

**COLEGIUL NATIONAL DE COMERT AL ASEM**

**SUPPORT DE CURS  
TURISM RURAL**

**COZMA Albina**

**Profesor**

**Chişinău, 2019.**

## TEME

### **Tema 1. Turismul rural – concept și definiție. 4 ore.**

1. Conceptul și definiția turismului rural.
2. Caracteristicile și funcțiile turismului rural.
3. Formele de turism rural.
4. Evoluția turismului rural în Republica Moldova.
5. Avantajele dezvoltarea turismului rural.
6. Dezavantajele dezvoltarea turismului rural.

### **Tema 2. Componentele ofertei turistice rurale. 6 ore.**

1. Spațiile turistice rurale.
2. Structura și tipurile de produse turistice rurale.
3. Cazarea componentă importantă a produsului turistic din mediului rural.
4. Alimentația parte componentă a produsului turistic din mediul rural.
5. Agrementul ca motivație turistică rurală.
6. Transportul în turismul rural.
7. Factorul uman implicat în turismul rural.

### **Tema 3. Satul turistic cadru de dezvoltare a turismului rural. 2 ore.**

1. Satul turistic-concept și definiție
2. Criterii de omologare a satelor turistice din Republica Moldova
3. Tipologia satelor turistice.

### **Tema 4. Ecoturismul-formă de manifestare a turismului durabil. 6 ore.**

1. Ecoturismul-concept și definiție.
2. Trăsăturile specifice și principiile ecoturismului.
3. Caracteristicile destinațiilor eco-turistice.
4. Codul de comportament al ecoturistului.
5. Ariile naturale protejate-concept și clasificare.
6. Metodologia amenajării ariilor naturale protejate.
7. Principalele arii ecoturistice protejate din lume.

### **Tema 5. Turismul rural- componentă a dezvoltării durabile. 4 ore.**

1. Conceptul de dezvoltare durabilă.
2. Principiile dezvoltării durabile a turismului.
3. Turismul și dezvoltarea durabilă a turismului.
4. Strategii de dezvoltare durabilă a turismului.
5. Asigurarea procesului de durabilitate în dezvoltarea turismului rural.

### **Tema 6. Specificul turismul rural în Republica Moldova. 4 ore.**

1. Caracteristicile tipurilor de turism rural din Republica Moldova.
2. Fondul ariilor naturale protejate de stat din Republica Moldova.
3. Infrastructura turistică rurală din Republica Moldova.
4. Deficiențele practicării tipurilor de turism rural în Republica Moldova.
5. Direcții strategice de dezvoltare și ameliorare a practicării tipurilor de turism rural în Republica Moldova.

### **Tema 7. Promovarea turismului rural. 4 ore.**

1. Obiectivele pe termen mediu și lung privind dezvoltarea turismului rural în Republica Moldova.

2. Pregătirea profesională a personalului în turismul rural
3. Dezvoltarea și promovarea turismului rural în Republica Moldova.
4. Importanța dezvoltării turismului pentru comunitățile rurale.

## Tema 1 : Turismul rural – concept și definire.

1. Conceptul și definirea turismului rural.
2. Caracteristicile și funcțiile turismului rural.
3. Formele de turism rural.
4. Evoluția turismului rural în Republica Moldova.
5. Avantajele dezvoltarea turismului rural.
6. Dezavantajele dezvoltarea turismului rural.

### 1. Conceptul și definirea turismului rural.

Chiar dacă o definiție a turismului rural ar putea părea ca fiind foarte simplă – cea formă de turism practică în spațiile rurale – problema delimitării, definirii turismului rural este, totuși, ceva mai complexă, cel puțin din câteva considerente. Privit în ansamblu, turismul rural include o paletă largă de modalități de cazare, de activități, evenimente, festivități, sporturi și distracții, toate desfășurându-se într-un mediu tipic rural. Cu toate acestea, o definiție a termenului de turism rural unanim recunoscută se confruntă cu numeroase probleme.

După J.W. Kloeze, turismul rural este un concept care include toate activitățile turistice care se desfășoară în mediul rural.

O alternativă la definițiile de mai sus ne furnizează P. Nistureanu: “Turismul rural 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”.

După D. Matei turismul rural include o serie de activități, servicii, amenajări oferite de fermieri, țărani și locuitori din mediul rural pentru a atrage turiști în zona lor, fapt ce generează venituri suplimentare pentru afacerile lor.

Această definiție pune în evidență turismul rural față de activitatea turistică ce se desfășoară în zonele de litoral, în cele urbane sau în cele destinate sporturilor de iarnă, locuri în care în mod constant turiștii înșiși, precum și natura activității lor exclud orice fel de relații semnificative cu populația locală care constituie mediul ambiant uman.

În țări europene se practică de câteva decenii turismul rural spontan sau organizat. Aceasta expansiune este determinată de existența a *doua motivații* pentru turismul rural ;

- pe de-o parte este vorba de relansarea și dezvoltarea domeniului rural,
- iar pe de alta parte de o formă de turism alternativă, la turismul de masă, tradițional .

În ansamblul economiei globale a turismului, turismul rural se definește ca fiind valorificarea turistică :

- a spațiilor rustice;
- a resurselor naturale;
- a patrimoniului cultural;
- a imobilelor culturale;

-a tradițiilor satelor ;

-a produselor agricole prin intermediul unor produse de marca (consacrate) ilustrative ale identității regionale, care să acopere nevoile consumatorilor în materie de primire, alimentare, activități recreative, divertisment și diverse servicii, în scopul unei dezvoltări locale, durabile și a unui răspuns adecvat la nevoile de recreere din societatea modernă, într-o nouă viziune socială oras-sat.

Astfel, s-a demonstrat că ceea ce numim noi numim turism rural este o corelație dintre noțiunile de: **produs, spațiu și oameni**, dar care în funcție de regiune sau țară descriu realități foarte diferite. Din această cauză există unele probleme pentru o definiție mai exactă a termenului de turism rural, care în diferite state este perceput diferit, de exemplu în Franța, Germania, Olanda, Luxemburg prin mediul rural se subînțelege acele zone care se deosebesc de cele urbane, de coastă sau montane. În Italia mediul rural cuprinde zonele montane și cele ce se deosebesc de cele urbane și de coastă, pe când în Spania și Portugalia în conceptul de mediul rural sunt incluse totalitatea zonelor de producție și de comercializare a producției agricole. Astfel, în prezent zona turistică rurală diferă, după cum am observat mai sus, de la o țară la alta și de la o regiune la alta în cadrul aceleiași țări în dependență de cele trei componente menționate mai sus: spațiul, oamenii, produsele, dar care sînt într-o legătură directă una cu alta și datorită cărora se desfășoară activitățile de turism rural.

Deci, **spațiul** este reprezentat de teritoriul pe care există obiective de interes turistic rural, condiții favorabile pentru petrecerea timpului liber, prestații necesare desfășurării activității date și satisfacerii nevoilor consumatorilor de turism efectuate de cel de al 2-lea component al zonei turistice, **oamenii**, care asigură consumatorii cu produse turistice ca: cazare, restaurație, agrement etc. Spațiul rural s-a format prin juxtapunere a mai multor entități, care au fiecare în parte un trecut, 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.

Variabilele geografice, atracțiile turistice diverse, datele economice variate, resursele umane diferite din punct de vedere cantitativ și calitativ fac ceea ce este de dorit sau posibil într-un anumit loc să nu fie la fel într-un alt loc. Însăși cei care locuiesc în mediul rural trebuie să fie principalii „actori” în activitatea de turism rural pentru a fi principalii beneficiari. Însă, ospitalitatea tradițională a țăranului trebuie 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, însoțite de restaurație adecvată și în același timp posibilitatea descoperirii unor locuri și oameni noi.

Așadar: turismul rural s-a dezvoltat, fara indoiala valorificand caracteristicile deosebit de favorabile celor trei elemente principale ce concura la infaptuirea actului turistic.

- Spatiul rural (vatra si mosia satului) ca suport al procesului de vietuire si derulare a activitatii specifice. Acesta consta in densitatea redusa a populatiei si a marimii asezamintelor bine aerisite si umane.

- Populatia rurala ca element al eternitatii de veacuri a obiceiurilor si traditiilor populare ale satelor, factor al transformarii mediului natural, a resurselor locale.

- Produsele naturale, bogatiile naturale care satisfac cerintele personale si pe cele ale ofertei turistice, destinate persoanelor care vin in gazda.

În prezent zona turistică rurală se diferențiază de la o zonă la alta datorită mediului natural, amplasării și dezvoltării economico-sociale. Această diversitate de resurse, asortimentată diferit, a condus la o dispersie a formelor de exprimare a activităților de turism rural, și respectiv a produselor turistice oferite pe piață.

Acestea sînt unele problemele de definire exactă a noțiunii de turism rural, dar care totuși a fost definit în terminologia **Organizației Mondiale a Turismului** ca: „o formă a turismului, care include orice activitate turistică organizată și condusă în spațiul rural de către populația locală, valorificînd resursele turistice locale (naturale, umane, culturale, istorice) precum și dotările, structurile turistice, inclusiv pensiunile și fermele turistice.,,

Iar **Legea Republicii Moldova cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice** pe teritoriul național, definește turismul rural ca: „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 fermieri etc.,,

Așadar, considerăm că turismul rural este o formă de turism care se desfășoară în mediul rural și care presupune valorificarea resursele turistice locale, participarea turiștilor la diferite activități tradiționale locale și cazarea și alimentarea acestora în structuri de primire turistică specifice (pensiuni turistice, pensiuni agroturistice, gospodării țărănești etc.). Turismul rural constituie o alternativă a turismului tradițional, clasic, desfășurat în stațiuni și centre turistice, precum și a ofertei turistice “standard” – de tip industrial.

## 2. Caracteristicile și funcțiile turismului rural.

Turismul rural poate fi privit ca acel tip de turism care întrunește următoarele **caracteristici**:

- Este desfășurat în localități rurale;

- Este rural din punct de vedere funcțional, adică este constituit din trăsăturile caracteristice lumii rurale: mici întreprinderi, spații deschise, contactul cu natura și lumea naturală, moșteniri culturale, societăți și practici tradiționale;
- Este rural ca scară, adică posedă dimensiuni reduse, în termeni, clădiri, așezări, precum și fluxuri;
- Are caracter tradițional, crescând încet și organic, în strânsă legătură cu familiile locale;
- Este, de regulă, controlat local și dezvoltat pentru îmbunătățirea comunităților locale pe termen lung;
- Este variat, corespunzător complexității mediului rural.

### **Funcțiile turismului rural:**

***Funcția economică*** a spațiului rural este considerată funcția de bază, primară, care are ca principal pilon – agricultura. Funcția economică se manifestă în direcția realizării unor angajamente și acțiuni ce revin fiecărei țări membre în sensul garantării unui sistem de producție agricolă care să permită:

- Asigurarea (chiar garantarea) unui nivel corespunzător de venituri, pentru agricultori și familiile lor, nivel comparabil cu cel al profesiilor neagricole, dar cu grad de responsabilitate echivalent.
- Asigurarea protecției mediului înconjurător prin regenerarea mijloacelor de producție, cum ar fi solul sau pânza de apă freatică, pentru generațiile viitoare, în spiritul unei dezvoltări durabile (sustenabile).

Alături de agricultura, în conexiune cu această ramură de bază, în spațiul rural se dezvoltă și alte ramuri de agricultură, precum silvicultura, industria minieră, meșteșugurile, etc. Funcția economică, în concepție modernă, este, de fapt, una foarte complexă care cuprinde un număr mare de activități. Spațiul rural nu mai este și nu mai poate fi conceput ca o zonă “eminamente” agricolă. Cu cât structura economică a ruralului este mai diversificată, cu atât implicațiile sociale sunt mai favorabile.

***Funcția ecologică a spațiului rural.*** La baza evoluției societății omenesti a stat, pe lângă alte componente vitale, spațiul teritorial în accepțiunea sa economică de teren și resurse hidrografice. Relația care s-a stabilit între acestea a creat o simbioză perfectă între cele două componente, ridicând la statut de virtute preocupările tuturor celor interesați în folosirea eficientă a pământului și a apei. De modul cum acestea sunt utilizate în viitor va depinde însăși existența noastră.

Este de notorietate faptul ca industrializarea excesiva in unele regiuni rurale, chimizarea necontrolata, exploatarea agricola si forestiera fara protectie antierozionala etc., au determinat aparitia si intensificarea unora dintre cele mai grave flagele ale lumii moderne:

- poluarea intensa a spatiului rural,
- deteriorarea peisajului agricol si silvic,
- reducerea alarmanta a diversitatii florei si faunei si
- dezechilibrul ecologic in foarte multe ecosisteme ale spatiului rural.

Reechilibrarea ecologica, revenirea la un anumit standard de ruralitate, eliminarea fenomenelor negative amintite anterior, fac din functia ecologica a spatiului rural un element al ameliorarii acestui spatiu.

***Funcția socio-culturală a spațiului rural.*** Spațiul rural, prin natura activitatilor umane, a relatiilor din interiorul comunitatilor si a celor intercomunitare este un spatiu social care interesează mult persoanele din orașe din punct de vedere a culturii lor, obiceiurilor ect.

Viata sociala a localitatilor rurale este intim legata de viata spirituala, de cultura. Cultura traditionala, obiceiurile, constituie un patrimoniu inconfundabil al fiecarei localitati, zone sau regiuni rurale. Cultura inseamna impulsionearea spre activitati creatoare, spre forme de exprimare artistice. Ea mai inseamna si simtul colectivitatii, sociabilitate si bucurie.

Din pacate, multe din elementele vietii sociale si culturale descrise mai sus s-au pierdut din mediul rural. Migratia *in afara* a deteriorat multe norme si valori care pareau definitiv statornicite. Era bine daca prin Carta Europeana a Spatiului Rural s-ar fi prevazut o norma juridica care sa instituie obligatia teaurizarii populare din diferite zone si regiuni inca neafectate de degradari ireparabile. Chiar daca unele traditii au disparut, totusi in spatiul rural se mentin inca tezaure de etnografie si folclor, mestesuguri care constituie o mare bogatie.

### **3. Formele de turism rural.**

Astfel, o parte dintre activitățile turismului rural sînt reflectate prin următoarele forme de turism rural:

1. Agroturismul – un concept relativ nou, care cuprinde acele forme de turism, care au legătură directă cu activitățile agricole și/sau construcțiilor ce au rol și funcțiuni în domeniul agriculturii. Această formă specifică de turism rural este bazată pe asigurarea în gospodăria țărănească a serviciilor de cazare, restaurație, agrement și alte componente. Ea este practică de micii proprietari din zonele rurale, ca activitate secundară, activitatea desfășurată în gospodăria proprie rămînînd principala ocupație și sursă de venit.



2. Eco-turismul – numit deseori și turismul verde, blînd sau moale, a apărut sub formă acțiune, ca opunere sau rezistență împotriva poluării mediului și se manifestă cel mai frecvent prin activități care contribuie la ocrotirea diferitor obiective naturale și sociale.

#### **4. Evoluția turismului rural în Republica Moldova.**

Este demonstrat că călătoriile turistice s-au dezvoltat încă din antichitate, în special în Europa și Orientul mijlociu, ariile geografice în care erau situate marele civilizații, din acest motiv se poate afirma că elemente ale turismului rural pot fi găsite încă din acele timpuri, drept exemplu fiind călătoriile grecilor spre locurile sfînte, frecventarea băilor curative sau a jocurilor festive și sportive organizate periodic. În perioada romană majoritatea călătoriilor aveau scopuri comerciale, culturale sau militare, iar traseele lor traversau inevitabil și mediul rural. În același timp cu evoluția societății omenești se diversifică și structura călătoriilor.

Astfel, în Evul Mediu, călătoreau un număr însemnat de comercianții, dar întîlnim frecvent ambasadori, preoți și pelerini, oameni de știință, artiști, calfe și studenți, iar totalitatea serviciilor de cazare și restaurație erau asigurate pe parcursul călătoriilor de locuitorii din mediul rural, astfel formîndu-se cu timpul o formă de „tratament” a oaspeților devenită tradițională, care mai tîrziu a fost denumită drept „ospitalitate”.

Prezența unor astfel de servicii în mediul rural, a cauzat cu timpul ca localitățile rurale să constituie un element de bază în conturarea și apariția unor rute specifice, ca:

- a. rute către zonele de tratament (termele romane);
- b. rute comerciale, ca: drumul sării, a vinului, a mătăsii, ș.a.
- c. rute spre locurile sfînte (Ierusalim, Meka).

Primele forme efective de turism rural s-au realizat în Europa în secolele XVI – XVII, ele fiind condiționate de dorința anumitor artiști ca: pictori și scriitori de a valorifica în operele lor construcțiile mediului din spațiul rural. Astfel, de exemplu, lucrarea francezului gînditor Jan Jacques Rousseau (1712 - 1778) - „Confesiuni”, despre o călătorie ce a traversat Alpii a fost drept sursă de inspirație pentru un număr mare de persoane ca să călătorească în zonele muntoase, în scopul de admira natura. După anii '60 3 ai secolului al XX-lea, populația a început să fie tot mai preocupată de destinația vacanțelor sale, manifestînd o tendință relativ mai mare spre natură și mediul rural, iar odată cu afirmarea marilor peisagiști, arhitectura rurală ocupă un loc din ce în ce mai important în desen sau pictură.

Turismul rural, s-a impus încet dar sigur, în special pe piețele turistice din țările dezvoltate economic, puternic industrializate și cu un grad mare de urbanizare, mai ales după a 2-ua jumătate a secolului XX. El a fost și continuă să fie din ce în ce mai apreciat și solicitat de

oamenii, care trăiesc și muncesc în condiții din ce în ce mai stresante, în cadrul marilor aglomerări urbane. Fiind socotit drept un produs care reduce stresul, turismul rural fiind și o posibilitate de reîntoarcere a individului spre natură și origini.

În Republica Moldova, turismul rural s-a dezvoltat ca și pe plan internațional, primele forme efective ale turismului rural fiind observate încă din antichitate. Elemente ale turismului rural au fost evidențiate chiar și în perioada existenței URSS, când exista un sistem centralizat de distribuire a foilor de călătorie.

Actualmente, în Republica Moldova deși fluxul de turiști a scăzut foarte mult, totuși destinațiile rurale rămân printre cele mai solicitate obiective, deoarece:

a.oferta de excursii a agențiilor de turism este orientată aproape în totalitate spre spațiul rural;

b.s-au realizat unele unități de cazare ce oferă o calitate bună la prețuri acceptabile;

c.prețurile în unitățile de cazare rurală de aceeași calitate sunt de 2-3 ori mai mici decât în unitatea de cazare hotelieră;

d.investițiile necesare pentru dezvoltarea activității de turism în mediul rural sunt cu 30-40 % mai mici.

Republica Moldova, ca destinație turistică, dispune de un bogat potențial pentru vizitatorii săi. Turismul are toate șansele de a ameliora balanța de plăți a statului prin majorarea exportului de servicii turistice. Produsul turistic al țării reprezintă un ansamblu complex de mediu, atit natural, cit si creat de oameni (patrimoniul, cultura, activitati, servicii pentru vizitatori.)

Republica Moldova dispune de un valoros potențial turistic natural, care se impune prin atracții de un pitoresc deosebit, constituind unul dintre cele mai bogate resurse turistice. Elementele reprezentative ale potențialului natural, care pot conferi o calitate necesară dezvoltării turismului sunt: relieful republicii, potențialul turistic hidrografic, vegetația și fauna, relieful și geologia, ariile naturale protejate, monumentele naturii – hidrologice, rezervațiile naturale, rezervațiile peisagistice, silvice, patrimoniul cultural etc.

Valorificarea acestor resurse turistice se realizează în cadrul tipurilor de turism practicate ca :

- Turism de recreiere
- Turism religios
- Turism vitivinicol
- Turism de sănătate și recreiere
- Turism pentru cumpărături
- Agroturismul.

## 5. Avantajele dezvoltarea turismului rural.

În pofida faptului ca deocamdata turismul rural detine o pondere redusa pe piata turistica, tendintele sale de crestere sunt evidente si deci poate genera efecte pozitive asupra vietii socio-economice rurale. Turismul rural poate atrage dupa sine mutatii în utilizarea fortei de munca prin încurajarea si finantarea unor noi tipuri de activitati care pot sa confere un plus de vitalitate unor stari economice deficitare si perfectibile.

### **Principalele implicatii ale promovarii turismului în zonele rurale sunt:**

- *Stabilizarea populatiei prin fixarea fortei de munca* este o consecinta extrem de importanta pentru majoritatea zonelor rurale confruntate în general cu fenomenul de depopulare survenit în special ca urmare a absentei unei perspective materiale certe a locuitorilor. Aportul de lichiditati provenite din prestatii turistice pot ajuta la conservarea locurilor de munca în servicii precum comertul, cazarea turistica, transport local, asistenta medicala. Ele pot aduce venituri suplimentare agricultorilor, muncitorilor silvici, pescarilor. Chiar daca conservarea locurilor de munca reprezinta un obiectiv mai putin atragator decât crearea de noi locuri de munca, ea poate contribui la viabilitatea comunitatilor rurale si în special a celor de tip marginal, care nu beneficiaza de efectele de polarizare urbana. O serie de studii efectuate în zone rurale din Austria, Suedia si Irlanda au confirmat rolul turismului în conservarea locurilor de munca si diminuarea fenomenului de depopulare. Crearea locurilor de munca este asociata în special practicilor hoteliere si de restaurant însa, în subsidiar, reusita acestora creeaza perspective pentru amplificarea activitatilor legate de comertul cu produse alimentare si de artizanat, transport, valorificarea patrimoniului s.a.

- *Diversificarea modului de utilizare a fortelor de munca.* Marea majoritate a zonelor rurale prezinta o slaba diversitate în modul de utilizare a fortei de munca ocupata aproape în totalitate în sectorul agricol. Diversificarea activitatilor într-un context economic favorabil poate atrage dupa sine de asemenea stabilizarea populatiei rurale.

- *Pluriactivitatea* este o alta consecinta benefica a turismului rural. Ea desemneaza situatia în care, la nivel individual sau familial, asigurară existenta și se realizeaza prin prestarea unor activitati suplimentare (cel puțin una), în completarea activitatii de baza. Astfel, un fermier poate avea disponibilitatea de a închiria camere, de a ajuta administratia locala prin prestarea unor servicii turistice (ghid, animator, monitor de ski s.a.). Pluriactivitatea permite realizarea unor venituri suplimentare, atât în contextul declinului unui tip de activitate, cât si în cel al constrângerilor generate de ritmicitatea sezoniera a activitatilor agricole.

- *Promovarea si dezvoltarea serviciilor* este un aspect esential cu atât mai mult cu cât numeroase colectivitati rurale sunt grevate înca frecvent de absentă unor facilitati de servicii

corespunzatoare. Cererea suplimentara de produse cauzata de cresterea numerica a clientelei (inclusiv a celei turistice) poate permite expansiunea retelei comerciale, sustinerea unor lucrari de ameliorare a habitatului (modernizarea drumurilor, canalizari, electrificare, semnalizare rutiera si turistica), dezvoltarea transportului în comun, a serviciilor postale si de comunicatie. Este la fel de importanta atragerea si mentinerea clientelei cât si sporirea acesteia; acest fapt nu se realizeaza de la sine, fiind necesara o politica concertata a tuturor variabilelor care actioneaza asupra clientelei. La nivelul sarcinilor se impune ca ele sa dobândeasca disponibilitatea de a oferi servicii de calitate, susceptibile permanent de reînnoire, de adaptare la dinamica rapida a motivatiilor turistului. În special în cazul asezarilor rurale izolate care nu au disponibilitatea de a asigura si sustine servicii numeroase, turismul rural poate ajuta la mentinerea viabilitatii lor. Evident, este de presupus ca respectivele asezari sa posede elemente particulare de atractie turistica, recunoscute ca elemente de "marca" sau unicate, iar fenomenul de circulatie turistica sa fie stimulat si amplificat prin gestionarea optima a ofertei turistice.

- ***Sustinerea economica a agricultorilor*** este o problema majora în mediile economice si politice. Numeroase studii efectuate în tari cu traditie în turism rural au evidentiat ca veniturile medii ale agricultorilor pot fi marite prin oferirea diferitelor forme de gazduire, prin promovarea vizitelor în fermele agricole care poseda diverse functii de atractie (echitatie, vinificatie, legumicultura, apicultura etc.), prin vânzarea produselor specifice gospodariei, prin cresterea ponderii utilizarii fortei feminine în activitati neagricole s.a. Pe lângă avantajele de ordin economic care pot incita agricultorii sa se angajeze în activitati turistice, nu pot fi ignorate avantajele de ordin social. Urmare a contactelor cu cetatinii, pe lângă aportul de varietate în modul de viata specific, adeseori solitar, satenii pot deveni mai bine informati despre o serie de probleme de actualitate, de ordin tehnic, juridic, medical, economic etc. care pot avea impact favorabil asupra propriei lor conditii socio-economice si culturale.

- ***Promovarea si sustinerea artei populare si a industriei locale de artizanat.*** Arta si artizanatul rural ocupa un loc important în patrimoniul cultural al regiunilor si al natiunilor. Turismul rural poate ajuta aceste activitati atât prin recunoasterea importantei lor, cât si prin comercializarea produselor de artizanat. Ponderea, gradul de conservare si originalitatea acestor activitati prezinta importante contraste la nivel regional si national.

Țara noastra este privilegiata din acest punct de vedere, date fiind enorma diversitate si autenticitate a creatiilor artistice rurale. Pe lângă dimensionarea economica pe care o implica, aceste preocupari reprezinta mesaje de exceptionala valoare asupra vocatiilor spirituale ale comunitatilor rurale si nemijlocit, mijloace ideale de promovare a imaginii favorabile si de stimulare a interesului turistic, atât la nivel national, cât si international. Festivalurile de arta populara si de productie artizanala sunt mecanisme ideale care faciliteaza comercializarea si

promovarea creatiei turistice rurale si contureaza atractia turistica. Existenta acestora, dublata de o mediatizare adecvata, poate constitui prima pârgheie apta sa asigure înscrierea unei asezari sau regiuni rurale în sfera activitatii turistice de vacatie. Pe lângã faptul ca realizeaza o extindere a aportului cultural propriu, festivalurile si alte manifestari de acest gen faciliteaza accesul în mediul respectiv a altor colectivitati artistice, ceea ce contribuie la îmbogãtirea vietii culturale.

- **Reabilitarea patrimoniului edilitar** se realizeaza, în conditiile existentei unui flux turistic, în principal pe doua cai:

în primul rând, conservarea sau restaurarea obiectelor de interes istoric sau cultural poate fi obtinuta prin practicarea unor taxe de acces;

în al doilea rând, crearea unui potential de cazare implica restaurarea si repunerea în circuit a imobilelor parasite ca urmare a fenomenului de depopulare, sporirea gradului de confort la nivelul cladirilor care au camere disponibile pentru închiriat, construirea de moteluri, vile turistice, campinguri, a infrastructurii de recreere (spatii verzi, amenajari pentru plaja, pescuit, promenade, circuite pentru cicloturism si echitatie etc.).

Pe termen lung, aceste initiative sunt benefice pentru comunitatea însasi ca beneficiara a investitiilor facute. Acestea diminueaza motivatiile de strãmutare ale generatiei tinere si pot contribui la revenirea "emigrantilor" sau chiar la instalarea de noi locuitori.

- **Atragerea de noi investitii.** Implicarea directa a statului prin intermediul organismelor guvernamentale pentru sustinerea agriculturii si a serviciilor din fondurile bugetare sunt indispensabile dar nu întotdeauna suficiente. Noile perspective legislative ale economiei si accentuarea caracterului concurential al pietelor sunt de natura sa evidentieze limitele obiective ale subventiilor acordate de stat si sa suscite spiritul de initiativa spre descoperirea de noi alternative economice. Turismul rural este o modalitate potentiala în sine dar, în plus, prezinta avantajul ca actioneaza în sensul deschiderii de noi perspective investitionale. Turismul însumeaza implicit o punere în contact a oamenilor proveniti din cele mai diverse medii, iar ideile si actiunile dirijate spre valorificarea superioara a diverselor resurse locale survin inerent. Între turistii potentiali ai mediului rural se pot înscrie si oameni de afaceri care au abilitatea, conferita, de o mai larga cunoastere a pietei, de a sesiza mai rapid perspectivele implantarii de noi activitati si perspectivele financiare ale acestora, aspecte care pot fi benefice prin efectele lor pentru comunitatea însasi (locuri de munca, modernizarea infrastructurii si a serviciilor, patrunderea în circuitul informational etc.). Evident ca pastrarea unor amintiri placute despre vacantele rurale pot incita oamenii de afaceri la demararea investitiilor în mediul respectiv. Pe scurt, ca orice activitate de tip productiv si turismul rural poate antrena efecte sinergetice de crestere prin atasarea de noi variabile în procesul de proiectare si în strategia de functionare.

## 6. Dezavantajele practicării turismului rural.

Deși dezvoltarea turismului rural prezintă numeroase avantaje, nu trebuie omis că ea poate genera și o serie de probleme. În general, *restructurarile economice survenite în mediile cu echilibru sensibil implică o doză de risc care poate dobândi caracter perturbator*. De aceea, problemele referitoare la posibilitățile de gestionare a riscurilor prin intermediul beneficiilor sunt oportune. Dificultățile care survin cel mai frecvent în evoluția fenomenului turistic rural decurg în principal din următoarele aspecte.

- ***Presiunea asupra mediului.*** Turismul rural se desfășoară în medii naturale cu echilibru fragil. Mai mult, destinațiile turistice cele mai atractive sunt tocmai cele condiționate de mediile cele mai sensibile. Acestea sunt, în principal, zonele montane, cele din proximitatea lacurilor și a râurilor, precum și cele litorale. Astfel, schiul intensiv distruge vegetația și favorizează procesele de versant; zgomotul și deseurile îndepărtează animalele sălbatice; circulația turistică poate aduce prejudicii culturilor agricole. În general, liniștea și autenticitatea naturii pot fi serios afectate. Desigur, aceste probleme pot fi soluționate într-o oarecare măsură printr-o gestionare atentă și competența a spațiului destinat activităților turistice dar, de regulă, rigorile presupuse de aceasta sunt rareori adoptate în mod preventiv.

- ***Presiunea socio-culturală.*** La fel cum un flux mare de vizitatori poate perturba mediul natural, în mod similar, turiștii pot destabiliza cadrul socio-cultural intim structurat al comunității rurale. Acesta poate fi alterat prin modificarea echilibrului economic dintre membrii comunității în funcție de veniturile facilitate de activitățile reușite sau de prejudiciile cauzate de eșecurile investitoriale.

Mult mai importantă, din punct de vedere sociologic, este influența culturii moderne asupra culturii tradiționale, influența care implică aproape întotdeauna modificarea culturii tradiționale, situațiile contrare fiind foarte rare, disimulate și de mică intensitate. Numeroase studii efectuate în bazinul mediteranean și în regiunea alpină au evidențiat acest proces.

O formă particulară de presiune asupra societății tradiționale se instalează pe calea cumpărării de către cetățeni a caselor și apartamentelor disponibile. Preluarea lor în această formă este mai puțin avantajoasă pentru săteni în comparație cu închirierea. În plus, spațiile respective sunt transformate cu timpul în reședințe secundare sau chiar permanente. Noii locatari (chiar și temporari) pot genera modificări ale prețurilor piete, expansionism teritorial, tensionarea relațiilor în cadrul comunității rurale ș.a.

- ***Caracterul limitat al disponibilităților de cazare.*** În regiunile rurale de mare interes turistic sporirea afluxului turistic poate genera probleme de gazduire deoarece comunitățile mici rareori dispun de un excedent major de spațiu locativ. Acest fapt nu constituie întotdeauna un handicap întrucât păstrarea caracterului autentic al spațiului turistic rural impune necesitatea unei

cresteri progresive ponderate corelata cu capacitatea fireasca de absorbtie turistica. Aceasta din urma se poate contura atât în mod subiectiv, prin procese de autoreglare spontana, cât si în mod obiectiv, prin fixarea unor strategii de dezvoltare durabila menite sa protejeze potentialul turistic de degradarea fizica sau/si de alterarea modului de viata traditional.

- ***Pasivitatea fata de presiunile intreprinzatorilor exteriori.*** O tendinta evidenta în numeroase zone rurale este neimplicarea agricultorilor si a intreprinderilor locale pe piata turistica. Drept urmare, dotarile si activitatile turistice se afla în posesia sau gestiunea antreprenorilor proveniti din afara comunitatii rurale. Din anumite puncte de vedere acestia pot aduce un aport pretios de capital, competenta si comunicare. Pe de alta parte, ei pot genera probleme izvorâte din necunoasterea corespunzatoare a traditiilor, a practicilor economice, a stilului arhitectural consacrat etc. De asemenea, ei recurg adeseori la surse exterioare de aprovizionare si sustinere a comerțului si serviciilor, iar acumularile de capital rezultate se dirijeaza în afara spatiului rural de activitate. În plus, nu manifesta fidelitate si interes major pentru problemele locale ale zonei de activitate pe care, de altfel, o pot abandona cu usurinta de îndata ce survine degradarea mersului afacerilor.

- ***Diferentierea teritoriala a potentialului turistic rural.*** Numarul si tipologia asezarilor rurale sunt enorme în majoritatea tarilor, inclusiv în Republica Moldova, însa nu toate spatiile rurale prezinta aceeasi deschidere potentiala spre activitatea turistica. Exista regiuni avantajate de calitatea peisajului natural sau cultural, de gradul de modernizare a transporturilor si serviciilor, de o pozitie privilegiata în raport cu ariile de provenienta a turistilor sau cu principalele rute turistice etc.

Pozitia geografica are o influenta decisiva. Asezarile rurale din proximitatea marilor orase beneficiaza relativ constant de un numar sporit de turisti, în special la sfârșit de saptamâna, dar pentru perioade scurte de timp. În consecinta, oferta turistica poate fi dirijata spre sustinerea turismului recreativ: amenajarea traseelor de promenada, a pistelor pentru ciclisti, a terenurilor sportive, a centrelor de echitatie, carora li se poate asocia o retea comerciala activa. Dimpotriva, asezarile situate la distante mai mari, dar care poseda calitati privilegiate ale mediului natural (munte, padure, izvoare minerale s.a.), se preteaza cu succes la dezvoltarea capacitatilor de primire a turistilor pentru perioade mai lungi de timp. Fara îndoiala, exista si situatiile intermediare care sunt cele mai dezavantajate datorita absentei unor argumente prelabile viabile care sa garanteze înscrierea cu succes în circuitul turistic. Situatia nu trebuie însa generalizata întrucât adeseori, fantezia si originalitatea unei initiative corespunzator mediatizate poate suplini absentia unor elemente de atractivitate recunoscute pe scara larga.

- ***Reticentele agricultorilor.*** Agricultorii reprezinta elementul determinant al functionarii economiei rurale si a existentei peisajului de care depinde turismul rural. Acestia percep într-o

maniera extrem de inegala si adeseori lenta posibilitatile pe care le ofera turismul. Numerosi agricultori sunt în mod evident împotriva turismului, neagreând prezenta strainilor considerati uneori ca potentiali "atentatori" la integritatea culturilor.

- *Complementaritatea deficitara a întreprinderilor si absentă structurilor de cooperare.* În general, întreprinderile din mediul rural sunt de talie mica si sunt putin deschise relatiilor de schimb si de cooperare. Instaurarea acestor relatii ar permite economii importante la nivelul comercializării, formării si aprovizionării. Grupările de tip cooperativ ar putea de asemenea sa negocieze cu organismele guvernamentale pentru obtinerea suporturilor financiare necesare ameliorării infrastructurii si sa colaboreze cu agentii de pe piata turistica în scopul informării si atragerii turistilor sau chiar a perfectării unor programe de marketing turistic.



## Tema 2. Componentele ofertei turistice rurale.

1. Spațiile turistice rurale.
2. Structura produsului turistic rural.
3. Cazarea componentă importantă a produsului turistic din mediului rural.
4. Alimentația parte componentă a produsului turistic din mediul rural.
5. Agrementul ca motivație turistică rurală.
6. Transportul în turismul rural.
7. Factorul uman implicat în turismul rural.

### 1. Spațiile turistice rurale.

Spatiul rural – este expresia efortului îndelungat al omului pentru a pune în serviciul său componentele fizico-geografice ale spațiului, ale naturii. Este un spațiu pe care omul l-a modelat de-a lungul timpului, în funcție de nevoile sale, pe care l-a creat prin munca sa și l-a umplut cu creațiile sale de natură antropică, fiind deci, o adevărată “capodoperă rustică” a omului.

Încercarea de a defini “ruralitatea” a dus la formularea unui număr de modele teoretice. Două aspecte de bază ale ruralității :

1. Localitatea – ca un spațiu distinctiv la nivel local ;
2. Reprezentarea socială – ca o construcție mentală a ideii de ruralitate.

Din acest punct de vedere spațiul rural poate fi structurat astfel:

1. *spațiu rural apropiat de marile centre urbane* - caracterizat prin:
  - un surplus al zonelor rezidențiale industriale și de recreere ;
  - creșterea numărului locuitorilor ;
  - o agricultură intensivă ;
  - comerț ridicat ;
  - dezvoltarea transportului ( creșterea traficului)
2. *spațiu rural utilizat pentru turism* - caracterizat prin:
  - zone montane și de coastă, pregătite (utilitate) pentru turismul de masă (circuitul turistic) ;
  - reducerea activităților agricole ;
  - creșterea populației ;
  - fragmentarea habitaturilor.
3. *spațiu rural cu activități diverse*- caracterizat prin:
  - dependență ridicată față de agricultură;
  - dezvoltarea unor activități complementare ;
4. *spațiu rural predominant agricol* – caracterizat prin :
  - agricultură foarte eficientă și productivă;

- traditionalism scazut.
5. *spatiu rural in dificultate* – caracterizat prin:
- zone montane, paduri, insule;
  - migratie a populatiei ridicata;
  - zone locuite de persoane de varsta a treia.

#### 6) Clasificarea geografica.

O alta tipologie a zonelor rurale este orientata geografic si foloseste urmatoarele clase:

- a) zone de coasta si insule;
  - b) zone muntoase;
  - c) zone rurale in jurul oraselor mari;
- a) zone cu densitate scazuta a populatiei sau zone putin populate.

## **2.Structura produsului turistic rural.**

Un produs turistic reprezinta un ansamblu de prestatii susceptibile sa se schimbe in timp si spatiu pentru a raspunde perfect cerintelor turistilor.

Acesta prezinta o structura complexa, manifestata in diverse forme de combinatii ale elementelor componente: cazare, hrana, transport, primire, animatie, calitatea peisajelor, excursii, tratament balnear, sporturi de iarna, aventura, etc.

In functie de valoarea calitativa si cantitativa a resurselor turistice prezente in teritoriu se poate vorbi de o fateta mai larga sau restransa de activitate si servicii turistice care alcatuiesc produsele turistice.

Ca orice produs comercial sau de alta natura acesta presupune indeplinirea a cel putin a uneia dintre urmatoarele cerinte:

- imagine de marca;
- raport optim pret-calitate;
- unicitate si originalitate pe piata turistica;
- asigurarea unei game largi de servicii turistice.

## **3.Cazarea componentă importantă a produsului turistic din mediului rural**

Pentru prestarea serviciilor de cazare în mediul rural este necesar desfășurarea activității de investiții în spațiul rural. Astfel, investițiile cele mai mari ale întreprinderilor turistice în mediul rural țin de ajustarea imobilelor în conformitate cu standardele naționale.

De aceea, înainte de lansarea pe piață unei asemenea afaceri, se vor analiza modalitățile de utilizare a spațiilor existente sau de construirea a altor spații noi, respectiv:

- modernizarea unităților existente (hoteluri, baze de odihnă, tabere pentru copii ș.a.);

- extinderea spațiilor de cazare în pensiuni turistice rurale sau agroturistice, utilizând odăile disponibile din casele private;

- extinderea spațiilor de cazare în vilele din locurile pitorești;

- construirea unităților de cazare moderne în zonele turistice noi (în zonele natural protejate, plaje, suburbii);

- o combinație a acestora.

Cu toate acestea posibilitatea de a fi introduse în circuitul serviciilor turistice, unitățile de cazare în spațiul rural sunt evaluate din următoarele puncte de vedere:

- starea generală a imobilului;
- organizarea spațiilor interioare;
- instalațiile tehnice;
- suprafața minimă a odăilor de cazare și a altor camere pentru uz turistic;
- echiparea sanitară;
- dotarea camerelor cu mobilier, lenjerie și alte obiecte;
- telefon, echipamente de comunicare;
- dotarea spațiilor pentru pregătirea și servirea mesei;
- alte criterii necesare.

În pensiunea rurală sunt combinate serviciile de cazare și restaurație a oaspeților, de aceea bucătăria și salonul de deservire a mesei fac parte din întregul concept al structurilor de primire în spațiul rural. Astfel indiferent de opțiunea proprietarului pensiunii se vor aplica reguli generale pentru sporirea calității amenajării bucătăriei și salonului:

- **edificiul** atrage partea cea mai importantă a investiției și suportă mai greu modificările capitale, însă pentru crearea condițiilor optime de funcționare a bucătăriei și salonului sunt necesare instalații tehnice și rețeaua electrică, sistemul de încălzire, rețeaua sanitară, ventilația, ș.a.

- **instalație electrică** asigură alimentarea cu energie electrică a corpurilor de iluminat și a unor utilaje. Este recomandat un sistem de iluminat mixt compus din 70 % corpuri fluorescente și 30 % becuri incandescente. Lumina naturală prin ferestre trebuie să fie utilizată cât mai mult, atât în salonul de deservire, cât și în bucătărie.

- **instalațiile frigorifice** în bucătărie trebuie să servească la păstrarea materiei prime perisabile, produselor finite, băuturilor, ș.,a.. combina frigorifică utilizată trebuie să se înscrie în anturajul bucătăriei (ca dimensiuni, culoare, stil) și să dispună de anumite caracteristici minime.

- **instalația de încălzire** este importantă pentru buna funcționare a unității de cazare, deoarece temperatura optimă este un element principal de confort. Încălzirea locală poate fi

realizată cu echipament conectat la rețeaua electrică sau prin intermediul sobelor (avînd diverse forme și dimensiuni acestea vor fi amplasate între 2 odăi).

- **instalațiile sanitare** cuprind în mod obligatoriu alimentarea cu apă rece/caldă și canalizarea pentru evacuarea apei menajere. Apa caldă necesară într-o unitate de cazare poate fi asigurată prin soluții mai economice, spre exemplu, instalații în sobele de gătit, instalații solare, boilere electrice sau pe gaze.

- **instalații de ventilație** – climatizare este obligatorie în localurile publice, asigurînd senzația de confort, materializată prin temperatură, umiditate constantă și aer purificat. Pentru buna desfășurare a activității în spațiul de servire se recomandă o temperatură de 20 – 22 °C, iar umiditatea relativă între 30 și 75 %.

- **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, rolă electrică sau cu microunde, sobă, ventilație pentru aragaz, combină de bucătărie, frigider și congelator.

- **dotarea cu mobilier** trebuie să corespundă stilului unității de cazare, mobilierul nu trebuie să fie numai estetic, ci și să răspundă unor exigențe funcționale, ergonomice și financiare. Mobilierul necesar în salonul de servire a mesei în unitățile de cazare în mediul rural este format din: mese, scaune, taburete, masa de serviciu cu consolă.

- funcționarea cu succes în cadrul pensiunii a restaurantului presupune dotarea acestuia cu **inventar** pentru servirea mesei, care trebuie să fie ajustat la sortimentul și conceptul de servire. Astfel, deosebit următoarele elemente de inventar: vesela, sticlăria, tacîmurile, articolele de menaj și accesoriile de serviciu, lengeria, ș.a.

- **decorațiunile salonului** de servire variază în funcție de categoria unității de cazare și servirea a mesei, și gustul proprietarului.

Dintre componentele care dau consistență și durabilitate în turismul rural o constituie modalitățile de identificare a satelor turistice și de structurile de cazare prezente care pot fi diferite de la o comunitate rurală la alta.

### **Tipuri de produse turistice rurale analizate prin prisma formei de cazare:**

Afacerile turistice în mediul rural pot derula oriunde în perimetrul localității sătești, atît în zona construită a satului, cît și în extravilan, deoarece majoritatea resurselor recreative la țară sunt concentrate anume în extravilanul localității. Lansarea afacerii în domeniu prestării serviciilor turistice în mediul rural necesită o analiză detaliată a tuturor factorilor de influență pozitivă sau negativă asupra mersului inițierii unei afaceri, precum și a tuturor tipurilor de produse turistice practicate în mediul rural.

Cu toate acestea, elementul central al formării produsului turistic rural îl constituie prezența formelor de cazare de a cărui specific variază direct și structura produsului turistic oferit spre comercializare turistului.

La baza oricărui produs turistic în mediul rural în prezent se poate identifica una din următoarele forme de cazare:

**1. Champing-ul** – o structură de primire turistică destinată să asigure cazarea turiștilor în corturi, diverse rulote sau căsuțe de lemn dotate cu mijloace tehnice și inventar special, care să permită turiștilor practicarea atât a unor activități cotidiene (masă, studii), cât și a unor activități specifice de agrement și odihnă.

**2. Tabără turistică** – un ansamblu de structuri, clădiri, amplasate într-un perimetru bine determinat, care asigură turiștilor servicii de cazare, de alimentație, de agrement ca: activități sportive, diverse plimbări prin pădure, ș.a.

**3. Pensiune turistică** – reprezintă, de fapt o casă tradițională transformată în unitate de cazare, care se amenajează potrivit standardelor naționale pentru a asigura minimumul necesar de servicii pentru un turist. Pentru a deveni o unitate de deservire completă și complexă a turiștilor (cazare, alimentație, agrement, asigurare transport), pensiunea turistică trebuie să îndeplinească niște cerințe cu privire la aspectul exterior, dotarea dormitoarelor, bucătăriei și grupului sanitar, accesul liber în curte și zonele adiacente, accesibilitatea ușoară către activitățile și obiectivele localității.

**4. Satul de vacanță.** O structură ce reunește un ansamblu de edificii (pensiuni turistice, vile, campinguri), ce sunt amplasate într-un perimetru bine determinat, care asigură turiștilor servicii de cazare, alimentare, agrement. O asemenea unitate trebuie să fie dotată cu un edificiu administrativ, spații comerciale, parcuri auto, conectare la rețelele de deservire comunală, ș.a. Se amplasează de obicei pe un teren plan, iluminat spre care accesul se realizează pe un drum pietruit.

**5. Vilă rurală** – o structură de primire în mediul rural amplasată în afara localităților, dar în apropierea lor, ce dispune de un spațiu de cazare mai mic de 40 de camere. Realizează servicii de restaurație, cazare, agrement.

În literatura de specialitate întâlnim și o așa clasificare din multe țări europene privind structuri de cazare (locuințe rurale):

- **resedința rurală de vacanță** care sunt constituite din case tradiționale sau camere independente, mobilate, situate în gospodăria proprietarului, pe terenul acestuia sau în localitatea rurală. Aceasta formă de cazare este cea mai răspândită, fiind închiriate pe durate variabile (week-end, săptămânal, sezonier, etc.). Multe dintre acestea și-au păstrat arhitectura originală, suferind modernizări la nivelul interioarelor; unele dintre acestea pot permite în funcție de

prezenta altor resurse turistice practicarea sporturilor de iarna - sanius, patinaj, schi fond, a pescuitului si vanatorii sportive, a unor sporturi de aventura ( alpinism, deltaplanorism, parapanta, canocing, etc.);

- **camerele de oaspeti** (Chambres d'hotes, meublees, bed & breakfast) prin care intr-o gospodarie rurala mai mare sunt special amenajate camere de primire, mai ales pentru turistii in tranzit. Acestea presupun investitii minime si reprezinta o formula mai putin costisitoare si mai usor de realizat in practica deoarece ofera strictul necesar. Aceste forme s-au dezvoltat in Franta, Marea Britanie, Belgia, Luxembourg, Grecia, Irlanda;

- **fermele de sejur** sunt alcatuite din gospodarii rurale, unde activitatile agricole se gasesc pe prim plan si in functie de marimea acestora se pot oferi o gama mai redusa sau mai larga de servicii turistice (meniu complet, agrement de interior si exterior, seri distractive, plimbari cu mijloace de transport rustice, calarie, etc.). Ca urmare a activitatilor economice derulate in timp si spatiu, fermele se diferentiaza intre ele: ferme de tip .. (Franta, Irlanda, Spania, Portugalia); ferme ... (Franta, Austria, Germania).

- **motelurile si hotelurile rurale** s-au dezvoltat independent de fermele agroturistice si sunt in numar foarte mic. Acestea se afla de-a lungul unor drumuri de interes european sau national, la intersectia de drumuri turistice importante sau in apropierea unor obiective naturale si culturale de mare interes turistic; ele pun la dispozitia turistilor servicii turistice minime, fara sa utilizeze elemente de specificitate locala si regionala, mergand pe oferte standard si se intalnesc in Franta, Olanda, Germania, Elvetia, Austria;

- **campingurile si popasurile de caravane** care se gasesc in locuri mai izolate, mai aproape de natura, dar oferind un confort mult mai scazut. Exista federatii de camping si touring cluburi care editeaza ghiduri si brosure cu posibilitati de comparare. Acestea pot fi amenajate la nivelul unei asezari rurale, pe un spatiu special amenajat sau in cadrul unei ferme rurale mari, in regim public (municipal) sau privat. In unele tari precum Grecia, Irlanda, Spania, aceasta forma de cazare este putin incurajata din motive ce tin de protectia mediului si a obiectivelor culturale. In alte tari precum Belgia, Germania, Italia, acesta este supus unor reglementari speciale.

Campingurile rurale private si publice sunt luate in evidenta in statisticile regionale doar in foarte mica masura, fiind amenajate prin primarii si asociatii de turism;

- **satele de vacanta (următoarea temă se va discuta)**

In unele tari europene, din punct de vedere juridic sunt recunoscute si alte forme de structuri turistice care au aparut si evoluat in mediul rural:

- pensiunile turistice care includ capacitati de cazare ce pot cuprinde pana la 20 de camere si care pot functiona in gospodariile rurale sau independent si care ofera si meniu complet;

- pensiunile agroturistice care au același regim de cazare ca cele anterioare, dar care în meniul complet oferit turistilor se sprijină pe produse proprii.

Această dezvoltare explozivă a formelor de cazare din spațiul rural arată că structurile turistice din centre urbane, aglomerate, cu program fix, rigid, nu mai sunt cerute de turiștii de astăzi.

Ascensiunea continuă a turismului rural a fost determinată și de prezența unor peisaje naturale nealterate sau de existența unor forme culturale originale. Dintre acestea, satele turistice sunt solicitate de diferite categorii de turiști, în special de turiști familisti cu copii, de tineri adolescenți, de persoanele de vârstă a treia care preferă locurile liniștite și serviciile turistice la prețuri atractive.

Cazarea se poate face în așa fel încât turiștii pot opta pentru a se gospodări singuri (aprovizionare, menaj cotidian, prepararea mesei) sau poate prefera semipensiune sau pensiune completă sau numai mic dejun, beneficiind de mai mult timp liber pentru alte activități recreative sau de cunoaștere.

#### **4. Alimentația parte componentă a produsului turistic din mediul rural**

Acestea în forme diversificate creează condițiile de asigurare a unui meniu parțial sau complet turistilor aflați în tranzit sau în sejur. Activitatea desfășurată în acest sector prezintă unele particularități față de celelalte servicii turistice reflectate atât în organizarea și natura muncii, cât și în volumul și structura bazei materiale.

Activitatea economică constă în producerea, pe baza valorificării unor materii prime agricole sau achiziționate, a unei game variate de preparate culinare, produse de patiserie-cofetație care sunt oferite turistilor împreună cu unele băuturi alcoolice precum și alte marfuri alimentare.

Asigurarea meniurilor solicitate de turiști trebuie să-și păstreze specificul unei gastronomii tradiționale și nu trebuie să fie o copie identică a restaurantelor existente în stațiunile turistice sau centrele urbane.

Pentru servirea grupurilor de turiști se pot pune și suporturi cu diferite ornamente (vase flori, mici ornamente de tip artizanat) și care includ mese individuale sau comune.

Pregătirea unui meniu trebuie discutată cu turiștii cu o zi înainte, pentru a face față preferințelor culinare ale acestora și unde se pot prezenta și preparate noi, specifice zonei. Toate preparatele culinare pot fi puse în valoare de băuturile cu care se asociază prin excelență, cu vinuri din zona respectivă sau din cele învecinate. La reușita unei bune asocieri între preparatele culinare și tipurile de vinuri se vor avea în vedere următoarele: vinurile noi se vor servi înaintea

celor vechi, vinurile usoare inaintea celor tari, vinurile seci, inaintea celor demiseci si dulci, cele albe inaintea celor rosii, iar aperitivele si vinurile tari la preparate picante sau grase.

Daca exista spatiu suficient, se poate realiza un bar - care poate pune la dispozitia turistilor o gama variata de bauturi alcoolice si nealcoolice, atat simple cat si in amestec asociat si cu un sortiment restrans de gustari reci si produse de patiserie, inghetata, produse din tutun.

Alaturi de acesta se mai pot realiza o berarie care desface mai multe sortimente de bere si a unor preparate culinare care se pot asocia cu acestea- gustari reci sau calde, alune, etc. Un loc aparte il pot avea aromele care pun in evidenta mult mai bine un specific national si regional sau chiar local. Acestea se pot realiza in satele viticole situate in apropierea unor mari podgorii si unde gospodarii privati pot construi renumite asemenea unitati de alimentatie.

De regula, aceste unitati sunt amplasate in subsolul sau demisolul cladirilor si unde mobilierul, vesela, inventarul textil, tinuta celor care deservesc trebuie sa puna in valoare specificul zonei, sau al unitatii - aici se pune in valoare indeosebi gastronomia traditionala si sunt prezentate tarafuri de lautari sau instrumentisti populari locali.

Toate aceste unitati de alimentatie trebuie sa respecte toate normele si reglementarile de natura sanitara si fiscala si sa respecte regulile stricte de igiena. In general, acestea trebuie sa beneficieze de unele facilitati tehnico-edilitare de baza (alimentare cu apa curenta, canalizare, sistem de sortare, colectare reziduuri menajere) si sa detina pardoseli si pereti usor de intretinut. De asemenea, trebuie sa dispuna de spatii frigorifice si de depozitarea legumelor, fructelor in stare proaspata, a conservelor.

## **5. Acordul ca motivație turistică rurală.**

Structurile de acord. Calitatea si atractivitatea unui produs turistic rural este sporita prin mijloacele de acord si recreere puse la indemana turistilor. Acesta se realizeaza in functie de resursele turistice existente in localitatea rurala, in imprejurimi sau prin anumite dotari din gospodaria proprie. Continutul unui program de acord este in functie si de numarul de turisti, varsta acestora, structura sociala, venituri, preferinte, etc. In spatiul rural se pot desfasura urmatoarele activitati recreative:

### **a) in extravilan si imprejurimea localitatii rurale:**

- excursii, drumetii scurte prin padure, pe malul raurilor, al lacurilor;
- alpinism, scurte escalade in masive montane apropiate;
- excursii cu ghid in parcuri nationale, naturale, in rezervatii naturale, cu observarea naturii;
- plimbări sau coborari cu barcile pneumatice;
- vanatoare si pescuit sportiv;



- practicarea schiului fond, sanius;
- cicloturism;
- plimbări cu trasura, caruta, sanie, în funcție de anotimp;
- învățarea și practicarea echitației pentru copii și adulți;
- sporturi ușoare - tenis de câmp, jogging, minigolf, etc.;
- vizitarea unor mănăstiri, muzee sateliști, case memoriale, mori de apă, alte
- participarea la unele activități culturale-artistice, concursuri, festivaluri,

b) în gospodărie sau pensiunea rurală:

- învățarea și cunoașterea unui meșteșug (olarit, broderie, sculptura lemn, încondeiere ouă, etc.)
- participarea la zilele onomastice ale gazdelor, evenimente de familie;
- realizarea de mini concursuri pe diferite teme date;
- posibilitatea de a juca șah, remi, table, etc.

În general, agrementul în spațiul rural nu beneficiază de dotări deosebite, se practică în forme mai puțin organizate, dar unele acțiuni presupun prezența unui ghid în mod obligatoriu. Turistii preferă de cele mai multe ori să se bucure de natura prezentă, de peisajele de excepție, să cunoască specii de plante, animale, să culegă fructe de pădure, ciuperci, plante medicinale, să participe la sărbătorile locale.

În derularea acestor activități un loc important îi revine animației care în mediul rural este mai puțin prezentă. De multe ori aceasta se reduce la organizarea unor manifestări culturale, distractive, folclorice; de cele mai multe ori lipsesc organizatorii de evenimente, care să știe să organizeze activități de recreere, distractive pentru turiști și care să beneficieze de o bună publicitate și care în acțiunile lor să fie sprijiniți de populație și puterea locală.

Rolul acestor animatori nu este întotdeauna apreciat, deși ei participă la primirea turiștilor, stabilirea unor relații între ei și gazde și asigură participarea lor la cât mai multe activități de recreere și divertisment.

În așa fel odihna în mediul rural are mai puțin un caracter pasiv și mai mult un caracter activ, doar aici turiștii pot beneficia de mai multe activități cu caracter distractiv, plus posibilitatea de a cunoaște lucruri noi: recreație cu caracter etnofolcloric; participarea la culegerea strugurilor, merelor, producerea vinului, vizite la întreprinderi vitivinicole cu degustarea vinurilor; cunoașterea istoriei satului, zonei geografice, localității: presupune vizitarea muzeelor de istorie, cetăților, unor memoriale, organizarea taberelor pentru realizarea săpăturilor arheologice sub supravegherea unor specialiști; odihna în locuri liniștite cu peisaje plăcute; organizarea unor excursii în rezervații peisagistice; odihnă activă – pescuit și vânat; plimbări în pădure pentru colectarea ciupercilor, pomușoarelor, plantelor medicinale, ș.a. activități sportive.

Este important de a menționa că o pensiune rurală singură nu poate propune toate tipurile de agrement, și nici cel puțin pentru proprii săi turiști, fapt pentru care este importantă cooperarea cu alte structuri, care deservesc oaspeții satului.

De obicei, partenerii unei pensiuni pot fi: • structurile de alimentare (restaurante, baruri, taverne, cârciume), • proprietarii de transport (tradițional, retro-variate), • centrele de meșteșugărit și artizanat, • colectivele artistice și etnofolclorice, • muzeele, • gospodăriile reprezentative, • administrația unui lac de agrement cu plajă, ș.a.

**Dotările pentru agrement și cură** îmbracă forme și funcții dintre cele mai complexe. Se asociază frecvent bazelor de cazare, dar pot constitui și unități distincte în cadrul stațiunilor turistice. Prin intermediul lor agrementul tinde să se realizeze rapid și polivalent, iar cura devine mai eficient. Dintre dotările necesare agrementului cele mai importante sunt: terenuri pentru practicarea sportului la aer liber, piscinele, popicăriile, săli cu jocuri mecanice și distractive, discoteci, biblioteci, minicare, parcuri de distracții etc.

O gamă și mai variată prezintă instalațiile și mijloacele de tratament și cură ce deservesc procedurile balneoterapiei (băi calde cu apă minerală, băi și împachetări cu nomol), electroterapiei(curenții diadinamici, magnetodiaflux, ionozări, ultracurte, ultrasunete, băi de lumină), hidroterapiei (duș subacval, băi de plante, duș circular) sau kinetoterapiei (bazine cu apă caldă).

## **6.Transportul în turismul rural.**

**Căile și mijloacele de transport turistic** asigură efectuarea călătoriei, adică a aceluia segment al actului recreativ fără de care turismul ca fenomen este de neconceput. Principalele căi și mijloace de transport implicate în turism sunt cele rutiere, feroviare, aeriene, navale și mijloacele de transport speciale.

**Căile și mijloacele de transport rutiere** au vechime mare și răspândirea cea mai largă, întâlnindu-le în toate țările în stadii variate de organizare și modernizare. Evoluția rutiere cunoaște o curbă ascendentă, cu o creștere accentuată după al 2-lea război mondial, când autoturismul devine principalul mijloc de locomoție al turiștilor.

**Căile și mijloacele de transport feroviar** au luat un avânt deosebit în a doua jumătate a sec. 19 și începutul sec. 20 când, în toate continentele apar magistrale feroviare impunătoare, ceea ce a permis pătrunderea spre interiorul unor vaste regiuni neexploatate d.p.d.v. atractiv. Trenurile, prin capacitatea lor superioară de transport, au răspuns în mod convingător cerințelor turismului de masă.

**Transporturile aeriene** au diversificat gama modalităților de deplasare turistică începând cu primele decenii ale sec. 20. Avionul a însemnat pentru turism o o veritabilă revoluție permițând deplasări rapide dintr-un loc în altul, aducând turistului modern un beneficiu remarcabil și anume consumul minim de timp liber, ce va fi utilizat pentru recreere în locul de sejur.

**Transporturile navale**, cu toate că sunt cele mai vechi, funcția turistică și-au căpătat-o mai târziu. Trăsăturile de bază a tr. navale sunt: viteza redusă de circulație (30km/oră), fapt ce influențează negativ asupra bugetului de timp liber al turiștilor; capacitatea mare de transport(peste1000 de persoane). Confortul cel mai ridicat datorită unor dotări variate și complexe (inclusiv piscine,discoteci, cluburi etc.; influența condițiilor climatice asupra regularității circulației.

**Transporturile speciale** deserveșc în exclusivitate actul recreativ, dezvoltându-se paralel sau ulterior cu activitățile acestuia. Din grupa menționată fac parte telefericele (telescaune și telecabine) și teleschiurile. Rolul lor constă în facilitarea accesului în arealele greu de atins prin alte mijloace, în scurtarea timpului și diminuarea efortului necesar parcurgerii unor distanțe, în desfășurarea recreeriihivernale.

## 7. Factorul uman implicat în turismul rural.

În domeniul serviciilor reușita afacerii depinde de cât de satisfăcuți au rămas clienții. Cu atît mai mult în sfera turismului, unde caracterul serviciilor de oferire a ospitalității de la persoană la persoană ne impune să folosim mai multe tehnici specifice și să depunem mai multe eforturi, pentru ca oaspetele nostru să rămînă mulțumit. Vorbind despre prestarea serviciilor în pensiune, nu trebuie să uităm de regula de aur „comportamentul celor ce deserveșc clienții este parte a produsului oferit spre vînzare”.

Astfel, în continuare vor fi analizate cîteva idei de comportament a gazdelor:

a. prestatorii de servicii trebuie să fie politicoși, să dea dovadă de bună cuviință, de maniere alese, de punctualitate, promptitudine și sollicitudine.

b. Aspectul unui prestator de servicii trebuie să fie curat, plăcut îngrijit, iar mîinile și fața să fii întotdeauna curate.

c. Vestimentația trebuie să corespundă următoarelor cerințe de ordin general: - să fie croită pe corp, - să fie completă și asortată, fără defecte, - să fie călcată și curată, - se recomandă pantofi comozi, fără tocuri, de culoare neagră, - vestimentația trebuie să fie de bună calitate, rezistentă și ușor de întreținut.

În sfera serviciilor personalul este parte componentă a serviciilor prestate, de aceea accentul pe evidențierea unor calități umane contează foarte mult. Astfel, în ceea ce privește

comportamentul uman se vor menționa următoarele calități personale necesare unui lucrător în sfera deservirii:

→ punctualitatea – (să fii punctual înseamnă să fii exact, să respecti întocmai termenul sau momentul fixat) la primirea și deservirea oaspeților;

→ tactul profesional, care presupune simțul măsurii, determină o comportare corectă, delicată și adecvată. În exprimare este dorit să fie evitate formulele categorice, ca de exemplu: „Nu aveți dreptate”, „Nu este adevărat”, „În nici un caz”, ș.a.

→ bunele maniere, reprezintă modul corect și acceptat de comportament al oamenilor în societate. În cadrul activității legate de deservirea zilnică a clienților venim în contact cu persoanele care nu ne cunosc, dar ne apreciază după felul în care ne comportăm. Cel mai înalt nivel de apreciere în acest domeniu este încrederea ce se capătă prin discreție: nu trebuie să urmărim conversațiile clienților, nu trebuie să intervenim în discuții, nu ne exprimăm părerea decât dacă sîntem întrebați, ș.a.

→ gestică este ansamblul de gesturi folosite pentru manifestarea dorințelor, sentimentelor și intențiilor umane. Acestea sînt întregite de felul în care ne deplasăm, de poziția corpului în timpul activității profesionale. Trebuie să mergem cu pași mărunți, în ritm vioi, evitînd alergarea. Circulația prin salonul de servire a clienților și prin întreaga pensiune se va face pe partea dreaptă, acordîndu-se prioritate clienților.

→ salutul (cuvînt enunțat sau gest cu care se salută) trebuie să fie însoțit de o ușoară înclinare a corpului și un zîmbet. A saluta înseamnă a face un gest sau a folosi o formulă uzuală de politețe, de respect, de simpatie, ș.a. la întîlnirea cu cineva sau la despărțire.

→ Exprimarea (formularea ideii sau sentimente) trebuie să fie corectă, clară, concisă. Deși marea majoritate a situațiilor interumane dintre gazdă și oaspete sînt reglementate de o mulțime de ritualuri și forme de comportament standard, cunoscute la diferite culturi sunt, totuși, niște reguli generale ce indică cum se va acorda un act de ospitalitate.

În pensiunile turistice rurale, unde există un mediu specific, proprietarii și personalul angajat trebuie să dea dovadă de calități personale caracteristice unui sătean și, totodată, - de calități profesionale necesare într-o unitate de primire a turiștilor clasificată.

a) Calități personale generale: - înclinație pentru lucru cu oaspeții în casa proprie; - prezență plăcută și amabilitate; - comunicare la nivelul oaspetelui; - vestimentația întreținută și asortată cu gust; - capacitatea de conducere a lucrului în echipă; - creativitate, imaginație, simț artistic; - responsabilitate pentru munca prestată.

b) Capacitățile profesionale generale vor corespunde următoarelor cerințe: - cunoașterea unor tehnici de conducere a activităților în grup, - tehnologia de deservire a turiștilor în unitățile

de cazare și alimentare, - amenajarea pensiunii rurale, - marketing turistic, - gestiunea resurselor umane, - cultură generală solidă, - să cunoască 1-2 limbi de circulație internațională.

### **Tema 3. Satul turistic cadru de dezvoltare a turismului rural.**

#### **1.Satul turistic-concept și definiție**

#### **2.Criterii de omologare a satelor turistice din Republica Moldova**

#### **3.Tipologia satelor turistice.**

##### **1. Satul turistic-concept și definiție.**

O definiție acceptată și în alte țări conturează *satele turistice* drept *“așezări rurale bineconstituite, păstrătoare de valori și tradiții etnofolclorice și cu un bogat trecut istoric, care, în afara funcțiilor politico – administrative, sociale, economice și culturale proprii, îndeplinesc, sezonier sau în tot cursul anului și pe aceea de gazduire și asigurare a hranei pentru turiști care își petrec un sejur cu durată nedefinită sau le vizitează în cadrul unor programe de turism itinerant, cu sau fără servirea mesei”*

Între condițiile minime ce trebuie să le îndeplinească o localitate pentru a deveni sat turistic amintim:

- **amplasare** într-un cadru natural atrăgător sub aspect peisagistic, fără surse de poluare;
- **accesibilitate** ușoară pe cai rutiere, feroviare, fluviale sau aeriene;
- **infrastructura generală** (alimentare cu apă, curent electric, încălzire, canalizare, cai de comunicație);
- **prezența unor tradiții și valori etnofolclorice** reprezentative (arhitectura populară, meșteșuguri și artizanat, folclor și port popular, muzeu etnografic, sărbători folclorice, tradiții și obiceiuri populare etc.);
- **existența unor resurse turistice bogate** și posibil a fi valorificate prin desfășurarea unor activități de vacanță cât mai variate: odihnă, plimbări în aer liber, cura de aer, soare și ape minerale, înot și sporturi nautice, excursii ușoare, ascensiuni montane, alpinism.
- **existența unor gospodării** cu un nivel de confort, asigurat cu mijloace locale, simple sau mai complexe (instalații sanitare și băi, apă caldă) și care să corespundă normelor de clasificare existente.

Alături de acestea, la sporirea valorii unui sat turistic mai pot contribui și următoarele:

- existența unei tradiții în ce privește activitatea turistică;
- aportul unor eventuale resurse balneoclimatice

- (ape minerale si termale, namoluri si gaze terapeutice, lacuri sarate, plaja maritima etc.);
- existenta unor valoroase vestigii arheologice, monumente istorice, de arta si arhitectura;
- prezenta unor dotari sanitare, social-culturale, sportive, comerciale etc.;
- dotarile tehnico – edilitare adecvate (drumuri, alei, canalizare).

Dezvoltarea impetuoasa a turismului contemporan, care a dus la edificarea unor adevarate 'cetati turistice' in regiuni pline de pitoresc si inedit ale lumii, a scos la iveala, mai ales in ultima perioada.

## **2.Criterii de omologare a satelor turistice din Republica Moldova**

O asezare rurala pentru a avea o functie turistica trebuie sa indeplineasca anumite cerinte, legate in primul rand de valoarea traditiilor etnofolclorice, dar si de calitatea mediului, de eventualele alte resurse turistice, ca si de accesibilitatea si pozitia geografica. Se impune, astfel, stabilirea unor criterii pentru determinarea potentialului turistic rural si deci identificarea si clasificarea acelor asezari ce pot fi valorificate in circuitul turistic.

Se au in vedere urmatoarele criterii: valoarea etnofolclorica, valoarea turistica, dotarea gospodariilor taranesti, calitatea ecologica, dotarea tehnico-edilitara si comerciala, accesibilitatea si pozitia geografica.

□ **Criteriul valorii etnografice si folclorice.** Are in vedere traditiile etnografice si folclorice (mestesuguri, port popular, specificul asezarii, folclorul muzical, coregrafic, literar), ocupatiile traditionale specifice satului sinemodificate in timp, arhitectura populara (a caselor si asezarii, bisericii de lemn), manifestarile folclorice specifice zonelor etnografice romanesti si putin alterate de-a lungul anilor, institutiile muzeale pavilionare sau in are liber etc. Toate aceste elemente si fenomene etnofolclorice se constituie in cea mai mare parte in patrimoniu specific, care da "marca" asezarii rurale.

□ **Criteriul valorii turistice.** Este vorba de acele elemente ale cadrului natural precum aspectele peisagistice, resurse de ape minerale si alte resurse turistice (fond cinegetic, piscicol, domeniu schiabil, strat de zapada etc), dar si ale cadrului socio-economic si cultural-istoric care permit realizarea unei oferte diversificate de programe intr-un sejur (programe culturale, sportive, excursii si ascensiuni montane etc).

□ **Criteriul exigentei si calitatii gospodariilor taranesti, ca pensiuni agroturistice si pensiuni turistice.** Criteriul se refera la existenta unor pensiuni agroturistice sau pensiuni turistice care sa ofere cazare si masa in baza unor standarde de confort, dotare si igiena sanitara. Aceste standarde au fost elaborate de Agenția Națională în Turism in corelatie cu cele internationale.

□ **Criteriul calitatii ecologice.** Are in vedere calitatea mediului din asezarea respectiva si a cadrului natural limitrof (sursede poluare si degradare, conflicte intre dezvoltarea asezarii si economia acesteia cu turismul si mediul ambient, dar si intre turism-mediul ambient). Aspectul general al asezarii (urbanizare, curatenie, arhitectura specifica, dotarea edilitara) contribuie la sporirea acestei calitati ecologice precum si modul de gestionare a conflictelor ivite intre economie-turism si mediul sau turism si mediul.

□ **Criteriul inzeestrarii tehnico-edilitare, comerciale si sanitare.** Dotarea tehnico-edilitara (alimentare cu apa, energie, canalizare, retea stradala, unitaticomerciale, sanitare etc) constituie un criteriu important in aprecierea oportunitatii introducerii iasezarilor rurale in circuitul turistic. Tot la dotari tehnice trebuie sa includem si pe cele sportive sau de agrement, fie structuri turistice de primire existente, unele dintre acestea din urma nefiind obligatorii. Un loc important il au si amenajarile tehnice ale raurilor, padurilor si pasunilor din apropiere.

□ **Criteriul accesibilitatii.** Accesibilitatea la asezarea rurala, in interiorul ei, dar si la gospodariile omologate sau la obiectivele turistice joaca un rol important. Este vorba atat de drumuri nationale, magistrale feroviare, aeroporturi, noduri rutiere sau feroviare, cat si de drumuri comunale, alei, trotuare etc.

□ **Criteriul pozitiei geografice.** Are un rol important in aprecierea localitatii rurale, ca destinatie turistica, in raport cu principalele centre emitente de turism, zone si obiective turistice de mare valoare, puncte de frontiera, magistrale rutiere si feroviare, si poate conduce la ierarhizari valorice, in acest sens.

Desigur aceste criterii pot fi definite prin prisma marketingului turistic, tinand seama de oferta si cererea turistica, inclusive prin viziunea motivatiilor turistice. Mentionam ca aceste criterii sunt utilizabile in identificarea si determinarea asezarilor rurale cu patrimoniu rural specific si cu valoarea turistica de ‘marca’, ceea ce echivaleaza cu identificarea unui nou ‘produs turistic’ – ‘satul turistic romanesc’, care prin organizare si promovare poate conduce la diversificarea ofertei turistice romanesti pentru piata externa.

### **3. Tipologia satelor turistice.**

Notiunea de sat de vacanta in mediul rural are un caracter neomogen in cadrul tarilor membre UE acest fapt se datoreaza urmatoarelor aspecte:

- satele se diferentiaza prin functiile economice, numarul de populatie si valentele lor turistice;
- mod diferit de administrare publica a comitetelor rurale, de alocare a unor finantari, de acordare a unor facilitati socio-economice.

In general, satele de vacanta beneficiaza de un parteneriat dintre administratiile publice locale si proprietari de terenuri si gospodarii. Exista asezari rurale care pot fi considerate ca sate de vacanta, dar si amenajari speciale de cazare, alimentatie, agrement care au doar o utilizare turistica.

Din punct de vedere al gradului de dotare si a serviciilor oferite sunt mai multe tipuri de sate de vacanta:

- sate de vacanta cu gospodarii axate pe cazare si de servire a micului dejun;
- sate de vacanta cu gospodarii pentru cazare si sejur complet, care asigura serviciile turistice de baza;
- sate de vacanta pentru copii care ofera acestora si instructorilor insotitori, cazare si pensiune completa cu produse proprii la preturi acceptabile;
- sate de vacanta care includ structuri turistice complexe, incluzand tratament balnear, agrement.

**Sate turistice etnografico-folclorice.** In aceasta categorie se pot incadra satele in care portul traditional, arhitectura, mobilarea si decorarea interioarelor, in stil rustic, muzica si coregrafia populara predomina si se impun ca insusiri esentiale ale satului respectiv. In aceste sate pot fi oferite turistilor servicii de cazare si masa in conditii autentice (mobilier, decor si echipament de pat in stil popular; meniuri traditionale, servite in vesela si cu tacamuri specific – farfurii si strachini de ceramica, linguri de lemn etc) ceea ce nu exclude, desigur, posibilitatea utilizarii, la cerere si a tacamurilor moderne.

**Sate turistice de creatie artistica si artizanala.** Este cunoscut interesul numerosilor turisti pentru creatia artistica si artizanala ca si dorinta lor pentru achizitionarea unor astfel de creatii direct de la sursa, de la producatorul insusi. Pana in prezent, in aceste localitati se practica doar turismul de circulatie. Aceste sate ofera, inasa, posibilitatea practicarii unui turism de sejur, in cadrul caruia in ateliere special amenajate si sub indrumarea unor artisti si mesteri populari renumisi, turistii s-ar putea initia in arta si tehnici arhaice populare ca: pictura icoanelor pe sticla, pictura naiva, sculptura in lemn si piatra, tesatorie populara, confectii si cusaturi populare, ceramica, muzica si dansuri populare etc.

**Sate turistice climaterice si peisagistice.** Caracteristica predominanta a acestor sate, adecvate turismului de sejur (pentru amatoriide liniste, de plimbări solitare, intr-un cadru natural pitoresc), este cadrul natural si pozitia geografica izolata de centrele aglomerate si de marile artere de circulatie. Satele de deal si de munte, cu casele rasandite pe vai si coline, la o oarecare distanta unele fata de altele, cu pajisti, fanete, livezi, satisfac motivatia fundamentala a numerosi turisti “reantorcerea la natura”.



**Sate turistice pescaresti si de interes vanatoresc.** In afara posibilitatilor de cazare, in aceste sate se pot oferi servicii culinar/gastronomice pescaresti (indeosebi in Delta) si vanatoresci. De asemenea, populatia locala poate organiza in limitele legii, pentru turisti, unele forme de agrement specifice – pescaresti si vanatoresci.

**Sate turistice viti-pomicole.** In satele in care predomina cultivarea pomilor fructiferi si a vitei de vie, activitatile turistice sunt posibile pe toata durata anului, atat in perioada recoltarii, cat si dupa aceea, prin oferirea fructelor, strugurilor si a preparatelor pe baza lor. De asemenea, pot fi avute in vedere multe alte preparate culinare, comune sau dietetice, pe baza de fructe. In aceste sate, o atractie deosebita si, in acelasi timp, o sursa principala de venituri, poate sa constituie bauturile racoritoare si reconfortante preparate din fructe sau degustarile de vin.

**Sate turistice pastorale.** In aceasta grupa pot fi incluse, in general, satele de munte, in care preocuparea de baza a localnicilor este cresterea oilor si a vitelor, si care pot sa atraga turistii, prin meniuri bazate pe produse lactate. Aceste meniuri pot fi completate cu oua, carne de pasare, de ovine si de bovine, iar pentru divertisment, pot fi organizate ospete ciobanesti (cu batala la protap, berbec haiducesc, balmus, urda si jantita), petreceri specifice si traditionale oierilor.

**Sate turistice pentru practicarea sporturilor.** Numeroase localitati rurale prezinta excelente conditii pentru practicarea sporturilor de iarna (satele montane si de deal) si nautice (litoral, Dunarea si Delta Dunarii, raurile interioare, lacuri de acumulare), fara amenajari speciale si costisitoare. Acest tip de sat poate sa atraga doua categorii de turisti, in general din randul tineretului: sportivi amatori, initiati in practicarea sporturilor respective sau turisti mai putin initiati, dar dornici sa invete sa le practice. Pentru aceasta din urma categorie pot functiona instructori sportivi de schi, inot etc, recrutati din randul populatiei locale. De asemenea, in aceste sate, pot functiona puncte de inchiriere a echipamentului sportive.

## **Tema 4. Ecoturismul-formă de manifestare a turismului durabil**

- 1. Ecoturismul-concept și defnire.**
- 2. Trăsăturile specifice și principiile ecoturismului.**
- 3. Caracteristicile destinațiilor eco-turistice.**
- 4. Codul de comportament al ecoturistului.**
- 5. Ariile naturale protejate-concept și clasificare.**
- 6. Metodologia amenajării ariilor naturale protejate.**
- 7. Principalele arii ecoturistice protejate din lume.**

### **1. Ecoturismul-concept și defnire.**

Ecoturismul s-a dezvoltat în ultimele decenii ale secolului al XX-lea ca urmare a pericolului creat de supra dezvoltarea turismului. Noțiunea de ecoturism are înțelesuri diferite (turism în natură, turism verde, turism ecologic) în funcție de strategiile urmărite de țări și companiile transnaționale, de scopul acestora, de prioritățile de mediu sau economice, de educația și pregătirea turistului.

Hector Ceballas Lascurain (1983) definea - ”Ecoturismul este un turism care implică călătoria în areale relativ neperturbate, cu scopul de a admira, studia, bucura de peisaje, faună, plante ca și de unele resurse culturale”.

Cater Erlet, acceptă alături de natură și unele resurse antropice, afirmând că ecoturismul este „o călătorie în scopul delectării omului pe baza diversității vieții naturale și a culturii umane fără a le cauza distrugerii sau degradări”, definiție care se apropie mai mult de turismul ecologic.

Valentine, P. (1991) introduce termenul de durabilitate, definind ecoturismul ca „un turism bazat pe natură în mod durabil și ecologic și pe areale ecologice, fiind un turism nedegradabil, nepericulos, care contribuie la protejarea mediului prin alegerea unui regim administrativ propriu și corect”

Preluând unele idei legate de exploatarea resurselor naturale nealterate, Figgis, P. J. (1992)

afirma că „orice călătorie spre areale naturale izolate cu scopul de a îmbogăți înțelegerea și aprecierea patrimoniului ecologic și cultural, fără a produce deteriorarea acestora se încadrează în termenul de ecoturism”

Un proces economic, unde ecosisteme rare și frumoase sunt negociate pentru a atrage turiștii, ceea ce este mai pretabil pentru turismul în natură.

Societatea Internațională a Ecoturismului (TIES) a promovat ideea că „ecoturismul este o călătorie responsabilă în arealele naturale, dar care conservă mediul și susține nivelul de trai al populațiilor locale”(1991).

Uniunea Mondială a Conservării Naturii (IUCN/WCU) afirma că ecoturismul „este o călătorie ecologică responsabilă în areale naturale neperturbate, cu scopul de relaxare și apreciere a naturii și a oricărei trăsături culturale, trecută sau prezentă din zonă, care promovează conservarea, având un impact negativ redus și oferă beneficii pentru comunitățile implicate”.

Indiferent ce definiție se adoptă, se poate concluziona că ecoturismul este o variantă a unei alternative turistice, care are la bază promovarea turismului durabil, ce constă în deplasarea omului în special în areale naturale atractive pentru a se relaxa, cunoaște, informa însă fără a produce pierderi sau distrugerii ale calității mediului înconjurător, aducând beneficii tuturor segmentelor implicate în actul turistic.

Ecoturismul reprezintă o cale de exploatare durabilă a mediului și un produs turistic cu proprietăți terapeutice pentru psihicul sau fizicul umane.

Ecoturismul nu este o modă ci este o necesitate a mileniului trei, care poate aduce venituri pe termen lung atât turistului, comunităților locale cât și firmelor sau segmentelor implicate în exploatarea durabilă a acestor resurse naturale.

El permite protejarea unor habitate vulnerabile exploatarea turistică clasică, introduce cunoașterea, educarea, relaxarea turistului pe baza unor produse turistice sensibile, fragile.

Ecoturismul a devenit un segment de piață turistică cu un potențial în creștere prin calitățile

sale ecologice, responsabile, durabile, integre. Planificarea, dezvoltarea infrastructurii turistice ca și toate operațiile/activitățile de marketing trebuie să fie focalizate pe criterii de mediu, sociale, culturale și economice pe termen lung.

Dintre toate tipurile de turism, ecoturismul are cea mai clară poziție în turismul durabil.

## **2. Trăsăturile specifice și principiile ecoturismului.**

Ecoturismul este o călătorie responsabilă în natură supusă procesului de protejare și conservare și care aduce beneficii comunităților locale și omenirii în ansamblul său.

Este de fapt o activitate axată mai mult pe protecție decât exploatarea resurselor naturale, care presupune:

- deplasarea turistului în areale naturale,
- reducerea impactelor,
- construirea unei atitudini de îngrijorare pentru mediu,
- furnizează beneficii directe pentru conservare,
- ridică nivelul de trai în comunitățile locale
- păstrează cultura locului și este sensibil la politica de mediu, favorizând un climat social pozitiv.

Principiile de bază ce trebuie să guverneze ecoturismul sunt:

**b) durabilitatea,**

**c) echitate,**

**d) parteneriate**

**e) cooperare**

**1. Durabilitatea** reprezintă procesul prin care dezvoltarea are loc la un nivel care să satisfacă cerințele populației actuale, fără a compromite capacitatea de susținere a mediului pentru generațiile viitoare. De aceea este util ca activitățile desfășurate să se bazeze pe parteneriate, colaborare deschisă pentru a da o imagine transparentă utilizării resurselor. Acest principiu este cerut de:

- Schimbările sociale (îngrijorarea crescândă pentru mediu, vulnerabilitatea destinațiilor turistice, insatisfacția pentru unele produse turistice existente);
- Politica turistică (ce trebuie să reflecte grija pentru mediul înconjurător).

**2. Echitatea** intragenerației și intergenerației trebuie să elimine interesele egoiste, exclusiviste axate pe acumulare de capital doar pentru unele segmente ale societății.

Acest principiu se sprijină pe studii profunde, deoarece ce pare a fi durabil pentru un segment poate fi neelocvent pentru altul:

- Eliminarea opțiunii dictatului din partea marilor puteri economice asupra țărilor mai puțin dezvoltate, deoarece se crează situații care pot conduce la pierderi ale diversității ecologice și sărăcirea comunităților din arealele țintă. Această politică este înlocuită de cooperare și parteneriate interstatale, între firme, între guvern și firme sau între acestea și comunitățile locale.
- Conștientizarea părților implicate este imperios necesară ca să nu se utilizeze ecoturismul pentru mărirea capitalului (firmele transnaționale) sau crearea unor imagini politice (clasa politică din țările în curs de dezvoltare sau în tranziție) ori ca soluție de supraviețuire (populațiile sărace din

Africa, Asia de Sud-Est, zona insulară a Pacificului de Sud etc) sau de redresare rapidă, nedurabilă a economiei.

•TIES (1991-1992) a publicat un set de principii ecoturistice în urma întâlnirilor între oamenii de afaceri, academicieni, comunități, ONG-uri, guverne, pe baza cărora s-au trasat linii directoare care să ajute la achiziționarea de performanțe în ecoturism.

### **Principiile ecoturistice -TIES– 1991**

•Reducerea impactelor negative asupra mediului sau culturii care pun în pericol destinațiile;

• Educarea turiștilor privind importanța conservării resurselor;

•Accentuarea ideii de afacere responsabilă și armonizarea ei cu interesele locale, de mediu și ale autorităților;

•Realizarea de venituri directe din managementul, conservarea arealelor protejate;

•Utilizarea studiilor de mediu și sociale și monitorizarea destinațiilor pentru reducerea impactelor;

•Asigurarea bunăstării maxime pentru toate segmentele din regiune sau din arealul de influență;

•Zonarea turistică și desemnarea unui management pentru fiecare regiune;

• Asigurarea că dezvoltarea turistică nu depășește capacitatea de suport;

•Bazarea pe o infrastructură dezvoltată armonios cu mediul, minimizând utilizarea combustibililor fosili, viața sălbatică sau culturală.

## **3. Caracteristicile destinațiilor ecoturistice.**

**1. Atractivitate.** Destinația trebuie să cuprindă resurse naturale aflate sub un regim de protecție (rezervație a biosferei, parc național sau natural, sit naturale, rezervații naturale sau orice altă categorie de arie protejată), alături de care pot fi incluse și resurse turistice antropice.

**2. Accesibilitate** Criteriu Destinația trebuie să fie accesibilă prin mijloace de transport public și privat. Existența unui drum rutier cu indicatoare specifice destinației cel puțin până la unul din punctele de acces în destinație. Existența unor mijloace de transport în comun spre destinație și dacă este cazul în interiorul destinației. Existența informației în legătură cu modalitățile de acces în zonă.

**3. Nivel minim de servicii turistice.** O zonă geografică se poate califica drept destinație ecoturistică dacă are un nivel minim de oferte de servicii turistice. Existența unor structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare. Existența unor structuri de primire turistică cu funcțiuni de alimentație, de preferință cu meniuri bazate pe produse locale și în măsura posibilităților

produsele pot fi obținute în sistemul agriculturii ecologice. Existența unei rețele de trasee turistice pentru diverse categorii de vizitatori..

**4. Nivel minim de servicii publice.** Destinația ecoturistică trebuie să asigure un minim de servicii publice. Existența unor servicii medicale la nivel de destinație. Existența unei unități de învățământ la nivel de destinație. Existența unui sistem de colectare a deșeurilor la nivel de destinație. Existența unei bănci sau a unui bancomat (ATM) la nivel de destinație.

#### **4. Codul de comportament al ecoturistului.**

##### **a). Pregătirea voiajului.**

Alegerea unui agent de turism sau a unei organizații care se preocupă de minimizarea impactului activității turistice asupra mediului;

Alegerea unui promotor sau a unei agenții de turism care oferă o ședință de pregătire despre modul cum trebuie să se comporte la locul de destinație sau să folosească echipamentele în vederea protejării mediului înconjurător;

Informarea în legătură cu habitatul natural și cu valorile culturale ale zonei;

Adaptarea comportamentului propriu și a codului de conduită la valorile zonei vizitate.

##### **b). Respectarea următoarelor reguli.**

Interdicția accesului în zone nepermise publicului;

Respectarea marcajelor;

Informarea tour-operatorilor, autorităților și vizitatorilor asupra încălcării oricărei reguli care poate afecta habitatul natural și cultural.

##### **c). Respectarea florei, faunei și a habitatului lor.**

Deplasarea cu calm, fără a se perturba mediul natural;

Păstrarea unei distanțe considerabile față de animale pentru a nu le deranja;

Evitarea hrănirii animalelor;

Neintervenirea în habitatul natural;

Evitarea zonelor în care se găsește un număr mare de animale;

Interzicerea ruperii plantelor sau mutării animalelor;

Evitarea cumpărării de plante sau animale care sunt pe cale de dispariție sau se găsesc în număr mic într-un anumit areal.

##### **d). Reducerea propriului impact asupra mediului.**

Adoptarea unui comportament care vizează reducerea tuturor tipurilor de poluare (chimică, biologică, vizuală, olfactivă și sonoră);

Favorizarea deplasărilor în grupuri mici;

Conștientizarea impactului acțiunilor proprii asupra mediului;

Menținerea echipamentului motorizat în stare bună;

Utilizarea unui echipament nepoluant sau slab poluant;

Alegerea unor produse durabile, biodegradabile și reutilizabile;

Depozitarea reziduurilor în zone strict amenajate pentru acest scop;

Favorizarea transportului cu mijloace care nu au sau au un impact minim asupra mediului.

#### **e). Respectarea comunităților locale.**

- Aprecierea unicității populației din zona vizitată;
- Respectarea cutumelor, tradițiilor locale și diferențelor culturale;
- Deschiderea spre învățare;
- Susținerea economiei locale prin achiziționarea de produse și servicii;
- Respectarea intimității oamenilor și a proprietății private;
- Adaptarea la cultura locală;
- Adoptarea unui comportament respectuos față de ceilalți vizitatori.

### **5. Ariile naturale protejate-concept și clasificare.**

Ariile Protejate sunt percepute încă de foarte mulți oameni doar în sensul lor 'conservationist' fiind considerate adevărate «oaze ale naturii salbatice într-un desert al dezvoltării economice», care trebuie protejate numai pentru conservarea speciilor care le populează.

Foarte puțin este recunoscut faptul că zonele aflate în regim natural și seminatural constituie de fapt suportul 'vieții' și, implicit, al dezvoltării socio-economice. De asemenea, dezvoltarea socio-economică s-a făcut având la bază resursele și serviciile oferite de capitalul natural, însă până în prezent în foarte puține cazuri s-a ținut cont de capacitatea productivă și capacitatea de suport a capitalului natural atunci când s-a proiectat dezvoltarea economică.

Ariile protejate prin valoarea lor naturală și gradul redus al intervenției umane pe teritoriul lor sunt cele mai bune exemple și modele pentru sistemele ecologice naturale și seminaturale. Totodată pentru a realiza tranziția de la actualul model de dezvoltare la un model de dezvoltare durabilă este necesară cercetarea, cunoașterea și experimentarea teoriilor pentru implementarea conceptului de dezvoltare durabilă.

Problemele conservării mediului sunt reglementate prin Convenția pentru protejarea patrimoniului natural și cultural, încheiată în anul 1978 la Paris, iar organismul cu prerogative în acest sens este reprezentat de Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii (UICN) care s-a preocupat de-a lungul timpului îndeosebi de elaborarea unui sistem de clasificare a ariilor protejate urmărind:

- constientizarea guvernelor asupra importanței ariilor protejate;
- încurajarea guvernelor să dezvolte sisteme de arii protejate ale caror obiective de management să fie în conformitate cu condițiile naționale și locale;
- reducerea confuziei generate de adoptarea a numeroși termeni diferiți pentru a descrie tipuri diferite de arii protejate;
- asigurarea unor standarde internaționale pentru a sprijini contabilizarea și compararea globală și regională între țări;
- asigurarea unui cadru pentru colectarea, procesarea și diseminarea datelor privitoare la ariile protejate;
- îmbunătățirea comunicării și înțelegerii între toți cei implicați în acțiunile de conservare.

În 1978, UICN a publicat raportul CNPPA (Comisia asupra Parcurilor Naționale și Ariilor Protejate) intitulat 'Categorii, Obiective și Criterii pentru Ariile Protejate', ce propunea următoarele 10 categorii:

*I. Rezervatie Stiintifica si Rezervatie Naturala Stricta*

*II. Parc National*

*III. Monument Natural*

*IV. Rezervatie de Conservare a Naturii si Rezervatie Naturala Gospodarita*

*V. Peisaj Protejat*

*VI. Rezervatie de Resurse*

*VII. Arie Naturala Biotica si Rezervatie Antropologica*

*VIII. Arie Gestionata pentru Utilizari Multiple si Arie cu Resurse Gospodarite*

*IX. Rezervatie a Biosferei*

*X. Sit al Patrimoniului Mondial Natural.*

Acest sistem de clasificare a fost utilizat pe scară largă și preluat de multe legislații naționale. În timp, s-a demonstrat necesitatea ca sistemul să fie revizuit și actualizat, anumite criterii fiind inflexibile la condițiile variate întâlnite pe glob. Ca urmare, în 1984, CNPPA, prin Comitetul sau Coordonator, a publicat un Raport ale cărui concluzii se refereau la menținerea primelor cinci categorii ale sistemului vechi pentru a forma baza sistemului actualizat și la eliminarea celorlalte categorii. Raportul a fost supus unei revizuirii mai ample la cel de al IV-lea



Congres Mondial al Parcurilor Nationale si Ariilor Protejate desfasurat in Caracas, Venezuela, in februarie 1992, care au fost revăzute unele linii directoare.

In prezent categoriile IUCN sunt raspandite in intreaga lume si sunt luate drept referinta in orice dezbateri privind ariile protejate. Scopul acestui sistem de definire si clasificare a ariilor protejate este acela de a contribui la cresterea gradului de intelegere a tuturor celor interesati a diferitelor categorii de arii protejate.

Potrivit IUCN, *o arie protejata reprezinta o suprafata terestra si marina dedicata in special protectiei si mentinerii diversitatii biologice si a resurselor naturale si culturale asociate si gospodarite legal sau prin alte mijloace eficiente.*

Incepand din 1992, a fost adoptat un nou sistem de clasificare a ariilor protejate avand la baza o serie de obiective de management care dau continutul acestei clasificari si care se refera la: cercetare stiintifica, protectia salbaticiei, protectia diversitatii speciilor si a diversitatii genetice, mentinerea serviciilor, protectia unor trasaturi naturale si culturale specifice, turism si recreere, educatie, utilizare durabila a resurselor ecosistemelor naturale, mentinerea caracteristicilor culturale si traditionale.

Asadar, principalele categorii de arii protejate, potrivit clasificarii IUCN, sunt:

**I.a. Rezervatie Naturala Stricta** (arie protejata gestionata in principal pentru cercetare stiintifica) este acea zona terestra si/sau acvatica ce prezinta ecosisteme, trasaturi geologice sau fiziologice si/sau specii deosebite sau reprezentative, disponibila primar pentru cercetare stiintifica si/sau monitorizare.

**I.b. Arie Naturala Salbatica** (arie protejata gestionata in principal pentru protectia salbaticiei) reprezinta o suprafata mare terestra si/sau acvatica nemodificata sau slab afectata, care retine caracterul si influenta naturala, fara o habitate permanenta sau semnificativa, si care este protejata si gestionata pentru pastrarea conditiilor naturale.

**II. Parc National** (arie protejata gestionata in principal pentru protectia ecosistemelor si recreere) reprezinta o arie naturala terestra si/sau acvatica, desemnata pentru :

(a) protectia integritatii ecologice a unuia sau mai multor ecosisteme pentru generatiile prezente si viitoare,

(b) excluderea exploatarei sau locuirii care contravine scopului desemnarii si

(c) punerea la dispozitie a unei baze care sa asigure posibilitati spirituale, stiintifice, educationale, recreationale si de vizitare, toate trebuind sa fie compatibile cu principiile de protectie a mediului si cu diversitatea culturala.

**III. Monument Natural** (arie protejata gestionata in principal pentru conservarea trasaturilor naturale specifice) reprezinta zona care contine una sau mai multe trasaturi naturale si

culturale specifice, care este de o valoare deosebita sau unica datorita raritatii proprii, calitatii reprezentative sau estetice sau semnificatiei culturale.

**IV. Arie de Gestionare a Habitatelor / Speciilor** (arie protejata gestionata in principal pentru conservare prin interventii de management) reprezinta acea suprafata terestra si/sau acvatica ce face obiectul unei interventii active in scopul managementului, pentru a asigura mentinerea habitatelor si/sau indeplinirea necesitatilor unor anumite specii.

**V. Peisaj Terestru / Marin Protejat** (arie protejata gestionata in principal pentru conservarea peisajelor terestre si marine si recreere) reprezinta o arie terestra, cu zona costiera si marina, dupa caz, unde interactiunea oamenilor cu natura de-a lungul timpului a generat o suprafata cu trasaturi distincte, cu valori semnificative estetice, ecologice si/sau culturale si adesea cu o diversitate biologica mare. Ocrotirea integritatii unei asemenea interactiuni traditionale este vitala pentru protectia, mentinerea si evolutia ariei.

**VI. Arie Protejata cu Resurse Gestionate** (arie protejata gestionata in principal pentru utilizarea durabila a ecosistemelor naturale) reprezinta o suprafata care contine predominant sisteme naturale nemodificate, gestionate pentru asigurarea pe termen lung a protectiei si mentinerii diversitatii biologice, asigurand in acelasi timp in mod durabil bunuri si servicii pentru satisfacerea nevoilor comunitatilor.

## **6. Metodologia amenajării ariilor naturale protejate.**

Marimea sau pozitia ariilor protejate in lume sunt frecvent determinate de distributia populatiei, potentialul biologic al teritoriului, eforturile politice si factorii istorici. In stabilirea marimii unei arii protejate s-a pornit de la intrebarea daca bogatia in specii este maximizata intr-o arie protejata naturala extinsa sau in mai multe arii protejate mai mici cu o arie egala cu cea mare. Emil Racovita (1934) a considerat ca ariile protejate mari sunt mai eficiente deoarece in cadrul lor nu sunt impiedicate fluactuatii firesti ale echilibrului biologic si evolutia normala a florei si faunei.

Aceste avantaje deriva din teoria insulei biogeografice si au fost demonstrate in numeroase studii asupra plantelor si animalelor in arii protejate.

Acest punct de vedere are trei implicatii:

- cand este creata o noua arie protejata, ar trebui realizata pe o suprafata cat mai extinsa cu scopul de a prezerva cat mai multe specii cu putinta;
- cand este posibil, terenurile adiacente ariilor protejate naturale ar trebui achizitionate cu scopul de a spori suprafata acestora;
- daca trebuie ales intre a crea o arie protejata mica sau una mare intr-un tip de habitat similar, este recomandata cea de-a doua varianta.

De asemenea, crearea mai multor arii protejate, chiar daca mai mici, previne posibilitatea interventiei unei forte catastrofale unice, cum ar fi o epidemie sau un incendiu, ce ar distruge intreaga populatie localizata intr-o arie protejata mica. In plus, ariile protejate mici localizate in vecinatatea unor zone populate pot favoriza crearea unor centre de educatie privind conservarea si studiul naturii, inlesnind obiectivele pe termen lung ale protectiei mediului prin constientizarea publicului.

Consensul pare sa fie asupra ideii ca marimea unei arii protejate depinde de grupul de specii considerat, de terenul disponibil si de circumstantele particulare. Este unanim acceptat faptul ca ariile protejate mari sunt mai bune decat cele mici deoarece sunt capabile sa sustina mai multe specii, prin marimea superioara a populatiilor si printr-o diversitate mai mare a habitatelor.

Este general acceptat faptul ca ariile protejate trebuie proiectate pentru a minimiza efectele de margine. Arealele de conservare de forma rotunda minimizeaza raportul limita-areal iar centrul unei astfel de arii protejate este mai departat de limita decat in ariile protejate care au o alta forma. Ariile protejate de forma lineara, lungi, au o granita mai mare si toate punctele sunt aproape de limita. Majoritatea ariilor protejate au forma neregulata deoarece folosirea terenului s-a facut mai degraba in functie de oportunitate decat de realizarea unui model geometric.

Fragmentarea ariilor protejate de catre sosele, garduri, terenuri agricole si de alte proiectii in mediu ale activitatilor umane trebuie evitata pe cat posibil datorita efectelor negative multiple care pot afecta speciile si populatiile.

Factorii de decizie care determina fragmentarea sunt puternici, deoarece ariile protejate sunt de obicei terenuri nedezvoltate, disponibile pentru proiecte noi cum ar fi agricultura, turismul, etc.

Ori de cate ori este posibil, ariile protejate ar trebui sa includa un ecosistem intreg, deoarece ecosistemul este unitatea optima de administrare. Daunele provocate unei parti neprotejate a ecosistemului pot ameninta strarea de sanatate a intregului ecosistem. Controlul intregului ecosistem poate permite managerilor ariilor protejate sa il apere mai eficient impotriva influentelor externe distructive.

Propunerea de atribuire a calitatii de arii protejate, trebuie sa fie fundamentata prin cercetare stiintifica de specialitate.

De asemenea, ariile protejate sunt evidentiate in planurile de urbanism si de amenajare a teritoriului privind autorizarea constructiilor, planurile de amenajare a teritoriului national si raional, republicata, se poate stabili si reseaua de arii de protectie prin delimitarea lor in teritoriu. Prin aprobarea planurilor de amenajare a teritoriului si planurilor urbanistice acestea devin lege si orice interventie umana, constructii, etc, sunt supuse prescriptiilor si reglementarilor de gestionare a ariilor protejate care fac parte din planurile nationale.

De mentionat este faptul ca, in cazul zonelor si siturilor naturale, care intrunesc criteriile de sit al patrimoniului natural universal, zona de importanta internationala, rezervatie a biosferei, arie speciala de conservare si arie de protectie speciala avifaunistica, dobandesc regimul de arie protejata sub rezerva recunoasterii lor de catre organismele internationale autorizate. De asemenea ariile naturale protejate si zonele de protectie vor fi evidentiata in mod obligatoriu in planurile nationale, zonale si locale de amenajare a teritoriului si de urbanism. In perimetrul ariilor protejate si in vecinatatea acestora, sunt interzise orice fel de lucrari si activitati susceptibile sa genereze un impact negativ asupra mediului.

### **7. Principalele arii ecoturistice protejate din lume.**

In prezent exista in lume peste 1388 de titluri care desemneaza arii protejate, fiecare dintre ele fiind desemnata prin lege la nivel national.

Se pot gasi astfel arii protejate care au denumiri diferite, dar care au acelasi scop, cum ar fi:

- rezervatie naturala stricta in Bhutan;
- rezervatie pentru managementul naturii in Bahamas;
- rezervatie naturala in Ontario - Canada;
- rezervatie naturala nationala in Cehia;
- rezervatie naturala marina in Indonesia;
- arie pentru conservarea naturii in Japonia si
- rezervatie naturala stricta in Sri Lanka, dar toate reprezentand acelasi lucru, si anume o

Rezervatie Strict Protejata - categoria I-a conform IUCN.

De asemenea acelasi titlu al unei arii protejate poate implica obiective de management si caracteristici foarte diferite in tari diferite. Exemplul clasic este dat de larg utilizata denumire de Parc National, care a inceput sa fie uzitata odata cu infiintarea Parcului National Yellowstone in anul 1872. Astfel, in timp ce in multe parti ale lumii (America, Africa, Asia de Sud si Sud-Est, Australia si Noua Zeelanda) parcurile nationale sunt mari teritorii naturale, in Europa se gasesc arii protejate care poarta denumirea de parc national dar in care interventia omului este evidenta, cum ar fi toate cele 11 parcuri nationale din Anglia si Tara Galilor, majoritatea parcurilor nationale din Germania si Parcul National Cevennes din Franta.

Eliminarea acestor diferente de terminologie se poate face doar utilizand sistemul IUCN de clasificare care se bazeaza pe principalul obiectiv de management al ariei protejate. Se folosesc astfel 6 categorii pentru ariile protejate care implica si o gradatie a interventiei umane, variind de la o interventie umana nula proprie categoriilor Ia/Ib pana la o interventie umana de un nivel mai ridicat in cazul categoriei V. Categoria VI este singura care a fost adaugata ulterior,

astfel incat din punctul de vedere al interventiei umane se intercaleaza intre categoriile III si IV. Oricum, toate categoriile sunt la fel de importante si relevante pentru conservarea biodiversitatii.

Colectarea datelor referitoare la ariile protejate din intreaga lume a fost initiata de catre IUCN prin comisia sa "Comisia pentru Parcuri Nationale si Arii Protejate" (CNPPA) ca raspuns la doua rezolutii ale Natiunilor Unite care recunosc importanta ariilor protejate si care a condus la realizarea primei liste a ariilor protejate (World List of National Parks and Equivalent Reserves -1961/1962). In 1981, CNPPA a constituit Protected Areas Data Unit care a devenit parte a World Conservation Monitoring Centre (Centrul Mondial pentru Monitorizarea Conservarii) care mentine o baza de date a ariilor protejate din intreaga lume.

Baza de date a ariilor protejate realizata de catre World Conservation Monitoring Centre contine 30,350 de inregistrari de arii protejate recunoscute de catre IUCN, 13,915 de inregistrari ale unor arii care nu sunt recunoscute de catre IUCN si alte 16,288 de arii protejate care au un statut incert. Baza de date se actualizeaza periodic, aproximativ la fiecare trei ani pentru a asigura producerea unei noi editii a Listei cu Arii Protejate a Natiunilor Unite.

Prin integrarea datelor specifice acestui numar impresionant de arii protejate a rezultat urmatoarea analiza, care in limita erorilor acceptate defineste intr-o anumita masura situatia ariilor protejate la nivel global.

Ariile protejate sunt considerate adesea insule naturale intr-un ocean al dezvoltarii, astfel cu cat acestea au o suprafata mai mare cu atat ele sunt mai protejate de presiunile exterioare.

Distributia ariilor protejate functie de obiectivele de management ale acestora, bazata pe categoriile IUCN arata preocuparile la nivel global pentru diferitele scopuri ale ariilor protejate

### **Exemple:**

**Parcul Natural Camargue.** Parc national bilateral, din Polonia si Belarus. Include partea centrala a padurii Bialowieza (brazi, pini, stejari, fagi, carpeni, tei, arini). In sectorul polonez, 4 747 ha constituie o rezervatie stricta a unui ecosistem virgin; in prezent, aici se afla cel mai mare centru din lume pentru cresterea zimbrilor care traiesc fie in libertate, fie in rezervatie inchisa. Mai sunt adapostiti cai turpani, inalti de circa 130 cm, elani, cerbi, mistreti, rasi, lupi, jderi, hermine, lutre, bufnite. Padurile din sectorul belorus cuprind, de asemenea, 21 de specii de arbori si 140 de animale, printre care zimbri, cerbi, elani, lupi, bursuci, cocosi de mesteacan etc.

**Parcul Natural Camargue.** Rezervatie a biosferei (85 000 ha); ea cuprinde o insula si zona inconjuratoare din sudul deltei Rhonului. Se afla in regiunea Provence – Coasta de Azur (Franta) si cuprinde un teren acoperit de dune, soloneturi si solonceacuri, precum si lacuri, iazuri, mlastini, laguna. Aici isi gasesc adapost egrete, batlani, piciorongi, ciocintorsi, flamingi. In zona

creste o specie rara de ienupar, ce atinge 6-7 m inaltime si un diametru de 50 cm; traiesc liberi taurii negri.

**Parcul Natural Fiordland.** Cel mai mare parc national din Oceania, situat in Noua Zeelanda, se intinde pe 1 223 654 ha. In jurul unor lacuri din aceasta zona este singurul habitat din lume pentru cristeiul nezburator sau tukahe (*Notornis hochstetteri*). Parcul adaposteste, de asemenea, papagalul-bufnita si papagalul de munte kea, cunoscut pentru tendintele sale carnivore (ataca oile); dintre endemismele proprii mentionam: rata albastra, albatrosul regal, pinguinii. Peisajul este deosebit de variat. In munti sunt toate etajele bioclimatice, pornind de la padurile umede subtropicale, cu desisuri de ferigi urias, ce ating 25 m inaltime, sau pini negri, si pana la pajistile alpine. Frumusetea peisajului este aplicata de succesiunea a 5 cascade, dintre care Sutherland are o cadere de 500 m. Pe tarmul Lacului Te Anau (342 km<sup>2</sup>) se afla faimoasa peatera cu acelasi nume. Pe tavanul ei traiesc larvele luminescente ale mustei „puratohe”.

**Parcul Natural Galapagos.** Parcul national este amplasat in arhipelagul cu acelasi nume, o ingramadire de aproape 2 000 de cratere iesite din abisul oceanic, precum si 15 insule ai mari, dintre care principalele sunt Isabela si Fernandine. Caracteristic acestui colt de lume este anomalia climatica: insulele se afla la Ecuator, dar, datorita Curentului rece peruvian (ale carui ape au numai 16°C), temperatura aerului nu depaseste 22°C. Adaposteste o flora si fauna deosebit de originale, cu numeroase endemise, care i-au inspirat naturalistului englez Charles Darwin, dupa vizita sa in arhipelag in anul 1835, celebra teorie evolutionista. Vegetatia este reprezentata, printre altele, de paduri de cactusi gigantici, arborescenti care se intind de-a lungul tarmului, paduri de aloe, mangrove, paduri umede cu muschi si ferigi, pajisti. Dintre elementele faunistice se remarca iguana terestra, soparla gigantica (peste 1 m lungime), care seamana cu balaurii din basme, broasca testoasa uriasa de Galapagos, cormoranul fara aripi, furtunarul cu coada neagra, pinguini, pelicani si inca 70 specii de pasari care nu mai exista nicaieri in alta parte a lumii, pestele papagal, pestele tigr, pestele frunza, descoperit prima oara in Oceanul Pacific.

**Parcul Natural Mount Mc Kinley.** Este cel mai intins parc national din Alaska; are o suprafata de 775 597 ha si este situat la circa 400 km sud de cercul polar si la aproape 500 km de coasta Pacificului. In centrul sau se gaseste cel mai inalt pisc din America de Nord, Muntele Mc Kinley (6 934 m). Se intalnesc zapezi eterne si 12 ghetari, dintre care cel mai lung este Muldrow (56 km). Flora si fauna sunt foarte interesante, iar unele plante si animale pot fi gasite numai aici. Animalele specifice parcului sunt capra alba de munte, caribu, elanul (dintre care o varietate – moose – atinge dimensiuni impresionante si greutatea de 500 kg), ursul brun grizzly, cel mai mare animal al Americii (dupa aproape completa nimicire a bizonilor), berbecul Dall, vulpile rosi. Padurea de conifere cuprinde si palcuri de mesteceni argintii sau de plopi, iar solul este

acoperit de muschi si licheni. Planta cea mai raspandita este buruiana focului, denumita astfel datorita splendidelor sale flori rosi si violacee.

**Parcul Natural Serengeti.** Parcul natinonal ( 1 295 000 ha ) se afla in Tanzania (Africa) si face parte din patrimoniul natural mondial din anul 1980. Are cea mai bogata fauna mare ( peste 1,5 milioane exemplare ). Este situat la poalele muntelui Kilimanjaro, intre Lacul Victoria si craterul vulcanic Ngorongoro. El cuprinde o regiune de savana fara arbori, savana impadurita si cu tufisuri de-a lungul raurilor, precum si zone cu padure deasa. Intre 1 300 si 2 200 m altitudine apare o vegetatie montana. Teritoriul este strabatut de raul Grumeti. Aici traiesc lei, leoparzi, gheparzi, sacali, hipopotami, hiene, elefanti, rinoceri, bivoli salbatici, antilope, girafe, zebre, maimute, struti, crocodili.

**Parcul Natural Yellowstone.** Este cel mai vechi parc national din lume, fiind amplasat in nord-vestul Statelor Unite, intre culmile Muntilor Stancosi, la 2 500 m altitudine, pe un platou. Aici se intalnesc 3 000 de gheizere, vulcani noroiosi (Mud Vulcano, a carui eruptie poate fi auzita pana la o distanta de 1 km). Renumit este gheizerul Old Faithful, care isi ridica coloana de apa fierbinte pana la inaltimea de 38 m. Cascada formata pe raul Yellowstone are o inaltime de 97 m. Padurea fosila este unica in lume. Ea a fost surprinsa de perioade succesive ale activitatii vulcanice, ale carei eruptii au ingropat generatii de paduri, care si-au reluat ulterior ciclul vegetativ, ca sa moara din nou la eruptia urmatoare. Acest ciclu s-a reluat in decursul istoriei de cel putin 27 de ori. In izvoarele termale traiesc alge si bacterii colorate in portocaliu, verde inchis si maro.

## **Tema 5. Turismul - componentă a dezvoltării durabile**

### **1. Conceptul de dezvoltare durabilă**

### **2. Principiile dezvoltării durabile a turismului**

### **3. Turismul și dezvoltarea durabilă a turismului**

### **4. Strategii de dezvoltare durabilă a turismului**

### **5. Asigurarea procesului de durabilitate în dezvoltarea turismului rural.**

#### **1. Conceptul de dezvoltare durabilă.**

Începând cu 1972, anul în care a fost publicat primul raport al Clubului de la Roma - "Limitele creșterii" - și când a avut loc prima Conferința a ONU asupra problemelor de mediu la Stockholm, au fost identificate peste 60 de interpretări ale conceptului de dezvoltare, în noua viziune a interdependentelor dintre problemele mediului înconjurător, bunăstării generale și procesului creșterii economice. Una din aceste interpretări a dus la crearea termenului de ecodezvoltare, care subliniază necesitatea cautării unor strategii concrete de dezvoltare capabile să ducă la folosirea rațională și sănătoasă din punct de vedere ecologic a unui sistem dat, pentru satisfacerea nevoilor fundamentale ale populației locale.

Din cele peste 60 de interpretări ale conceptului de dezvoltare, specialiștii s-au oprit la cea ce pare a defini, pentru moment, cel mai bine, rezolvarea problemelor umanității:



DEZVOLTARE DURABILĂ. Raportul Comisiei Mondiale pentru Mediu și Dezvoltare (CMED), cunoscut și sub denumirea de "Raportul Brundtland" după numele inițiatoarei acestui raport ce poartă titlul "Viitorul nostru comun", apărut în 1987, definește dezvoltarea durabilă ca fiind acea dezvoltare ce satisface nevoile generațiilor actuale fără a prejudica interesele generațiilor viitoare.

Dezvoltarea durabilă înseamnă în plan material menținerea posibilităților și condițiilor de viață pentru generațiile viitoare, în special a resurselor naturale regenerabile cel puțin la nivelul celor existente pentru generația actuală, precum și redresarea factorilor de mediu afectați de poluare. În plan spiritual, dezvoltarea durabilă înseamnă mult mai mult; înseamnă conservarea moștenirii faptelor de cultură, realizate de cei din trecut și de cei de azi și dezvoltarea capacității de creație în viitor, a elitei celor care ne urmează.

Conform definiției date de CMED, dezvoltarea durabilă implică faptul că volumul total al capitalului, format din capital fizic (mașini, drumuri, hoteluri ș.a.), capitalul uman (sănătatea oamenilor, cunoștințele și calificarea lor) și capitalul natural (padurile, aerul, apa și solul fertile), rămâne constant sau crește în timp.

Dezvoltarea durabilă înseamnă 'a gândi global și a acționa local'. Strategiile de dezvoltare durabilă evidențiază interdependența între local și global, între țările dezvoltate și cele în curs de dezvoltare, accentuând necesitatea cooperării între sectorul economic, social și cel de mediu.

Dezvoltarea durabilă a comunităților locale are ca **obiective majore**:

- protejarea mediului,
- combaterea săraciei,
- îmbunătățirea calității vieții, dezvoltarea și
- menținerea unei economii locale viabile și eficiente.

Conceptul de dezvoltare durabilă presupune performanțe pe trei planuri:

- economic – creșterea gradului de exploatare și valorificare a resurselor;
- ecologic – reciclarea, evitarea degradării mediului, reducerea sustragerii terenurilor din circuitul agricol;
- social – creșterea numărului de locuri de muncă, practicarea unor meserii tradiționale, atragerea populației în practicarea turismului.

## 2.Principiile dezvoltării durabile a turismului

Dezvoltarea turistică durabilă nu este doar un concept dezbătut, completat sau reformulat în cadrul conferințelor purtate pe această temă. Necesitatea protejării bogățiilor naturale, sociale și culturale care constituie patrimoniul comun al umanității și a satisfacerii nevoilor turistilor și populației locale a generat apariția în practică a unor forme de turism durabil.

Dezvoltarea durabila a turismului se realizeaza prin forme de turism alternativ, care au la baza urmatoarele principii:

**a. Minimizarea impactului activitatii turistice asupra mediului natural** in vederea obtinerii durabilitatii ecologice contribuind la mentinerea si imbunatatirea starii de conservare prin intoarcerea unei parti a veniturilor la ariile protejate;

**b. Minimizarea impactului negativ al activitatii turistice asupra comunitatii locale** si a membrilor ei in vederea obtinerii durabilitatii sociale prin dezvoltarea acelor forme de turism care nu perturba si nu intrerup viata de zi cu zi a populatiei din destinatiile turistice, evitarea unor situatii ostile in relatia cu comunitatile locale;

**c. Minimizarea impactului negativ al activitatii turistice asupra culturii, traditiilor si obiceiurilor comunitatilor locale** in vederea obtinerii durabilitatii culturale prin dezvoltarea unui turism capabil sa determine mentinerea autenticitatii si individualitatii culturilor locale si care sa evite saturarea acestora cu influente culturale externe;

**d. Maximizarea beneficiilor economice la nivelul comunitatii locale** ca urmare a dezvoltarii turismului in vederea obtinerii durabilitatii economice, constituie unul dintre cele mai importante principii ale dezvoltarii durabile, pus in slujba protectiei si dezvoltarii economice a comunitatilor locale si ariilor protejate;

**e. Educatia, pregatirea, informarea** turistului in vederea imbunatatirii atitudinii personale in ceea ce priveste mediul si reducerea impactului sau negativ; include o componenta ecologic-educativa pentru vizitatori, localnici, administratia locala si populatia locala.

**f. Controlul local**, principiu de baza al dezvoltarii durabile, conform caruia comunitatea locala participa si este consultata in tot ceea ce priveste dezvoltarea turistica durabila, constituind un factor de decizie activ; elementele cheie sunt proprietatea locala asupra elementelor de infrastructura turistica (de exemplu structuri de cazare) si implicarea comunitatii si administratiei locale.

Altfel formulate însă în aceeași paranteze de idei mai pot fi gasite în literatura de specialitate în felul următor (suplinate celor spuse mai sus):

a) activitatea turistica trebuie initiata cu mijloace proprii ale comunitatii locale, iar aceasta

trebuie sa-si mențină controlul asupra dezvoltarii turistice;

b) turismul trebuie sa ofere rezidentilor locuri de munca care sa duca la îmbunatatirea calitatii vietii comunitatilor locale si trebuie realizat un echilibru între activitatile economice deja existente în zona si activitatea turistica;

c) trebuie stabilit un cod de practici pentru turism la toate nivelurile: national, regional si local, bazat pe standarde internationale deja acceptate.

- d) pot fi stabilite, de asemenea, liniile directoare pentru operatorii din turism, monitorizarea impactului diferitelor activitati turistice, cât si limitele de acceptabilitate pentru diferite zone;
- e) trebuie realizate programe educationale si training pentru îmbunatatirea managementului în domeniul protectiei resurselor naturale si culturale.
- f) stabilirea limitelor ecologice, a standardelor și normelor de consum, cu reducerea consumurilor nejustificate;
- g) menținerea unui optim de populație, creșterea demografica fiind în concordanță cu potențialul ecosistemelor exploatabile;
- h) conservarea resurselor de bază și păstrarea arealelor naturale care susțin patrimoniul genetic al florei și faunei;
- i) acces legal la resurse, creșterea efortului tehnologic și folosirea rațională a acestora;
- j) stabilirea unei rate minime de exploatare și de consumare a resurselor așa zise “inepuizabile”;
- k) asigurarea unui management al tuturor resurselor care să pună accent pe calitate.

Indicatorii dezvoltarii durabile trebuie sa reflecte dimensiunile capitalului economic, ecologic si uman, precum si gradul in care populatia are acces la aceste tipuri de capital. Un sistem integrat de indicatori care sa indeplineasca aceste cerinte este dificil de construit, astfel incat sa asigure conditiile de completitudine si comparabilitate a informatiilor.

Dimensiunile economice, sociale si ecologice ale dezvoltarii durabile pot fi surprinse prin indicatori ce caracterizeaza aceste problematici la nivel local, regional si global, dar si prin indicatori de legatura, de relatie intre aceste domenii, indicatori despre care se poate spune ca sunt la granita dintre indicatorii celor trei tipuri de capital.

### **Exemple**

Indicatori ai dezvoltarii durabile a turismului pot fi: numarul de turisti sau numar-zile-turist dintr-o destinatie turistica, nivelul emisiilor de dioxid de carbon datorate mijloacelor de transport in comun dintr-o destinatie turistica, nivelul poluarii fonice de catre turisti, deseurile lasate de catre turisti pe traseele turistice, deseurile reziduale datorate turismului.

### **3.Turismul și dezvoltarea durabilă a turismului**

Impactul turismului asupra mediului presupune analiza relatiei turist - rezerva turistica - produs turistic. Un numar tot mai mare dintre cei implicati, sub o forma sau alta, în activitatile de turism sunt constienti de efectele provocate de dezvoltarea turistica, de impactul acestor activitati asupra populatiei si ambientului. În ultimii ani, deceniile noua si zece ale secolului XX, s-a urmarit ca expansiunea turismului sa se realizeze echilibrat, în conformitate cu standardele care

garanteaza pastrarea echilibrului ecologic si evita suprasolicitarea resurselor, poluarea si orice alte impacte negative asupra mediului.

**Impactul politic.** Este determinat de pozitia în politica turistica a guvernului privitoare la industria turismului consideram ca ar trebui sa aiba urmatoarele directii:

. turismul fiind un sector prioritar al economiei ar trebui sa se dezvolte în viitor cu sprijinul statului;

. folosirea în mod optim a resursele naturale, culturale, ale teritoriului national, cu asigurarea protectiei acestora;

. ridicarea calitatii amenajarilor turistice si a serviciilor turistice si prin îmbunatatirea politicii de resurse umane;

. modernizarea infrastructurii generale si extinderea ei în folosul dezvoltarii turismului.

**Impactul social.** Se manifesta prin influenta pe care o are turismul asupra modului de viata traditional al locuitorilor unei zone, asupra largirii orizontului lor spiritual si profesional. În conditiile în care modul de viata socio-economic are tot mai acute tendinte de generalizare si uniformizare, pastrarea unor elemente cu specific traditional, vor ocupa un loc important în viitorul asezarilor incluse în activitati turistice. Acestea reprezinta caile de pastrare a unei identitati socio-culturale, de dobândire a unei personalitati distincte în cadrul turistic local, national si chiar mondial. Aceasta valorificarea prin turism a patrimoniului natural si cultural al unei zonei turistice prezinta, în plan social, atât un impact pozitiv, cât si unul negativ. Pentru populatia din zonele rurale bunaoara, dezvoltarea în timp si spatiu a activitatilor turistice poate conduce la renuntarea la modul de viata si la ocupatiile traditionale (pastorale, silvicultura, artizanat si mica industrie, etc.) în favoarea unor activitati si servicii turistice care aduc venituri mai rapide si mai importante.

**Impactul economic.** Materializat prin dezvoltarea locala si regionala a localitatilor mai putin favorizate sub aspectul resurselor economice, impactul economic total se concretizeaza în volumul determinat de cheltuielile turistice.

**Impactul cultural.** Este dominat de relatia dintre turisti si populatia locala, care nu este întotdeauna benefica în plan local.

*Aspectele pozitive* sunt date de:

. dezvoltarea si revigorarea traditiilor culturale si religioase;

. diversificarea formelor de artizanat;

. favorizarea cresterii interesului populatiei locale pentru pastrarea si conservarea obiectivelor de interes turistic, naturale si culturale, care astfel pot fi valorificate;

. initierea unor noi actiuni culturale în plan religios, de pelerinaj la manastiri, cu scopul satisfacerii sentimentului de sacralitate crestina, de respect fata de valorile morale.

*Aspectele negative* sunt mai numeroase, iar aparitia lor se face simtita dupa un interval relative mai lung de timp:

- . aparitia de schimbari a mentalitatilor, a valorilor morale sub influenta turistilor, pastrarea unor obiceiuri, datini doar pentru ca sunt pe gustul turistilor, aparitia kisch-ului;

- . adaptarea si copierea de catre rezidenti a unor atitudini si comportamente noi, atribuite turistilor;

- . aparitia unor potentiale conflicte si antagonisme, atunci când turismul devine fenomen de masa, suprasaturat, si conduce la disparitia sentimentului de mândrie fata de propria cultura;

Dezvoltarea turismului de masa, in cea de-a doua jumatate a secolului XX, a coincis cu crearea unei miscari ecologice pe plan international. Odata cu cresterea fluxurilor turistice in zonele naturale s-au intensificat si actiunile organizate de miscarile ecologice in scopul constientizarii presiunii pe care turismul o realizeaza in zonele naturale.

In 1992, la Earth Summit (**Summit-ul Pamantului**) organizat in Rio de Janeiro, Brazilia, Organizatia Natiunilor Unite a pus bazele Agendei Locale 21 constientizand rolul important al autoritatilor locale in procesul planificarii durabile. Agenda Locala 21 este un document care include o strategie de dezvoltare durabila si planul de actiune necesar implementarii acesteia. Agenda Locala 21 include activitati de planificare durabila a planurilor de urbanism, a transportului, a colectarii si reciclarii deseurilor, dar si activitati cu privire la dezvoltarea durabila a turismului, in special in comunitati locale care sunt si destinatii turistice.

Dezvoltarea durabila a turismului necesita implicarea tuturor actionarilor locali dar si participare politica. Realizarea unei dezvoltari durabile a turismului este un proces continuu si presupune o constanta monitorizare a impactului pe care aceasta activitate il are asupra diferitilor factori de mediu. Dezvoltarea durabila a turismului are ca scop si mentinerea unui nivel ridicat de satisfactie a turistilor, cresterea constientizarii acestora cu privire la principiile durabilitatii si promovarea celor mai bune practici turistice.

Masurile pentru protejarea si conservarea calitatii mediului, in special in zonele cu potential turistic deosebit, se impun atat pentru mediul natural prin sensibilizarea constiintei ecologice si educarea turistilor cat si pentru mediul antropic prin reglementari legislative privind stabilirea capacitatii maxime de vizitare a obiectivelor turistice, impiedicarea poluarii vizuale si sonore a acestora.

Scopul realizarii unei dezvoltari durabile a turismului trebuie sa fie subordonat planurilor nationale si regionale de dezvoltare economica si sociala. Actiunile pot viza teluri economice: cresterea veniturilor, diversificarea si integrarea activitatilor, controlul, potentarea si zonarea dezvoltarii; arii sociale: ameliorarea saraciei si inegalitatii distributiei veniturilor, protectia

patrimoniului socio-cultural indigen, participarea si implicarea comunitatilor locale; si arii ecologice: protejarea functiilor ecosistemelor, conservarea si utilizarea durabila a biodiversitatii.

In construirea unei politici de dezvoltare durabila, evaluarea efectelor economice ale turismului este importanta si prin urmare, trebuie avut in vedere impactul pozitiv dar si cel negativ. Din aceasta perspectiva este utila o analiza mai atenta a efectelor negative, tocmai pentru a oferi posibilitatea desfasurarii unor actiuni de eliminare a dezavantajelor si de potentare a beneficiilor dezvoltarii acestui sector de activitate.

**Exemple.** Strategia Comunitatii Europene asupra biodiversitatii include un indrumar atat in privinta problemei dezvoltarii unui turism durabil in cadrul ariilor protejate, cat si a dezvoltarii unui turism cu impact scazut in cadrul locatiilor protejate prin programul european „Natura 2000”. Carta Alba intitulata „Politici pentru anul 2010 privind transporturile in UE: timpul deciziei” si politicile UE referitoare la managementul resurselor de apa si a deseurilor, care afecteaza in mod direct sectorul turismului, pot ajuta de asemenea la promovarea durabilitatii turismului.

#### **4.Strategii de dezvoltare durabilă a turismului**

In formularea unei strategii de dezvoltare durabila a turismului pot fi identificate 3 stadii:

- **analiza problemelor, oportunitatilor si a contextului;**
- **identificarea obiectivelor si luarea deciziilor strategice;**
- **dezvoltarea politicilor si a planului de actiune.**

**I.** Primul stadiu presupune analiza obiectiva a contextului turistic si a resurselor turistice, acordand o importanta deosebita factorilor care influenteaza dezvoltarea durabila: viabilitatea intreprinderilor, capacitatea turistica, evolutia pietei, degradarea mediului, nemultumirile comunitatilor locale. Toate aceste aspecte trebuie cuprinse intr-un studiu accesibil tuturor factorilor implicati pentru a putea fi ulterior discutate in cadrul unor intalniri, discutii libere, workshop-uri si promovate prin mijloacele media locale si nationale.

Analiza situatiei se bazeaza pe culegerea unor date cu privire la: circulatia turistica, calitatea mediului inconjurator, opinia populatiei locale, satisfactia turistilor, analiza firmelor de turism, a infrastructurii turistice, dar si a pietei tinta.

**II.** Pentru a ajunge la cel de-al doilea stadiu, organismele guvernamentale locale si nationale trebuie sa stabileasca impreuna cu ceilalti factori implicati, un set de obiective

strategice, bazate pe principiile dezvoltării durabile și să găsească modalitățile concrete de a le atinge.

**III.** Dezvoltarea politicilor și a planului de acțiune presupune punerea în aplicare a strategiilor pentru a atinge obiectivele stabilite inițial.

Un plan de acțiune pentru dezvoltarea durabilă a turismului trebuie să conțină:

- definirea ariei turistice pentru care se realizează strategia de dezvoltare durabilă.
- identificarea patrimoniului natural, istoric, cultural, analiza infrastructurii, situației economico-sociale.
- analiza clienților actuali și identificarea turiștilor potențiali și a pietelor țintă;
- stabilirea unor obiective strategice pentru dezvoltarea și managementul turismului: conservarea patrimoniului și a mediului înconjurător, îmbunătățirea calității vieții comunității locale și oferirea unor servicii turistice pe măsura așteptărilor clienților;
- realizarea unui plan de acțiune care să facă posibilă atingerea acestor obiective;
- propuneri de monitorizare a rezultatelor și îmbunătățirii acțiunilor.

Un management de mediu adecvat al facilităților turistice și în special al hotelurilor, care să acționeze pentru economisirea apei și energiei, minimizarea cantităților de deseuri, utilizarea materialelor care nu sunt daunătoare mediului înconjurător poate diminua impactul turismului asupra mediului. Planificarea ajută la stabilirea opțiunilor în cadrul conflictelor de interes existente între sectorul industriei și al turismului în scopul identificării acelor modalități de minimizare a acestor conflicte. Printr-o planificare timpurie a procesului de dezvoltare a turismului, prejudiciile și erorile pot fi prevenite, evitându-se astfel deteriorarea graduală a acelor valori ale mediului înconjurător care sunt esențiale desfășurării activităților din turism.

O strategie privind dezvoltarea durabilă a turismului definește problemele prioritare, stabilește comunitatea factorilor de interes, obiectivele potențiale și un set de metodologii prin care pot fi realizate:

- conservarea anumitor peisaje sau habitate, determinante în ceea ce privește atractivitatea zonei sau sunt protejate prin legislația în vigoare referitoare la protecția mediului;
- dezvoltarea unor sectoare regionale specifice ale economiei care pot fi interconectate cu sectorul turismului (de exemplu, producerea specialităților culinare și a obiectelor de artizanat);
- creșterea veniturilor locale prin intermediul investițiilor din sectorul turismului;
- facilitarea dezvoltării unei entități culturale specifice regiunii.

Planul de acțiune cuprinde pașii necesari implementării strategiei și implică soluționarea unor serii de aspecte practice cum ar fi: organizațiile care vor prelua anumite activități, tipul activităților, perioada de timp, prin ce mijloace vor fi îndeplinite aceste activități și cu ce resurse.

Deoarece actiunile trebuie adaptate circumstantelor locale, se poate spune ca nu exista un plan standard de actiune.

Pentru monitorizarea efectelor si nivelului dezvoltarii durabile a turismului din punct de vedere cantitativ se analizeaza urmatoorii factori:

- nivelul turismului, reflectat atat de cererea cat si de oferta turistica;
- stadiul mediului inconjurator si al comunitatii locale;
- profilul si nivelul de satisfactie al turistilor;
- performantele firmelor implicate.

Unele tari au introdus taxe de turism care sunt suportate fie de vizitatori fie de firmele de turism si trebuie folosite la nivel local pentru managementul destinatiei turistice, pentru cauze sociale si pentru conservarea naturii.

**Exemple.** In Bulgaria exista o lege care permite pastrarea de catre municipalitate a veniturilor obtinute din colectarea taxelor locale pentru a le folosi in scopul imbunatatirii infrastructurii. De asemenea intreprinderile ecoturistice sunt sustinute prin capitalul colectat prin taxele de poluare si consum de combustibil. Totodata s-a hotarat la nivel national nu doar integrarea ecoturismului in strategiile asociatiilor regionale de turism, ci si dezvoltarea unei strategii de dezvoltare a ecoturismului in paralel cu implementarea unor planuri concrete de actiune.

In ultimii treizeci de ani s-a observat cresterea atentiei acordate pe plan international dezvoltarii durabile nu doar in domeniul economic cat si in cel cultural si social. Astfel, majoritatea guvernelor, asociatiile de comert, institutiile academice precum si organizatiile nonguvernamentale au constientizat faptul ca nu se poate realiza un progres real care sa aduca beneficii tuturor partilor implicate fara aceasta abordare durabila a dezvoltarii economice.

## **5. Asigurarea procesului de durabilitate în dezvoltarea turismului rural.**

### **A) Contribuția administrației publice centrale, locale în dezvoltarea durabilă a turismului**

Dezvoltarea durabilă este dependentă de politicile de dezvoltare generală și sectorială a așezărilor umane. Astfel trebuie analizate raporturile dintre instituțiile statului și a celor ce aparțin localităților urbane și rurale. În aceste condiții, statul este cel care construiește pârgurile politice, juridice, economice pentru a răspunde nevoilor actuale ale societății umane. Orice țară deține o anumită organizare teritorial administrativă.

Termenul de unitate administrativ-teritorială are două sensuri:



–circumscripție administrativ-teritorială unde organele statului dețin atribuții importante de tipul președinți de consiliu raional; aici se adaugă secțiile judecătorești, curți de apel, poliție;

–colectivități teritoriale-locale, unde într-un spațiu delimitat se află populația grupată în așezări urbane și rurale, care dețin mecanisme de organizare administrativă proprie, de tipul primarului, ales de electorat.

La nivelul UE există o Carta a autonomiei locale care exprimă responsabilitățile multiple a acesteia.

La nivelul de bază al orașului și a unei comune, reprezentanții administrației locale sunt primarul și consiliul local.

Competențele acestora trebuie prevăzute în lege și/sau prin constituție, și ele sunt depline, exclusive și nu pot fi limitate de o altă autoritate centrală. Prin acest sistem se stabilește în mod expres care sunt tipurile de autonomie de care beneficiază o unitate teritorial administrativă:

–autonomia patrimonială în sensul că poate deține bunuri, terenuri în proprietatea publică; în acest sens de administrația publică locală aparțin, piețele, parcurile, grădinile publice, plajele, teatre, biblioteci, spitale, policlinici, monumente de artă plastică și comemorative, fond agricol, forestier, oglinzi de ape etc.;

–autonomie financiară prin care își poate stabili un sistem propriu de taxe, impozite locale, pentru a-și asigura resursele în susținerea unor activități economice și sociale. Există o serie de impozite directe (profit, terenuri, clădiri, mijloace de transport locale) și impozite indirecte (spectacole, concursuri sportive etc.).

Alături de activități interne, există reglementări privind acțiuni externe; acestea pot fi la nivel suprafrontalier și prin cooperări bilaterale dintre localități, între state vecine, sau aflate în imediata vecinătate.

Capitalul antropic este evaluat prin prisma dotărilor edilitare (alimentare energie electrică, apă, energietermică, gaze naturale, fondul de locuințe, activitățile economice și mediul de afaceri etc.). Un loc aparte îl deține capitalul social, unde pe prim plan sunt puse unele fenomene demografice (număr total, evoluție, natalitate/mortalitate, îmbătrânire demografică etc.) deoarece influențează direct resurse de muncă; în plus se face o analiză a nivelului de ocupare a forței demuncă, și formele de pregătire, protecția socială, sănătatea, ordine publică, protecție civilă, agrement, sport, cultură și mass media.

Realizarea dezvoltării durabile se axează în plan prin enunțarea de obiective specific (regenerarea urbană, protecția mediului, infrastructură edilitară etc.). Amplificarea funcțiilor economice aduce în prim plan și susținerea turismului. Turismul este privit ca o activitate care se poate dezvolta pentru a înlocui industrii foarte poluante existente în așezări umane importante.

Dezvoltarea turismului în noile condiții actuale se axează pe realizarea de proiecte cu finanțare externă care pot contribui la modernizarea, diversificarea unităților dotărilor turistice. Susținerea durabilă a turismului se face și prin proiecte de infrastructură generală, de reabilitare a patrimoniului cultural-istoric, utilizare de resurse energetice alternative. Turismul durabil, prin contribuția administrațiilor publice locale reprezintă în esență păstrarea peisajelor naturale valoroase, a identităților culturale ca expresie a unei atractivități originale și unice.

### **b) Dezvoltarea parteneriatului public-privat în dezvoltarea turismului durabil.**

Dezvoltarea economică durabilă a turismului impune adaptabilitatea factorilor de acțiune la schimbările economice, sociale, tehnologice, culturale. Astfel resursele turistice trebuie valorificate, în măsura în care acest proces se derulează conform cerințelor pieței de profil. Susținerea investițiilor majore din turism și a sectoarelor care sprijină turismul nu este numai de competența domeniului privat.

Potrivit stadiului „Tourism planning” elaborat OMT în 1995 rezultă necesitatea realizării unor parteneriate de acțiune. Parteneriatul semnifică realizarea unui acord dintre mai mulți factori de acțiune cu scopul de a-și pune la dispoziție resursele pentru a realiza un obiectiv de interes comun.

Asemenea parteneriate se pot derula între consilii raionale, primării, bănci, agenți economici, asociații profesionale, centre de consultanță și cercetare, persoane fizice. Primării, bănci, agenți economici, asociații profesionale, centre de consultanță și cercetare, persoane fizice. Autoritățile locale pot pune la dispoziție terenuri, clădiri din domeniul public, acordă facilități fiscale, pune la dispoziție bunuri publice edilitare.

Actorii din domeniul privat bancar și economic asigură competențe manageriale, cunoștințe tehnice, forța de muncă, utilaje și echipamente, dar și resurse bănești. Funcționarea în condiții optime a parteneriatului se bazează pe un schimb continuu de informații, date pentru a respecta clauzele acordului încheiat și a depăși obstacolele neprevăzute.

Parteneriatul se poate derula în două forme:

- *parteneriat neformal*, care la bază are o înțelegere verbală și care se derulează pe termen scurt fără a impune resurse financiare mari;

- *parteneriat formal* care are la bază acord scris, negociat între toți partenerii.

Orice acord formal, neformal deține mai multe aspecte: competențele și atribuțiile fiecărui partener, contribuția efectivă și tipul de resurse, etapele de lucru și procedurile, sistemul de comunicare utilizat, rezolvarea riscurilor, a situațiilor neprevăzute, alocarea beneficiilor finale.

Parteneriatele realizate pentru a susține turismul durabil au rolul major de a pune în practică multiple inițiative locale care pot întări funcția turistică a oricărei localități. În aceste condiții prin parteneriate sunt valorificate toate resurse locale, se diversifică activitățile turistice, se modernizează gama de servicii publice ce susțin în mod direct turismul.

## **Tema 6. Specificul turismul rural în Republica Moldova.**

- 1. Caracteristicile tipurilor de turism rural din Republica Moldova.**
- 2. Fondul ariilor naturale protejate de stat din Republica Moldova.**
- 3. Infrastructura turistică rurală din Republica Moldova.**
- 4. Deficiențele practicării tipurilor de turism rural în Republica Moldova.**
- 5. Direcții strategice de dezvoltare și ameliorare a practicării tipurilor de turism rural în Republica Moldova.**

### **1. Caracteristicile tipurilor de turism rural din Republica Moldova.**

În mediul rural din Republica Moldova există multe clădiri construite în stil tradițional, care, după o eventuală reconstrucție, ar putea fi utilizate pentru cazarea turiștilor.

Mediul rural cu comunitățile sale, cu o bogată cultură și tradiții populare, desfășurând activități agricole specifice, reprezintă elemente esențiale pentru dezvoltarea turismului rural. În Republica Moldova practicarea acestei forme de turism poate să aducă beneficii directe comunităților rurale, unde salariile populației sunt sub nivelul mediu, creând noi

locuri de munca si venituri suplimentare pentru fermieri. Satenii pot oferi servicii de cazare in gospodariile proprii. De mentionat, insa, ca nu exista nici-o evidenta a acestor structuri de cazare si nu este elaborat cadrul legislativ necesar pentru a incuraja dezvoltarea turismului rural.

Dintre tipurile de turism care pot fi practicate in mediul rural sunt

- Turism de vacanță
- Turism de sănătate și frumusețe.
- Turism cultural
- Turism de aventură
- Turism de afaceri
- Turismul ecclesiastic
- Turismul vitivnicol
- Ecoturismul
- Și alte forme.

**Turismul de vacanța** Constituie o oportunitate deosebita de a petrece timpul liber destinat vacanței într-un mediu linistit de recreere și de eliberare de stresul urban.

Aceasta forma de turism este motivata de dorinta de intoarcere la natura, la viata si obiceiurile traditionale si presupune sederea in gospodaria taraneasca.

**Turismul de sanatate si frumuseti.** In Republica Moldova functioneaza statiuni balneoclimaterice si de odihna care ofera prestatii in cadrul turismului de sanatate si frumuseti. Ele sunt amplasate in locuri atractive pitoresti, oferind diferite servicii de tratament. In aceste statiuni se odihnesc populatia autohtona si un numar neinsemnat de clienti permanenti din strainatate.

De mentionat cele mai importante statiuni:

a) balneoclimaterice: "Nufarul Alb" (Cahul); "Codru" (Ungheni, Hirjauca); "Bucuria-Sind"; "Nistru" (Vadul lui Voda) etc.

b) de odihna si recreere: "Victoria" (Soroca); "Albinuta" (Ungheni); "Codru"(Ungheni, B ahmut); "Dumbrava Alba" (Balti); "Albasadorf" (Taraclia, Albota) etc..

Republica Moldova detine in proprietate si un sir de statiuni balneoclimaterice si de recreere amplasate pe teritoriul Ucrainei (Truskavet, Sergheevka, Odesa, Koblevo, Zatoka etc.). Particularitatile climaterice favorabile ale Republicii Moldova permit aplicarea instatiunilor balneoclimaterice a diferitelor metode de tratament: helioterapie, aeroterapie, talasoterapie, terencuroterapie, ampeloterapie, peloidoterapie, balneoterapie etc. Izvoarele cu ape minerale din Republica Moldova (peste 47), dispunind de inalte calitati curative, reprezinta un factor determinant de dezvoltare a turismului balnear.

**Turism cultural.** Republica Moldova dispune de un variat potențial cultural care, prin valoarea sa prezintă interes pentru activitatea turistică și poate atrage fluxuri turistice. Potențialul cultural-turistic al Republicii Moldova, pe lângă vestigiile și monumentele sale istorice, în număr de peste 15 mii, se suplimentează cu instituțiile de cultură și artă, cu colectivele de creație etnografică și de folclor, cu arhitectura populară și centrele artizanale și meșteșugărești. Actualmente sunt cunoscute peste 10 mii de meșteri potențiali, dintre care 250 sunt membri ai Uniunii Meșterilor Populari. Folclorul muzical are o valoare deosebită, fiind prezentat de 270 de ansambluri etnofolclorice de maturi și 320 de ansambluri etnofolclorice de copii, de circa 880 de orchestre de muzică populară. Colectivele de creație se intrunesc la diferite festivaluri. Toate acestea, în ansamblu, pot fi valorificate cu succes în turism.

**Turism de aventură.** Este un model de practicare a turismului în mediul rural a cărei caracteristică reprezintă spontaneitatea sejurului, fără a avea un plan de sejur anumit, loc de cazare etc. Mai des este întâlnit în rândul iubitorilor de distracții și în special persoanelor tinere.

**Turism profesional (de afaceri).** Este practicat un interes de serviciu sau un interes individual de către oamenii de afaceri ce desfășoară activități economice și sociale. În mediul rural este practicat în privința organizării și planificării un business, sau să se informeze cu unele tehnici de dezvoltare a afacerii în mediul rural.

**Turism eclesiastic.** Lăcașurile sfinte, ca parte importantă a patrimoniului cultural, prezintă un interes deosebit pentru vizitatori și sunt incluse în diverse oferte turistice.

Actualmente pe teritoriul Moldovei funcționează peste 1200 de biserici, 81 din ele fiind incluse în lista monumentelor ocrotite de stat și 56 de mănăstiri, care de asemenea fac parte din patrimoniul cultural al țării.

**Mănăstirea Căpriană** cu hramul „Adormirea Maicii Domnului” este amplasată în satul Căpriană, la 36 km Nord-Vest de orașul Chișinău și la 16 km față de orașul Strășeni, fiind una dintre cele mai vechi așezăminte monahale din Basarabia. Prima mențiune documentară a mănăstirii este datată cu anul 1420. Având statutul de mănăstire domnească, așezământul monastic s-a bucurat de grija mai multor domnitori ai Moldovei. Mănăstirea, care a fost construită la început din lemn, a suferit de pe urma năvălirii repetate a tătarilor sau turcilor. Ștefan cel Mare este ctitorul bisericii din piatră cu hramul „Adormirea Maicii Domnului” (1491-1496). În perioada sovietică, mănăstirea Căpriană, ca toate lăcașurile de cult din RSS Moldovenească, a avut mult de suferit, averile fiindu-i trecute în proprietatea statului, pentru că în anul 1962 ea să fie închisă și devastată. În anul 1989, odată cu demararea acțiunilor de eliberare națională din Moldova, mănăstirea și-a redeschis porțile.

**Mănăstirea Curchi** cu hramul „Nașterea Maicii Domnului” este amplasată în satul Curchi, raionul Orhei, la o depărtare de 12 km de orașul Orhei și la 55 km de orașul Chișinău.

Mănăstirea are un trecut cultural și religios de două secole și jumătate. Această mănăstire se considera pe timpuri, cât și în prezent, a fi „cea mai frumoasă și mai vestită mănăstire din Basarabia”. Potrivit unor legende, Mănăstirea Curchi, a fost întemeiată de către Ștefan cel Mare, iar ca ansamblu arhitectural s-a format mai târziu, în veacurile XVIII-XIX.

**Turismul vitivinicol.** Istoria viticulturii pe meleagurile noastre numără câteva milenii. În anul 1359, când a fost întemeiată Țara Moldovei, cultivarea viței de vie era una dintre ramurile de bază ale acestui stat feudal. Secole la rând au fost consolidate tradițiile de îngrijire a viței de vie fiind identificate locurile pe care cresc mai bine anumite soiuri. Deja pe la mijlocul sec. XV, a avut loc un fel de divizare a acestei culturi în trei grupuri, în funcție de soiuri: de origine silvică (locale) ameliorate pe parcursul deceniilor, al doilea grup vița de vie adusă de către greci, iar cel de-al treilea grup am moștenit de la coloniștii romani. Un anumit impact asupra dezvoltării viticulturii din Moldova au avut atunci și Ungaria, și Turcia, și chiar Transcaucazia. În prezent, în Moldova sunt cultivate peste 100 de soiuri de viță-de-vie. Vița-de-vie este cultivată în țara noastră în patru areale sau zone de bază: central (Codrii), sud-estică, sudică și nordică, divizate, la rândul lor, în microzone. În prezent, în țară funcționează 142 fabrici de vinuri. 23 dintre acestea dispun de condiții și experiență în ceea ce privește primirea vizitatorilor.

**Combinatul de Vinuri „Cricova”** Combinatul de vinuri „CRICOVA” este, fără îndoială, o perlă a vinificației moldovenești. În subsolurile celebre din calcar natural, sub supravegherea atentă a vinificatorilor, se păstrează excelențele noastre vinuri. Toate foarte gustoase și originale, fapt confirmat prin multitudinea de medalii obținute la expoziții și concursuri internaționale.

**Mileștii mici”** Galeriile subterane de la Mileștii Mici sunt în permanență vizitate de delegații oficiale de numeroși turiști sau de cei interesați în mod deosebit de frumusețile naturale care dezvăluie tainic cultura și tradițiile poporului moldovenesc. Itinerarul excursiei poate fi parcurs cu mașina, dar mult mai plăcut este să faci o plimbare pe jos pe stratele umbrite de felinare, cu denumiri – Cabernet, Aligo-te, Feteasca – care ne duc cu gândul spre un adevărat orașel vinicol subteran.

**“Vinăria Purcari”** În galeriile gospodăriei sunt adunate și se păstrează cele mai bune colecții de vinuri de Purcare, în care există exemplare datând cu anul 1948. Galeriile vinicole vă vor deschide în fața ochilor rânduri de sticle aranjate cu grijă.

Pe teritoriul vinăriei, în sala de degustare, amenajată după moda veche, veți putea gusta nobilele vinuri de Purcari. Atmosfera sălii, magia acestora atrage adevărații cunoscători și iubitori ai vinurilor rafinate, îndemnând la discuții despre gustul vinului, calitățile și valorile acestuia.

## 2. Fondul ariilor naturale protejate de stat din Republica Moldova.

Fondul ariilor naturale protejate de stat din Republica Moldova include urmatoarele categorii de obiecte si complexe natural:

- a)rezervatii stiintifice 5;
- b)parcuri nationale in curs de organizare
- c)monumente ale naturii – 1012
- d)rezervatii naturale 63.
- e)rezervatii peisagistice – 41
- f)rezervatii de resurse – 13
- g)arii cu management multifunctional-32
- e)rezervatii ale biosferei - in curs de organizare
- f)gradini botanice - 1
- g)gradini dendrologice – 2
- i)monumente de arhitectura peisajera -20
- l)gradini zoologice – 1

Cele mai importante arii naturale protejate, care sunt destinate in mod prioritar protectiei mediului, sunt: Codru, Iagorlac, Prutul de Jos, Plaiul Fagului, Padurea Domneasca. Ele fac parte din prima categorie a Uniunii Internationale de Conservare a Naturii si au cel mai strict regim de protectie. Destinatia acestor rezervatii este de a proteja ecosistemele naturale cu toate componentele mediului din cadrul lor, care includ specii de arbori, arbusti si alte specii de plante, la fel si specii de muschi, licheni, ciuperci si intregul complex faunistic. In rezervatiile stiintifice se efectueaza in mod obligatoriu investigatii stiintifice pentru a studia procesele naturale si elabora bazele stiintifice de protectie a mediului.

### Rezervații științifice

**Rezervatia stiintifica "CODRU"** este o arie naturala protejata de stat de aspect silvic, amplasata in partea centrala a codrilor seculari ai Republicii Moldova si are o suprafata de 5177 ha. Rezervatia a fost fondata in 1971. Din cele 5177 ha, teritoriul acoperit cu paduri constituie cca 4 666 ha, sau 90%. Predomina arboretele de gorun - cca 1800 ha, arborete de frasin - aproximativ 1800 ha, arboretele de carpen - 460 ha, de stejar - cca 400 ha. Se intalnesc pe alocuri si terenuri acoperite cu arboret de fag. Invelisul ierbos este determinat de gradul de inchidere a coronamentului arborilor si constituie cca 30% din teritoriu. In rezervatie

se intalnesc cca 1000 de specii de plante, dintre care o parte sunt determinate ca specii rare. Din plantele vasculare peste 50 de specii sunt rare. Rezervatia serveste ca depozit al genofondului padurilor central-europene. Lumea animala este de asemenea diversa si bogata. Se intalnesc astfel de specii de animale cum sunt cerbul nobil, cerbul patat, caprioara, mistretul, bursucul, jderul de padure, pisica salbatica, diferite specii de amfibieni, serpi si pasari. Este de asemenea larg reprezentata clasa insectelor. Regimul de protectie asigura dezvoltarea populatiilor fiecarei specii de plante si de animale, concomitent contribuie la cresterea numerica a reprezentantilor fiecarei specii floristice si faunistice.

**Rezervatia stiintifica "IAGORLIC"** a fost fondata in anul 1988 si are o suprafata de 836 ha. Este amplasata pe malul stang al raului Nistru la varsarea afluentului sau Iagorlac in apropierea satului Goian. Teritoriul rezervatiei consta din doua componente naturale principale - un sector de stepa de peste 300 ha si un sector acvatic reprezentat de golful Goian - de aproximativ 250 ha . Se mai intalnesc sectoare neinsemnate de padure, de lunca, versanti abrupti etc. Rezervatia a fost creata in vederea conservarii speciilor de plante si animale specifice conditiilor de stepa si celor acvatice. Se intalnesc peste 600 de specii de plante, inclusiv liane, semiarbusti, arbusti. Dintre speciile de arbori predomina speciile de stejar, carpen, tei, din arbusti - macesul, porumbarul, scumpia si altele. Complexul faunistic principal este cel din cadrul sectorului de stepa, in care se intalnesc specii de tistari si alte rozatoare, din clasa reptilelor si amfibienilor se intalnesc diferite specii de serpi, soparle, broaste. Este reprezentata clasa insectelor si, partial, cea a ornitofaunei (pasarilor). In sectorul impadurit se intalnesc unele specii de padure cum ar fi caprioara, mistretul, veverta.

**Complexul muzeal Orheiul Vechi.** Lîngă satele Butuceni și Trebujeni meandrele râului Răut delimitează două promontorii alungite, protejate de stînci abrupte de o înălțime considerabilă. Acest "canion" original, surprinzător prin mărția și frumusețea sa, prezintă o adevărată cetate naturală, populată din cele mai vechi timpuri. Anume aici, în acest loc minunat, la o distanță de 60 km de Chișinău, este situat complexul muzeal "Orheiul Vechi" – muzeu sub cerul liber.

Pe teritoriul complexului muzeal cu o suprafață de 220 ha s-au păstrat ruinele mai multor civilizații, cum ar fi cetatea geto-dacică (sec. X-I î. Hr.), orașul tătaro-mongol Șehr al-Cedid (sec. XIV) și orașul moldovenesc Orhei (sec. XV-XVII).

La înc. sec. al XIV-lea Hoarda de Aur a ocupat aceste teritorii și a întemeiat aici orașul Șehr al-Cedid cu aspect tipic oriental. Pînă în prezent s-au păstrat fundamentele și unele porțiuni de ziduri ale celor trei băi publice dotate cu calorifere și conducte de apă din ceramică.

În anii 60 ai sec. al XVI-lea orașul tătaro-mongol și-a încheiat existența, iar în prima jum. ai sec. al XV-lea Orheiul devine oraș prosper și centru important militar al Țării Moldovei.



Astăzi pe locul orașului moldovenesc se pot vedea resturi de ziduri ale citadelei de piatră. Pe la mijlocul sec. al XVI-lea locuitorii Orheiului părăsesc vatra inițială și se instalează la 18 km spre nord, unde mai târziu apare un nou centru urban cu același nume. Vechiul oraș figurează în documente deja ca Orheiul Vechi.

Cea mai mare parte a obiectelor materiale descoperite aici în timpul săpăturilor arheologice se păstrează în colecția complexului muzeal, care numără peste 4 mii de obiecte culturale. Cele mai valoroase dintre ele sunt expuse în sălile de expoziție ale complexului.

Informații valoroase, referitoare la viața de zi cu zi a țăranilor moldoveni și etnografia regiunii oferă muzeul "Casa țăărănească din sec. al XIX-lea", amplasat în satul Butuceni.

Complexul muzeal "Orheiul Vechi" este cunoscut prin mănăstirile sale rupestre, săpate în sec. IX-XV în stîncile de calcar ce se înalță pe malul drept al Răutului. Unul dintre ele, amplasat în apropierea satului Butuceni, e alcătuit din Biserica Adormirea Maicii Domnului care funcționează, din mai multe chilii și o clopotniță din piatră, ridicată în sec. al XIX-lea. Stîncă e încununată cu o cruce din patră – obiectul central al mai multor legende și credințe locale.

**O Suta de Movile.** Monumentul naturii „O Suta de Movile” se întinde pe un teritoriu de aproximativ 1.600 de ha în partea de sud-sud-est a satului Braniște și Avrameni, din raionul Rîșcani. Reprezintă un teren deluros, care se așterne de-a lungul văii Prutului, ocupînd 6 terase ale râului.

Acesta este singurul loc din Europa, unde sînt concentrate într-un număr atît de mare recife submarine ale mărilor antice care acopereau pe atunci acest teritoriu – Marea Tortoniană și Sarmatică. Astfel, acest relief s-a format zece sau douăzeci de milioane de ani în urmă. Ce-i drept există și un alt punct de vedere științific, conform căruia acest relief complex s-ar fi format în rezultatul spălării rocilor sedimentare moi, dar și ca rezultat a alunecărilor de teren.

**Peștera ”Emil Racoviă** este cea mai mare peșteră din Republica Moldova, a 13-a ca lungime în Europa și a 25-a în lume (a 2-a sau 3-a printre peșterile de gips din lume).

Caverna este situată în apropierea localității Criva, raionul Briceni, în nord-vestul Republicii Moldova. A fost descoperită în anul 1959 în urma unei explozii în cariera de gips, atunci fiind denumită în rusă *Золушка* adică *Cenușăreasa*. Cercetările științifice au început abia în 1977.

Peștera, numită în cinstea cunoscutului savant, explorator și speolog român/moldovean Emil Racoviță, este cercetată și cartografiată pe o lungime de cca. 91 km de galerii și labirinturi, care sunt etajate în 3-4 nivele, ce se largesc pe alocuri, formând săli mari. Remarcabile sunt „Sala celor o sută de metri”, „Sala așteptării” și „Soborul”, care ating lungimi de cca. 60 m, lățimi de cca. 30 m și înălțimi de până la 11 m. Plafoanele se sprijină pe coloane impresionante.

În golurile carstice ale peșterii se află peste 20 de lacuri, dintre care cele mai mari sunt: „Lacul Dacilor”, „Lacul Verde”, „O gură de apă”, „Lacul Albastru”, „Lacul Dinozaurilor”, „Lacul Nautilus”, denumite după cultura, imaginația și pasiunile speologilor. Apa lacurilor, după cum au arătat analizele hidro-chimice, are un conținut bogat de săruri minerale, care au un efect curativ asupra organismului uman. Încă o curiozitate încă incomplet explicată a peșterii este și faptul ca fiecare sală și galerie subterană este captușită cu argile fine de diverse nuanțe de culori, datorate mineralizării aleatorii : verde, albastru, roșu, negru, alb.

### **3. Infrastructura turistică rurală din Republica Moldova.**

Infrastructura reprezintă facilitățile ce asigură buna funcționare a societății contemporane pentru un trai confortabil.

Infrastructura general constituie ansamblul formelor de construcții necesare unei zone locuite pentru comunicarea cu restul lumii, care sprijină și fac posibilă dezvoltarea economică (șosele, căi ferate, poduri, aeroporturi, rețeaua de furnizare a apei, de drenare și canalizare, instalații de furnizare a curentului electric, telecomunicații). Pentru activitatea structurilor din industria turistică prioritar constituie: rețeaua de drumuri, transportul de pasageri și facilitățile de comunicare în mediul rural.

Această problemă este pe ordinea de zi și, într-un fel sau altul, toate Guvernele Moldovei suverane au încercat și încearcă să o soluționeze..

Practic toți oficialii noștri, care se ciocnesc cu această problemă sprijină cu mult entuziasm ideea investirii sumelor uriașe de bani în construcția și reconstrucția drumurilor, reclamând la scară largă toate punctele "pro" ale unor asemenea investiții.

Avantaje care presupun următoarele:

- Îmbunătățirea climatului investițional local, creșterea atractivității țării pentru străini, dezvoltarea turismului intern.
- Creșterea populației și crearea noilor locuri de muncă de-a lungul coridoarelor internaționale de transport.
- Creșterea semnificativă a nivelului de interconectivitate dintre regiuni și a reducerii timpului de călătorie.
- Îmbunătățirea siguranței rutiere.
- Reducerea consumului specific de combustibil, reducerea costurilor pentru reparația transportului.
- Creșterea atractivității Republicii Moldova ca țară de tranzit.

### **4. Deficiențele practicării tipurilor de turism rural în Republica Moldova.**

Agroturismul este o forma de turism care se practica nu an atat de mare masura in Republica Moldova. Datorita acestui fapt se atesta un nivel scazut de dezvoltare a acestei ramuri si prezenta a unor numeroase deficiente rezultate din uram fiecarui tip de turism practicat in mediul rural.

Cauza aparitiei deficientelor care impiedica practicarea pe larg a activitatii de turism in mediul rural sunt rezultate dintr-un sir de factori.

#### **Deficiențele practicării turismului rural:**

- Numarul redus al structurilor de cazare in mediul rural, precum si lipsa unui cadru legislativ ce ar reglementa dezvoltarea acestora.

- Nivelul redus de constientizare de catre populatia rurala si autoritatile din teritoriu a necesitatii dezvoltarii turismului rural si a avantajelor acestuia pentru tara noastra.

- Lipsa unei pregatiri adecvate a populatiei din mediul rural pentru a primi vizitatori din tara si de peste hotare.

- Lipsa cunostintelor despre valoarea reala a patrimoniului turistic rural si valorificarea insuficienta a acestuia.

- Lipsa de investitii in infrastructura rurala.

- Insuficienta dotarii tehnico-edilitare (canalizare, alimentarea cu apa, energie electrica, gazificare etc.) in mediul rural necesare turismului rural si problema inhumarii deșeurilor.

- Absenta unor rute rurale trasate (itinerare pentru automobilisti, ciclisti, drumeti etc.).

- Lipsa informatiei despre diferite evenimente culturale din mediul rural (hramul satului, sarbatori traditionale, festivaluri etc.).

- Lipsa facilitatilor turistice in imediata apropiere a atractiilor rurale (servicii de ghidaj si interpret, alimentatie si comert cu suvenire, grupuri de asistenta medicala etc.).

- Indiferenta, uneori vadita, a comunitatilor locale fata de degradarea patrimoniului rural.

- Starea nesatisfacatoare a cailor de acces spre obiectivele turistice amplasate in localitatile rurale.

#### **Deficiențele practicării turismului de sanatate in mediul rural:**

- 

Nu exista o coordonare si reglementare la nivel de stat a activitatii institutiilor balneoclimaterice

- Spatiile de cazare nu sint, in majoritatea lor, amenajate in stil modern si nu corespund exigentelor pentru turismul international.

- Utilajul medical si mobilierul sint inechite.

- Personalul nu posedă limbi de circulație internațională.

- Starea tehnica a cladirilor si infrastructura aferenta sint deplorabile.
- Nu exista oferta pentru agrement aditional (bazine de inot, terenuri de tenis etc.).
- Lipsesc posibilitatile pentru o alimentatie diversificata conform exigentelor turistilor.
- Nu exista materiale promotionale de calitate editate in limbi de circulatie international.

#### **Deficiențele practicării turismului cultural în mediul rural :**

- Imperfecțiunea sistemului de ocrotire a patrimoniului cultural; ca rezultat, multe obiective culturale (monumente de arhitectura, monumente istorice, obiecte de arta, teatre, palate de cultura) se afla într-o stare de degradare și nu pot fi incluse în circuitul turistic.

- Lipsa panourilor informationale în apropierea acestor obiective.
- Lipsa sistemului de publicitate a monumentelor.
- Lipsa accesului amenajat pentru vizitatori spre cele mai importante monumente și situri culturale.
- Lipsa capacităților de primire pentru vizitatori în zonele cu o deosebită atracție culturală.
- Lipsa spațiilor amenajate adecvat pentru organizarea activității meșterilor populari.
- Lipsa sistemului de magazine destinate comercializării obiectelor de artizanat.
- Lipsa modalității de stimulare economică a tinerilor pentru antrenarea lor în domeniul artizanatului.
- Lipsa oportunităților de formare inițială profesională în domeniul meșesugurilor și artizanatului. Ca și alte deficiențe ce le are fiecare din tipurile de turism practicate în cadrul mediului rural precum în cazul

Turismului de Aventura persoanele care practică acest tip de turism în mediul rural sunt dispuși la pericolul sănătății personale datorită lipsei asigurării de sănătate la timp în cazul unor accidente, datorită faptului că mediul rural nu dispune de asistență medicală urgentă, iar deplasarea în unele locuri ale țării a asistenței medicale este imposibilă datorită infrastructurii neadecvate și a distanțelor lungi în timp, ceea ce pune în risc sănătatea și viața persoanelor.

### **5. Direcții strategice de dezvoltare și ameliorare a practicării tipurilor de turism rural în Republica Moldova.**

Pentru practicarea tipurilor de turism în mediul rural este necesară implementarea unor direcții și strategii de dezvoltare pentru ameliorarea situației și valorificarea adecvată a spațiilor și patrimoniului turistic rural, ca:

- Elaborarea și implementarea cadrului legislativ necesar cu privire la turismul rural.

- Efectuarea clasificarii structurilor de primire a turistilor in localitatile rurale.
- Identificarea comunitatilor rurale in care exista posibilitati pentru implementarea unor proiecte-pilot in domeniul turismului rural.
- Crearea in teritoriu a serviciilor de specialitate in domeniul turismului.
- Crearea bazei informationale, editarea de ghiduri si cataloage privind oferta de turism rural.
- Elaborarea si promovarea proiectelor investitionale pentru crearea, repararea si modernizarea infrastructurii generale si a celei turistice.
- Implementarea unui program de instruire la nivelul autoritatilor administratiei publice locale si al populatiei.
- A elabora un program guvernamental privind dezvoltarea turismului balnear.
- A efectua acreditarea statiunilor balneoclimaterice, a bazelor de odihna si recreere, a clasifica structurile de primire turistica din cadrul acestor statiuni.
- A efectua analiza resurselor de ape minerale din Republica Moldova si a calitatii acestora din punct de vedere balneoclimateric si a elabora proiecte investitionale spre a fi promovate pe piata internationala.
- A asigura implementarea unui program de training pentru managerii statiunilor si unitatilor relevante in vederea unui management si marketing turistic eficient.
- A implementa un program de marketing in general pe republica si in particular pentru statiuni.
- A include in sistemul de cercetari statistice in domeniul turismului rapoarte statistice ale statiunilor balneoclimaterice si statiunilor de odihna si recreere.
- A amenaja zonele de odihna si recreere in conformitate cu standardele international
- Perfectionarea si dezvoltarea activitatilor de protectie si restaurare a obiectivelor patrimoniului cultural.
- Instalarea panourilor informationale in apropierea celor mai importante obiective culturale.
- Elaborarea unui sistem de publicitate a monumentelor.
- Amenajarea cailor de acces spre diferite obiective culturale.
- Constructia si amenajarea capacitatilor de cazare a vizitatorilor in zonele cu un deosebit potential cultural.
- Facilitarea crearii si functionarii atelierelor specializate pentru artizanat si mestesuguri populare, si includerea acestora in circuitul turistic.
- Facilitarea vnzarii obiectelor de artizanat prin diferite retele de magazine.

- Organizarea instruirii și a formării profesionale a specialiștilor în acest domeniu prin intermediul școlilor polivalente.
- Promovarea și desfășurarea evenimentelor culturale în incinta muzeelor.

### **Tema 7. Promovarea turismului rural.**

- 1. Obiectivele pe termen mediu și lung privind dezvoltarea turismului rural în Republica Moldova.**
- 2. Forme de promovare prin prisma publicității**
- 3. Promovarea prin prisma vânzărilor.**
- 4. Departamentul de comunicare și relațiile publice (PR)**

## 1. Obiectivele privind dezvoltarea turismului rural în Republica Moldova

*Promovarea turismului rural* presupune: comunicarea, transmiterea de informații de la vânzător la comparator, al cărui conținut se referă la produs sau la întreprinderea ori organizația care îl comercializează. Transmiterea informației se poate realiza prin diverse mijloace, atât personale cât și impersonale, iar scopul ei este de a convinge potențialii consumatori de beneficiile pe care le vor aduce cumpărarea sau utilizarea produselor sau serviciilor oferite de o anumită organizație.

Activitățile de comunicare completează și ajută mijloacele de distribuție și mai ales produsele turistice, atunci când anumite instrumente de comunicare, sunt în același timp și de distribuție, cum sunt ghidurile de servicii turistice.

Instrumentul de comunicare dobândește în sectorul turistic o relevanță specială deoarece da produsului o anumită imagine. În turism aceasta imagine este esențială deoarece factorii de distanță până la produs și intangibilitatea serviciilor fac să se poată vinde doar imagini și promisiuni pentru a da răspuns unor eventuale așteptări, harți.

La noi în țară, promovarea se realizează pe trei planuri, respectiv:

- **național**, prin cadrul Guvernului în subordinea căruia se află și Agenția Națională a Turismului
- punerea în practică a strategiei de promovare la nivel **zonal** revine asociațiilor de promovare teritoriale cât și autorităților publice locale și raionale.
- precum și la nivel micro, fiecare agent economic din industria ospitalității stabilindu-și în mod individual propria politică de promovare turistică.

Pentru întreprinderile de turism rural, publicitatea, publicațiile (cataloge, afișe, harți și trasee, ghiduri turistice, și de servicii sau pliante), relații publice, târgurile și internetul, constituie principalele instrumente de comunicare cu piața.

Obiectul unei campanii publicitare poate fi acela:

- de a face cunoscut produsul/ serviciul, la un număr cât mai mare de persoane pentru a-i incita să cumpere ,
- de a mari notorietatea sa
- de a schimba imaginea produsului și de a informa mai bine publicul asupra caracteristicilor unui produs.

## 2. Forme de promovare prin prisma publicității.

În funcție de vehiculul informațional folosit, putem vorbi de trei mari **forme de promovare prin prisma publicității**:

- a) publicitatea prin mass-media,
- b) publicitatea exterioara si
- c) publicitatea directa.

### **A.Publicitatea prin mass-media.**

Vom prezenta pe scurt avantajele si dezavantajele oferite operatorilor turistici de fiecare mediu informational in parte.

***Presa scrisa*** (ziare si reviste) prezinta urmatoarele avantaje principale:

- costul redus relativ la efectul scontat;
- operativitatea: mesajele pot fi transmise rapid;
- flexibilitatea: mesajele pot fi usor schimbate de la o aparitie la alta (este deci usor de testat mesajul publicitar);
- capacitatea de stocare: mesajele care intereseaza se pot pastra;
- selectivitatea: reclamele pot fi amplasate in acele publicatii si in acele pagini care este foarte probabil sa intereseze pe potentialii clienti (anuntul unei agentii de voiaj poate fi publicat intr-o revista turistica sau in sectiunea de turism a unui cotidian);
- regularitatea aparitiei.

Dezavantajul acestui mediu de comunicare, in special al ziarelor, este acela ca durata de viata a unui mesaj publicitar este redusa; el trebuie repetat de multe ori pentru a fi constientizat. In cazul revistelor aceasta durata de viata este mai mare iar reclama poate fi realizata in conditii grafice superioare; pe de alta parte, timpul necesar plasarii mesajului este mai lung, iar costurile sunt sensibil mai ridicate in comparatie cu ziarele.

***Radioul*** ca mijloc publicitar are urmatoarele avantaje:

- operativitate ridicata;
- aria larga de raspandire;
- costul scazut (comparativ cu presa scrisa);
- posibilitatea utilizarii unui fond sonor atragator;
- gradul inalt de selectivitate.

Dintre dezavantajele radioului am putea semnala:

- caracterul efemer al emisiei-receptiei mesajului;
- probabilitatea redusa de receptie a mesajului (cei care asculta radioul fiind de multe ori concentrati asupra altui lucru);
- imposibilitatea stocarii mesajelor de catre cei interesati.

***Televiziunea*** este vehicolul publicitar cel mai costisitor, el avand totusi o serie de avantaje certe in raport cu celelalte, cum ar fi:



- posibilitatea asocierii tuturor celor trei elemente ale unui mesaj, si anume textul, sunetul si imaginea;

- posibilitatea de a beneficia de asistenta si consultanta profesionistilor din televiziune;
- audienta larga de care se bucura in randul clientilor potentiali;
- prezenta la televiziune confera prestigiu firmei.

Dintre dezavantajele televiziunii, in afara de costul foarte ridicat, putem aminti:

- durata foarte scurta a mesajului (necesitatea de a-l repeta indeajuns de des);
- probabilitatea mai mica de receptare, datorata numarului mare de canale si de emisiuni intre care audienta are de ales;

**Cinematograful.** Reclama prin cinematograful se adreseaza unui auditoriu selectiv si fractionat. Filmele publicitare sunt difuzate de regula cu ocazia proiectiilor unor filme artistice, inaintea acestora sau intr-o pauza. Filmele publicitare propriu-zise au o durata scurta, de pana la 5 minute, iar filmele documentare (cu caracter comercial) o durata de pana la 30 de minute. Cinematograful este un mijloc publicitar foarte scump, deoarece presupune utilizarea unor spatii si echipamente speciale. Un alt dezavantaj al acestui mijloc promotional este tendinta de scadere a numarului de spectatori de cinema, ca urmare a concurentei televiziunii.

#### **B. Publicitatea exterioara.**

Din aceasta categorie fac parte in special:

- panourile publicitare si
- publicitatea pe vehicule.

**Panourile publicitare** au dimensiuni foarte mari si sunt amplasate in zonele aglomerate ale oraselor sau de-a lungul cailor de comunicatie circulante. Timpul lor de expunere poate fi de la cateva saptamani la cateva luni. Aceste panouri fac parte din vehiculele promotionale *above-the-line* ("maxi-media") si sunt accesibile doar operatorilor turistici cu putere financiara, intrucat sunt destul de scumpe.

**Publicitatea pe vehicule**, fie ca este vorba de mijloace de transport in comun sau de vehicule apartinand operatorilor turistici a devenit in ultimul timp o forma foarte uzitata de publicitate. Pe de o parte, suportul informational in miscare ajuta la raspandirea mai rapida a mesajului, dar pe de alta parte timpul receptionarii mesajelor este foarte scurt, ceea ce constituie un dezavantaj.

#### **C. Publicitatea directa.**

Denumita si *marketing direct*, publicitatea directa se realizeaza fie prin contact nemijlocit cu clientul (cu ocazia saloanelor, expozitiilor si a standurilor de turism) fie prin intermediul telefonului, faxului, postei sau calculatorului. Fiind mai costisitoare decat celelalte

forme de publicitare din punctul de vedere al costului pe client contactat, ea se recomanda a fi folosita in relatiile cu intermediarii si cu acele persoane pentru care exista o probabilitate mare de a fi transformate in clienti.

**Telefonul** are avantajul de a fi un mediu care permite comunicarea imediata cu potentialul client si obtinerea unui raspuns rapid din partea acestuia. Principalele dezavantaje ale telefonului ca instrument de marketing stau, pe de o parte, in dificultatea transmiterii de mesaje lungi si complexe, iar pe de alta parte, in imposibilitatea de a ajunge la acele persoane care nu au telefon. Succesul unei campanii publicitare prin telefon este conditionat in primul rand de segmentarea precisa a publicului: abordarea numai a acelor categorii de persoane care ar putea deveni clienti si transmiterea unui mesaj adaptat fiecarei categorii.

**Posta.** Publicitatea prin posta presupune existenta unei *liste de adrese* din care firma isi va selecta destinatarii. Aceasta lista poate fi una existenta deja la firma (baza de date a clientilor dintrecut) sau poate fi cumparata ori inchiriata. Posta poate fi utilizata pentru a expedia potentialilor clienti materiale promotionale tiparite, in special pliante, insotite de cupoane de comanda care pot fi completate si trimise ofertantului. Publicitatea prin posta poate fi combinata cu telemarketingul (expeditia este urmata de un apel telefonic prin care destinatarul este intrebat daca a primit pliantul si daca l-a interesat oferta). Nici publicitatea prin posta nu se bucura de foarte multa popularitate in turism, fiind preferata distributia brosurilor si pliantelor prin intermediarii turistici specializati (agentii de turism).

**Publicitatea prin Internet.** Web-ul este si un excelent instrument de distributie a produselor si serviciilor; prin intermediul sau, un turist poate face o rezervare sau cumpara un bilet, de multe ori platind in momentul achizitiei, cu ajutorul cartii de credit. Daca ar fi sa incercam o clasificare a site-urilor turistice existente in acest moment, am putea identifica site-urile apartinand prestatarilor turistici de toate categoriile (hoteluri, lanturi hoteliere, pensiuni, vile, restaurante, companii de transport etc. – tot mai multe firme din aceste domenii isi organizeaza o prezenta online), site-urile intermediarilor specializati (unde viitorul turist poate vedea si compara ofertele a sute de agentii, si apoi poate rezerva un loc pentru programul turistic care ii place cel mai mult) si site-uri care promoveaza potentialul unei destinatii turistice.

### **3. Promovarea prin prisma vânzării.**

Spre deosebire de publicitate promovarea vanzarilor are drept obiectiv indeosebi stimularea cererii (cresterea sa cantitativa) pe termen scurt. Prezentam in continuare cateva din mijloacele de promovare a vanzarilor cele mai utilizate in turism.

#### ***Reducerile de tarife.***

Atunci cand apeleaza la asemenea reduceri, operatorii din turism mizeaza pe:

- atragerea de noi clienti (cei care nu-si puteau permite pana acum serviciile);
- cresterea frecventei cumpararilor;
- cresterea cumpararii specifice (adica a numarului de zile afectate unui sejur, a numarului de nopti la un hotel etc.);
- uniformizarea cererii (aducerea cererii din extrasezon la niveluri apropiate celei sezoniere).

Pentru ca reducerile de tarife sa-si atinga scopul este necesar ca ele:

- sa nu fie asociate in perceptia consumatorilor cu o reducere a calitatii prestatiilor;
- sa fie suficient de importante (o reducere cu 5% are putine sanse de a atrage, in timp ce o reducere cu 20% este mult mai convingatoare);
- sa fie propuse in perioadele potrivite (o reducere a tarifelor in plin sezon ar fi greu de justificat);
- sa nu provoace reactii nefavorabile puternice din partea concurentei.

Reducerile de tarife in turism se prezinta in trei forme:

- *oferte speciale*, insemnand reduceri de tarif propuse numai intr-o anumita perioada;
- *vanzarile asortate*, atunci cand este vorba de un pachet de servicii diferite (cazare, masa, transport, agreement) vandute in regim forfaitar
- *vanzari "multipack"*, atunci cand oferta se prezinta sub forma unui pachet de prestatii de acelasi fel, tariful global fiind degresiv in raport cu volumul prestatiilor (de exemplu, trei nopti la hotel la pret de doua).

**Jocurile si concursurile** organizate pe teme turistice (ai caror castigatori sunt premiati din fonduri speciale) antreneaza reprezentanti ai clientelei potentiale, specialisti in turism etc. Ele permit in principal informarea discreta a clientelei potentiale cu privire la produsele si serviciile turistice pe tema carora sunt organizate.

**Loteriile si tombolele.** pot fi asimilate jocurilor, ele constand in acordarea unor premii printragere la sorti. Pentru a participa la ele, turistii potentiali trebuie sa se deplaseze in locurile in care sunt organizate.

**Seminariile, conferintele, targurile.** Seminariile sunt destinate in special informarii distribuitorilor sau fortei de vanzare asupra ofertei operatorului turistic. Ele dureaza 24-48 de ore si se pot organiza fie la sediul operatorului, fie in una din destinatiile turistice, fie in centrul unde se afla sediile distribuitorilor importanti. Conferintele se adreseaza cu precadere marelui public, bazandu-se pe prezentari audio-vizuale si organizandu-se in centrele de origine ale turistilor potentiali. In cadrul targurilor de turism, clientela potentiala are posibilitatea de a se intalni cu

organizatorii de voiaje, cu reprezentantii companiilor aeriene, maritime sau feroviare, cu reprezentantii unor lanturi hoteliere etc.

***Voiajele de stimulare sau promotionale*** reprezinta o posibilitate oferita turistilor de a "testa" un program turistic (voiaj) inainte de a fi lansat pe piata. Uneori aceste voiaje sunt finantate de mai multi parteneri, intrucat presupun costuri mari si ridica probleme de organizare deosebite. Pentru ca aceasta metoda de promovare sa dea rezultate, ar fi poate recomandabil ca participantii la un voiaj de stimulare sa fie personalitati sau lideri de opinie, pentru a putea influenta la randul lor un numar cat mai mare de persoane.

***Publicitatea la locul vanzarii*** (PLV) este foarte utilizata in turism. Afisele amplasate in interiorul agentiilor de turism si in vitrinele acestora au rolul de a stimula imaginatia clientilor si de a-i provoca sa ia decizia de cumparare pe loc.

***Cadourile*** mijloace promotionale costisitoare, dar eficiente. Ele au efecte pozitive mai cu seama in randul clientilor cu venituri mai modeste.

#### **4. Departamentul de comunicare și relațiile publice (PR)**

Relatiile publice constau din contactul permanent, sistematic al firmei de turism cu clientela, mass-media si cu grupurile de interese, contact menit sa creeze si sa intareasca increderea in firma, precum si sa construiasca o atitudine favorabila fata de oferta sa.

Exista doua categorii de public pentru o firma:

- *publicul intern* (propriul personal);
- *publicul extern*, componenta a mediului de marketing.

**Elaborarea unui program de relatii publice (RP) presupune parcurgerea urmatoarelor etape:**

A) *stabilirea obiectivelor campaniei de relatii publice.* Aceste obiective vizeaza ingeneral informarea asupra activitatilor firmei, intarirea credibilitatii sale, stimularea fortei de vanzare si a distribuitorilor. Printre obiectivele particulare ale unui programde RP se pot numara sprijinirea lansarii unui nou produs turistic, pozitionarea sau repositionarea unei destinatii turistice, imbunatatirea imaginii negative a unui produs sau destinatii turistice, cresterea interesului pentru o destinatie, crearea imaginii firmei sau a produselor sale;

B) *alegerea mijloacelor de desfasurare a campaniei.* Mijloacele de informare utilizate in relatiile publice sunt foarte diverse, fiind uneori diferite in functie de categoria de public vizata.

Astfel,

relatiile cu publicul intern se realizeaza prin:

- scrisori de informare;

- adrese și note interne;
- jurnale interne;
- seminarii, reuniuni, conferințe;
- sărbători ale firmei;
- manifestări culturale-sportive etc.

Relațiile cu publicul extern se pot baza pe:

- vizite ale ziaristilor;
- comunicate de presă;
- jurnale, reviste, buletine de informare;
- zile ale porților deschise;
- crearea de evenimente;
- reuniuni, conferințe, recepții
- sponsorizări etc.

C) *implementarea programului de relații publice;*

D) *evaluarea eficienței programului.* Ca și în cazul publicității, această evaluare pune probleme, din cauza faptului că RP sunt folosite în paralele cu alte tehnici promotionale. Se pot estima relativ ușor rezultatele unor campanii în termeni precum spațiul consacrat firmei în mijloacele de informare în masă sau numărul aproximativ de persoane la care au ajuns mesajele firmei, dar estimarea contribuției efective a relațiilor publice la creșterea vânzărilor sau profitului este mult mai dificil de realizat.

### **Scurt istoric al evoluției fenomenului turistic.**

În istoria fenomenului turistic se poate de scos în prim plan existența a trei etape evolutive distincte și anume:

- etapa turismului incipient;
- etapa pseudo-turistică;
- etapa turismului modern și contemporan;

Etapa turismului incipient își are debutul în antichitatea timpurie, când fenomenele și elementele naturale de excepție reușesc să-și exercite atractivitatea asupra locuitorilor din nemijlocita vecinătate. Apariția focarelor de civilizație din Asia de Est (China), Asia de Sud (India) sau Asia de Sud-Vest (Indus, Mesopotamia), a celor din jurul bazinului mediteranean (greacă, romană, feniciană, egipteană) reprezintă premise favorabile ale mișcărilor cu caracter turistic.

Se pot delimita așadar câteva regiuni în interiorul cărora, dar și de la o regiune la alta, au avut loc mișcări de populație cu caracter turistic. Cea mai cunoscută rămâne regiunea M. Mediterane suprapuse arhipelagului grecesc, peninsulei italiice, Asiei Mici și Egiptului.

Grecia antică se detașează ca arie polarizatoare prin renumitele sale edificii cu funcție culturală religioasă sau sportivă, prin oracolele și jocurile sale. Alături de construcțiile

inegalabile ale Atenei având ca aureolă complexul arhitectural de pe Acropole, călătorii lumii antice poposeau de asemenea la Corint, Teba sau Micene, în Chosos (pentru a vizita renumitul labirint), pe insula Rhodos, Chios sau Lesbos.

„Asia Mică,, completează patrimoniul turistic al antichității cu numeroase și inedite elemente. Avem în vedere cetățile grecești și elenistice, înfloritoarele orașe porturi de pe țărmurile mărilor limitrofe, dar și frumusețile unui peisaj inedit de o mare forță atractivă. Miletul, Efesul, Halicarnasul sau Smirna (cel mai frumos oraș de sub soare) sunt nu numai vatra unora din cele șapte minuni ale lumii (Templul Dianei din Efes, Mausoleul din Halicarnas) dar și centre ale unei lumi care se află într-o plină creștere socio-economică și politică favorabilă circulației persoanelor dintr-un loc în altul Egiptul faraonilor cu contribuțiile lor mortuare impunătoare, cu jubileele regale ce aveau loc la 3-4 ani în diferite orașe, cu regatele maritime și fluviale la care pe lângă competitori mai participau și mii de privitori.

Aici evidențiem pe lângă prezența vestitului oraș Alexandria (vestit prin renumita sa bibliotecă fondată de Ptolomeu și distrusă de arabi) și orașele Teba, Karnak-ul, Luxor, Memphis și mai ales Conopesul, prima stațiune balneo-climaterică din lume cunoscută pentru tratamentul maladiilor respiratorii.

În peninsula Italică odată cu înflorirea civilizației romane obiectivele de interes recreativ și spiritual se înmulțesc. Cetatea eternă, Roma, devine răscrucerea tuturor drumurilor, iar Pompeiul situa tla numai 133 km distanță spre sud, o stațiune estivală pentru patricienii romani. Insula Capri, cu glotaei “de azur” atrage numeroși vizitatori cum o face de altfel și vâltorile de lavă ale Vezuviului sau Etniei în vecinătate.

În Asia, în aceeași etapă, se individualizează două regiuni mai importante și anume cea a Orientului Mijlociu suprapusă câmpiei Mesopotamiei și podișului Iranian, unde au înflorit civilizațiile sumeriene sau persane, respectiv cea a Asiei de Est și Sud-Est unde au loc frecvente călătorii ale călugărilor budiști chinezi spre India sau Indonezia. O trăsătură specifică a acestei etape este orientarea cererii înspre obiectivele și activitățile de proveniență antropică. Cadrul natural atrăgea numai prin fenomene și obiecte cu totul impunătoare (cataractele Nilului, Vezuviu, insule Capri).

Tot în această etapă premergătoare apar primele elemente ale infrastructurii viitoare. Așa sunt hanurile construite de-a lungul drumurilor romane, “institutele de ospitalitate” din așezările mari ale bazinului mediteranean (Cartagina, Tyr, Spania, Egipt). În sfârșit, din necesitatea protecției și a bunei orientări a străinilor în teritoriu, în China apar însoțitori remunerați ce amintesc ghizii excursiilor de azi.

Etapa pseudo-turistică – se suprapune evului mediu timpuriu și mijlociu (până în epoca renașterii, în Europa), când premisele atât de favorabile ale afirmării turismului în antichitate se estompează din cauza fanatismului religios și a circumstanțelor politice: fărâmițarea domeniilor feudale într-un mare număr de state fiecare cu o legislație proprie adesea restrictive circulației persoanelor, a deselor războaie între seniorii feudali etc.

Deplasarea dintr-o regiune în alta are loc sub formă preponderent de pelerinaje religioase. Centrele de atracție regională sunt Roma și Ierusalimul pentru creștini, Meesa și Medina pentru musulmani, Lhasa sau sanctuarele din India pentru budiști, muntele Fugi pentru japonezi. Spre ale se îndreaptă convoaie de credincioși conduse de ghizi călugări.

Altă cauză a deplasărilor din evul mediu sunt schimbările comerciale. Acum apar primele drumuri de-a lungul și de-a latul Europei. Deosebit de cunoscută este activitatea desfășurată de-a lungul “drumului mătășii ce traversa Asia de la Est la Vest cu ramificații spre Bizanț și centrul Europei.

Concomitent se intensifică legăturile maritime, în special în bazinul M. Mediterane, unde apar primele porturi mari devenite apoi puteri maritime în toată legea (Veneția, Genova, Marsilia). Același rol, îl au transporturile pe apă din Asia de Est și Sud-Est, deși i în ambele cazuri scopul principal era comerțul sau diplomația amprenta turistică se simte. circulația poleiurilor și comercianților a dus la edificarea unei dense rețele de hanuri localizate cu predilecție de-a lungul drumurilor continentale, la intersecția acestora sau în orașe.

În aceeași perioadă se înfiripă din nou după o întrerupere de câteva sute de ani, turismul cultural, favorizat de înființarea primelor universități cum sunt cele de la Bologna (1119), Ravenna (1130), Sorbona (1200), Cambridge (1209), Oxford (1214), Padova (1222), Neapole(1224), Pisa(1346), Praga(1348), Cracovia(1364), Viena(1365) etc.

O altă caracteristică a turismului din evul mediu este discontinuitatea sa în timp, determinată de migrația popoarelor, îndelungatele războaie feudale (războiul de 100 de ani, războiul de 30 de ani), de epidemii și foamete.

Etapa turismului modern și contemporan își are debutul în evul mediu târziu, când renașterea largesc orizontul spiritual al umanității integrându-i noi spații geografice.

Această etapă se subdivide la rîndul ei în trei perioade, și anume:

- perioada cuprinsă între sec. 15-17 (inclusiv);
- perioada cuprinsă între începutul sec. 18 pînă în 1950;
- perioada turismului de masă (după 1950)

a) Perioada cuprinsă între sec.15-17 coincide cu intervalul temporal desfășurat concomitent și înfloririi culturii europene în epoca Renașterii. Este perioada descătușării din chingile misticismului religios, dar și a expansiunii coloniale. Dacă pînă la începutul sec. 15 bazinul mediteranean reprezenta regiunea maritimă cea mai importantă, odată cu descoperirea și colonizarea Americii rolul său este luat de O. Atlantic și O. Indian. Intensificarea călătoriilor este direct proporțională cu creșterea numărului persoanelor ce se deplasează dintr-o zonă în alta; concomitent rețelele de transport se întetesc, circulația persoanelor este liberalizată, inclusiv prin introducerea la sfârșitul acestei perioade a pașapoartelor.

b) Perioada revoluției industriale este benefică și pentru activitățile turistice. De altfel numai o societate industrializată și nu una agrară a putut genera turismul de masă. Explozia demografică din țările Europei Apusene a dus la creșterea bruscă a populației, respectiv a practicantilor turismului, iar schimbarea modului de viață s-au constituit în premise favorabile fenomenului recreativ.

Căile de transport și bazele de cazare se diversifică, multiplică și modernizează (căi ferate, avioane, autoturisme, trenuri rapide). Apar primele hoteluri, sunt deschise noi stațiuni balneare în Germania, Franța, Cehoslovacia etc. De asemenea se dezvoltă primele întreprinderi și activități cu caracter strict turistic. Astfel apare ca formă de organizare călătoria turistică, inițiată de Thomas Cook, în anul 1841, cel care va pune ulterior bazele agențiilor de voiaj, respectiv a premiselor turismului internațional.

Concomitent, în Franța, Germania, Norvegia, Elveția, Italia, Suedia, apar cluburile de turism-alpinism și asociațiile de vacanță pentru promovarea activităților de recreere. De la practicarea individuală sau în grupuri limitate se ajunge la turismul cu caracter de masă.

În această perioadă în care pe plan cultural artistic înflorea romantismul și impresionismul, are loc reorientarea omului spre natură, spre valorile eterne ale peisajului. Ponderea atractivității aparținând cadrului natural reușește astfel să o depășească pe cea a obiectivelor de proveniență antropică, hotărâtoare în acel moment.

Începând din a doua jum. a sec. 19, se pun bazele infrastructurii turistice propriu-zise, a așezărilor cu funcție turistică de pe Coasta de Azur (Nisa, Cannes, Monte Carlo, Saint Tropez etc), cele de pe riviera italiană (San Remo, Savona, Viareggio), sau spaniolă (Torremolinos, Aquillas, Santiagode Ribera etc).

Primul ghid turistic apare în anul 1672, în Franța, fiind elaborat de Saint Morece, ghid urmat, după aproape două secole de cele editate în Anglia sau Germania. Începând cu deceniul doi al secolului nostru geografia turismului ajunge obiect de studiu la universitățile din Dusseldorf (1914), Roma (1925) și Berlin(1929).

Generalizarea pașapoartelor și reglementarea timpului liber prin instituirea începând cu 1910, în unele state a concediului plătit au fost factorii de mare importanță în amplificarea activităților turistice. Îmbunătățirea condițiilor de viață și costul relativ acceptabil al produsului turistic au fost factorii economici și sociali ce au impulsinat călătoriile de agrement și curative.

c) Perioada turismului de masă propriu zilelor noastre începe la mijlocul sec. nostru. Amploarea deosebită a circulației turistice mondiale se datorează următoarelor cauze:

- scurtarea zilei de muncă și a săptămânii de muncă în țările cu forța de muncă ocupată în industrie sau servicii, sau cele cu o agricultură puternic mecanizată; în consecință, a crescut productivitatea muncii și ponderea timpului liber destinat recreerii;

- ridicarea nivelului de trai a făcut posibilă alocarea unei părți tot mai însemnate din bugetul familiar activităților de destindere și refacere fizică și psihică.

- dezvoltarea fără precedent a căilor și mijloacelor de transport;

- creșterea vitezei de deplasare face posibilă vizitarea obiectelor situate la mari distanțe într-un timp scurt.

- dezvoltarea și diversificarea ofertei turistice în plan teritorial a facilitat satisfacerea cerințelor recreative începând chiar din locul de reședință.

- creșterea nevoii de recreere și recuperare ca urmare a amplificării stresului specific vieții urbane actuale.

Această perioadă poate fi caracterizată prin intensificarea deosebită a turismului intern în majoritatea țărilor lumii dar și a celui internațional; stimulat de înlesnicirile, consulare și vamale, precum și de apariția unor organisme internaționale de profil, între care menționăm Organizația Mondială a Turismului înființată în 1970, Academia Internațională de Turism, Federația Universală a Asociațiilor Agenților de Voiaj, Federația Internațională de Balneologie și Climatologie. Se măresc numeric, de asemenea, firmele cu activități turistice: Thomson Travel, Travel Trust, Club Mediteranean, Club European, Inturist, Cedac, Ibus, ONT etc.

#### Principalele particularități ale turismului contemporan sunt:

1- creșterea caracterului de masă, prin antrenarea unei ponderi majore a populației unor țări. La nivel mondial ei antrenează sute de milioane de persoane.

2- creșterea razei de deplasare, la nivel continental sau intercontinental.

3- se afirmă printr-un volum în continuă creștere estimat la nivelul consumului turistic. În consecință, el a devenit o ramură de bază a economiei multor țări receptoare.

4- diversificarea tipurilor sale în concordanță cu oferta și mai ales cu cerințele cererii. Turismul curativ-balnear, cel de agrement sunt secondate adesea de turismul cultural sau sportiv, turismul de tranzit este asociat celui de sejur îndelungat etc.

5- mobilitatea deosebită datorită perfecționării și diversificării căilor și mijloacelor de transport.

6- accentuarea caracterului social prin antrenarea în astfel de activități a populației cu venituri mai mici.

7- întinerirea prin larga afirmare a turismului de vacanță.

8- feminizarea.

9- naturalizarea turismului prin creșterea importanței resurselor aparținând cadrului natural.

Robotizarea, cibernetizarea și automatizarea proceselor de producție din societatea contemporană asociată creșterii a presiunii mașinii asupra spiritului sunt cele două fenomene care deschid larg porțile afirmării turismului în viitor.