.4. Descrierea unui sat turistic din Republica Moldova cu potențial în agroturism.

6.1. Noțiunea de potențial agroturistic și exemple în diferite colțuri ale lumii.

Într-o accepțiune generală, **potențialul turistic al unui teritoriu este definit ca ansamblul elementelor naturale, economice și cultural-istorice, care reprezintă anumite posibilități de valorificare turistică, dar o anumită funcționalitate pentru turism și deci constituie o premisă pentru dezvoltarea activității de turism.** Un teritoriu interesează sub aspectul potențialului turistic, în măsura în care acesta oferă resurse turistice naturale sau antropice, a căror valorificare, pe fondul unor amenajări complexe, poate determina o activitate de turism și includerea aceluia teritoriu în circuitul turistic intern și internațional.

Elementele care concură la crearea produsului turistic includ următoarele categorii:

- patrimoniul turistic, cu factorii naturali (așezare geografică, climă, relief);
- diverse elemente naturale de atracție specifică (cursuri de apă, izvoare, lacuri);
- factorul uman (ospitalitatea, obiceiuri și datini, folclor, istorie, artă, cultură etc.);
- infrastructura generală a zonei incluzând dezvoltarea economică generală (industrie, agricultură, transporturi, comerț);
- dezvoltarea demografică (populație și așezări umane);
- infrastructura generală edilitară;

- infrastructura cu specific turistic;
- cadrul general privind pregătirea și perfecționarea personalului din agroturism;
- cadrul instituțional legat direct sau indirect de turism.

În mod sintetic, noțiunea de potențial turistic, cuprinde ansamblul resurselor turistice naturale și turistice antropice care generează diverse forme de turism inclusiv și agroturismul.

6.2. Resursele turistice naturale și antropice turistice care stimulează apariția și dezvoltarea agroturismului.

Noțiunea de „**resursă**” **turistică** este mai completă și definește mai concret implicațiile acesteia asupra activității de turism ca domeniu economic. Prin specificul, conținutul și valoarea lor, resursele turistice naturale reprezintă, pe de o parte, atracții turistice pretabile pentru vizitare, iar pe de altă parte, ele pot fi valorificate direct în activitatea de turism ca „materie primă”, constituind sau intrând în componența diferitelor produse turistice și generând anumite forme de turism (factori naturali de cură în turismul balnear, grosimea și durata stratului de zăpadă în turismul montan ș.a.).

Resursele turistice naturale sunt cele oferite de cadrul natural al zonei prin componentele sale: **relief, condiții climatice, râuri, lacuri, ape subterane, izvoare minerale vegetație și faună etc.**

Aceste componente naturale de peisaj se impun ca resurse turistice potențiale, au un rol principal în dezvoltarea turismului și constituie **oferta primară potențială**. Ele prezintă importanță pentru activitatea de turism prin următoarele elemente:

- valoarea peisagistică, estetică și recreativă, indiferent de locul unde se află (uneori aceasta este determinată de motivația turistică: peisaj montan, etc.);
- valoarea balneoclimaterică a unor componente, considerate ca factori naturali de cură, inclusiv bioclimatul;
- suport al unor activități turistice, generând forme de turism specifice (stratul de zăpadă, oglinzile de apă, resursele cinegetice etc.);
- valoarea cognitivă, în general, dar mai ales în cazul componentelor desemnate ca rezervații științifice și monumente ale naturii etc.

Agroturismul este acea activitate care se desfășoară în mediul rural, valorificând resursele turistice locale (naturale, economice, culturale și umane) ca și dotările și echipamentele turistice, inclusiv pensiunile și fermele agroturistice. Această activitate utilizează diverse spații de cazare: hanuri și hoteluri rurale, adăposturi, sate de vacanță etc, și îmbracă forme variate de sejur, cu un spectru larg de motivații: de tranzit sau itinerant cu valențe cultural-cognitive, etc.

Agroturismul este o activitate susținută de către micii proprietari de la țară, de obicei ca activitate secundară, activitatea desfășurată în gospodăria proprie rămânând deci principala ocupație și sursă de venit. Spațiul rural prin componentele și resursele sale, satisface un evantai larg de motivații pentru turist: **odihnă, recreere, sport, cură de aer sau balneară, oferind agroturismului o arie mare de cuprindere a posibilităților de loisir.**

Prin aceasta, agroturismul este un mijloc de valorificare integrală a resurselor mediului rural, cu potențialul său agricol, silvic, turistic, uman, și tehnico-economic.

Agroturismul poate contribui la valorificarea resurselor și la dezvoltarea durabilă la nivel local sau regional prin folosirea durabilă a resurselor turistice, menținerea diversității naturale, culturale și sociale a spațiului rural, integrarea activităților de profil de prestări de servicii în planificarea și strategia de dezvoltare locală, sprijinirea economiilor locale în dezvoltarea socio-economică a comunității dar și în protejarea naturii și a valorilor culturale.

Utilizarea integrală a resurselor naturale, economice și umane a unei zone cu un bogat potențial turistic se poate realiza prin implicarea comunităților locale în sectorul turistic, prin sprijinirea grupurilor de inițiativă pentru dezvoltarea și promovarea ofertei turistice locale, pentru protejarea mediului înconjurător și a bunurilor culturale.

Din cele prezentate, putem afirma cu certitudine că agroturismul, are cele mai mari implicații în valorificarea resurselor turistice locale și în ridicarea nivelului de trai al locuitorilor, în dezvoltarea socio-economică a localității rurale și comunității în general, și nu în ultimul rând în protejarea și conservarea mediului natural și construit, în contextul unei activități economice bazate pe principii ecologice.

De aceea, interesul comunității locale în valorificarea resurselor este să elaboreze o strategie de organizare, dezvoltare și promovare a agroturismului cu concurența tuturor agenților economici implicați în desfășurarea acestei activități.

Participarea comunității locale la promovarea acestor activități cu profil turistic în mediul rural se poate realiza pe baza unui parteneriat între autorități și unele forme de asociere a proprietarilor de structuri de primire turistică, agenții economici din turism sau alte domenii conexe, care să ducă la o mai bună organizare, dezvoltare și promovare.

Aceste parteneriate de valorificare a resurselor se pot realiza doar printr-o contribuție financiară pentru realizarea obiectivelor de dezvoltare economică generală a localității cum ar fi: căi de acces, alimentare cu apă, încălzire, telecomunicații, dotări tehnico-edilitare, dezvoltarea rețelei comerciale e aprovizionare și prestări de servicii, dezvoltarea și diversificarea dotărilor de agrement și divertisment adaptate la specificul local, diversificarea activităților culturale, târguri, sau alte manifestări, realizarea de microcomplexe de producție agroalimentară pentru aprovizionarea populației și a turiștilor cu produse locale.

Agroturismul ca activitate economică este fundamental integrat în cadrul mijloacelor rurale de primire unde pune în valoare potențialul natural, cultural și uman pe baza căruia se elaborează și promovează produsele turistice la nivel local.

Principala caracteristică a agroturismului cu care se impune acest produs turistic în fața consumatorilor este gradul de compensare fizică și spirituală a deficiențelor ce însoțesc în multe situații viața din aglomeratele centre urbane. În acest sens, considerăm că satele prezintă calități deosebite, care coincid și generează perspective pentru valorificarea bogatelor resurse pe care le înfățișează în prezent peisajul rural românesc. Se cunoaște în prezent o întreagă tipologie de sate turistice, în funcție de situarea lor în teritoriu, accesibilitate, teritoriu condiții fizico-geografice, economice, sociale, culturale, istorice, care exprimă și posibilitățile de dezvoltare a agrementului rural. Sunt numeroase cazurile în care, cererea turistică este influențată în alegerea destinației de formele de agrement și animație sau resursele prezentate de ofertanți. În această direcție, numeroase sate turistice oferă câteva modalități originale de petrecere a timpului liber. Din acest punct de vedere, cele mai solicitate sunt comunitățile rurale situate în spațiul rural montan, colinar, de litoral, care se bucură de prezența unor resurse naturale și culturale deosebite, care pot organiza activități recreative diversificate. Cu cât sunt mai originale aceste manifestări, cu atât sunt mai atractive și mai frecventate de turiști.

Toate dotările de agrement care se realizează la nivelul unei comunități rurale devin bunuri de care pot beneficia și populația locală, cu condiția să nu aducă influențe negative asupra elementelor de baza ale culturii tradiționale.

Dincolo de aceste măsuri de impulsione a valorificării tuturor resurselor prin activitatea de agroturism, trebuie să luăm în considerare și anumite programe agricole și susținerea exploatațiilor agricole prin noi acțiuni sau desfășurarea de noi activități generatoare de venituri: culturi legumicole de trufanda, horticultură, creșterea cailor sau a animalelor de agrement, artizanat, etc.

Se poate afirma că agroturismul trebuie să contribuie într-o primă etapă la valorificarea tuturor resurselor și dezvoltarea exploatațiilor agricole, iar apoi, prin consolidarea și dezvoltarea sa, ca o premisa de a asigura dezvoltarea socio-economică în plan local și regional.

În prezent, ospitalitatea, calitatea primirii și calitatea mediului sunt punctele forte ale agroturismului românesc. Putem afirma cu certitudine că reușita dezvoltării agroturismului depinde de valorificarea corespunzătoare a patrimoniului cultural și de diversificarea structurilor de agrement destinate turiștilor.

Tinerii locuitori, dar și turiștii vor aprecia mai mult spațiul rural, cu cât viața culturală va fi mai diversă, mai animată, fără însă a conduce la pierderea unui mod de viață autentic.

Turistul de astăzi caută înainte de toate un loc plăcut, unde poate întâlni un stil de viață agreabil și unde nu lipsec mijloacele de recreere și divertisment.

6.3. Tipurile satelor turistice și vocația acestor localități rurale.

Din punct de vedere teoretic, problema tipologiei satelor turistice poate fi abordată ca o chestiune de natură operațională, însă decizia aplicării ei în practică, determinarea tipului satului turistic, este de natură obiectivă. Pentru aceasta, este necesar ca, alături de dorința și intenția organizatorilor, satul turistic respectiv să întrunească un quantum de condiții **naturale și istorice, social-economice** obiective, care să fie definitorii pentru fiecare tip de sat turistic.

Stabilirea tipurilor de sate turistice constă în relevarea specificului localităților și gruparea lor în câteva tipuri fundamentale, în vederea promovării, în fiecare localitate, a celor mai adecvate forme de turism în funcție atât de principalele caracteristici geografice, sociale și economice, cât și de principalele motivații și opțiuni ale categoriilor de turiști care frecventează localitatea respectivă.

Aplicarea principiului specializării în domeniul organizării și funcționării satului turistic este cu atât mai necesară, cu cât fiecare localitate rurală constituie o entitate, cu particularități proprii și activități specifice, care nu trebuie decât să fie identificate și valorificate, cât mai eficient posibil, din punct de vedere turistic.

De asemenea, stabilirea tipurilor de sate turistice constituie un mijloc de selecționare a turiștilor, aceștia grupându-se de la sine într-un sat sau altul, în funcție de principalele lor motivații și opțiuni turistice. Aceasta permite o mai bună cunoaștere și funcționare a mecanismului economic cerere-ofertă și, ca urmare, organizarea spațiilor de cazare și a celorlalte servicii, în funcție de principalele caracteristici social-economice ale clientelei turistice; în sfârșit, stabilirea de sate turistice permite realizarea unei publicații concrete și specifice în funcție de particularitățile fiecărui tip de sat turistic.

Într-o concepție larg adoptată, **satele turistice sunt „așezări rurale situate într-un cadru pitoresc și nepoluat, care prezintă următoarele avantaje: tradiții etnofolclorice nealterate și case cu arhitectură specifică unei zone etnografice: gospodării țărănești (cu un anumit grad de confort) ce se închiriază turiștilor; monumente cultural-istorice, muzee și atracții naturale și culturale, ce pot fi utilizate în dezvoltarea agrementului; dotări de infrastructură generală (alimentare cu energie electrică în întreaga localitate), apă și canalizare (circa 80% din gospodării); dotări comerciale, sanitare și de telecomunicație; accesibilitatea ușoară la drumurile naționale și căile ferate; rețeaua rutieră, parțial modernizată”.**

Întrucât caracteristicile care pot lua în considerare tipologia satelor turistice sunt numeroase și variate de la zonă geografică la alta, chiar de la o localitate la alta, ne vom rezuma doar la prezentarea unei tipologii generale a satelor turistice.

Sate turistice etnografice-folclorice.

Această categorie grupează satele în care portul tradițional, arhitectura, mobilarea și decorarea interioară, muzica și coregrafia populară predomină și se impun ca însușiri esențiale ale satului: în România: Rășinari (Sibiu), Vama (Suceava), Năruja (Vrancea) etc., respectiv, în aceste sate pot fi oferite turiștilor servicii de cazare și masă în condiții autentice (mobilier, decor, echipament de pat în stil popular, meniuri tradiționale servite în veselă și tacâmuri specifice - farfurii și străchini de ceramică, linguri de lemn, ceea ce nu exclude, desigur, și posibilitatea utilizării, la cerere, a tacâmurilor moderne).

În aceste sate, se pot organiza expoziții artizanale permanente (cu vânzare), iar pentru turiștii care nu rămân în localitate, ci numai o vizitează, se pot amenaja una sau mai multe gospodării, un muzeu etnografic în aer liber. De asemenea, în aceste sate, pot fi identificați și stimulați rapsozii populari (vocali sau instrumentali), permanentizare horele duminicale și la sărbători, alte obiceiuri și tradiții locale la care să participe efectiv și turiștii.

Este de știut că păstrarea și perpetuarea folclorului și, îndeosebi, a etnografiei (portul, tehnicile de lucru, arhitectura, mobilarea și decorarea interioarelor etc.) reprezintă, în formele lor originale și tradiționale, puncte tot mai izolate pe harta etnofolclorică a țării, aflate în declin. Formele și conținutul modului de viață citadin au pătruns și continuă să pătrundă, impetuos și ireversibil, și în mediul rural.

Abordând viitorul unor localități rurale din perspectivă turistică și adaptându-le acestui scop, considerăm că specificul lor etnografic poate și trebuie să fie conservat și perpetuat (în forme adecvate), în caz contrar, interesul actual al turiștilor pentru sat, pentru mediul rustic în general, va scădea treptat. Cu mai multă receptivitate și cu puțin interes din partea organelor administrative și de specialitate, se poate perpetua, chiar și în condițiile civilizației contemporane, specificul etnografic și spiritual al unor sate din Basarabia. Acest deziderat trebuie urmărit cu atât mai mult, cu cât numeroși săteni din unele localități manifestă vădit interes pentru menținerea stilului lor tradițional de viață, aceste localități având șanse să devină baze turistice permanente, de popularitate internațională, deosebit de rentabile: Palanca (Călărași)

Sate de creație artistică și artizanală

Sunt cunoscute interesele numeroșilor turiști pentru creația artistică artizanală, ca și dorința lor pentru achiziționarea unor astfel de creații direct de la sursă, de la producătorul însuși. Până în prezent, în aceste localități în România (Oboga, Margina, Corund, Humulești, Târpăcești, Săcel, Săpânța) se practică doar turismul de circulație, în cel mai bun caz, unele din ele sunt incluse în itinerarele turistice. Aceste sate oferă,

însă, posibilitatea practicării unui turism de sejur, în cadrul căruia, în atelierele special amenajate și cu îndrumarea unor artiști și meșteri populari renumiți, turiștii s-ar putea iniția în artă și tehnici populare arhaice: icoane pe sticlă, pictură naivă, sculptură în lemn și piatră, țesătorie populară, confecții și cusături populare, ceramică, muzică și dansuri populare etc. Avem în vedere identificarea posibilităților de practicare a unora dintre aceste activități chiar în cadrul gospodăriilor găzduitoare. Există numeroase sate în care preocupările de bază ale gospodăriilor sunt țesutul la războaie țărănești, cusăturile sau broderiile populare, activități în care pot fi inițiați turiștii amatori. Prin urmare, caracteristica esențială a acestor sate, imaginea lor de marcă, ar urma să fie producția lor artistică și artizanală valorificată turistic complex și eficient. În Moldova Hoginești(Călărași), Colibaș (Cahul)

Sate turistice climaterice și peisagistice

Caracteristicile predominante ale acestor sate, adecvate turismului de sejur (pentru amatorii de liniște, de plimbări solitare într-un cadru natural pitoresc) sunt cadrul natural și poziția izolate de centrele aglomerate și de marile artere de circulație. Așezările turistice de acest tip, situate în zonele de deal și de munte, cu casele răspândite pe văi și coline, la o oarecare distanță unele față de altele, cu pajiști, fânețe sau livezi, dar și în zona litorală (oarecum izolată de marile artere de circulație) sunt adecvate turismului de sejur, oferind posibilități de plimbare în aer liber, băi de aer, helioterapie, drumeție: În România: Fundata, Șirnea (în Culoarul Rucăr-Bran), Tismana (Gorj), Brădet (Argeș), Botiza (Maramureș), Vama-Veche, 2 Mai (Constanța) etc. În Moldova: **Lalova, Țipova, Saharna, Vadul-Rașcov, Climăuții de Jos, Japca etc** întrunesc asemenea condiții de odihnă și recreere.

Sate turistice pescărești și de interes vânătoresc

În afara posibilităților de cazare, în aceste sate se pot oferi servicii culinar-gastronomice, pescărești și vânătoarești. De asemenea, populația locală poate organiza, pentru turiști, unele forme de agrement specifice - pescărești și vânătoarești (vânătoare, pescuit, safari): În România satele de pe văile Vișeuului și Bistriței, Gurghiu și din Delta Dunării. În Moldova: Văleni (în Cahul)etc.

Sate turistice viti-pomicole

În aceste localități predomină activitățile de cultivare a pomilor fructiferi și a viței de vie; activitățile turistice sunt posibile pe toată durata anului, atât în perioada recoltării, cât și după aceea prin oferirea fructelor, strugurilor și a preparatelor pe baza lor. De asemenea, pot fi avute în vedere multe alte preparate culinare, comune sau dietetice, pe bază de fructe. În aceste sate, o atracție deosebită și, în același timp, o sursă principală de venituri poate să o constituie băuturile răcoritoare și reconfortante, preparate din fructe: În România: Recaș, Giarmata, Șiria, Agapia, Vânători-Neamț etc. În Moldova: Albota, Ciumai, Trifești Tudora, Carahasani, Purcari, Sălcuța, Talmaza.

Sate turistice pastorale

În această grupă pot fi incluse, în general, sate de munte, în care preocuparea de bază a localnicilor este creșterea oilor și a vitelor și care pot atrage turiștii prin meniuri bazate pe produse lactate. Aceste meniuri pot fi completate cu ouă, carne de pasăre, ovine și bovine, iar pentru divertisment, pot fi organizate ospete ciobănești (batal la proțap, berbec haiducesc, balmuș, urdă și jintiță), petreceri specifice și tradiționale: În România: Prislop, Vaideeni, Jina. În Moldova: Vărăncău(Soroca)

Sate turistice pentru practicarea sporturilor

Numeroase localități rurale prezintă excelente condiții pentru practicarea sporturilor de iarnă (sate montane și de deal) și nautice pe râurile interioare, lacuri de acumulare, fără amenajări speciale și costisitoare. Acest tip de sat poate să atragă două categorii de turiști, în general din rândul tineretului: sportivi amatori, inițiați în practicarea sporturilor respective; turiști inițiați sau mai puțin inițiați, dar dornici să se inițieze și să le practice. Pentru această categorie, pot exista instructori de schi, bob, înot, recrutați din rândul populației locale. De asemenea, în aceste sate, pot funcționa puncte de închiriere a echipamentului sportiv. În România: (Fundata, Moeciu, Șirnea, Murighiol, Mila 23 etc.) În Moldova ar putea fi menționate multe sate de pe malul Nistrului.

Satele balneare susțin turismul balnear de importanță locală și mai rar regională, bazându-se pe o serie de resurse turistice exploatate și valorificate: ape minerale carbogazoase, mofete, izvoare sau lacuri sărate, nămol etc. În România: Zizin, Covasna, Bala (Mehedinți), Oglinzi și Bălțătești (în Subcarpații Moldovei), Coștiui (Maramureș), Călacea (Timiș), Săcelu (Gorj) etc. În Moldova: Jeloboc, Gura Căinarului.

Satele cu obiective de interes științific dispun de diferite tipuri de rezervații naturale care, prin inedit, unicitate, frumusețe, atrag spre vizitare numeroși turiști străini și autohtoni: În România: Andrieșeni (Vrancea), Cîreșu (Mehedinți), Bosanci și Sadova (Suceava), Chiuzbaia (Maramureș) etc. În Moldova: Lozova

Sate cu monumente istorice, de artă și arhitectură, cu valoare de excepție, renumite pe plan național și internațional, sunt specifice Moldovei din România, cu o salbă impresionantă de mănăstiri, rezultatul renașterii moldave din secolele XV-XVII (Sucevița, Putna, Dragomirna, Agapia, Văratec etc.), Subcarpaților Getici (Aninoasa, Cotmeana, Cozia, Horezu, Polovragi, Tismana), sudului Transilvaniei, cu renumitele biserici fortificate (Hărman, Prejmer, Biertan, Feldioara, Cristian etc.). În Basarabia: Orheiul Vechi ș.a.

Este evident că multe din tipurile de sate prezentate anterior nu au caracteristici tranșante, același tip putând cuprinde caracteristici specifice celorlalte tipuri, delimitarea realizată fiind mai mult teoretică.

În organizarea și desfășurarea activității de turism în satele turistice, un rol important îl ocupă abordarea acestei activități într-un sistem de management marketing, pornind de la formarea „**produsului turistic**” pe componente și în ansamblu, până la stabilirea tarifelor, a căilor și mijloacelor de promovare și publicitate.

Formarea produsului turistic implică atât analiza potențialului turistic (natural și cultural-istoric, poziție geografică, forța de muncă, trăsăturile psihosociale ale populației etc.), material uman și financiar (surse și mijloace de finanțare), cât și a posibilităților de valorificare și constituire într-o ofertă turistică competitivă. Prin studii de conjunctură se aleg piețele cele mai favorabile, căile și mijloacele de promovare și publicitate.

În realizarea acestui demers, trebuie să se țină seama și de: valoarea și varietatea resurselor turistice, ocupațiile agropastorale și tradițiile etnofolclorice din zonă, poziția favorabilă pe o arteră turistică importantă sau în apropierea unor centre turistice și stațiuni renumite, apropierea de masive montane de mare atractivitate și circulație turistică, dezvoltarea socio-economică ridicată a satelor care conduce la un nivel de trai confortabil al gospodarilor, cu efecte benefice pentru primirea și găzduirea turiștilor, inclusiv din străinătate, trăsăturile psihostructurale ale populației, care îi conferă un grad mare de ospitalitate, cinste și moralitate, gradul mai înalt de emancipare a locuitorilor din sate (cunoscători și de limbi străine).

Este necesară, de asemenea, inventarierea resurselor turistice naturale și socio-economice, care trebuie continuată cu analiza detaliată a posibilităților de valorificare și de construire a produsului turistic. Este vorba, în principal, de: amenajări pentru dezvoltarea infrastructurii generale (alimentare cu apă, încălzire, epurarea apelor uzate, repararea și modernizarea drumurilor de acces la obiective sau de legătură cu magistralele rutiere), ridicarea gradului de confort al gospodăriilor primitoare de turiști, dotări tehnico-edilitare și comerciale, dotări pentru agrement sportiv (pârții de schi, transport cu cablu, terenuri de sport, poteci turistice, echitație) etc.

Urmează analiza tehnico-economică a fiecărui program în parte și soluționarea financiară a propunerilor, urmărindu-se realizarea în etape și în funcție de eficiența economică a fiecărei investiții. Realizarea investițiilor, pe programe, se poate face cu forțe proprii, prin credite de la bancă, prin asociere cu societăți comerciale locale și străine, fie prin sprijin financiar de la anumite fundații din țară sau din străinătate, sau de către anumiți agenți economici (este vorba mai ales despre dotările de agrement).

Pentru organizarea, dezvoltarea și promovarea turismului din spațiul rural, trebuie avute în vedere două tipuri de implementări: **cele datorate activității agroturistice și cele de turism rural.**

6.4. Descrierea unui sat turistic din Republica Moldova cu potențial în agroturism.

Localizarea consumului de produse turistice rurale trebuie să se regăsească în mediul sătesc al Republicii Moldova, mai exact în cadrul unor viitoare sate turistice. Satele turistice reprezintă ceva similar unei societăți comerciale sau unui agent economic, având activități comerciale generatoare de venit. Însă, trebuie subliniat că nu orice sat poate fi și turistic, el trebuind să îndeplinească anumite criterii, să fie reprezentativ pentru satul moldovenesc, fiind considerat, în eventualitatea unei circulații turistice, o „carte de vizită” a Republicii Moldova. Criteriile minime necesare pentru ca o localitate rurală să poată fi introdusă în circuitul turistic și declarată sat turistic sunt următoarele:

1. Potențial turistic deosebit.
2. Acces rutier în tot timpul anului bine întreținut.
3. Iluminare cu energie electrică, alimentare cu apă și, eventual, canalizare nepoluantă sau posibilități de realizare cu fonduri minime.
4. Unitate de poștă și telecomunicații.
5. Spații de cazare clasificate (motel, pensiune, gospodărie țărănească, camping).

6. Spații clasificate de servire a mesei pentru turiști, a căror capacitate să fie corelată cu cea a spațiilor de cazare.
7. Asistență medicală sub forma unui post de prim ajutor.
8. Punct / centru de informare turistică, amplasat în centrul localității.
9. Panou cu traseele turistice de interes local marcate, amplasat în centrul localității, în vederea facilitării drumețiilor cu sau fără ghid local.
10. Posibilitatea organizării unor forme de agrement și petrecere individuală sau colectivă a timpului liber: pescuit, vânătoare, culegere de plante medicinale, fructe de pădure, plimbări ecvestre etc.
11. Spații comerciale pentru produse alimentare, legume, fructe, obiecte de sport-turism.

Primele șase criterii sunt obligatorii, celelalte putând fi realizate eșalonat, în 2-3 ani, în baza unui program elaborat de consiliul local, cu susținere din partea consiliului raional, a statului și a altor organisme interne sau internaționale interesate.

Pentru a putea activa, eventualele sate turistice ale Republicii Moldova trebuie omologate de către Ministerul Culturii și Turismului. Aceasta presupune clasificarea acestora în funcție de criteriile de omologare a satelor turistice. Principalele criterii de omologare a satelor turistice sunt: valoarea etnofolclorică; valoarea turistică; existența și calitățile structurilor de primire rurale; calitatea ecologică; dotarea tehnico-edilitară; accesibilitatea și poziția geografică. În acest sens au fost propuse spre dezvoltare clustere agroturistice.

Clustere agroturistice – aceasta este denumirea noului tip de turism care se dezvoltă în Republica Moldova cu scopul de a atrage cât mai mulți turiști și, totodată, să dezvolte unele segmente ale agriculturii. Conceptul de **cluster** reprezintă cea mai nouă formă de organizare dintre **fermieri, agricultori, meșteri populari și asociații turistice**. Acest lucru le permite antreprenorilor să-și diversifice oferta și să o promoveze, astfel încât să atragă mai mulți turiști

Clusterul „Armonia Nordului”: Cetatea Soroca și patria romilor

Cel mai nordic cluster agroturistic cuprinde localitățile din raioanele Soroca și Ocnița, iar în perspectivă se preconizează extinderea spre Briceni și Drochia. Ca orice cluster care se vrea promovat, „Armonia Nordului” a reușit să aducă împreună nu doar antreprenori și ONG-uri, dar și muzee, gospodării țărănești, o televiziune locală și „Ziarul Nostru” din Soroca. Amplasarea geografică, istoria, râul Nistru și patrimoniul imaterial au determinat crearea acestui cluster. Amelia Caraman, coordonatoarea clusterului, a menționat că au împletit frumos bogățiile regiunii și au ce le arăta turiștilor – Cetatea Soroca, cele 14 etnii care sunt prezente pe teritoriu, Festivalul Mărului care a ajuns la a patra ediție și patria romilor.

Clusterul „Drumul Recifelor”: Muzeul Ținutului

Tot în zona de nord, în apropiere de municipiul Bălți, se află clusterul „Drumul Recifelor” cu sediul la Muzeul Ținutului din Edineț. Regiunea este deosebită datorită recifelor coraligene care se găsesc doar în această parte a țării. Membrii clusterului își propun să promoveze tradițiile, dansurile și gastronomia locală prin meșterii populari Marina și Marcel Ostrovschi din satul Hlinaia, raionul Edineț, Mănăstirea Zăbriceni și ansamblul folcloric „La izvoare”.

Muzeul Ținutului are peste 27.000 de exponate și este vizitat de aproximativ 13.000 de turiști anual. Mănăstirea Zăbriceni este cunoscută datorită ceaiurilor din ierburi naturale și produselor agricole ecologice pe care le cultivă călugării de acolo. Fortăreața de la Zăbriceni, construită în stil grecesc, este unica mănăstire din Moldova în care se cântă muzică bizantină.

Clusterul „Vila Dor”: Movila Măgura

Cel de-al treilea cluster organizat în nordul Moldovei este „Vila Dor” care include localitățile din împrejurimile Movei Măgura (satele Pietrosu, Bocani și Doltu din raionul Fălești, Ghiliceni și Cucioaia din raionul Telenești, Bursuceni, Coșcodeni, Chișcăreni, Tăura Nouă și Veche din raionul Sângerei), Valea râului Cula unde se întind satele Măgurele, Bogheni, Sinești și Năpădeni din raionul Ungheni.

Un punct de reper al clusterului este dealul Movila Măgura. Centrul de informare turistică se află la ferma de caprine din satul Slobozia-Măgura din raionul Sângerei. Directorul fermei de capre, Viorel Prisăcari, susține că toată acțiunea a fost începută fără a dispune de resurse financiare și vor face mult voluntariat. Durabilitatea clusterelor va fi asigurată din vânzări, servicii turistice etc. Zona se întinde pe o suprafață pitorească și păstrează tradițiile specifice zonei de nord-vest. Oamenii din sate trăiesc din meșteșuguri țărănești, cresc iepuri, produc brânză de oi și capre, cultivă legume și fructe. Localnicii practică pe larg agricultura, însă își doresc să dezvolte și turismul rural. Primele oferte de vacanță într-un mediu rustic, la fermă, așa ca pe timpuri, au fost puse la dispoziția turiștilor începând cu 1 mai 2017.

Clusterul „Lunca Prutului de Jos”: Muzeul Pâinii, lacurile Belev și Manta

Ultimul cluster agroturistic se află în zona de sud a Republicii Moldova – valea râului Prut, numită „Lunca Prutului de Jos”, începând cu orașul Cahul și până în satul Giurgiulești, acolo unde se întâlnește Dunărea cu Prutul. Sediul clusterului este la Muzeul Pâinii din satul Văleni, raionul Cahul.

Rezervația „Lunca Prutului de Jos” este una dintre cele mai pitorești și bogate destinații din țara noastră. În această regiune sunt două mari lacuri naturale – Belev și Manta – pe care cresc nuferi albi și galbeni, trăiesc egrete, țigănuși, pelicani și alte viețuitoare de apă. În cadrul clusterului s-au alăturat Muzeul de Etnografie din satul Slobozia Mare și stațiunea balneo-climaterică „Nufărul Alb” din Cahul.

Viorel Miron a menționat că prin această acțiune și-a propus să organizeze antreprenorii și meșterii locali, astfel să poată contribui la dezvoltarea turismului în Moldova. „Suntem conștienți că există riscul ca aceste cluster să dispară, dar cu îndrăzneală mergem înainte”, spune dnul Miron. Organizatorii vor apela la ajutorul agențiilor de turism, mass-media și Agenției Naționale a Turismului din Moldova.

Proiectul de organizare a clusterelor agroturistice a fost realizat cu suportul Poloniei, în cadrul proiectului „Dezvoltarea clusterelor agroturistice în Moldova”. Asociația de Dezvoltare a Turismului din Moldova a elaborat și un studiu despre starea turismului rural din Republica Moldova, capacitatea de consum turistic și practici pozitive din Polonia.

Unitatea de conținut VII. Strategii de promovare în activitatea de agroturism

7.1. Rolul și importanța promovării produsului agroturistic.

7.2. Tehnici și mijloace de promovare ale serviciilor turistice din spațiul rural.

7.3. Căi și instrumente de eficientizare a promovării agroturismului.

7.1. Rolul și importanța promovării produsului agroturistic.

Promovarea se începe pornind de la posibilitățile agropensiunii și sursele financiare pe care le poate alocă pentru reclamă. Trebuie de cunoscut că elaborarea și editarea unei afișe publicitare sau plasarea ofertei pensiunii agroturistice în internet nu trebuie să coste mult. Nu e necesar în acest scop de mers deodată la o agenție de reclamă sau la o tipografie. Mai întâi se observă modalitatea de promovare a altor gospodării agroturistice, documentați-vă în centrul consultativ agricol ACSA din localitate, la alte organizații nonguvernamentale care se ocupă cu dezvoltarea turismului sau printre cunoscuți. Aceștia vor oferi suportul informațional și alte soluții bune, idei eficiente sau canale de informare ieftine despre gospodăria dvs.

Dacă despre gospodăria ta nu este posibil să afli din internet, atunci pentru majoritatea turiștilor ea nu există!

Informația dintr-un pliant promoțional sau prezentare în internet trebuie să fie succintă, clară și concretă (cazare, atracție, alimentare, categorie). Iată câteva sfaturi utile:

- ✚ descrierea ofertei trebuie să fie sinceră - în conformitate cu ceea ce turistul va dispune în gospodărie. Se menționează numai despre servicii deja existente, echipamente sau atracții veridice;

oferta trebuie să includă:

- ✚ descrierea camerelor pentru oaspeți;
- ✚ informații despre alimentare;
- ✚ termenele în care sunt primiți oaspeții;
- ✚ detalii despre acces;
- ✚ condițiile de trai;
- ✚ posibilitatea atracțiilor suplimentare;
- ✚ prețurile;

prețurile trebuie specificate pentru următoarele categorii:

- ✓ **la cazare:** cost pentru o cameră sau o persoană/înnoptare, reduceri (sau nu) pentru copii (de specificat vârsta), % sau suma reducerii pentru anumite situații (cazare pentru un număr mare, un pat suplimentar în odaie), termenele de aplicare sau alte condiții;
- ✓ **la alimentare:** pentru o persoană cu alimentare complexă, costul micului dejun, al prânzului, al cinei sau al altor variante (diete speciale, mese în aer liber, banchete, bucate tradiționale, mese de sărbătoare);
- ✓ **la alte servicii:** pentru excursii, transport local sau organizarea unor vizite tematice etc.
- ✓ nu se trec toate informațiile, ci numai cele mai importante și care vor interesa turistul cel mai mult. Dacă

- pliantul/postarea va fi **supraîncărcată**, conținutul va deveni greu de citit;
- ✓ se vor evita categoric aprecierea și comentarea opiniilor noastre despre noi înșine - turistul singur ne va aprecia! Nu scriem **...bucătărie excelentă, cel mai bun personal, cele mai bune plăcinte din Moldova..., cazare comodă**. Căci o singură abatere de la **splendoarea** aceasta va provoca o disonanță care va pătrunde adânc în gândul turistului despre pensiune;
- ✓ trebuie consultată părerea unui expert de reclamă referitor la conținutul și aspectul pliantului sau postării în internet;
- ✓ calitatea fotografiilor agropensiunii și zonei din jur trebuie să fie înaltă, iar contextul lor reprezentativ;
- ✓ pagina web trebuie să fie simplu structurată și comodă, ca și un pliant promoțional;

Un produs cunoscut este un produs vândut.

Cu cât o agropensiune este mai cunoscută, cu atât aceasta este mai solicitată. Până a lua o decizie, turistul culege, prelucrează și analizează un anumit soi de informație privind:

- + călătoria în ansamblu,
- + destinația turistică,
- + obiectele turistice care merită să fie vizitate,
- + oamenii, tradițiile, bucătăria,
- + serviciile de care ar avea nevoie și pe care le-ar putea procura,
- + felul în care își poate organiza timpul liber etc.

Din experiența multor companii, un sistem de comunicare poate fi creat pentru a ajuta turistul în acest sens. Scopul unui asemenea instrument de informare-comunicare trebuie să se axeze pe trei funcții mari:

funcția de documentare, adică de a aduce informația utilă până la turist, pentru ca acesta să-și poată fundamenta motivația de a călători într-o localitate rurală;

funcția decizională, pentru a-l ajuta să-și analizeze prioritățile și necesitățile, ca până la urmă să ia o decizie corectă privind o programă turistică concretă;

funcția operațională, pentru a ajuta vizitatorul să se orienteze în timpul călătoriei, să apeleze eficient la serviciile necesare, să-și poată programa timpul etc.

7.2. Tehnici și mijloace de promovare ale serviciilor turistice din spațiul rural.

Informația pentru turiști trebuie să convină anumitor criterii:

- exprimare prin diverse moduri: scrise, audiovizuale, electronice, dar și prin viu grai de la populația locală;
- prelucrare finalizată: sub formă de postere, hărți, ghiduri etc.;
- să aibă direcție dublă (feedback): de la sursă la turiști și invers;
- să fie preponderent sub formă de recomandări, documentări, mai puține restricții;
- să fie actuală și să se refere la necesitățile reale ale turiștilor;
- să se încadreze într-o concepție.

În sistemul de comunicare **agropensiune-turist**, activitățile de comercializare a ofertei pot fi realizate prin diverse canale și modalități:

- ❖ publicitate,
- ❖ promovarea vânzărilor,
- ❖ relații publice,
- ❖ utilizarea mărcilor,
- ❖ evenimente promoționale,
- ❖ agenți de vânzare etc.

Promovarea vânzării reprezintă un ansamblu de **tehnici de stimulare** și de creștere a vânzării de bunuri și servicii. Într-o pensiune turistică acestea se pot realiza prin:

- ❖ reducerea de preț pe perioada unor sărbători sau evenimente;
- ❖ cadouri promoționale sub formă de suvenire, dulciuri, băuturi, flori sau de servicii suplimentare;
- ❖ vânzări grupate **trei servicii la prețul de două**, comercializarea serviciilor în grup la un preț mai mic decât dacă s-ar vinde separat.

Relațiile cu publicul menținute de proprietarul pensiunii care instituie un plan de activități consecvente pentru păstrarea unor contacte permanente de prietenie sau de parteneriat cu clientela, intermediarii, mass-media, structurile guvernamentale etc. Pentru fiecare tip de activități vor fi practicate diferite **tehnici specifice**:

- ❖ primirea și crearea condițiilor pentru organizarea unor întruniri speciale;
- ❖ tehnici de întreținere a relațiilor cordiale cu reprezentanții mass-media, pentru transmiterea la momentul oportun a unor mesaje promoționale (interviuri, comentarii, comunicate de presă etc.);
- ❖ crearea de evenimente speciale pentru punerea în atenție a pensiunii, informarea despre o aniversare, un mic succes comercial etc.

Promovarea mărcii proprii printr-un ansamblu de semne (desene, cuvinte, slogane, culori) ce individualizează întreprinderea sau un anumit tip de servicii. **Avantajele unei mărci sunt:**

- ❖ se memorizează ușor și este mai lesne de găsit;
- ❖ se asociază cu calitatea;
- ❖ o cotă mai mare pe piața de consum;
- ❖ clienții plătesc pentru servicii de marcă un preț mai înalt;
- ❖ un nivel mai ridicat al investițiilor atrase;
- ❖ mai mari oportunități de creștere și diversificare;
- ❖ fidelizarea clienților și asigurarea în viitor a unui nivel constant al vânzărilor.

Manifestările promoționale reprezintă o totalitate de activități publice cu impact cultural sau social, cum ar fi participările la diverse activități culturale, expoziții, târguri specializate etc. sau implicarea în acțiunile de sponsorat.

Reușita comercializării serviciilor turistice ale unei pensiuni ține de felul în care se manifestă proprietarul ca un bun negociator. Cu cât mai convingător, amabil și negociator abil se va dovedi, cu atât va înregistra un număr mai mare de vânzări. Serviciile nu *se pipăie*, este nevoie de suficientă imaginație să arăți avantajele acestora. Și, desigur, insistență.

Turiștii trebuie să vă gasească ușor.

Trebuie remarcat că azi fiecare cumpărătură a unei călătorii este realizată, cel puțin parțial, prin intermediul internetului. Chiar dacă clientul nu a făcut rezervarea on-line, înainte de a se hotărî să plece, a analizat oferta în rețea. Internetul este cea mai importantă sursă de informații despre serviciile și produsele legate de turism și odihna activă. A depășit TV și alte mass-medii atât în calitate de canal informativ, cât și ca mijloc de promovare a cumpărăturilor. Mai mult decât atât, tot mai rar sunt vizitate agențiile de turism staționare în favoarea motoarelor de căutare a ofertelor on-line și site-urilor care adună opiniile altor consumatori. Utilizarea internetului pe scară largă a generat creșterea rolului distribuției directe și, în același timp, a redus rolul intermediarilor tradiționali (agenții de turism, organizatori de evenimente etc.).

Mai transparente au devenit stabilirea și competitivitatea prețurilor. Având calculatorul la îndemână, se pot revizui multe oferte și alege în mod corespunzător cea mai potrivită ofertă pentru client. Rețeaua permite turiștilor să împărtășească opiniile lor cu lumea (este dificil în prezent de ascuns neajunsurile ofertei). În ceea ce privește îmbunătățirea sistemului de evaluare, consumatorul poate mai mult afla despre locurile potențiale de destinație. Portaluri specializate (precum Trip Advisor, Booking.net etc.) transmit părerile clienților săi cu referire la evaluarea hotelului sau evenimentelor turistice. Mai interesant, portalurile nu sunt preocupate în a da preferință vreunui grup, deoarece finanțele lor sunt bazate pe participarea comună a turiștilor, deci pentru ei mai important este să devină o sursă sigură de informații.

Internetul ușurează calea spre piață atât pentru firmele turistice mari, cât și pentru cele mici. Datorită internetului, nu mai este nevoie de a deschide multe reprezentanțe costisitoare, multe birouri sau reprezentări virtuale, ceea ce egalează șansele de concurență chiar cu cele mai mari birouri. Site-urile internet în turism au mai **multe funcții**, cum ar fi:

- distribuirea informațiilor,
- comerțul electronic,
- gestionarea întrebărilor referitor la disponibilitate/preț/calitate/localizare,
- rezervări și confirmare,
- depozite și conturi,
- reclamații,
- cereri specifice sau servicii auxiliare.

Astfel, consumatorul contemporan utilizează internetul în călătorii, în planificare/rezervări, iar rezervările directe **on-line** de către clienți deja constituie o cotă semnificativă pe piață. *Turismul virtual* a declanșat o creștere a cererii pentru informațiile multimedia despre călătorie, iar, ca rezultat, televiziunea interactivă și dispozitivele mobile sunt utilizate din ce în ce mai mult pentru distribuția produselor și

serviciilor turistice. **Totuși un dezavantaj al internetului este o supraîncărcare masivă cu informații, de aici și prioritatea în poziționarea corectă a ofertei agropensiunii în rețeaua globală.**

Cum să devii parte a sistemelor contemporane de căutare și rezervări on-line?

În prezent agropensiunile utilizează câteva posibilități pentru a fi prezente în internet și a participa la comerțul electronic:

- web-ul propriu,
- prezentarea pe site-uri de rezervare on-line cunoscute,
- folosirea rețelelor de socializare,
- combinație a acestora.

Web-ul propriu este o opțiune relativ des folosită de pensiunile din Moldova, datorită faptului că acestea pot prezenta mai desfășurat oferta de cazare, meniuri pentru alimentare, soluții pentru trasee în diverse perioade etc., care sunt însoțite de fotografii, explicații, reacții ale altor clienți. Pașii de urmat în acest tip de promovare sunt:

- ✚ procurarea domeniului și numelui (ex: www.pensiunea-mea.md),
- ✚ procurarea temei site-ului specializat care să conțină și opțiunea de comunicare cu clientul,
- ✚ după care un specialist ajustează site-ul la oferta pensiunii (completarea de date, texte, foto, logouri, legături etc.).
- ✚ urmează apoi menținerea, actualizarea site-ului și gestionarea solicitărilor de la clienții on-line.

Asigurarea prezenței pe site-uri de rezervări on-line cunoscute (ex: Trip Advisor, Booking, Vanilatour, Amadeus, Trivago, ContentIn etc.) se face în bază de contracte sigure, care presupun angajamentul pensiunii de a oferi non-stop informații on-line despre oferta sa (cazare, alimentare, alte servicii) în engleză (sau alte limbi uzuale) la tarife prestabilite clare (condiție strict respectată!) pentru orice client fără discriminare. Solicitățile clienților în acest caz vin on-line 24 din 24 ore, iar răspunsurile gazdelor trebuie să fie rapide și definitive (acestea servesc drept declanșator pentru plățile on-line).

Recomandabilă este plasarea link-ului agropensiunii pe pagina unor asociații turistice regionale, organizațiilor nonguvernamentale ce se ocupă cu dezvoltarea turismului, rezervații naturale sau primăriei. Se vor folosi oportunitățile oferite de asociații sau informațiile turistice deja existente. Uneori există posibilitatea plasării libere a link-ului pe aceste pagini sau prin decontări de barter (exemplu: achitarea prin servicii de cazare, alimentare pentru colaboratorii acestor instituții);

Exemple de site-uri specializate în agroturism relevante Republicii Moldova:

www.moldova-tourism.md

www.hailatara.md

www.turism.gov.md

www.adtm.md

www.antrec.ro

www.infopensiuni.ro

www.cazarelapensiune.ro

www.tripdor.ro

7.3. Căi și instrumente de eficientizare a promovării agroturismului.

O scurtă trecere în revistă a celor mai uzuale metode pentru agropensiuni demonstrează eficiență și adaptare la multe situații comerciale. Acestea sunt:

promovarea vânzărilor, care reunește un ansamblu de activități în scopul stimulării creșterii vânzărilor pe termen scurt, orientate către vânzători (un anumit mod de comportament), intermediari (care facilitează transferul produsului la consumatorul final), prescriptori (care recomandă, cu autoritate și în cunoștință de cauză, produsul), consumatori finali.

Stimularea forței de vânzare, prin utilizarea abilităților personalului pentru vânzarea efectivă a produselor, consultantă, asistență tehnică, acțiuni de prospectare, demonstrații tehnice, argumentări, negociere, încheiere de contracte etc., în scop de formare a imaginii pozitive a produselor pensiunii și comercializarea lor.

Manifestările promoționale sunt acțiuni care presupun utilizarea de către pensiune, pe perioade determinate de timp, a întregii game de tehnici și acțiuni promoționale, precum participarea acesteia la târguri,

saloane, expoziții. Scopurile urmărite sunt:

- ✚ stabilirea de contracte cu diferiți parteneri de afaceri,
- ✚ lansarea de produse noi,
- ✚ prezentarea unor noi produse,
- ✚ pătrunderea pe o nouă piață.

Instrumente de promovare a agroturismului:

la nivel de gospodărie

- toate suporturile de vânzare (ghiduri, broșuri, pliante, cataloage);
- obiecte publicitare, materiale promoționale (hărți, fotografii);
- prezența la saloanele de turism;
- e-mailing-ul;
- utilizarea de către mass-media (TV, publicații, radio etc.);

la nivel de sat sau zonă turistică

- materiale publicitare scrise (ghiduri turistice);
- sub formă de materiale video;

la nivel național

- ghiduri agroturistice care pot orienta un potențial turist. La acest nivel, informațiile oferite vor fi de ordin general, urmând ca amănunțele să fie oferite de agențiile specializate prin angajații acestora. Acest ghid va cuprinde lista agențiilor teritoriale cu adresele și numerele de telefon.

Promovarea produsului agroturistic în cadrul rețelei agroturistice:

- organizarea și instruirea personalului din acest domeniu;
- consolidarea regulilor și procedurilor care vor fi urmate în viitor, pe această bază formându-se rețeaua logistică de agroturism;
- formarea bazei de date pe seama relațiilor contractuale stabilite. Baza de date va cuprinde: oferta de cazare, produsele agroturistice, rețeaua locală și zonală;
- promovarea și realizarea circulației turistice;
- comercializarea și realizarea ofertei agroturistice.

Orice administrator de pensiune știe că pentru a atrage cât mai mulți turiști trebuie să aibă o reclamă cât mai bună și mai eficientă. *Reclama este sufletul afacerii, iar, dacă nu ai o reclamă bună, nu ai turiști.*

Publicitatea directă este un sistem interactiv de marketing prin intermediul căruia pensiunea își vinde produsele fără a apela la intermediari, pe baza publicității directe și comunicării directe cu consumatorul final.

Publicitatea directă sau marketingul direct, de regulă, se prezintă sub următoarele forme:

- poșta directă (e-mailing-ul);
- vânzările directe prin telefon;
- mesaje electronice (internet);
- vânzările prin intermediul radio/televiziunii;
- vânzări prin alte suporturi (banere, indicatoare, panouri informative etc.).

Astfel, în diferite cazuri se utilizează în mod diferit instrumentele specifice pentru:

- publicitatea media;
- publicitatea prin tipărituri;
- publicitatea exterioară;
- publicitatea gratuită.

Tehnicile și instrumentele de publicitate cele mai potrivite utilizate de o agropensiune pot fi:

- editarea de materiale publicitare;
- oferirea unor reduceri de preț la unele pachete turistice;
- realizarea de campanii de publicitate;
- inserturi în principalele publicații turistice;
- participarea la târguri și expoziții de turism;
- reclama la radio și televiziune;
- promovarea prin internet (sisteme de rezervare on-line, banering, e-mailing, rețele de socializare etc.).

Tehnicile de promovare ținesc scopuri concrete în funcție de auditoriul cărora le sunt adresate. Astfel, unele acțiuni suscită atenția prin faptul că turiștilor li se arată unele caracteristici atractive ale destinației, li se prezintă atracțiile și specificul locului (prin publicitate, PR și internet, informare la fața locului într-un centru de

informare sau în pensiuni). Alte acțiuni stimulează decizia de a cumpăra prin promovarea unor materiale publicitare special concepute, cum ar fi: broșuri, suplimente de ziare/reviste, hărți ale localităților (după care să se poată face orientarea către obiectivele turistici- ce ale destinației), pliante, site-uri web. Toate aceste materiale trebuie să contribuie la identificarea destinației prin imagini reprezentative. Alte măsuri sunt: punerea la dispoziție a informațiilor clare privind siguranța la destinație/explicații și informații despre conduită sau atitudinea care trebuie adoptată de turist la destinație, promovarea unor oferte suplimentare. O paletă largă de materiale informative trebuie să existe în pensiuni (în cameră, la restaurant, în hol), în holurile de intrare ale muzeelor sau altor obiective turistice, pentru că au rolul de a:

- promova serviciile suplimentare oferite;
- explica modul de folosire al acestora;
- încuraja implicarea clienților în diverse acțiuni;
- face cunoscute ofertele speciale;
- influența comportamentul clienților pentru a rămâne mai mult în zonă sau pentru a realiza și alte activități.

Bibliografie

Platon Nicolae. *Organizarea și gestionarea afacerilor în domeniul turismului rural*, editura "Elan Poligraf", 2015;

Parteneriate de dezvoltare a zonelor turistice în Republica Moldova. – Chișinău, Cu Drag, 2008;

Miron Viorel, Miron Marina. *Afaceri în turismul rural: Amenajarea și tehnologia deservirii oaspeților în pensiunea turistică*. – Chișinău, Î.S.F.E-P. Tipografia centrală, 2005;

Agroturismul în Moldova: 10 pași pentru o afacere de succes / Viorel Miron, Marina Miron, Marek Kryzstoforski, Jacek Węsierski, Agenția Naț. de Dezvoltare Rurală, Programul de Colaborare Poloneză pentru Dezvoltare, Centrul European de Cooperare, ADTM – Chișinău: S. n., 2015;

HG RM Nr. 643 din 27.05.2003 cu privire la aprobarea "Normelor metodologice și criteriilor de clasificare a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei,,";

Legea nr 352 din 24.11.2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova;

Internet: www.agroturism.md