



Nr. 40759 / 05.11.2010

DOMNULUI DEPUTAT LIVIU BOGDAN CIUCĂ
PARLAMENTUL ROMÂNIEI – CAMERA DEPUTAȚILOR

STIMATE DOMNULE DEPUTAT,

Referitor la întrebarea dumneavoastră adresată Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, înregistrată la Camera Deputaților cu nr. 4292A/2010, vă aducem la cunoștință următoarele:

Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului realizează activitatea de promovare turistică a României atât pe piața internă, cât și pe piețele turistice din străinătate, pe baza unui Program anual de marketing și promovare și a unui Program anual de dezvoltare a destinațiilor și a produselor turistice, aprobate prin Hotărârea Guvernului nr. 77/2010.

Vă facem cunoscut, stimate domnule deputat, faptul că Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, prin Programul de marketing și promovare, urmărește atingerea următoarelor obiective:

- Creșterea atractivității României ca destinație turistică prin experiențe de călătorie unice, ospitalitate, servicii comparabile cu cele oferite în țările din Europa de Vest;
- Stimularea interesului turiștilor potențiali din străinătate de a vizita România, de a-și petrece vacanțele în una sau mai multe din numeroasele zone turistice din țară;
- Promovarea produselor turistice care pot să atragă noi segmente de piață și/sau care să determine prelungirea duratei vizitei/ vacanței în România și implicit creșterea încasărilor din activitatea de turism;
- Promovarea României ca destinație de vacanță pentru români și stimularea interesului de a petrece vacanța în România.

De asemenea, una dintre prioritățile Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului o reprezintă **promovarea și dezvoltarea brandului turistic al României**, mergând pe coordonatele oferite de cercetarea efectuată pe piețele țintă, respectiv Germania, Marea Britanie/Irlanda, Italia, Rusia, Austria, SUA, Franța și Ungaria și folosind identitatea vizuală aferentă brandului.

După cum cunoașteți, lansarea campaniei de promovare a brandului turistic pe plan extern a demarat la Shanghai în luna iulie 2010, odată cu prezentarea identității vizuale a brandului de turism și va continua în trimestru IV, din acest an, prin realizarea unor acțiuni de promovare a brandului pe cele 8 piețe țintă pentru turismul românesc, prin intermediul birourilor de turism ale țării noastre din exterior.

În același context, estimăm că până la sfârșitul acestui an, **după realizarea planului de marketing**, vom demara campania de promovare a noului brand de turism atât pe piața internă cât și în străinătate.

Vă asigurăm domnule deputat că Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului acordă o atenție deosebită tuturor solicitărilor exprimate de către membrii Parlamentului României, ca importantă resursă pentru optimizarea politicilor sale.

Cu deosebită considerație,

MINISTRU

ELENA GABRIELA UDREA