



Nr. 34614 / 08.06.2011

DOMNULUI DEPUTAT MIRCIA GIURGIU  
PARLAMENTUL ROMÂNIEI-CAMERA DEPUTAȚILOR

STIMATE DOMNULE DEPUTAT,

*Referitor la interpelarea dumneavoastră adresată Ministrului Dezvoltării Regionale și Turismului, înregistrată la Camera Deputaților cu nr. 3191B/2011, vă aducem la cunoștință următoarele:*

Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului realizează activitatea de promovare turistică a României, urmărind susținerea turismului intern în vederea îmbunătățirii circulației turistice, conform Programului anual de marketing și promovare și al Programului anual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 14/2011.

Dorim să vă facem cunoscut, stimate domnule deputat faptul că Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului a realizat în acest an Planul de marketing al turismului românesc (strategie și operațional) pentru perioada 2011-2015, care ia în considerare liniile strategice menționate în Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007 - 2026 și stabilește obiectivele, strategiile și tacticile de marketing de urmat în diferite piețe-sursă și pentru fiecare din cele mai importante produse și segmente, în vederea creșterii în mod substanțial a numărului de sosiri de turiști în țară.

Planul de marketing strategic și operațional al turismului românesc pentru perioada 2011 - 2015 este primul instrument de acest tip cu care se va opera în industria turismului din România.

Finalizarea planului de marketing strategic și operațional marchează realizarea celei de-a doua etape importante în procesul de creare și promovare a brandului de turism al României.

Precizăm faptul că acest document nu se rezumă strict la prezentarea modalităților de promovare a turismului și a brandului național de turism, ci propune instrumente în diverse domenii: de la tactici de comunicare la tactici de produs sau de vânzări, incluzând modalități de a construi o infrastructură de marketing eficientă.

De asemenea, menționăm că Planul de marketing propune, pentru perioada următoare, printre altele, **specializarea și diversificarea produselor și serviciilor din turism, dezvoltarea celor șase produse cheie (fiecare dintre ele beneficiind, în viitor, de propriul plan operațional de marketing) și prelungirea sezonului turistic.**

În vederea raționalizării eforturilor de marketing, acțiunile de promovare vor fi îndreptate, cu prioritate, pe următoarele piețe-sursă: Germania, Italia, Franța, Marea Britanie, Austria, Rusia, SUA și Ungaria.

Vă informăm, stimate domnule deputat cu privire la faptul că Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului va coordona, din partea României, alături de Bulgaria, domeniul prioritar 3 "Promovarea Culturii, a Turismului și a Relațiilor Intercomunitare" al Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, ca răspuns la implicarea manifestată și sprijinul constant acordat de minister la realizarea contribuțiilor României la această Strategie.

Astfel, în calitate de coordonator al domeniului prioritar 3, Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului urmărește optimizarea implementării proiectelor aflate deja în derulare, dar și a identificării unor noi proiecte relevante din perspectiva implementării și promovării Strategiei

pentru Dunăre. Se urmărește în cadrul domeniului prioritar 3 promovarea cu succes a unor proiecte extrem de importante pentru turismul românesc, între care menționăm:

- Proiectul de dezvoltare a traseelor ciclo-turistice, ce include atât inițiativa promovată de către Comisia Europeană (proiectul „Iron Curtain”) ce prevede stabilirea unei rute ciclo-turistice care să străbată toate statele dunărene, cât și proiectul românesc de a dezvolta un traseu de-a lungul malului românesc al Dunării.

- Proiectul Datourway “Strategie transnațională de dezvoltare teritorială durabilă a zonei riverane Dunării cu accent pe turism”, ce va contribui la dezvoltarea teritorială a zonei riverane Dunării și va reflecta un interes strategic comun în domeniul dezvoltării turismului prin elaborarea unei strategii transnaționale, prin implementarea unor proiecte pilot specifice pentru diferite arii și prin elaborarea unor recomandări politice transnaționale.

Dorim să vă facem cunoscut, stimate domnule deputat faptul că în vederea realizării obiectivelor strategice ale promovării turistice, respectiv **promovarea celor mai importante destinații și forme de turism din România pe piața internă și pe principalele piețe turistice din străinătate, precum și definirea și promovarea brandului turistic național, în scopul creării unei imagini pozitive a României ca destinație turistică pe plan național și internațional.** vor fi realizate următoarele activități de promovare turistică (conform prevederilor programelor anuale de marketing și promovare turistică, aprobate prin Hotărâre de Guvern):

1. Promovarea și dezvoltarea brandului turistic, mergând pe coordonatele oferite de cercetarea efectuată în cadrul piețelor țintă și folosind identitatea vizuală aferentă brandului-acțiune prioritară.

2. Participarea, în continuare, la manifestările expoziționale interne și externe pentru consolidarea poziției, în principal în cadrul piețelor prioritare (Germania, Franța, Italia, SUA, Austria, Marea Britanie/Irlanda, Rusia, Ungaria).

3. Editarea unor broșuri cu informații generale și fotografii din toate zonele țării sau referitoare la anumite produse turistice (turismul balnear-în curs de realizare, natură, cultură, orașe - realizate) pentru a fi distribuite la manifestările expoziționale din țară și străinătate.

4. Inițierea unor campanii de publicitate pentru promovarea destinațiilor/produselor turistice din țara noastră.

5. Realizarea unor vizite de informare la care vor fi invitați ziariști, reprezentanți ai unor tour-operatori străini, formatori de opinie.

6. Realizarea de inserții în cataloagele marilor tour-operatori care promovează România ca destinație turistică – în funcție de disponibilitățile financiare existente și după o analiză complexă a raportului cost/beneficii.

7. Organizarea de evenimente și misiuni cu rol în creșterea circulației turistice în țară și străinătate.

9. Promovarea prin intermediul posturilor de televiziune românești sau internaționale care realizează emisiuni de turism sau alte emisiuni cu impact în promovarea noului brand turistic al României.

10. Marketing prin internet, rețele de socializare și alte mijloace electronice, incluzând și realizarea și administrarea unui portal de informații de turism.

Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului își exprimă și pe această cale totală deschidere și sincerul interes față de solicitările formulate de către membrii Parlamentului României, ca importantă resursă pentru optimizarea politicilor sale.

**Cu deosebită considerație,**

**MINISTRU**

**ELENA GABRIELA UDREA**

