



Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



STRATEGIA PENTRU VALORIZAREA TURISTICĂ A PATRIMONIULUI JUDEȚULUI SATU MARE 2014-2020



OCTOMBRIE 2014



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN


Ospitalitatea este tradiția noastră

CUPRINS

Capitolul 1. Obiective strategice privind valorizarea turistică a patrimoniului

Definiții, ipoteze, context metodologic

- 1.1 Obiective strategice
 - 1.1.1 Impactul teritorial
 - 1.1.2 Obiective strategice propuse
 - 1.1.3 Volumul actual al turismului de patrimoniu în județul Satu Mare
 - 1.1.4 Fundamentarea obiectivelor alese
 - 1.1.5 Profilul turiștilor culturali în județul Satu Mare
 - 1.1.6. Zonele de patrimoniu cultural din perspectivă turistică
- 1.2 Obiective regionale și tematice
 - 1.2.1 Obiective regionale
 - 1.2.2 Segmentare tematică
- 1.3 Contribuția strategiei la dezvoltarea obiectivelor orizontale
 - 1.3.1 Egalitatea de șanse
 - 1.3.2 Dezvoltare durabilă
 - 1.3.3. Societatea informațională
- 1.4 Determinarea priorităților de dezvoltare
 - 1.4.1 Creșterea conștientizării județului Satu Mare ca o destinație turistică
 - 1.4.2 Îmbunătățirea legăturilor de transport între județul Satu Mare și alte piețe țintă
 - 1.4.3 Asigurarea unei capacități corespunzătoare a structurilor cu funcții de cazare

Capitolul 2. Programe și proiecte de dezvoltare

- 3.1 Programe de dezvoltare
- 3.2 Proiecte de dezvoltare

Capitolul 3. Complementaritatea între obiectivele strategiei de turism de patrimoniu a județului Satu Mare și strategiile existente la nivel județean, regional, național și european

Capitolul 4. Dezvoltare organizațională

- 4.1 Factorii interesați
- 4.2 Parteneriate public-private
- 4.3 Alte modele și valori de referință

Capitolul 5. Strategia de marketing

- 5.1 Surse de informare ce influențează alegerea unei destinații



- 5.2 Implicații pentru strategia de marketing
- 5.3 Mecanisme pentru generarea conștientizării pe Internet
 - 5.3.1 TripAdvisor
 - 5.3.2 YouTube
 - 5.3.3 FaceBook
- 5.4 Calitatea experienței turistice

Capitolul 6. Monitorizarea implementării strategiei

Anexa 1 – Produse turistice de patrimoniu existente în județul Satu Mare



CAPITOLUL 1.

OBIECTIVE STRATEGICE PRIVIND VALORIZAREA TURISTICĂ A PATRIMONIULUI

Definiții, ipoteze, context metodologic

Obiectivul general al acestui document este conceptualizarea și elaborarea strategiei pentru valorizarea turistică a patrimoniului și dezvoltarea turismului cultural în județul Satu Mare, România, pentru perioada 2014-2020.

Pentru turismul de patrimoniu există în literatura de specialitate mai multe definiții. Având în vedere faptul că acest document este parte al unui proiect trilateral derulat în paralel și în Ungaria și Ucraina pe baza unei metodologii comune, în elaborarea acestui document s-a ținut cont de următoarele două definiții:

Trustul Național de Conservare Istorică din Statele Unite definește turismul de patrimoniu ca "o călătorie pentru a experimenta locuri, artefacte și activități care reprezintă într-un mod autentic poveștile și oamenii din trecut", respectiv definiția postată pe wikipedia „Turismul de patrimoniu este o ramură de turism orientată spre moștenirea culturală a locației în care se desfășoară turismul.”¹

Luând ca bază cele două definiții, turismul de patrimoniu este astfel strâns legat de locul vizitat și produce experiențe care sunt unice sau care nu pot fi reproduse în alte locuri. Oamenii care sunt interesați de turismul cultural sunt interesați în mod special de istorie, cultură, patrimoniu și alte calități unice ale locurilor pe care le vizitează.

Trebuie menționat faptul că turismul de patrimoniu poate fi experimentat atât de către vizitatorii care aleg să se cazeze într-o locație (care petrec cel puțin o noapte în locurile de cazare din localitate), cât și de vizitatorii de 1 zi (cei care petrec mai puțin de 24 de ore și nu stau peste noapte). De asemenea, în orice țară dată, turismul de patrimoniu poate fi experimentat atât de vizitatorii interni (rezidenți ai țării), cât și de vizitatorii internaționali (rezidenți ai altor țări). Astfel, în termeni de caracteristici ai vizitatorilor, putem segmenta piața turismului de patrimoniu după cum urmează:

¹Sursa: http://en.wikipedia.org/wiki/Heritage_tourism

- Vizitatori internaționali care înnoptează
- Vizitatori internaționali de o zi
- Vizitatori interni care înnoptează
- Vizitatori interni de o zi.

În general, vizitatorii internaționali care înnoptează au un impact economic mai mare decât celelalte segmente, în ceea ce privește cheltuielile cu bunuri și servicii locale.

Turismul de patrimoniu poate fi segmentat și în ceea ce privește natura și calitatea experienței turistice. Astfel, putem conceptualiza următoarele segmente:

- Experiențe legate de patrimoniul construit (care poate include clădiri istorice, situri antice, cetăți, castele, biserici, mănăstiri și alte construcții ce reprezintă o atracție)
- Experiențe legate de locuri istorice (ce pot include locații ale unor evenimente istorice importante, ca de exemplu încoronări, tratate, bătălii, declarații, adrese oficiale)
- Experiențe legate de obiceiuri locale, tradiții și moduri de viață (acestea pot include costume, mâncare și băuturi, evenimente muzicale și arte ale spectacolului).

1.1 Obiective strategice

1.1.1 Impactul teritorial

În domeniul turismului de patrimoniu, județul Satu Mare e în poziție de complementaritate și sinergie cu regiunile vecine din Ungaria, Slovacia și Ucraina, în particular cu județul Szabolcs-Szatmár-Bereg din Ungaria și Zakarpats'ka oblast' din Ucraina, după cum apare în Harta 1. Uniunea Europeană a identificat această regiune de graniță ca având un important potențial turistic, și a implementat programul CARAT ("Carpathian Region as an Attractive Tourist Destination" / „Regiunea Carpatică ca o Destinație Turistică Atractivă”) în cadrul programului ENPI de Cooperare Transfrontalieră 2007-2013 (www.huskroua-cbc.net). Programul CARAT este co-finanțat de Uniunea Europeană prin Instrumentul de Vecinătate și Parteneriat European (ENPI).

Harta nr. 1. Aria țintă a programului CARAT



Sursa: CARAT - "Carpathian Region as an Attractive Tourist Destination" / „Regiunea Carpatică ca o Destinație Turistică Atractivă”, <http://en.carat-destination.eu/>

Strategia pentru turismul de patrimoniu a județului Satu Mare trebuie să încorporeze și să dezvolte această sinergie transfrontalieră.

1.1.2 Obiective strategice propuse

În formularea obiectivelor actuale, vom ține seama de faptul că obiectivele pentru turism cultural trebuie să fie în acord cu strategiile existente pentru județul Satu Mare, incluzând “Strategia de Dezvoltare a Județului Satu Mare, 2014-2020” (Consiliul Județean Satu Mare, Iunie 2014), și “Strategia de marketing regional a județului Satu Mare 2013-2020” (document elaborat de Agenda Setting pentru Județul Satu Mare, Februarie 2013).

În strategia sa globală de marketing, Județul Satu Mare și-a definit următoarele obiective generale pentru perioada 2013-2020 în ceea ce privește turismul:

“Ne propunem, ca obiectiv general în domeniul turismului, ca Județul Satu Mare să ajungă în top 10 județe din România măsurat prin numărul de sosiri în structuri de primire turistică. În 2011, cel de-al 10-lea județ din top a fost județul Bihor, cu 227.408 sosiri. Ne propunem un target de 250.000 de sosiri până în anul 2020.”²

² Sursa: Strategia de marketing regional a județului Satu Mare 2013-2020, Capitolul 9.

În 2013, județul Satu Mare a înregistrat 93.911 sosiri în structurile comerciale de primire turistică, din care 89.296 au fost turiști români și 4.615 turiști străini.³ Obiectivul pentru 2020 al Strategiei de marketing implică o creștere cu 166% peste nivelul înregistrat în 2013, sau o creștere medie anuală de 15% în perioada 2014-2020. Ținta pentru anul 2020 este o statistică agregată, iar județul încă nu și-a definit target-uri separate pentru turiștii interni și internaționali care stau peste noapte. Cu toate acestea putem propune niște ordine de mărime pentru cele două segmente, așa cum sunt ele descrise mai jos.

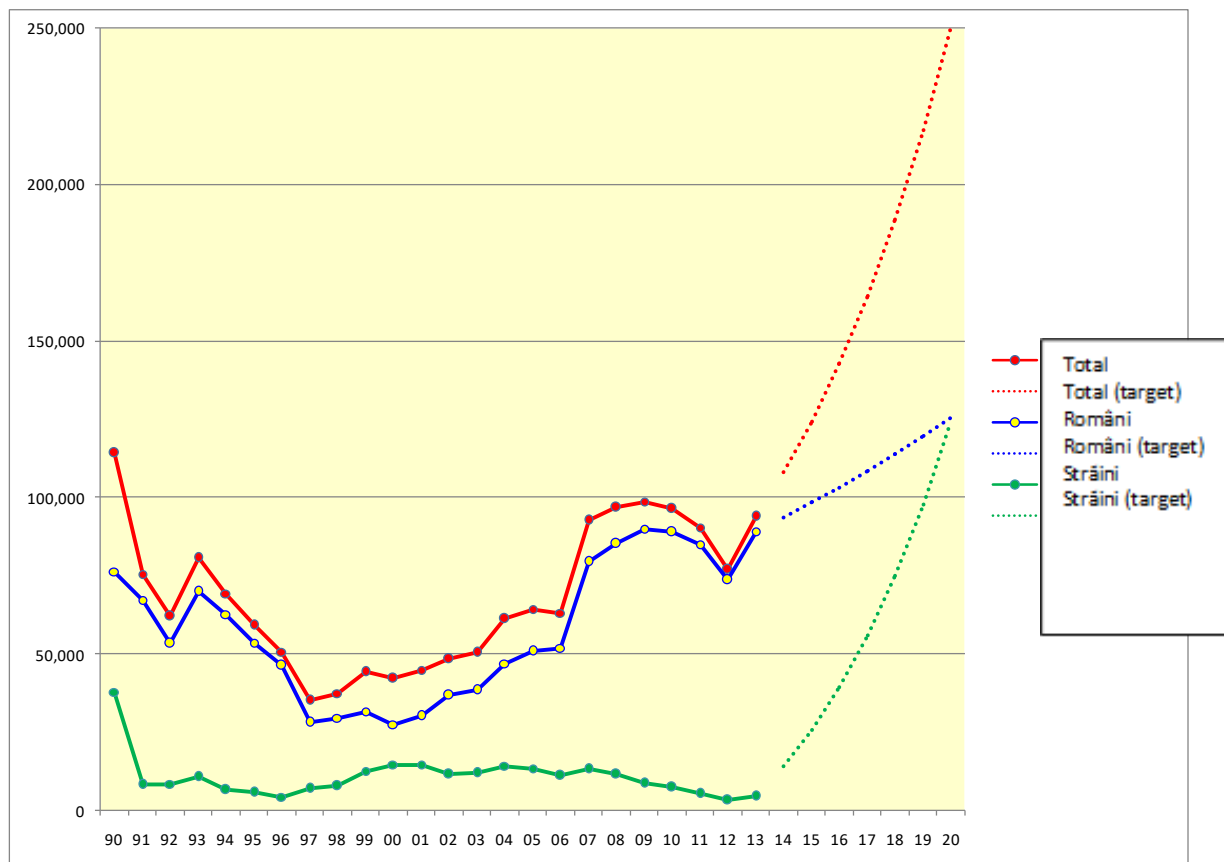
În județul Satu Mare, turismul intern care a presupus înnoptări ale turiștilor a cunoscut o creștere puternică în ultimii ani, de la 27.571 sosiri în 2000 la 89.296 sosiri în 2014. Cu toate acestea, potențialul turismului intern este într-o oarecare măsură supus constrângerilor ce țin de populația din România, care a cunoscut un trend descendent începând cu 1990. Ar fi probabil realist să ținim o rată în creștere ce nu depășește 5% pe an pentru perioada 2014-2020. Aceasta ar însemna aproximativ 125.000 de sosiri în anul 2020.

Prin contrast, turismul internațional, pe segmentul de înnoptări la nivelul județului Satu Mare a cunoscut o scădere continuă în ultimii 14 ani, cu un număr de 4.615 sosiri în 2013 față de 14.770 sosiri în anul 2000. Pentru ca strategia de marketing să aibă succes, este nevoie ca acest trend să fie inversat, iar cu o investiție adecvată în marketing, promovare și dezvoltare de produse, e nevoie să producem o creștere puternică a acestui trend în perioada 2014-2020, astfel încât numărul de sosiri internaționale să fie de același ordin de mărime cu cel al sosirilor interne, adică aproximativ 125.000 de sosiri pe an până în anul 2020.

Evoluția istorică a turismului intern și internațional, precum și creșterile sugerate de trend-uri și ținte pentru perioada 2014-2020 sunt prezentate în Graficul 1 de mai jos.

³ Sursa: INSEE, <https://statistici.insee.ro/shop/>, Tabel TUR104B.

Graficul nr. 1: Județul Satu Mare: Turismul intern și internațional cu număr înnopțări până în prezent (1990-2013) și ținte propuse pentru 2014-2020 (sosiri ale turiștilor)



Sursa: Datele pentru 1990-2013 sunt preluate de la INSEE, <https://statistici.insse.ro/shop/>, tabel TUR104B; țintele pentru 2014-2020 sunt propuneri

1.1.3 Volumul actual al turismului de patrimoniu în județul Satu Mare

Prezentăm în continuare o bază de date pentru turismul de patrimoniu în județul Satu Mare, incluzând date sau estimări ale numărului anual de vizitatori (bazate fie pe vânzările de bilete de intrare, fie pe estimări ale managerilor de obiective), dar și al profilelor și caracteristicilor vizitatorilor. În prezent, baza de date include 67 destinații, dintre care cele cu o frecvență mai mare a vizitatorilor sunt următoarele:

Localitate	Destinație	Numărul anual de vizitatori	
		media	2013

Carei	Castelul Karolyi și Muzeul Orășenesc	26,140	36,100
Moișeni	Mănăstirea Sfânta Treime	15,000	20,000
Satu Mare	Muzeul Județean	14,509	15,308
Ardud	Cetatea Ardud	10,000	12,000

Sursa: date proprii

Numărul total anual de vizitatori a înregistrat o medie de aproximativ 129.000 în ultimii câțiva ani, și a fost estimat în jurul valorii de 154.000 pentru 2013. Dintre cele 67 destinații identificate, 48 au înregistrat un trend crescător al numărului de vizitatori în ultimii ani.

Trebuie să subliniem faptul că aceste estimări nu oferă o imagine completă a turismului de patrimoniu din județul Satu Mare, pentru că acestea nu includ vizitele la destinațiile care nu sunt clădiri/ monumente (de exemplu festivaluri, târguri, evenimente muzicale, artele spectacolului, evenimente gastronomice sau de altă natură).

Un studiu efectuat în anul 2014 ne oferă o perspectivă asupra profilelor și caracteristicilor turiștilor interesați de valorile locale. Pentru cele 57 destinații, estimăm faptul că 39% dintre vizitatori sunt tineri care încă nu muncesc (incluzând, de exemplu, grupuri școlare); 44% dintre vizitatori sunt de vârstă activă; iar 17% dintre ei sunt persoane de vârstă a treia. Caracteristicile vizitatorilor conturează următorul tablou al sosirilor:

Familii	27%
Grupuri de turiști	21%
Grupuri școlare	15%
Excursioniști	15%
Prieteni	14%
Grupuri de seniori	6%
Grupuri religioase	3%

În prezent nu se știe în ce proporție contribuie vizitatorii interni și internaționali la ceea ce înseamnă turismul de patrimoniu în județul Satu Mare. Cu toate acestea, având în vedere faptul că numărul vizitatorilor internaționali reprezintă doar aproximativ 5% din numărul total de sosiri în structurile de primire turistică, putem presupune că marea majoritate a turiștilor interesați de valorile locale sunt, în prezent, turiștii români.

De asemenea, nu este cunoscută cu precizie proporția turiștilor care înnoptează, respectiv a turiștilor de o zi, în numărul total de vizitatori ai destinațiilor turistice de patrimoniu. Cu toate acestea, din statisticile prezentate anterior rezultă destul de clar faptul că numărul de vizite la aceste destinații este superior numărului total de sosiri în structurile comerciale de cazare din județ. Astfel putem concluziona că, în prezent, majoritatea vizitatorilor destinațiilor turistice de patrimoniu sunt turiști de o zi.

Analizele de mai sus susțin afirmația că, în prezent, majoritatea turiștilor interesați de valorile culturale locale sunt turiști interni de o zi.

1.1.4 Fundamentarea obiectivelor alese

Date fiind obiectivele existente ale Județului Satu Mare în ceea ce privește turismul în general, credem că turismul de patrimoniu ar trebui să joace un rol în creștere în economia județului, iar strategia pentru acest tip de turism trebuie să aibă în vedere creșterea impactului economic, în termeni de cheltuieli locale, investiții și creare de locuri de muncă.

În termeni cantitativi, Județul Satu Mare trebuie să își propună ca numărul de vizite la obiectivele turistice de patrimoniu să crească cel puțin cu același ritm ca și în cazul turismului luat ca întreg, cu alte cuvinte cu nu mai puțin de 15% pe an.

Cu referire directă la patrimoniul construit, pornind de la datele estimate de 154.000 de vizite, aceasta înseamnă ca până în anul 2020 Județul Satu Mare să înregistreze un număr anual de 410.000 de vizite.

Pentru a crește impactul economic al turismului de patrimoniu, va fi necesară schimbarea profilului turiștilor către segmentele care cheltuie mai mult. Aceasta implică o schimbare a mixului, după cum urmează:

- către un procent crescut al vizitatorilor de peste noapte
- către un procent crescut al vizitatorilor internaționali
- către vizitatori care petrec în județ o perioadă mai lungă.

Piața existentă pare să fie constituită majoritar din turiști interni de 1 zi, cu observația că există o tendință în creștere a volumului acestui tip de turism. Probabil că putem anticipa că volumul turismului intern de 1 zi poate fi menținut și chiar crescut, cu un marketing eficient.

Cu referire directă la patrimoniul construit, putem stabili următoarele ținte pentru anul 2020 (ca ordine de mărime):

- 150.000 vizite al turiștilor interni de o zi
- 30.000 vizite ale turiștilor interni care stau peste noapte
- 200.000 vizite ale turiștilor internaționali care stau peste noapte
- 30.000 vizite la turiștilor internaționali de o zi
- total: 410.000 vizite la obiectivele turistice de patrimoniu construit (plus un număr adițional, deși încă necuantificat, al vizitelor la evenimente culturale și gastronomice).

1.1.5 Profilul turiștilor culturali în județul Satu Mare

Așteptările cu privire la profilul general al turiștilor culturali pentru anul 2020 se prezintă după cum urmează:

- Vizitatori interni de 1 zi: similar profilului prezent – predominant cetățeni români, rezidenți în județul Satu Mare, cu un mix al grupurilor școlare, cuplurilor, familiilor, seniorilor și grupurilor de prieteni.
- Vizitatori interni care stau peste noapte: aici se poate anticipa dezvoltarea unei noi piețe țintă, constând predominant din cetățeni români rezidenți alte județe decât Satu Mare. Profilul acestora poate fi anticipat după cum urmează: cupluri sau familii cu copii; persoane cu venituri medii sau peste medie; ocupații manageriale sau profesionale; durata șederii de 1-2 nopți în județul Satu Mare, probabil în special în orașul Satu Mare, care aleg să facă și alte excursii opționale la alte destinații. Date fiind legăturile de transport între Satu Mare și restul României, dar și datele demografice specifice țării, putem să ne așteptăm ca o majoritate a acestor turiști să sosească fie dinspre Cluj-Napoca și Baia Mare (călătorind cu propriul autovehicul) sau București (călătorind pe calea aeriană sau pe rute de transport terestre).
- Vizitatori internaționali care stau peste noapte: o nouă piață țintă, care constă predominant din cetățeni ai Uniunii Europene (având în vedere faptul că cetățenii UE au drept la liberă circulație în România). Datele demografice pentru Uniunea Europeană ne permit să ne așteptăm ca județul Satu Mare să atragă majoritatea turiștilor culturali din țările cele mai populate (cum ar fi Franța, Germania, Italia și Marea Britanie) și, adițional, din țări care au legături culturale specifice cu județul Satu Mare (de exemplu Ungaria sau Olanda și din nou, Germania și Austria). Profilul acestor vizitatori se conturează după cum urmează: cupluri sau familii cu 1-2 copii; cu o



educație peste medie; durata șederii de peste 3 nopți în județul Satu Mare, posibil cazare în mai multe localități. Majoritatea vor călători în România cu avionul. În prezent, opțiunile principale de transport sunt zborul către Cluj-Napoca cu companii aeriene low-cost precum Wizzair, și conexiune către Satu Mare cu mașina sau autobuzul; sau zborul la Budapesta pe calea aerului și conexiune către Satu Mare prin firme de transport persoane. Ca parte a strategiei de marketing, merită de explorat promovarea zborurilor directe către Aeroportul Internațional Satu Mare dinspre orașele europene.

- Vizitatori internaționali de 1 zi: acești vizitatori reprezintă probabil o mică piață deja existentă, cu potențial de a se dezvolta ca o piață țintă semnificativă. Ne așteptăm ca aceștia să fie cu precădere cetățeni din Uniunea Europeană care călătoresc spre România cu mașina. Pentru că, prin definiție, ei nu sunt vizitatori peste noapte în județul Satu Mare, îi putem caracteriza ca fiind vizitatori ai altor județe care trec prin județul Satu Mare în drumul lor către destinația finală. Geografia județului Satu Mare sugerează faptul că majoritatea acestor vizitatori călătoresc între Ungaria și Maramureș, fiind posibil ca majoritatea acestora să fie cetățeni din Ungaria.

1.1.6. Zonele cu patrimoniu cultural din perspectivă turistică

Pentru a optimiza strategia de marketing și pentru a angaja factorii interesați, propunem delimitarea următoarelor sub-regiuni pentru turismul de patrimoniu la nivelul județului Satu Mare:

- Țara Oașului (regiunea de nord-est a județului, incluzând orașul Negrești-Oaș)
- Țara Codrului (regiunea de est a județului, incluzând orașul Aradud)
- "Schwabia" sau "Țara Șvabilor" (regiunea de sud-vest a județului, incluzând orașele Carei și Tășnad)
- Zona urbană Satu Mare și împrejurimile, incluzând orașul Livada

Țara Oașului

Țara Oașului a reușit să transmită din generație în generație moștenirea lor ce mai de preț: limba, portul și datinile strămoșești. Țara Oașului a devenit cunoscută prin portul popular, prin arta, muzica și dansul ce pot fi admirate cu ocazia unor evenimente deosebite: nunți, hore, șezători, sâmbre și alte sărbători.



Portul oșenesc a fascinat dintotdeauna prin armonia sa cromatică și bogăția ornamentațiilor, fiind nu o dată transpus în cântece, versuri și imagini. În Tara Oașului, portul ocupă un loc de important, iar confecționarea lui este considerată o artă. La fel se întâmplă și cu păpușile ce poartă costume tradiționale, acestea fiind cunoscute în toată lumea: Franța, Belgia, Italia, Statele Unite ale Americii, Noua Zeelandă.

În fiecare primăvară, locuitorii din Oaș se adună pe dealul de la Huta Certeze pentru a sărbători Sâmbra Oilor. Acest festival tradițional are o istorie de câteva secole, și marchează momentul din an când ciobanii pleacă spre munte cu turmele de oi. Din 1970, evenimentul s-a transformat într-un festival de mare importanță.

Tara Codrului

Lacul Oțeloaia din comuna Homoroadă este una din atracțiile turistice ale ținutului. Pe lângă cadrul natural deosebit, locul atrage turiști și datorită unei ample sărbători codrenești ce are loc aici în fiecare an la sfârșitul verii. Festivalul Portului, Cântecului și Jocului Codrenesc de la Oțeloaia este cel mai vechi festival din județul Satu Mare, eveniment care se organizează încă din anul 1957. Acesta are numeroase semnificații, prin acesta fiind prezentate cântecul și dansul popular, datinile și obiceiurile străvechi, arta lemnului.

Până la începutul secolului 20 românii s-au manifestat artistic mai ales prin intermediul lemnului. Biserica "Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril" din Corund este considerată cel mai frumos monument de arhitectură populară realizat din lemn din zonă. Ea datează din 1723. Ridicată inițial în mijlocul cimitirului, pe un deal, biserica a fost mutată în anul 1868, împreună cu vatra satului.

Tara Șvabilor (Schwabia)

Ca urmare schimbărilor politice de la începutul anilor 1990, în satele șvăbești ale județului Satu Mare s-au revigorat activitățile sociale și cele care vizau păstrarea identității culturale. Au apărut formații de dans și de muzică populară germană, au fost organizate întâlniri comemorative ale deportărilor. Începând din anul 1996, în Petrești este organizat anual Festivalul Ștrudelului, care a devenit evenimentul cel mai important al regiunii. Festivalul Ștrudelului este un prilej pentru reprezentarea și afirmarea identității specifice a comunităților șvăbești, totodată este un eveniment distractiv, de sărbătoare veselă.

O veche tradiție șvăbească, adusă chiar din patria strămoșească, se păstrează încă în zonă. Aproape fiecare casă, mai veche sau mai nouă, are un nume. Numele de casă își are originea

În numele de familie ale primilor coloniști, formate la rândul lor din prenume, din porecle sau din meseria proprietarului.

Pentru a păstra valorile tradiționale specifice etnoculturii șvăbești, în 1933 a fost înființat Muzeul Șvăbesc într-o locuință tipică arhitecturii populare șvăbești. Muzeul își propune să reproducă modul de viață caracteristic familiilor de șvabi.

Castelul Károlyi din Carei atrage cel mai mare număr de vizitatori în Satu Mare. Acesta a fost reabilitat recent și este promovat în mod susținut de oraș și județ.

Patrimoniul cultural în Satu Mare, municipiul reședință de județ

În urmă cu trei-patru decenii Satu Mare era sărbătorit ca oraș milenar. Împlinea o mie de ani de la atestarea documentară. Viața cetății a fost mereu legată de Someș, râul care străbate orașul. Pe malul drept se află orașul vechi, în care predomină casele, unele cu valoare arhitecturală ridicată. Dinspre Centrul Vechi se desprind câteva străzi cu clădiri monumentale. Aici se regăsesc mai multe edificii construite în diverse stiluri, de la neobaroc la secesiune.

Construit la începutul secolului XX, pe locul fostei primării a orașului, Hotelul Dacia este una dintre cele mai frumoase clădiri secesiune din Transilvania. Sala de spectacole a complexului găzduiește astăzi Filarmonica "Dinu Lipatti", construită în 1902. Filarmonica se învecinează cu atelierul graficianului Paul Erdős.

Turnul Pompierilor, astăzi simbol al orașului vechi, este deschis vizitatorilor. Are o înălțime de 45 de metri înălțime și oferă o priveliște panoramică asupra Centrului Vechi.

1.2 Obiective regionale / tematice

1.2.1 Obiective regionale

Avantajele segmentării geografice propuse în capitolul anterior vor fi date de alinierea strategiei de marketing la preocupările unor grupuri specifice de factori interesați, incluzând Grupurile Locale de Acțiune, după cum urmează:



<i>Sub-regiune</i>	<i>Factori interesați</i>
Țara Oașului	Primăria Negrești-Oaș
	GAL Țara Oașului
Țara Codrului	Primăria Arduș
	GAL Microregiunea Someș-Codru
Țara Svabilor	Primăria Municipiului Carei
	Primăria Tașnad
	GAL Sud-Vest Satu Mare
Satu Mare	Primăria Municipiului Satu Mare
	Primăria Livada
	Asociația de Dezvoltare Microregională a Comunităților din Zona Sătmărilor

Din analiza bazei de date cuprinzând patrimoniul construit din județul Satu Mare, putem cuantifica distribuția obiectivelor culturale de patrimoniu la nivel de sub-regiuni, după cum este prezentat în Tabelul 1 de mai jos.

Tabelul nr. 1. Județul Satu Mare: Număr estimat de vizitatori la obiectivele turistice de patrimoniu, pe sub-regiuni

Sub-regiune	Număr de destinații turistice de moștenire	Numărul anual de vizitatori			Trenduri de vizitare în ultimii ani (număr de destinații)			
		mediu	2013	% din total	Descreștere	Stabil	Creștere ușoară	Creștere semnificativă
Total	67	128,879	153,684	100%	6	9	26	14
Țara Svabilor	19	57,476	74,564	49%	2	1	7	9
Satu Mare	26	33,200	33,164	22%	2	7	10	0
Țara Oașului	4	23,000	27,465	18%	0	0	1	1
Țara Codrului	12	13,385	16,366	11%	2	1	4	3
Tövishát	6	1,818	2,125	1%	0	0	4	1

Sursa: Date proprii, luând în considerare și grupările de tip GAL din județul Satu Mare



După cum se poate observa din Tabelul nr. 1, sub-regiunea Schwabia este punctul central al turismului de patrimoniu în județul Satu Mare, având cea mai puternică rată de creștere. Zona urbană Satu Mare, Țara Oașului și Țara Codrului sunt centre mai mici din punctul de vedere al turismului de patrimoniu, având rate de creștere mai scăzute.

Una din provocările strategiei de marketing pentru turismul de patrimoniu va fi dezvoltarea unui echilibru geografic între sub-regiunile județului Satu Mare, astfel ca toate sub-regiunile să beneficieze de pe urma eforturilor de marketing.

Pentru fiecare din aceste sub-regiuni, am realizat o caracterizare a profilurilor vizitatorilor obiectivelor turistice, prezentate în tabelul următor.

Tabelul nr. 2. Județul Satu Mare: Profilurile estimate ale vizitatorilor la obiectivele culturale de patrimoniu, pe sub-regiuni, date din 2013

Sub-regiune	Vârsta vizitatorilor		
	Tineri	Persoane active	Seniori
Total	39%	44%	17%
Schwabia	33%	47%	20%
Satu Mare	56%	24%	19%
Țara Oașului	33%	49%	18%
Țara Codrului	47%	42%	11%
Tövishát	57%	31%	12%

	Caracteristici ale vizitatorilor						
	Familii	Grupuri de turiști	Excursioniști individuali	Grupuri școlare	Grupuri de prieteni	Grupuri de seniori	Grupuri religioase
Total	27%	21%	15%	15%	14%	6%	3%
Schwabia	34%	9%	21%	8%	20%	6%	3%
Satu Mare	22%	15%	14%	19%	13%	12%	5%
Țara Oașului	19%	30%	14%	14%	13%	7%	3%
Țara Codrului	39%	13%	12%	23%	10%	2%	1%

Tövishát	20%	23%	10%	14%	9%	7%	18%
----------	-----	-----	-----	-----	----	----	-----

Sursa: Calcule proprii. Datele statistice evidențiate indică procentajele ce se situează semnificativ peste nivelurile medii ale județului Satu Mare. Au fost luate în considerare și grupările de tip GAL din județul Satu Mare

Din această analiză putem observa următoarele:

- Comparativ cu mediile județului Satu Mare, zona urbană Satu Mare și Țara Codrului au proporții semnificativ mai înalte de vizitatori tineri (persoane care încă nu lucrează);
- Comparativ cu mediile județului Satu Mare, Schwabia tinde să aibă mai mulți vizitatori din rândul familiilor și turiștilor individuali (care nu călătoresc în grupuri organizate); zona urbană Satu Mare are o proporție mai mare de grupuri de seniori; Țara Oasului are o proporție mai înaltă de vizitatori grupuri organizate de turiști; iar Țara Codrului are o proporție mai înaltă de vizitatori cuprinzând familii și grupuri școlare.

1.2.2 Segmentare tematică

Adițional segmentării regionale, credem că în dezvoltarea strategiei de marketing merită realizată o segmentare a pieței turismului de patrimoniu pe baza unor obiective tematice. Această segmentare va reflecta diferitele tipuri de experiență turistică ce sunt posibile în județul Satu Mare, alături de diferitele caracteristici ale vizitatorilor.

Propunem următoarea segmentare tematică:

Vizite la patrimoniul construit

Acest segment include edificii religioase, precum bisericile, mănăstirile și sinagogile; monumente; clădiri istorice; clădiri monument precum Hotelul Dacia.

Vizitele la evenimentele culturale de patrimoniu

Acest segment include festivaluri, nunți, dansuri, șezători, sărbători agricole.

Vizite la evenimente gastronomice

Acest segment include degustări și achiziții de mâncare, fructe, vinuri și pălincă.

Baza de date cuprinde o documentare relativ bună a segmentului turistic de patrimoniu, adică avem o estimare numerică a volumului de turiști (aproximativ 154.000 vizitatori în 2013, după cum am arătat anterior), dar și o imagine largă a caracteristicilor vizitatorilor.

În prezent încă nu dispunem de estimări cuantificate pentru evenimentele culturale de patrimoniu sau pentru segmentul gastronomic. Ca parte a strategiei de marketing e nevoie să realizăm studii ulterioare ale pieței în ceea ce privește ordinul de mărime și caracteristicile acestor segmente.

1.3 Contribuția strategiei la dezvoltarea obiectivelor orizontale

1.3.1 Egalitatea de șanse

Egalitatea de șanse este o valoare comună atât la nivelul Uniunii Europene, cât și la nivelul României. Respectarea principiului egalității de șanse reprezintă o condiție pentru atingerea obiectivelor de dezvoltare economică și socială a Uniunii Europene. Politicile în domeniul egalității de șanse contribuie la întărirea coeziunii și solidarității sociale, fiind esențiale pentru creșterea economică și ocuparea forței de muncă. Legislația română garantează drepturi egale tuturor cetățenilor de a participa, fără discriminare, la viața economică și socială.

Strategia vizează dezvoltarea infrastructurii moderne de afaceri și a serviciilor în domeniul turismului de patrimoniu, dar și promovarea inovării, răspunzând astfel cerinței europene privind crearea de locuri de muncă și incluziune socială, asigurând în acest sens reducerea discriminării atât în favoarea femeilor, cât și a altor categorii vulnerabile: tineri, minorități, persoane din mediul rural etc.

Având în vedere faptul că este gândită în strânsă legătură cu strategia județeană de dezvoltare pentru perioada 2014-2020, dar și cu strategia de marketing regional a județului pentru perioada 2013-2020, strategia de dezvoltare a turismului de patrimoniu preia principiul egalității de șanse prin toate obiectivele, măsurile și proiectele propuse, actorii locali implicați urmând ca pe întreaga perioadă de implementare să se asigure de accesibilitatea beneficiarilor finali fără discriminare pe criteriu de sex, rasă, origine etnică, religie, vârstă, dizabilități sau orientare sexuală.

Introducerea în strategia de dezvoltare a turismului de patrimoniu a unui obiectiv strategic orizontal și a unor propuneri de proiecte care să evidențieze necesitatea și să integreze diversitatea capitalului uman, fără discriminări legate de rasă sau de origine etnică, de religie și credință, de persoane cu dizabilități, de orientare sexuală sau de vârstă, este fundamentală

pentru dezvoltarea socială și economică a județului, fapt pentru care se va lua în considerare orice oportunitate de a pune în practică acest principiu. Astfel, printre acțiunile care vor contribui la realizarea acestui obiectiv, se numără și următoarele:

- în implementarea fiecărui obiectiv se va avea în vedere identificarea acțiunilor necesare pentru a integra principiul egalității de șanse
- în cadrul sistemului de monitorizare se va urmări aplicarea principiului egalității de șanse în rezultatele obținute
- promovarea corectitudinii și echilibrului în cadrul colectivului care va realiza implementarea, monitorizarea și evaluarea strategiei.

1.3.2 Dezvoltare durabilă

Potrivit Strategiei Europa 2020 a Uniunii Europene, criza economică a generat o involuție atât din punct de vedere economic cât și social și a expus deficiențele structurale ale economiilor statelor membre și nu numai. În aceste condiții, scopul oricărei strategii de dezvoltare trebuie să fie dezvoltarea unei economii bazate pe cunoaștere, sustenabilitate și incluziune pentru a genera eficiență, locuri de muncă și coeziune. O creștere economică sustenabilă are la bază o utilizare eficientă a resurselor disponibile, în încercarea de a dezvolta noi procese și tehnologii, inclusiv așa numitele tehnologii „verzi”.

Dezvoltarea durabilă se fundamentează pe considerentul că dezvoltarea trebuie să răspundă nevoilor prezente, fără a le afecta pe cele ale generațiilor viitoare. Aceasta are în vedere trei dimensiuni: economică, socială și de mediu. Astfel, Strategia europeană privind dezvoltarea durabilă urmărește creșterea nivelului de protecție a mediului, precum și o mai mare egalitate și coeziune socială. Toate cele trei aspecte sunt avute în vedere și în cadrul strategiei de dezvoltare a turismului de patrimoniu în județul Satu Mare.

Măsurile prevăzute a fi implementate în cadrul acestei strategii au o contribuție semnificativă la dezvoltarea durabilă a județului, începând cu obiectele privind creșterea competitivității economice în servicii și dezvoltarea mediului antreprenorial, creșterea competitivității sectorului turistic, dezvoltarea infrastructurii moderne de afaceri și a serviciilor în domeniul turismului de patrimoniu, dezvoltarea infrastructurii suport pentru creșterea calității serviciilor și dezvoltarea echilibrată, ajungând la valorificarea resurselor umane și dezvoltarea durabilă prin protejarea mediului.

Se dorește de altfel, responsabilizarea persoanelor cu inițiativă antreprenorială, pentru ca acestea să inițieze afaceri într-o manieră ce maximizează eficiența de utilizare a resurselor disponibile. În același timp, acțiunile legate de incluziunea socială, demografie și ocuparea forței de muncă, precum și educație și cercetare trebuie să formeze tineri ce înțeleg importanța dezvoltării durabile, să integreze toate categoriile sociale și să promoveze principiile ce stau la baza prezervării mediului în rândul acestora.

În cadrul obiectivelor privind creșterea competitivității economice în servicii se încurajează creșterea gradului de specializare și inovare, realizarea produselor cu valoare adăugată ridicată, dezvoltarea unui turism durabil, reabilitarea și punerea în valoare a obiectivelor de interes cultural, dezvoltarea de mărci locale și promovarea inovării în servicii.

Prin măsurile privind dezvoltarea infrastructurii se asigură diminuarea impactului transporturilor asupra mediului, prin creșterea accesibilității și promovarea utilizării unor mijloace de transport mai puțin poluante, creșterea accesului la destinațiile de interes turistic, decongestionarea traficului, creșterea siguranței rutiere și reducerea poluării.

Fără o politică de protecție a mediului nu putem vorbi de dezvoltare durabilă, prin urmare, strategia de dezvoltare a turismului de patrimoniu are în vedere protecția patrimoniului cultural și a peisajului, dar și asigurarea dezvoltării rurale durabile, contribuind atât la creșterea calității vieții, cât și la stimularea sectorului antreprenorial.

Aspectele sociale cuprinse în conceptul de dezvoltare durabilă, sunt surprinse în cadrul strategiei de dezvoltare a județului prin obiectivele și măsurile destinate creșterii gradului de ocupare, a integrării pe piața muncii, a nivelului de instruire al personalului care furnizează servicii în domeniul turismului de patrimoniu, prin sprijinirea dezvoltării serviciilor de calitate și promovarea incluziunii sociale.

1.3.3 Societatea informațională

Trecerea la o societate informațională și la o economie bazată pe cunoaștere, prin utilizarea tehnologiilor digitale și a internetului, contribuie la maximizarea beneficiilor pentru societate, creșterea productivității și competitivității și a locurilor de muncă. Politica UE în acest domeniu are în vedere mai multe aspecte: telecomunicațiile, dezvoltarea tehnologiei informației și comunicațiilor, competitivitatea sectoarelor economice, dezvoltarea rețelelor de transport și telecomunicații.

Urmând liniile directe stabilite în strategia județeană de dezvoltare pentru perioada 2014-2020, dar și în strategia de marketing regional a județului pentru perioada 2013-2020, strategia de dezvoltare a turismului de patrimoniu are în vedere măsuri de dezvoltare a infrastructurii TIC ca și infrastructură suport pentru creșterea competitivității economice în domeniul serviciilor și a turismului, în mod particular în legătură directă cu următoarele priorități de dezvoltare: „asigurarea unei capacități corespunzătoare a structurilor cu funcții de cazare de bună calitate, pentru a răspunde cererii pieței țintă” și „asigurarea faptului că experiența turistică legată de patrimoniu este una de calitate și corespunzătoare așteptărilor turiștilor”.

Strategia contribuie la dezvoltarea societății informaționale, o societate în care informația și TIC se utilizează la scară largă și la costuri reduse, dezvoltarea societății bazate pe cunoaștere și creativitate. Utilizarea instrumentelor informatice este deosebit de importantă pentru promovarea turismului, motiv pentru care strategia se bazează pe realizarea unui sistem de coordonare și informare turistică în domeniul cultural, a unor baze de date privind atracțiile turistice, promovarea serviciilor turistice pe internet, utilizarea tehnologiilor informaționale pentru informare și promovare.

1.4 Determinarea priorităților de dezvoltare

Pentru atingerea obiectivelor strategice, trebuie să creștem volumul actual al turismului de patrimoniu de 2.5 ori pe an până în anul 2020.

Această misiune va presupune cel puțin următoarele priorități de dezvoltare:

- Creșterea conștientizării județului Satu Mare ca o destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu
- Îmbunătățirea legăturilor de transport între județul Satu Mare și piețele țintă
- Asigurarea unei capacități corespunzătoare a structurilor cu funcții de cazare de bună calitate, pentru a răspunde cererii pieței țintă

În următoarele secțiuni propunem acțiuni specifice pe care le considerăm priorități pentru atingerea obiectivelor strategice.

1.4.1 Creșterea conștientizării județului Satu Mare ca o destinație turistică

În prezent, nivelul conștientizării interne și internaționale a județului Satu Mare este unul scăzut, fie că vorbim de turismul general, fie de turismul de destinație. Nivelul conștientizării poate fi ilustrat cu referință la prezența județului pe TripAdvisor, care este probabil site-ul web cel mai vizitat la nivel mondial. Referințele și rating-urile pentru Satu Mare, comparate cu alte destinații selectate, sunt sumarizate în tabelul următor.

Tabelul nr. 3. Județul Satu Mare și alte destinații de turism de patrimoniu selectate: Referințe pe Trip Advisor, 25 Octombrie 2014

Locații	Destinații	Referințe TripAdvisor	
		Număr de referințe	Rating mediu (din 5)
Județul Satu Mare	Castelul Karolyi	8	4.0
	Turnul Pompierilor	1	5.0
Județul Mureș (în principal Sighișoara)	Centrul Istoric din Sighisoara	261	4.5
	Turnul cu Ceas	219	4.5
	Biserica din Deal	74	4.0
	Pivnița lui Teo	22	4.5
	Muzeul de Istorie	22	4.5
	Rezervația „Stejarilor multisecolari de la Breite”	13	5.0
	Scala Acoperită	9	4.5
Județul Brașov	Castelul Bran (Castelul lui Dracula)	1085	4.0
	Biserica Neagră	375	4.0
	Piața Sfatului	206	4.5
	Viscri	121	4.5
	Strada Sforii	73	4.0
	Prima școală românească	54	4.5
	Sf. Nicolae	40	4.0
	Rupea	32	4.0
	Poarta Ecaterina	29	4.0
	Muzeul Comunității Urbane din Brașov	18	4.0
	Muzeul Medieval Bran	8	4.5

Județul Maramureș	Cimitirul Vesel din Săpânța	106	4.5
	Muzeul de Mineralogie	11	4.5
Județul Cluj	Salina Turda	181	4.5
	Biserica Sfântul Mihail	57	4.5
	Teatrul Național	48	4.5
	Temnița	40	5.0
	Muzeul Etnografic din Transilvania	38	4.0
	Statuia lui Matei Corvin	25	4.5
	Piața Muzeului	19	4.5

Sursa: TripAdvisor, www.tripadvisor.com

Putem observa faptul că doar două obiective culturale de patrimoniu din județul Satu Mare (Castelul Karolyi și Turnul Pompierilor) sunt prezentate pe TripAdvisor, și că numărul total de referințe este de doar 9 (comparativ, de exemplu, cu 261 referințe pentru Centrul Istoric al Sighișoarei, 1055 referințe pentru Castelul Bran din Brașov, 106 referințe pentru Cimitirul Vesel din Săpânța și 181 referințe pentru Salina Turda).

Din acest motiv credem că vizibilitatea obiectivelor turistice din județul Satu Mare trebuie crescut până la un nivel de cel puțin 100 de referințe pe TripAdvisor pentru fiecare destinație turistică majoră din județ.

În particular, județul trebuie să își crească vizibilitatea și la nivelul piețelor țintă internaționale – incluzând Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda și Marea Britanie. Aceasta trebuie să se reflecte în numărul de referințe pe TripAdvisor provenind din aceste piețe țintă.

1.4.2 Îmbunătățirea legăturilor de transport între județul Satu Mare și alte piețe țintă

În prezent, județul Satu Mare este conectat cu alte județe din România, dar și cu județele învecinate din Ungaria, prin următoarele drumuri europene:

- E641 de la/spre Oradea (județul Bihor)
- E81 de la/spre Zalău (județul Sălaj), Cluj-Napoca (județul Cluj) și județul Szabolcs-Szatmár-Bereg (Ungaria)
- E58 de la/spre Baia Mare (județul Maramureș).

Legăturile rutiere ale județului Satu Mare pot fi astfel considerate de o calitate comparabilă cu a altor destinații turistice de patrimoniu din România, precum Baia Mare, Brașov, Cluj-Napoca sau Sighișoara.

Cu toate acestea, căile de transport aerian dintre Satu Mare și principalele piețe țintă nu sunt corespunzătoare pentru a atinge obiectivele strategice. În prezent, județul Satu Mare este deservit numai de Tarom, cu un zbor zilnic între Satu Mare și aeroportul Henri Coandă din București. Nu există alte zboruri directe programate către alte orașe din România sau din Europa. Pentru a atinge obiectivele generale de dezvoltare ale Județului Satu Mare, dar și cele specifice pentru turism, credem că este esențial ca Județul Satu Mare să atragă cel puțin o companie aeriană care să opereze zboruri între Satu Mare și alte orașe europene. În particular, legăturile de transport aerian trebuie îmbunătățite între Aeroportul Internațional Satu Mare și Franța, Germania, Italia, Belgia, Olanda și Marea Britanie.

Cel mai atractiv candidat pentru operațiuni de acest gen este Wizz Air, care operează deja zboruri pe patru aeroporturi din România (București Henri Coandă, Cluj-Napoca, Craiova, Târgu Mureș și Timișoara) și 41 aeroporturi europene, plus Dubai și Tel Aviv, după cum se arată în tabelul de mai jos.

Tabelul nr. 4. Legături WizzAir între aeroporturi din România și aeroporturi din străinătate, Octombrie 2014

		Aeroporturi din România				
Aeroporturi din străinătate		București	Cluj-Napoca	Craiova	Târgu Mureș	Timișoara
Belgia	Brussels Charleroi	•	•			•
Cipru	Larnaca	•				
Franța	Paris Beauvais		•		•	•
Germania	Cologne		•			
Germania	Dortmund	•	•	•	•	•
Germania	Eindhoven		•			
Germania	Frankfurt Hahn				•	•
Germania	Memmingen				•	
Germania	Nürnberg	•	•			



Grecia	Heraklion	•				
Ungaria	Budapest				•	
Israel	Tel Aviv	•	•			
Italia	Alghera	•				
Italia	Bari	•	•			•
Italia	Bologna	•	•	•		
Italia	Catania	•				
Italia	Milan	•	•	•	•	•
Italia	Milan Malpensa	•				
Italia	Naples	•				
Italia	Peruga	•				
Italia	Pecara	•				
Italia	Pisa	•				
Italia	Rome Ciampino	•	•	•	•	•
Italia	Rome Fiumicino			•		
Italia	Turin	•				•
Italia	Venice Treviso	•	•			•
Italia	Verona	•				
Malta	Malta	•				
Norvegia	Sandefjord Torp	•				
Spania	Alicante	•				
Aeroporturi din străinătate		București	Cluj-Napoca	Craiova	Târgu Mureș	Timișoara
Spania	Barcelona	•	•	•		•
Spania	Madrid	•	•		•	•
Spania	Malaga	•				
Spania	Palma de Mallorca	•	•			
Spania	Valencia	•	•			•
Spania	Zaragoza	•	•			
Suedia	Malmo	•	•			
Suedia	Stockholm Skavsta	•				



Elveția	Basel-Mulhouse-Freiburg	•	•			
Elveția	Geneva	•	•			
EAU	Dubai	•				
Marea Britanie	Doncaster Sheffield	•				
Marea Britanie	London Luton	•	•	•	•	•

Sursa: Wizz Air, <http://wizzair.com/en-GB/Map>, 25 Octombrie 2014

Harta nr. 2. Destinații actuale Wizz Air în Europa și alte rute recomandate



Sursa: Harta de bază de pe http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wizz_Air_Destinations_2012.png, 25 octombrie 2014; noi rute recomandate

Credem așadar că încheierea unei înțelegeri între Aeroportul Internațional Satu Mare și Wizz Air care să opereze zboruri între Satu Mare și cel puțin câte un aeroport din fiecare din

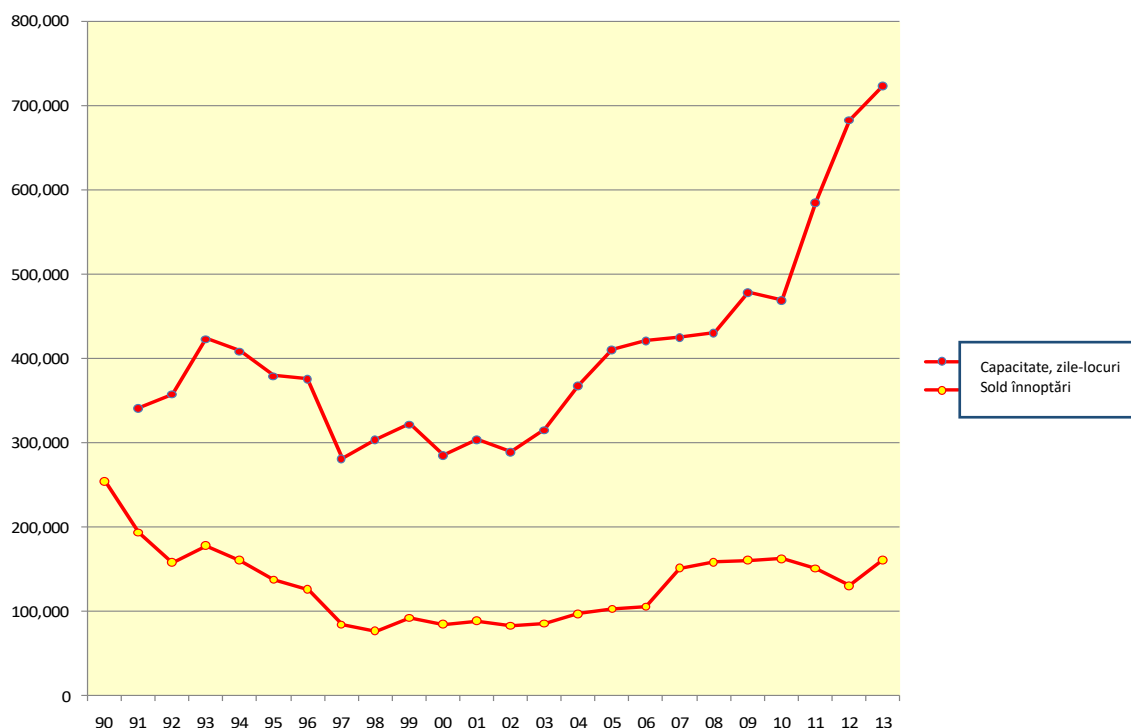
următoarele țări: Franța, Germania, Italia, Belgia, Olanda și Marea Britanie reprezintă o prioritate de dezvoltare pentru județul Satu Mare (după cum este ilustrat în Harta 3 de mai sus).

1.4.3 Asigurarea unei capacități corespunzătoare a structurilor cu funcții de cazare

În terminologia Institutului Național de Statistică, capacitatea turistică a structurilor cu funcții de cazare este măsurată în termeni de locuri-zile (adică număr de locuri-paturi în structuri de cazare, multiplicat cu numărul de zile în care locurile sunt disponibile). Această capacitate include paturi în orice tip de structură turistică: hoteluri, moteluri, vile turistice, pensiuni agroturistice, cabane turistice, case de vacanță etc. Utilizarea efectivă a capacității de cazare este măsurată în termeni de înnoptări (adică numărul de sosiri ale turiștilor multiplicat cu numărul de nopți petrecute în structura de cazare). Nivelul utilizării capacității turistice poate fi exprimat procentual prin numărul de înnoptări împărțit la numărul de locuri-zile.

În ultimii 13 ani, capacitatea structurilor turistice cu funcțiuni de cazare a crescut în județul Satu Mare de la 340.994 locuri-zile în 1991 la 724.275 locuri-zile în 2013. Cu toate acestea, în aceeași perioadă numărul efectiv de înnoptări a scăzut de la 193.527 la 161.216. Astfel, capacitatea de cazare utilizată a scăzut de la 57% în 1991 la 22% în 2013. Aceste trenduri sunt ilustrate în Graficul 2 de mai jos.

Graficul nr. 2. Județul Satu Mare: Capacitatea de cazare turistică și soldul înnoptărilor, 1990-2013



Sursa: Institutul Național de Statistică, 2014

Pentru a atinge obiectivele strategice în domeniul turismului, am propus pentru 2020 ca județul Satu Mare să primească 250.000 vizitatori peste noapte, din care aproximativ 125.000 vor fi din România și 125.000 din străinătate.

În prezent, durata medie de ședere în structuri de cazare turistică este de 1.65 nopți pentru turiștii români și 3.09 nopți pentru turiștii străini, după cum arată Tabelul 5 de mai jos.

Tabelul nr. 5. Județul Satu Mare: durata medie de ședere (exprimată în număr de înnoptări) în structurile de cazare cu funcții turistice, după naționalitatea turiștilor, 2013

Tipul de structură de cazare	Naționalitatea turiștilor		
	Români	Străini	Total
Total	1.65	3.09	1.72
Hoteluri	1.64	3.09	1.72
Moteluri	1.74	2.75	1.77
Vile turistice	1.45	3.15	1.49
Pensiuni agroturistice	1.63	3.12	1.67
Hosteluri	1.33	3.31	1.42



Hanuri	1.92	3.36	2.02
Campinguri	1.83	3.03	1.89
Cabane turistice	2.05	3.16	2.16
Apartamente	1.86	3.17	1.99
Bungalow-uri	1.96	-	1.96

Sursa: Analize proprii, bazate pe datele Institutul Național de Statistică

Dacă aceste durate medii de ședere rămân neschimbate până în 2020, cererea totală de locuri de cazare se va prezenta după cum urmează:

- Turiști români 125.000 sosiri x 1.65 nopți = 206.250 înnoptări
- Turiști străini 125.000 sosiri x 3.09 nopți = 386.250 înnoptări
- Total 250.000 sosiri..... 592.500 înnoptări.

Capacitatea de cazare actuală (724.275 locuri-zile) este adecvată pentru a răspunde acestei cereri, dacă rata medie de utilizare a capacității crește la 82%. Cu toate acestea, în perioada 1991-2013 rata de utilizare a capacității de cazare nu a depășit 57%. Din acest motiv ar fi nevoie de o examinare mai detaliată a capacității de cazare, pentru a ne asigura că această capacitate este una adecvată în termeni agregați și că rata țintă de utilizare a capacității este realizabilă.

Cercetările ulterioare sunt de asemenea recomandate pentru a determina în ce măsură capacitatea existentă este una de bună calitate și în ce măsură distribuția geografică corespunde cererii piețelor țintă.

CAPITOLUL 2.

PROGRAME ȘI PROIECTE DE DEZVOLTARE

2.1 Programe de dezvoltare

Folosim termenul „program” pentru a ne referi la un set coerent de proiecte de dezvoltare care să sprijine strategia turismului de patrimoniu în județul Satu Mare. Fiecare program are o temă comună, obiective clare și cuantificate.

Programele sunt conceptualizate în diferite moduri, în funcție de tema comună, în categoriile de mai jos:

- Programe bazate pe obiective tematice:
 - Programe privind patrimoniul construit (care include un sub-program pentru turismul religios: vizite la biserici, mănăstiri, sinagogi etc.)
 - Programe de turism gastronomic (incluzând vizite la producătorii de alimente, fructe, vinuri, pălincă etc.)
 - Programe turistice bazate pe experiențe (incluzând șederi la ferme, înnoptări la castele, eco-turism etc.)
- Programe bazate pe obiective regionale:
 - Programul Țara Oașului
 - Programul Țara Codrului
 - Programul Schwabia
 - Programul Orașul Satu Mare
- Programe adresate piețelor țintă
 - Programe adresate vizitatorilor interni (orientate spre cetățenii români)
 - Programe adresate vizitatorilor internaționali (orientate spre cetățenii străini, rezidenți ai altor state).

Segmentarea programelor bazate pe obiectivele tematice ajută la construirea produselor care urmează a fi vândute. Segmentarea pe obiective regionale este relevantă pentru organizare instituțională și atragere de fonduri. Când facem această afirmație, ne referim și la rolul microregiunilor de tip Leader, care au ca obiectiv promovarea turistică a zonei acoperite.

Segmentarea pe baza piețelor țintă este relevantă în stabilirea proiectelor și activităților de marketing. Acest tip de segmentare a piețelor țintă este cea care face diferența între vizitatorii interni și cei internaționali, pornind de la proveniența geografică a turiștilor. Astfel, în cadrul pieței interne se regăsesc sub-programe pentru piețe țintă geografice specifice ca de exemplu Cluj-Napoca sau București. La nivel internațional se vor include sub-programe pentru piețe țintă geografice specifice precum Belgia, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda și Marea Britanie.

Atât în cazul programelor de dezvoltare interne cât și al celor internaționale, sunt propuse programe specifice de dezvoltare bazate pe obiective tematice, ca de exemplu turismul religios sau gastronomic. Cu toate acestea, în prezent nu avem date pentru a stabili cu exactitate dacă aceste obiective se suprapun sau sunt distincte, cu alte cuvinte dacă aceeași vizitatori sunt interesați de patrimoniul construit și de destinațiile gastronomice. Din acest motiv este recomandat să se ia în considerare programe tematice în perioada de programare 2014-2020 doar atunci când volumul vizitatorilor ajunge unul consistent și există și informații suficiente pentru a stabili caracteristicile și preferințele acestora.

În ultimii anii în județul Satu Mare s-a pus accent foarte mare pe dezvoltarea programelor și produselor turistice de patrimoniu (vezi Anexa A). Au fost dezvoltate în total 6 produse, care poartă următoarele denumiri:

Denumire produs	Obiectiv tematic
Tradiții și obiceiuri sătmărene	Patrimoniu imaterial
Traseul legendelor sătmărene	
Peregrinare pe urmele timpurilor trecute	Patrimoniul construit
Circuitul bisericilor medievale	
Drumul Mariei	
Drumul vinului sătmărean	Turism gastronomic
Drumul prunelor Szatmar – Satu Mare	

Din acest motiv, eforturile viitoare trebuie îndreptate spre promovarea acestor produse, incluzând îmbunătățirea rețelei de suprastructuri (acces, unități de cazare, servicii conexe).

2.2 Proiecte de dezvoltare

În această secțiune includem proiectele care, odată realizate, contribuie la atingerea obiectivelor propuse.

FIȘA DE PROIECT NR. 01

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Inexistența unui brand local de turism și lipsa de angrenare a întreprinzătorilor locali în domeniul turismului și a autorităților locale ce gestionează obiective de interes județean

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Promovarea ofertei locale turistice și de agrement a județului către potențialii vizitatori la nivel regional și internațional



Muzeul Șvăbesc din Petrești

Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Unitățile administrativ teritoriale locale
 Agenți economici din domeniul turismului
 Muzee, custozii ale obiectivelor turistice

FIȘA DE PROIECT NR. 02

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Lipsa unei platforme de colaborare între agenți economici cu activitate în domeniul turismului în vederea dezvoltării de servicii turistice cu valoare adăugată ridicată

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Promovarea parteneriatului și a colaborării între agenții economici în domeniul turismului, punerea la comun a resurselor cu scopul dezvoltării domeniului per ansamblu, cu impact pe termen mediu și lung



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Agenți economici din domeniul turismului și
 serviciilor Organizații neguvernamentale de profil
 Unități administrativ teritoriale locale

FIȘA DE PROIECT NR. 03

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Cetatea Ardud a fost obiectul unor ample lucrări de reabilitare, în cadrul unui proiect cu fonduri europene; nu au fost realizate lucrări de restaurare a galeriilor subterane ale cetății.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Reabilitarea și modernizarea Galeriilor subterane ale Cetății Ardud în vederea valorificării acestora la potențialul lor optim ca obiective turistice zonale, regionale, naționale și internaționale



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Orașul Ardud

FIȘA DE PROIECT NR. 04

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Castelul Vecsey (construcție din secolul XVIII) de la Livada, se află în prezent într-o stare avansată de degradare, fiind un obiectiv turistic neutilizat.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Reabilitarea castelului Vecsey și a parcului dendrologic în vederea valorificării turistice și dezvoltarea economiei locale



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Orașul Livada

FIȘA DE PROIECT NR. 05

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

O potențială reabilitare a castelului Lonyai necesită resurse deosebit de importante, dat fiind că din castel au rămas doar o serie de ziduri exterioare.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Restaurarea castelului Lonyai și introducerea acestuia în circuitele turistice culturale în vederea valorificării acestuia la potențialul economic optim ca obiective de interes zonale și regionale



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Comuna Medieșu Aurit



FIȘA DE PROIECT NR. 06

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Obiectivele turistice județene din domeniul arhitecturii populare și al caselor memoriale sunt puțin promovate și cunoscute de publicul țintă, iar numărul de vizitatori este scăzut.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Elaborarea și promovarea unor circuite prioritare pentru dezvoltarea turismului județean, precum circuitul arhitecturii populare, al caselor memoriale și al monumentelor de interes județean sau național



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Ordinul Arhitecților din România



Muzeul Județean Satu Mare

Unități administrativ teritoriale locale din județ

FIȘA DE PROIECT NR. 07

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Informarea și educarea populației rezidente asupra efectelor pe termen lung pe care le au soluțiile facile adoptate din necesitate sau pentru că așa s-a văzut în străinătate

Peisajul cultural este un element cheie pentru conservarea, promovarea culturală și așteptările vizitatorilor asupra unei zone (spre exemplu: centrul vechi al orașului Satu Mare, comunele din zona Oaș).

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Elaborarea unui ghid de construcție și promovarea acestuia prin evenimente conexe (atelier de lucru, calendare cu bune practici, asistență tehnică din partea restauratorilor, arhitecților etc.)



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Ordinul Arhitecților din România

Organizații neguvernamentale de profil



Unități administrativ teritoriale locale din județ

FIȘA DE PROIECT NR. 08

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Producătorii locali sunt puțin vizibili la evenimente de promovare a potențialului turistic de interes județean.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Sprijinirea producătorilor locali prin târguri organizate în cadrul diferitelor evenimente județene. Un aspect central în cadrul proiectului îl constituie potențialul de dezvoltare a serviciilor conexe agroturismului prin sprijinirea agenților economici prezenți la târgurile de meșteșugari ce contribuie la dezvoltarea specificului local.



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Agenți economici din domeniul turismului și serviciilor Organizații neguvernamentale de profil



Unități administrativ teritoriale locale

FIȘA DE PROIECT NR. 09

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Conștientizare redusă a potențialului turistic al orașului Satu Mare ca destinație de tip city break

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Promovarea produsului turistic specific orașului Satu Mare, dezvoltarea unui centru turistic virtual al orașului sub forma unei pagini de internet care să cuprindă, între altele, și o bază de date cu informații despre obiectivele turistice, căi de acces la aceste obiective, evenimente, date de contact și program de vizitare a obiectivelor turistice



Responsabil proiect

Municipiul Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Consiliul Județean Satu Mare

Agenți economici din domeniul turismului și

	serviciilor Custozii ai obiectivelor de interes turistic din municipiu
--	--

FIȘA DE PROIECT NR. 10

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Vizibilitate redusă a orașului Negrești-Oaș ca destinație turistică în rândul piețelor țintă

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Promovarea produsului turistic specific orașului Negrești-Oaș, dezvoltarea unui centru turistic virtual al orașului sub forma unei pagini de internet care să cuprindă, între altele, și o bază de date cu informații despre obiectivele turistice, căi de acces la aceste obiective, evenimente, date de contact și program de vizitare a obiectivelor turistice



Responsabil proiect	Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)
Orașul Negrești-Oaș	Consiliul Județean Satu Mare Agenți economici din domeniul turismului și serviciilor Custozii ai obiectivelor de interes turistic din localitate

FIȘA DE PROIECT NR. 11

Prioritatea de acțiune:

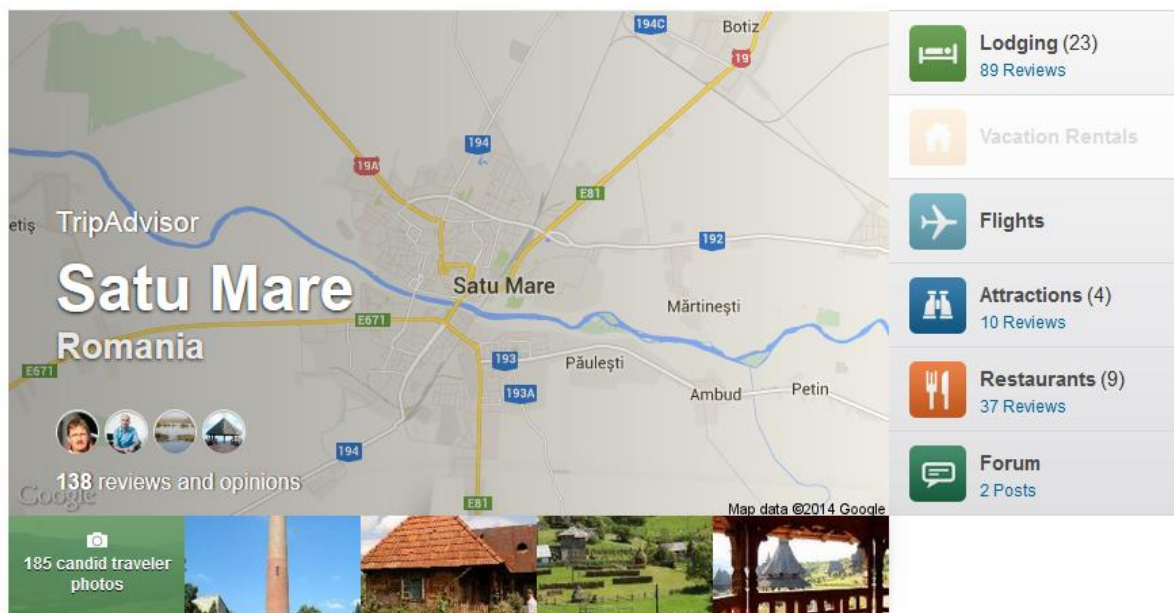
Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Dincolo de experiența personală și recomandările din surse de încredere, influența cea mai puternică în decizia privind destinația de vacanță vine din partea Internetului. Mijloacele de comunicare/promovare online sunt încă prea puțin folosite pentru a conștientiza la nivelul publicului țintă atractivitatea turistică a județului Satu Mare.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Încurajarea factorilor interesați din domeniul turismului de patrimoniu și a furnizorilor de servicii turistice de suport (hoteluri, restaurante etc) pentru a solicita listări și recenzii de la turiști pe site-uri precum TripAdvisor.



Responsabil proiect	Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)
Consiliul Județean Satu Mare	Agenți economici din domeniul turismului și serviciilor Custozii ai obiectivelor de interes turistic din județ

FIȘA DE PROIECT NR. 12

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Pe site-urile de profil lipsesc aproape în totalitate materiale video profesionale despre experiențele turistice din județul Satu Mare, iar cele existente nu sunt disponibile și în limbile de circulație internațională specifice piețelor țintă. La o căutare pe YouTube cu cuvintele cheie „Satu Mare turism” pot fi găsite aproximativ 1.000 de rezultate, iar cu cuvintele cheie “Satu Mare tourism” aproximativ 600 de rezultate.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Producția unei serii de documentare despre turismul de patrimoniu din județ: un documentar cu o lungime mai mare (de cel mult 30 de minute) privind turismul de patrimoniu ca întreg și câteva documentare de scurtă durată (cel puțin 8 minute) despre câteva din atracțiile turistice particulare, precum Castelul Károlyi din Carei sau Țara Oașului.



Tapurituri la Targul de Turism din Satu Mare

--

Responsabil proiect	Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)
Consiliul Județean Satu Mare	Unități administrativ – teritoriale locale Agenți economici din domeniul turismului și serviciilor Custozii ai obiectivelor de interes turistic din județ

FIȘA DE PROIECT NR. 13

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

Pe site-urile de socializare, obiectivele de atracție turistică sunt slab promovate, și în mare măsură doar ca inițiative private. Paginile sau grupurile existente nu sunt disponibile și în limbile de circulație internațională specifice piețelor țintă. O căutare pe Facebook, realizată în octombrie 2014, a paginilor și grupurilor legate de orașul sau județul Satu Mare, folosind cuvântul cheie "Satu Mare" a generat o listă de aproximativ 50 de pagini sau grupuri.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Dezvoltarea și updatarea continuă a paginilor oficiale ale destinațiilor turistice cheie pe FaceBook. Paginile trebuie realizate pentru început cel puțin în limba română, maghiară și engleză, iar în timp ar putea fi traduse și în alte limbi de circulație internațională specifice piețelor țintă.



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Unități administrativ – teritoriale locale

Agenți economici din domeniul turismului și serviciilor Custozii ai obiectivelor de interes turistic din



judet

FIȘA DE PROIECT NR. 14

Prioritatea de acțiune:

Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu

Problema de bază (justificarea nevoii)

În prezent, există foarte puține date primare despre calitatea experienței turistice în județul Satu Mare. Pentru o planificare strategică de bună calitate este nevoie de date calitative și cantitative privind turiștii interesați de obiectivele de patrimoniu din județul Satu Mare, despre natura experienței turistice în România și în județul Satu Mare, dar și de date privind percepția turiștilor asupra județului.

Obiectivul proiectului (soluția propusă)

Program anual de colectare de date primare, bazate pe interviuri cu turiști care sunt reprezentativi pentru piețele țintă majore – atât cele interne (cetățeni români și rezidenți români) cât și cele internaționale (cu focus pe Belgia, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda și Marea Britanie)



Responsabil proiect

Consiliul Județean Satu Mare

Parteneri (actori implicați în soluționarea problemei)

Unități administrativ – teritoriale locale

Agenți economici din domeniul turismului și



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN



	serviciilor Custozii ai obiectivelor de interes turistic din județ
--	--

CAPITOLUL 3.

COMPLEMENTARITATEA ÎNTRE OBIECTIVELE STRATEGIEI DE TURISM DE PATRIMONIU A JUDEȚULUI SATU MARE ȘI STRATEGIILE EXISTENTE LA NIVEL JUDEȚEAN, REGIONAL, NAȚIONAL ȘI EUROPEAN

ARBORELE-OBIECTIV STABILIT ÎN DOMENIUL TURISMULUI DE PATRIMONIU

Obiectivul general: Întărirea impactului economic al turismului de patrimoniu, în termeni de cheltuieli locale, investiții și creare de locuri de muncă.

Priorități de dezvoltare:

- Creșterea vizibilității județului Satu Mare ca destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu
- Îmbunătățirea legăturilor de transport între județul Satu Mare și piețele țintă
- Asigurarea unei capacități corespunzătoare a structurilor cu funcții de cazare de bună calitate, pentru a răspunde cererii pieței țintă

Strategii, planuri și programe europene, naționale, regionale și județene relevante. Strategia de valorizare turistică a patrimoniului Județului Satu Mare trebuie gândită în așa fel încât să existe o complementaritate cu alte programe și planuri de dezvoltare ce oferă un cadru instituțional mai larg pentru implementarea pe termen lung a priorităților specifice.

Planuri și programe europene

1. Programul *Creative Europe* (2014-2020)

Programul *Creative Europe* are scopul de a proteja și a promova diversitatea culturală și lingvistică și de a consolida competitivitatea sectoarelor culturale și creative.

Acțiunea specială „Zilele patrimoniului european” („European Heritage Days”)



Evenimentele culturale pun în evidență abilitățile și tradițiile locale, arhitectura și operele de artă, cu scopul mai larg de a promova înțelegerea reciprocă între cetățeni. Este încurajată selecția temelor trans-naționale, care pot fi ilustrate prin activități transfrontaliere, stabilite de comun acord de către țările implicate.

2. Programul COSME (2014-2020) și turismul cultural

A. Rute culturale europene. Comisia Europeană sprijină proiectele de promovare a produselor de turism durabil tematice, având potențialul de a contribui la creșterea turismului durabil (legată de trasee culturale pediferite teme, care traversează mai multe țări, de exemplu turismul istoric, turismul religios-de pelerinaj, moștenirea industrială, produse ecoturistice etc.). În 2015, o cerere de propunere sprijini dezvoltarea și/sau promovarea produselor europene și transnaționale de turism, cu accent deosebit pe patrimoniul cultural și industrial.

b. Inițiativa EDEN – Europa ca Destinație a Excelenței. Programul atrage atenția asupra valorilor, diversității și trăsăturile comune ale destinațiilor europene, îmbunătățește vizibilitatea destinațiilor europene emergente, creează o platformă pentru schimbul de practici la nivelul Europei și promovează construirea unei rețele la nivelul destinațiilor premiate. Caracteristica cheie a destinațiilor selectate este angajamentul lor de durabilitate socială, culturală și de mediu.

c. „Crossroads of Europe – Carrefours d’Europe”. Această inițiativă promovează itinerariile culturale europene și urmărește creșterea gradului de conștientizare cu privire la potențialul lor turistic în rândul factorilor interesați, întreprinderilor, managerilor de destinație, autorități locale și autorități naționale. Târgul anual are loc într-un punct de intersecție între diferite trasee culturale.

3. Programul de Cooperare Transfrontalieră România – Ungaria 2014-2020 (draft)

Obiectivul tematic nr. 6. Conservarea și protejarea mediului și promovarea utilizării eficiente a resurselor

Nevoia de dezvoltare 6. Conservarea și protejarea patrimoniului cultural

Priorități propuse pentru finanțare: 9. Conservarea, protejarea și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural

Potențial de dezvoltare 10. Moștenirea naturală, istorică și culturală a zonei eligibile (apă termală și spa-uri, arii naturale protejate, teatre, instituții culturale, castele, biserici, mori de apă și alte situri istorice și arheologice) asigură o bază stabilă pentru un nivel crescut de





turism transfrontalier și internațional, oferind suport pentru păstrarea moștenirii culturale.

Rezultate așteptate prin FEDR: (...) Protecție crescută și restaurarea patrimoniului cultural

Obiectivul tematic nr. 8. Promovarea ocupării durabile și de calitate și sprijinirea mobilității muncii

Nevoia de dezvoltare 1. Atragerea de investiții în regiunile mai puțin dezvoltate ale României, printr-o abordare integrată care acoperă infrastructura, site-urile, abilitățile, sprijinul pentru investiții.

Priorități propuse pentru finanțare: 1. Valorificarea potențialului local al turismului pentru dezvoltarea economică locală. 2. Acțiuni pentru creșterea dezvoltării locale, pe baza produselor și serviciilor culturale locale.

Rezultate așteptate prin FEDR: Creșterea valorii adăugate și a calității resurselor locale de turism.

Axa prioritară 1. Protecția comună și utilizarea eficientă a valorilor și resurselor comune

Acțiunea cheie 1.2: Protejarea și promovarea moștenirii culturale, istorice și naturale comune ca destinație turistică

4. Instrumentul European de Vecinătate (European Neighbourhood Instrument ENI) 2014-2020

Obiectivul tematic 3. Promovarea culturii locale și preservarea moștenirii istorice

Priorități:

- Promovarea istoriei și culturii locale
- Suport pentru abilități tradiționale pentru dezvoltarea economică locală

5. Conectarea Europei are scopul de a accelera investițiile pe termen lung în transporturi, drumuri, căi ferate, rețele energetice și telecomunicații (rețele de mare viteză în bandă largă).

- Ameliorarea legăturilor de transport – investiții în proiecte de infrastructură menite să faciliteze transportul de mărfuri și călători, în special între vestul și estul Europei. Investițiile se vor axa pe moduri de transport ecologice și durabile.

6. Politica privind noua Rețea de Transport Trans-Europeană (TEN-T) – urmărește



dezvoltarea unei infrastructuri de transport care să faciliteze transferul de mărfuri și pasageri în cadrul UE, în condiții de siguranță sporită, sporind coeziunea social-economică între toate regiunile, inclusiv cele periferice.

7. Programul Operațional Regional (POR) 2014-2020 –obiectivul principal îl reprezintă sprijinul dezvoltării economice, sociale și teritoriale echilibrate și sustenabile a regiunilor din România, în acord cu nevoile și resursele specifice, cu accent pe polii de creștere urbană, prin îmbunătățirea mediului de afaceri și a infrastructurii de bază.POR este destinat către: (1) sprijinirea dezvoltării firmelor, (2) îmbunătățirea eficienței energetice în clădirile publice, (3) creșterea rolului economic și social al orașelor, dar și creșterea gradului de accesibilitate a zonelor rurale și urbane situate în proximitatea rețelei TEN-T, (4) valorificarea economică durabilă a potențialului turistic cultural și natural al regiunilor, (5) dezvoltarea accesibilității și calității serviciilor sociale și medicale acordate și stimularea trecerii de la serviciile instituționalizate la serviciile acordate în cadrul comunității, (6) reducerea concentrării spațiale a sărăciei, (7) îmbunătățirea condițiilor infrastructurii și (8) dezvoltarea gradului de acoperire geografică și incluziune a înregistrării proprietăților în Sistemul Integrat de Cadastru și Carte Funciară.

De interes pentru prezenta strategie:

OT3 - Îmbunătățirea competitivității întreprinderilor mici și mijlocii, a sectorului agricol, pescuitului și acvaculturii; Axa prioritară AP2 – Competitivitate IMM

OT7 - Promovarea sistemelor de transport durabile și eliminarea blocajelor din cadrul infrastructurilor rețelelor majore; Axa prioritară AP6 – Infrastructură de transport rutier

OT8 Promovarea ocupării forței de muncă sustenabile și de calitate și sprijinirea mobilității forței de muncă; Axa prioritară AP7 – Turism

7. Programul Operațional Infrastructură Mare 2014-2020 (POIM) are drept obiectiv general continuarea investițiilor pentru dezvoltarea rețelei generale TEN-T pe teritoriul României. Se urmărește astfel respectarea angajamentelor asumate de Guvernului României față de Comisia Europeană, dar mai ales asigurarea unui nivel optim de conectivitate al României (rutier, feroviar, maritim, aerian) față de restul statelor membre și candidate. Axele prioritare vizează nu doar dezvoltarea rețelei TEN-T pe teritoriul României și implicit creșterea accesibilității regionale prin conectarea la TEN-T, dar și adresarea schimbărilor climatice și impactul investițiilor asupra mediului înconjurător.



Planuri și programe naționale

1. Strategia Sectorială în Domeniul Culturii și Patrimoniului Național pentru Perioada 2014-2020

Prioritățile guvernamentale pentru sectorul culturii sunt enunțate în Programul de Guvernare 2013 - 2016. Obiectivele asumate de Ministerul Culturii prin acest program se regăsesc, dezvoltate, în actul normativ care îi stabilește organizarea și funcționarea (Hotărârea Guvernului nr.90/2010 cu modificările și completările ulterioare). Acestea sunt următoarele:

(...) p. elaborarea și implementarea, într-o primă fază prin proiecte-pilot, a unei politici publice pentru dezvoltarea prioritară a **turismului cultural**, bază a dezvoltării durabile în plan local;

q. utilizarea fondurilor europene în sectorul cultural, în principal pentru: restaurarea monumentelor istorice, reabilitarea centrelor istorice, încurajarea/promovarea tradițiilor și meșteșugurilor, **turismul cultural**, industriile culturale și creative, formarea profesională (...)

a) Obiective strategice pentru 2014-2020 pentru sub-domeniul Monumente istorice

Obiectivul general: Protejarea monumentelor istorice

Obiective specifice:

- Îmbunătățirea și extinderea accesului publicului la monumentele istorice și promovarea cunoașterii acestora prin intermediul noilor tehnologii
- Dezvoltarea unor programe integrate de gestiune și utilizare a monumentelor istorice de natură să genereze bunăstare și dezvoltare economică, inclusiv prin promovarea includerii acestora în circuitul turistic
- Susținerea valențelor coezive ale monumentelor istorice, ca factori de incluziune socială, de agregare a diferitelor grupuri sociale în jurul acestora, considerate ca repere culturale și identitare
- Susținerea cu prioritate la nivel central a reabilitării monumentelor de patrimoniu de categoria A , iar a monumentelor de categoria B de către autoritățile locale.

Direcții principale de acțiune pe termen scurt (orizont de timp 2014-2015) – prezentare selectivă

- Stabilirea unor priorități în ceea ce privește lucrările de restaurare și punere în





valoare prin corelarea acestora cu semnificația monumentului pentru comunitate, posibilitățile de dezvoltare economică pe care le-ar putea genera, relația cu infrastructura de transport și de acompaniament turistic etc.

- Inițierea de proiecte pilot în parteneriat cu sectorul turistic pentru a susține dezvoltarea economică locală/regională.

Direcții principale de acțiune pe termen mediu (orizont de timp 2017-2018) – prezentare selectivă

- Dezvoltarea parteneriatelor cu sectorul turistic pentru a susține dezvoltarea economică locală/regională în cadrul unui program-cadru comun adoptat în acest sens.

Direcții principale de acțiune pe termen lung (orizont de timp 2020) – prezentare selectivă

- Consolidarea parteneriatului cu sectorul turistic inclusiv prin includerea unui număr majoritar din monumentele restaurate în diversele circuite turistice
- Constituirea unui număr de 10 rețele/trasee cultural-turistice care conectează monumentele sau locurile înscrise în Lista Patrimoniului Mondial UNESCO, sau, după caz, și a unor monumente de categoria A sau B din vecinătate sau cu relevanță în contextul cultural respectiv.

b) Obiective strategice pentru 2014-2020 pentru sub-domeniul Patrimoniul cultural Imaterial

Obiectivul general: Salvagardarea, protejarea și punerea în valoare a patrimoniului cultural imaterial

Obiective specifice:

- Monitorizarea atentă a gradului de protejare a bunurilor culturale înscrise în Lista reprezentativă a patrimoniului cultural imaterial al umanității, întocmită de UNESCO și, subsecvent, a celor propuse pentru a fi înscrise pe Listă
- Încheierea proceselor de repertoriere și de inventariere a patrimoniului cultural imaterial al României
- Adaptarea programului național de salvagardare, protejare și punere în valoare a patrimoniului cultural imaterial la realitățile unei societăți în rapidă schimbare, mai ales în ceea ce privește menținerea tradițiilor
- Realizarea unui program inter-sectorial de creare și dezvoltare a capacităților antreprenoriale, a unor modele de afaceri adaptate în scopul dezvoltării economice a comunităților, de stabilizare a populației ocupate în domeniul meșteșugăresc, pentru scăderea procentului populației din mediul rural aflată în pragul sărăciei sau sub



acest prag.

Direcții principale de acțiune pe termen scurt (orizont de timp 2014-2015) - prezentare selectivă

- Elaborarea dosarelor pentru înscrierea unora din cele mai valoroase bunuri culturale imateriale în Lista Reprezentativă a Patrimoniului Cultural Imaterial al Umanității
- Dezvoltarea unui program de finanțare partenerial pentru susținerea activităților de salvagardare, protejare și punere în valoare a patrimoniului cultural imaterial, inclusiv prin dezvoltarea unor modele de afaceri care să permită comunităților purtătoare ale acestor elemente obținerea de beneficii materiale directe și/sau indirecte
- Susținerea proiectelor care vizează implicarea comunităților locale în susținerea programelor locale pentru protejarea patrimoniului cultural imaterial
- Conceperea în parteneriate inter-sectoriale de proiecte pilot de incubatoare de afaceri pentru meșteșugarii /artizanii din comunitățile purtătoare de elemente de patrimoniul cultural imaterial.

Direcții principale de acțiune pe termen mediu (orizont de timp 2017-2018) – prezentare selectivă

- Susținerea și dezvoltarea parteneriatelor inter-sectoriale pentru dezvoltarea capacităților antreprenoriale ale artizanilor și meșteșugarilor și pentru sprijinirea dezvoltării de modele de afaceri adaptate specificului comunităților și a realităților socio-economice ale acestora
- Menținerea unui interes crescut pentru identificarea unor noi bunuri culturale care să poată fi înscrise în Lista Reprezentativă a Patrimoniului Cultural Imaterial al Umanității.

Direcții principale de acțiune pe termen lung (orizont de timp 2020) – prezentare selectivă

- Susținerea și diversificarea proiectelor care se încadrează în programele de dezvoltare locală, care articulează dimensiunea conservării și transmiterii către generațiile următoare a meșteșugurilor tradiționale și a altor elemente din patrimoniul cultural imaterial național cu dimensiunea creșterii economice durabile și incluzive
- Acordarea de sprijin pentru funcționarea asociațiilor comunităților purtătoare de elemente de patrimoniu imaterial în vederea obținerii certificatelor pentru produsele tradiționale și administrarea drepturilor aferente
- Realizarea de parteneriate cu acestea pentru configurarea și diversificarea serviciilor culturale referitoare la cultura tradițională ale așezămintelor culturale.



În ceea ce privește ariile tematice / domeniile de interes / acțiunile-cheie pentru Axa/Axele Prioritară/e pentru Sectorul Cultural și Creativ, acestea vor trebui să răspundă acelor obiective strategice specifice sectorului care sunt, în același timp, de natură să susțină o creștere inteligentă, durabilă și incluzivă și să se articuleze cu Obiectivele Tematice ale Sectorului Cultural și Creativ. Acestea vor trebui să cuprindă domeniile de interes precizate din ***perspectiva articulării obiectivelor culturale cu cele turistice*** și să le completeze:

- Dezvoltarea și regenerarea urbană prin susținerea programelor de protejare (restaurare, conservare și punere în valoare) a monumentelor istorice, inclusiv a centrelor urbane și/sau a zonelor protejate și a patrimoniului industrial, cu accent pe dezvoltarea inovării
- Dezvoltarea și regenerarea urbană prin dezvoltarea infrastructurii culturale și prin susținerea ofertei de bunuri și servicii culturale – spectacole, evenimente din domeniul creației contemporane etc.
- Dezvoltarea rurală prin protejarea (restaurarea și/sau punerea în valoare) a patrimoniului imaterial din zonele rurale și prin revitalizarea cunoștințelor tradiționale, a meșteșugurilor și a elementelor de folclor, inclusiv prin oferta spectaculară tradițională
- Susținerea măsurilor de intervenție culturală pentru susținerea regenerării urbane sau rurale și coeziunii sociale
- Susținerea măsurilor de formare profesională pentru antreprenoriat specific și de creare de modele inovative de valorizare a patrimoniului și de diversificare a ofertei și consumului de conținuturi
- Susținerea digitizării, ca parte a obiectivelor de valorizare a resurselor culturale în beneficiul unei creșteri inteligente și durabile
- Susținerea măsurilor de educație culturală și artistică pentru dezvoltarea unui cereri interne (i.e. naționale) și internaționale (export) de consum de bunuri și servicii culturale și pentru dezvoltarea afacerilor din domeniu.

2. Strategia Națională pentru Dezvoltare Regională 2014-2020 (document în lucru) își propune ca obiectiv general îmbunătățirea continuă a calității vieții, prin asigurarea bunăstării, protecției mediului și coeziunii economice și sociale pentru comunități sustenabile capabile să gestioneze resursele în mod eficient și să valorifice potențialul de inovare și dezvoltare echilibrată economică și socială al regiunilor.

Obiectivele specifice ale acestei strategii sunt:

- Creșterea rolului și funcțiilor orașelor și municipiilor în dezvoltarea regiunilor prin





investiții care să sprijine creșterea economică, protejarea mediului, îmbunătățirea infrastructurii edilitare urbane și coeziunea socială

- Creșterea gradului de accesibilitate a regiunilor prin îmbunătățirea mobilității regionale și asigurarea serviciilor esențiale pentru o dezvoltare economică sustenabilă și incluzivă
- Stimularea dezvoltării competitive și durabile a turismului la nivel regional și local prin valorificarea durabilă a patrimoniului cultural, cu potențial turistic și crearea / modernizarea infrastructurii specifice de turism.

3. Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național al României 2007-2026 are ca principal obiectiv transformarea României într-o destinație turistică de calitate pe baza patrimoniului său natural și cultural.

Obiectivul specific 1: Asigurarea unei dezvoltări durabile a turismului, într-o manieră în care bogățiile sale de mediu, culturale și de patrimoniu să fie în egală măsură apreciate în prezent și păstrate pentru generațiile viitoare

Obiectivul specific 2: Dezvoltarea și implementarea anuală a planurilor de marketing al destinației turistice, prin colaborarea mediului public cu cel privat

Obiectivul specific 3: Crearea unei rețele de centre de informare turistică

Obiectivul specific 4: Realizarea unei baze de date a produselor, unităților, evenimentelor și serviciilor turistice

Obiectivul specific 5: Mecanisme și subvenții pentru facilitarea investițiilor în turism

Obiectivul specific 6: Dezvoltarea planurilor integrate în domeniul turismului

Obiectivul specific 7: Extinderea sistemelor de marcare a obiectivelor turistice și introducerea de rute turistice tematice

Obiectivul specific 8: Crearea unei baze de date a evenimentelor culturale pentru a facilita promovarea artelor vizuale și auditive, în special festivaluri tradiționale și evenimente folclorice

4. Programele Naționale de Reformă (PNR). Acordul de parteneriat 2014-2020 are ca și obiectiv global reducerea discrepanțelor de dezvoltare economică și socială dintre România și statele membre UE, provocările în materie de dezvoltare fiind: competitivitatea, oamenii și societatea, infrastructura, resursele și administrația și guvernarea.

În funcție de potențialul identificat și luând în considerare disparitățile teritoriale constatate în partea de analiză au fost stabilite următoarele priorități de dezvoltare teritorială pentru





perioada 2014-2020:

- îmbunătățirea calității vieții pentru comunitățile locale și regionale, pentru ca regiunile României să devină mai atractive pentru locuit, pentru petrecerea timpului liber, pentru investiții și muncă
- consolidarea rețelei urbane prin dezvoltare policentrică și specializare teritorială
- promovarea parteneriatelor rural-urbane
- creșterea accesibilității și conectivității prin: creșterea accesibilității la marile aglomerații urbane și îmbunătățirea accesibilității între aglomerațiile urbane majore, acces echitabil la servicii de interes general și conectarea zonelor rurale la rețeaua majoră de transport și la utilitățile publice de nivel mai înalt (urban).

5. Conceptul Strategic de Dezvoltare Teritorială România 2030 are următoarele obiective:

- Valorificarea periferialității prin dezvoltarea rolului de conector și releu la nivel continental și intercontinental
- Racordarea la rețeaua europeană de poli și coridoare de dezvoltare
- Structurarea și dezvoltarea echilibrată a rețelei de localități urbane
- Afirmarea solidarității urban-rural
- Dezvoltarea rurală
- Consolidarea și dezvoltarea legăturilor interregionale ca suport al dezvoltării regionale
- Dezvoltarea adecvată a diferitelor categorii de teritorii
- Creșterea competitivității teritoriale
- Protejarea, dezvoltarea și valorificarea patrimoniului natural și cultural.

Planuri și programe regionale

1. Planul de Dezvoltare Regională Transilvania Nord 2014-2020

Provocările pentru 2020 sunt în domeniul dezvoltării durabile a turismului balnear, cultural și montan ale regiunii. Pentru a realiza acest lucru sunt necesare resurse financiare atât pentru explorarea și studierea potențialului resurselor naturale (în special ape) precum și pentru conservarea și valorificarea patrimoniului cultural precum și dezvoltarea serviciilor de agrement. Nu în ultimul rând ar fi necesară concentrarea resurselor (limitate) financiare pentru promovarea în principal a Transilvaniei de Nord ca destinație turistică pe piețele străine conform unei strategii coerente (investiția în brandul Transilvania de Nord este incomparabil mai mică și mai eficientă decât suma investițiilor în branduri județene sau





locale, existând deja notorietatea internațională dovedită a brandului Transilvania). Activitățile de marketing regional ar trebui să includă și promovarea unor branduri regionale specifice.

Planuri și programe județene

1. Strategia de Dezvoltare a Județului Satu Mare pentru perioada 2014-2020 (varianta actualizată)

Viziune: Județul Satu Mare va deveni până în 2020 un spațiu al bunăstării, cu o dezvoltare bazată pe tradiția în industrie și valorificarea potențialul agricol și turistic, exploatat în armonie cu natura și mobilizat de spiritul antreprenorial și puterea muncă a sătmărenilor. Potențialul de pol logistic al județului, determinat de poziționarea pe graniță, va contribui activ atât la atragerea de investiții, cât și la valorificarea produselor produse pe plan local, precum și la afirmarea rolului județului ca actor-cheie în procesul de cooperare transfrontalieră.

Obiectiv general al județului Satu Mare pentru 2020: Creșterea competitivității economiei județene și a atractivității județului Satu Mare pentru locuitori, întreprinzători locali și străini, respectiv turiști și vizitatori, prin valorificarea poziției geografice strategice și intervenții în sectoarele prioritare, în vederea diminuării disparităților la nivelul județului și creșterea calității vieții locuitorilor acestuia.

Obiectivul strategic 2. Dezvoltarea turismului județean(din varianta actualizată a strategiei): Dezvoltarea turismului se va realiza prin susținerea de către Consiliul Județean a investițiilor în infrastructura și servicii turistice, precum și prin promovarea acestora către vizitatori din țară și din străinătate, cu accent pe turismul de sănătate și agroturism.

Direcții de acțiune:

2.1 Reabilitarea patrimoniului construit județean

- Reabilitarea siturilor de patrimoniu și introducerea în circuitul turistic (biserici de lemn, conace etc);

2.2 Dezvoltarea de servicii turistice și promovarea județului

- Amenajarea și dotarea siturilor naturale ce prezintă potențial turistic;





- Campanie de promovare a produselor turistice ale județului în funcție de conceptele de valorificare a destinațiilor turistice elaborate;
- Elaborarea brandului de promovare a serviciilor turistice din Țara Oașului;
- Amenajarea de trasee de cicloturism;
- Conceperea și marcarea/semnalizarea traseelor turistice în județul Satu Mare;
- Susținerea comercializării produselor tradiționale prin soluții online și prin promovarea târgurilor de meșteșugari.

2.3 Investiții în infrastructura rutieră privind circuitele turistice locale

- Reabilitarea și modernizarea infrastructurii rutiere județene prioritare traseelor turistice.

Priorități pentru Consiliul Județean în ceea ce privește activitatea altor instituții locale și județene:

- Facilitarea cooperării și asocierea dintre întreprinzătorii privați dar și parteneriatul public privat în ce privește dezvoltarea integrată în domeniul turismului;
- Susținerea aplicării normelor de protecție a mediului încurajând măsurile preventive a deteriorării obiectivelor de patrimoniu natural;
- Susținerea formalizării și dezvoltării activităților economice agroturistice;
- Inițierea unui dialog deschis și constructiv între instituțiile cu atribuții relevante în domeniul dezvoltării turismului local, cu scopul îndeplinirii cu succes a strategiei de dezvoltare.

2. Strategia de Marketing Regional a Județului Satu Mare pentru perioada 2013-2020

Obiectivul general turistic propus pentru perioada 2013-2020: Județul Satu Mare să se situeze în topul primelor 10 județe din România în privința numărului de sosiri în cazări turistice comerciale. În 2011, județul care s-a aflat pe poziția a 10-a a fost Bihorul cu un număr de 227.408 de sosiri. Ne propunem o țintă de 250.000 de sosiri până în anul 2020.





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



Tabelul nr. 6. Sinergia dintre prioritățile de dezvoltare stabilite în cadrul Strategiei pentru turismul de patrimoniu și alte strategii, planuri și programe de dezvoltare

Priorități de dezvoltare	EURO	RO	NV	SM
Creșterea conștientizării județului Satu Mare ca o destinație turistică la nivelul piețelor țintă și în mod specific ca o destinație turistică de patrimoniu	& Creative Europe 2014-2020 & COSME 2014-2020 (turismul cultural) & Programul de Cooperare Transfrontalieră România – Ungaria 2014-2020 & Instrumentul European de Vecinătate (European Neighbourhood Instrument ENI) 2014-2020	& Strategia Sectorială în Domeniul Culturii și Patrimoniului Național pentru Perioada 2014-2020 & Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național al României 2007-2026	& Planul de Dezvoltare Regională Transilvania Nord 2014-2020	& Strategia de Dezvoltare a Județului Satu Mare pentru perioada 2014-2020 & Strategia de Marketing Regional a Județului Satu Mare pentru perioada 2013-2020
Îmbunătățirea	& Conectarea Europei	& Master Planul pentru	& Planul de Dezvoltare	& Strategia de



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



legăturilor de transport
între județul Satu Mare
și piețele țintă

& *Politica privind noua
Rețea de Transport Trans-
Europeană (TEN-T)*

*Dezvoltarea Turismului
Național al României
2007-2026*

*Regională Transilvania
Nord 2014-2020*

*Dezvoltare a Județului
Satu Mare pentru
perioada 2014-2020*

& *Programele Naționale
de Reformă (PNR).
Acordul de parteneriat
2014-2020*

Asigurarea unei
capacități
corespunzătoare a
structurilor cu funcții
de cazare de bună
calitate, pentru a
răspunde cererii pieței
țintă

& *Programul Operațional
Regional 2014-2020*

& *Strategia Națională
pentru Dezvoltare
Regională 2014-2020*

& *Planul de Dezvoltare
Regională Transilvania
Nord 2014-2020*

& *Strategia de
Dezvoltare a Județului
Satu Mare pentru
perioada 2014-2020*

& *Master Planul pentru
Dezvoltarea Turismului
Național al României
2007-2026*

& *Programele Naționale*



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



de Reformă (PNR).
Acordul de parteneriat
2014-2020

& Conceptul Strategic de
Dezvoltare Teritorială
România 2030



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





CAPITOLUL 4.

DEZVOLTARE ORGANIZAȚIONALĂ

Tema acestui capitol este prezentarea unui model de organizare și parteneriat care să genereze și să coordoneze dezvoltarea strategiei pentru turismul de patrimoniu județului Satu Mare în perioada 2014-2020.

4.1 Factorii interesați

În lista de mai jos redăm lista entităților care au un rol important în dezvoltarea turismului din județul Satu Mare în calitate de manageri de obiective culturale ale patrimoniului construit (autorități publice), respectiv entități cu rol de informare și promovare (puncte de informare turistică).

Tabelul nr. 7. Factori interesați ai strategiei de turism de patrimoniu

	DENUMIREA INSTITUȚIEI/ ORGANIZAȚIEI	CONTACT
La nivel județean	Consiliul Județean Satu Mare	http://cjsm.ro/activitate-2/turism/
	Muzeul Județean Satu Mare	www.muzeumsm.ro
La nivel regional	Asociația Grup de Acțiune Locală Sud – Vest Satu-Mare	http://www.galsudvestsatumare.ro/ro
	Asociația de Dezvoltare Microregională a Comunităților din zona Sătmărilor	http://www.galzonasatmarului.ro/ro
	Asociația Grupul de Acțiune Locală Țara	http://www.galtaraaoasului.ro/





	Oraşului	
	Asociația Grupul de Acțiune Locală Microregiunea Someș Codru	http://www.galsomescodru.ro/
	Asociația Grup de Acțiune Locală Tövishát	http://tovishat.ro/
La nivel local	Municipiul Satu Mare	http://www.satu-mare.ro/pagina/obiective-turistice
	Municipiul Carei	www.primariacarei.ro
	Oraşul Ardud	www.orasardud.ro
	Oraşul Livada	http://www.primaria-livada.ro
	Oraşul Negreşti-Oaş	http://www.negresti-oas.ro/turism/
	Oraşul Tăşnad	www.tasnad.com
	Comuna Acâș	http://www.primaria-acas.ro
	Comuna Agriș	http://econinfo.eu/promotion/agris/
	Comuna Apa	http://primaria-apa.eu/
	Comuna Beltiug	http://www.comunabeltiug.ro/beltiug_turism-201.html
	Comuna Bixad	http://www.primaria-bixad.ro/bixad_turism-59.html
	Comuna Bogdand	http://www.primariabogdand.ro/
	Comuna Căpleni	http://www.capleni.ro
	Comuna Căuaș	http://www.comunacauas.ro/
	Comuna Certeze	http://www.primaria-certeze.ro/certeze_trasee-turistice-186.html
	Comuna Ciumești	http://www.e-castellum.eu/url/ciუმesti
	Comuna Craidorolt	http://www.craidorolt.ro/
	Comuna Halmeu	http://www.halmeu.ro/web/
	Comuna Hodod	http://www.comunahodod.ro/pagina/turism





	Comuna Homoroade	http://www.homoroade.ro/
	Comuna Medieșu Aurit	http://www.mediesuaurit.ro/
	Comuna Orașu Nou	http://www.orasunou.ro/
	Comuna Petrești	http://www.e-castellum.eu/url/Petresti
	Comuna Pișcolt	http://www.primariapiscolt.ro/
	Comuna Pomi	http://www.comunapomi.ro/
	Comuna Socond	http://www.primariasocond.ro/
	Comuna Supur	http://www.comunasupur.ro/pagina/turism
	Comuna Turulung	http://www.primariaturulung.ro/turism
	Comuna Valea Vinului	http://primariavaleavinului.ro/
	Comuna Vetis	http://www.vetis.ro/
Puncte de informare turistică	Satu Mare	Muzeul de Artă – P-ța Libertății nr. 21
	Carei	Centrul de Promovare a Turismului Cultural (Castelul Károlyi) Facebook: I love CAREI
	Tășnad	Centrul de informare turistică – Str. Stefan cel Mare nr. 106 statiune@primariatasnad.ro
	Negrești	http://www.negresti-oas.ro/turism/

Dincolo de entitățile enumerate mai sus, pentru a ajunge la un model organizațional optim în promovarea județului Satu Mare ca destinație turistică de patrimoniu cultural ar trebui coopate și următorii factori interesați:

Tabelul nr. 8. Județul Satu Mare: Principalii factori interesați în turismul de patrimoniu

Tipul	Factorii interesați	Sectorul public	Sectorul privat
APL	Consiliul Județean Satu Mare	•	
APL	Municipiul Satu Mare	•	
APL	Orașul Negrești-Oaș	•	
APL	Orașul Carei	•	





APL	Orașul Ardud	•	
APL	Orașul Livada	•	
APL	Comune	•	
Aeroport	Aeroportul Internațional Satu Mare	•	
Drumuri, național	Compania Națională de Autostrăzi și Drumuri Naționale	•	
Drumuri, județean	Consiliul Județean Satu Mare	•	
Drumuri, local	Comune	•	
Muzee și castele	Muzeul Județean Satu Mare	•	
Cazare	Hoteluri, moteluri, vile turistice, pensiuni agroturistice, hosteluri, căsuțe de vacanță, campinguri, apartamente, bungalow-uri		•
Servicii de alimentație publică	Restaurante și cafenele, baruri și pub-uri		•
Transport aerian	Tarom	•	
Transport aerian	Wizzair		•
Transport rutier	Operatori de transport – busuri, taxi-uri		•
Servicii de turism	Agenții de turism		•

Sursa: Date proprii

4.2 Parteneriate public-private

Având în vedere faptul că principalii factori interesați se constituie într-un mix de entități publice și operatori privați, este nevoie de crearea unei noi entități, a cărei formă de organizare legală să fie un parteneriat public-privat (PPP).

Parteneriatele public-private au fost mult utilizate la nivelul Uniunii Europene, cu diferite grade de succes. În anul 2005, Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) a inițiat un



studiu al parteneriatelor public-private în anumite țări, împărțite în două categorii, după cum urmează:

1. Țări cu experiențe de succes în ceea ce privește parteneriatul public-privat: Australia, Ungaria, Olanda, Portugalia și Marea Britanie
2. Țări aflate în stadii incipiente de implementare a parteneriatelor public-privat, care au atât experiențe de succes, cât și de eșec: Croația, Cehia și România.

În anul 2010 Guvernul României a introdus o nouă legislație în ceea ce privește parteneriatul public-privat, în speță Legea nr. 178/2010. Această lege “reglementează modul în care trebuie realizat un proiect de parteneriat public-privat care are în vedere modul de organizare, , de finanțare finanțare, construcția, reabilitarea, modernizarea, funcționarea, mentenanța, dezvoltarea și transferul bunurilor și serviciilor publice.”⁴

Începând cu 2010, România a avut câteva exemple de parteneriate public-privat de succes. Un bun exemplu este Cluj2015, platforma pentru dezvoltarea și promovarea orașului Cluj-Napoca ca și Capitala Europeană a Tineretului în 2015. Etapele realizate până în prezent de platforma Cluj2015 includ următoarele:

- Aplicația pentru titlul EYC2015
- Aprobarea de către Municipiul Cluj-Napoca
- Asigurarea unui grant „Youth in Action” pentru finanțarea procesului de ofertare
- Strângerea unui grup de 24.000 de suporterii individuali și a peste 2.000 de susținători la nivel corporatist și instituțional
- Înființarea Federației SHARE Cluj-Napoca, constând din 31 de organizații nonguvernamentale de tineret din Cluj-Napoca
- Protocol de parteneriat între Primăria Municipiului și Federația SHARE Cluj-Napoca pentru pregătirea și managementul Programului Capitala Europeană a Tineretului 2015.

Impactul economic așteptat, în timpul și după implementarea programului EYC2015, include următoarele:

- Creștere cu 150% a fondurilor pentru activități de tineret la nivelul municipalității
- Creștere cu 100% a bugetelor disponibile pentru ONG-urile de tineret din Cluj-Napoca

⁴ Sursa: Guvernul României



- Creștere cu 20% a numărului de turiști în 2015, și o creștere anuală cu 23% în perioada 2016-2018
- 80% din populația sub 35 de ani participă la cel puțin un eveniment sau proiect
- 50% din totalul populației participă la cel puțin un eveniment sau proiect
- Creștere cu 150% a numărului de vizitatori străini tineri care participă la evenimente și proiecte ale ONG-urilor locale, și cel puțin 25.000 de studenți străini ce participă la minimum un eveniment,
- 75 noi firme private sau ONG-uri).⁵

Prin luarea în considerare a modelelor de bune practici din alte țări, sau modele de bună practică la nivel național, ca cel prezentat mai sus, împreună cu asumarea unor garanții adecvate, este posibil și de dorit să se stabilească un parteneriat public-privat care să aibă ca principală responsabilitate realizarea obiectivelor strategice ale Județului Satu Mare privind turismul în general și turismul de patrimoniu în particular. Entitatea ar putea să primească de exemplu numele de Satu Mare 2020.

Partenerii publici ar putea fi Consiliul Județean Satu Mare, autoritățile locale de la nivelul orașelor și comunelor, Aeroportul Internațional Satu Mare și, posibil, compania Tarom. Partenerii privați ar putea fi operatorii din domeniul hotelier, alimentație publică, agențiile de turism, companiile de transport, și, deși ar implica un efort mai susținut, este de dorit să fie cooptată și firma WizzAir.

4.3 Alte modele și valori de referință

Recomandăm noi cercetări asupra modelor organizaționale sau parteneriatelor în alte țări europene care au reușit să își dezvolte cu succes turismul. În particular, lecțiile utile pot veni din experiențele acelor orașe care, în trecutul recent, au primit titlul de Capitală Culturală Europeană:

⁵ Sursa: CLUJ-NAPOCA candidată European Youth Capital, <http://www.cluj2015.ro/english/about-the-project>, 28 October 2014.





Tabelul nr. 9. Capitale Culturale Europene, 2007-2014

Anul	Oraș/Regiune	Țară
2007	Sibiu	România
	Luxembourg	Luxemburg
2008	Liverpool	Marea Britanie
	Stavanger	Norvegia
2009	Vilnius	Lituania
	Linz	Austria
2010	Essen-Ruhr	Germania
	Istanbul	Turcia
	Pécs	Ungaria
2011	Turku	Finlanda
	Tallinn	Estonia
2012	Guimarães	Portugalia
	Maribor	Slovenia
2013	Marseille-Provence	Franța
	Košice	Slovacia
2014	Riga	Letonia
	Umeå	Suedia

Sursa: http://en.wikipedia.org/wiki/European_Capital_of_Culture

Trebuie de notat că România a fost selectată să găzduiască una din Capitalele Culturale Europene în anul 2021⁶. În prezent, orașele candidate sunt Arad, Cluj-Napoca, Craiova, Iași și Timișoara⁷. Oricare oraș ar urma să fie selectat, Satu Mare poate avea o oportunitate excelentă să beneficieze de pe urma turismului adițional ce va apărea în 2020 și după aceea, ca rezultat al evenimentelor și activităților din România asociate cu Capitala Culturală Europeană.

⁶ Sursa: Eur LEX, Acces la legislația Uniunii Europene, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.132.01.0001.01.ENG

⁷ Sursa: http://en.wikipedia.org/wiki/European_Capital_of_Culture



CAPITOLUL 5.

STRATEGIA DE MARKETING

Tema acestui capitol este determinarea instrumentelor de comunicare de marketing pentru potențialele grupuri țintă.

În capitolul 1 am identificat următoarele grupuri țintă majore:

- Vizitatori interni de o zi (cetățeni români care vizitează atracțiile turistice de patrimoniu din județul Satu Mare, dar care nu petrec noaptea în structuri de primire turistică din județ)
- Vizitatori interni care stau peste noapte (cetățeni români sau rezidenți din România, care înseamnă anual aproximativ 90.000 de sosiri în structuri de primire turistică din județul Satu Mare)
- Vizitatori internaționali de o zi (cei aflați în tranzit către Maramureș sau alte obiective turistice din România)
- Vizitatori internaționali care stau peste noapte (care înseamnă anual aproximativ 5.000 de sosiri în structuri de primire turistică din județul Satu Mare).

Primul segment (cel al vizitatorilor interni de o zi) reprezintă majoritatea vizitelor actuale identificabile la destinațiile turistice de patrimoniu – adică aproximativ 154.000 vizite anuale ale patrimoniului construit. Impactul celorlalte trei grupe asupra turismului de patrimoniu nu poate fi cuantificat în baza datelor existente.

Cu toate acestea, pentru a atinge obiectivele de marketing în ceea ce privește turismul în județul Satu Mare, este clar că trebuie să schimbăm mixul între vizitatorii interni și cei internaționali, astfel ca până în anul 2020, proporția vizitatorilor internaționali să reprezinte aproximativ 50% din numărul total de sosiri în structurile de primire a turiștilor.

Pentru a dezvolta strategia de marketing, este crucial să înțelegem motivațiile și criteriile de luare a deciziilor a vizitatorilor județului Satu Mare, și în particular motivațiile și criteriile vizitatorilor internaționali. Primul pas este să înțelegem sursele de informare care influențează aceste motivații.

5.1 Surse de informare ce influențează alegerea unei destinații

În studiul coordonat de TNS pentru Comisia Europeană pentru anul 2012, respondenți din întreaga Uniune Europeană au fost întrebați: “Dintre următoarele surse de informare, care credeți că este cea mai importantă atunci când luați o decizie în legătură cu planurile de călătorie?”, lista răspunsurilor fiind următoarea:

- Experiența personală
- Recomandări ale prietenilor, colegilor sau rudeniilor
- Ghiduri sau reviste cumpărate
- Cataloage, broșuri gratuite
- Pagini de Internet
- Site-uri de social media
- Agenții de turism / birouri de turism
- Ziare, radio, televiziune
- Alte surse de informare menționate de respondent.

În Tabelul de pe următoarea pagină, am sumarizat răspunsurile din principalele piețe țintă identificate (Belgia, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda, România și Marea Britanie).

Se poate observa că în aceste piețe țintă următoarele surse de informare au fost preferate atunci când a fost luată decizia privind destinațiile de vacanță:

Recomandări ale prietenilor, colegilor sau rudeniilor	54% dintre respondenți
Pagini de Internet	50% dintre respondenți
Experiențe personale	37% dintre respondenți
Agenții de turism / birouri de turism	24% dintre respondenți

(Acele procente sunt medii ponderate, bazate pe estimările în ceea ce privește ordinul de mărime al respectivelor piețe țintă.)



Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



Deși aceste procente se aplică tuturor turiștilor care și-au rezervat vacanțe de 4 sau mai multe nopți, și nu neapărat turiștilor interesați de patrimoniu, credem că acestea pot servi ca indiciu pentru strategia de marketing pentru turismul de patrimoniu.



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





Tabelul nr. 10. Piețe țintă europene pentru turismul de patrimoniu: cele mai importante surse de informare pentru luarea deciziei privind petrecerea vacanței, 2012 (% respondenților)

Țara de rezidență	Recomandări ale prietenilor, colegilor sau rudeniilor	Pagini de Internet	Experiența personală	Agenții de turism / birouri de turism	Cataloage și broșuri gratuite	Ziare, radio, TV	Ghiduri și reviste cumpărate	Site-uri de social media	Alte surse
Belgia	51	49	38	25	18	11	9	4	3
Franța	55	43	31	20	11	10	9	3	3
Germania	56	47	38	28	13	10	11	6	1
Ungaria	58	41	39	4	12	7	6	4	2
Italia	47	46	30	24	11	5	7	4	2
Olanda	50	63	35	17	16	7	8	8	2
România	49	24	28	19	6	10	5	8	1
Marea Britanie	58	53	41	19	17	10	9	4	2
Medii ponderate	54	50	37	24	14	9	10	5	2

Sursa: "Flash Eurobarometer 370, Atitudini ale Europeanilor referitoare la Turism - Raport" (realizat de TNS pentru Comisia Europeană, Directoratul General pentru întreprinderi și Industrie, Martie 2013), Tabelul Q10

Mediile ponderate sunt bazate pe estimările noastre referitoare la mărimea respectivelor piețe țintă în anul 2012.

Notă: Au fost permise răspunsuri multiple (cel mult 3), de aici procentul ce depășește 100 pentru fiecare țară.





5.2 Implicații pentru strategia de marketing

Implicațiile pentru strategia de marketing:

- La nivelul Uniunii Europene ca întreg, și în fiecare din piețele țintă selectate, recomandările din surse de încredere și experiențele personale au influențe foarte importante asupra luării deciziei privind vacanța. Împreună, acestea influențează deciziile privind vacanța în cel puțin 54% din piețele noastre țintă, și posibil chiar mai mult (nu știm în ce măsură recomandările și experiențele personale se suprapun). Cu toate acestea, de vreme ce Județul Satu Mare pornește de la un număr foarte mic de vizitatori internaționali de peste noapte, baza experiențială pe care se poate construi este foarte mică.
- Dincolo de experiența directă sau indirectă, influența cea mai puternică vine din partea Internetului. Deși chestionarul folosit în cercetarea Comisiei Europene specifica „Paginile de Internet” pe a doua poziție în lista opțiunilor de răspuns, iar „Site-urile social media” erau pe a 8-a poziție, nu putem trage concluzia că respondenții au făcut o distincție clară între cele două. De fapt credem chiar că e mai probabil ca respondenții să fi înțeles că termenul „Pagini de Internet” subsumează și site-urile social media gen Facebook sau Twitter. Interpretarea noastră este că trebuie să considerăm paginile de Internet (definite la modul larg ca incluzând și site-urile social media) ca un puternic instrument, cu potențial de a atinge între 50% și 55% din piețele țintă europene selectate de noi.
- Promovarea cu succes a turismului de patrimoniu în primii ani ai perioadei vizate de strategie este esențială, pentru că astfel se poate contura o experiență turistică directă. Va fi de asemenea crucial să se asigure calitatea acestei experiențe, astfel ca turiștii care sosesc aici pentru prima dată să facă recomandări pozitive familiilor lor, rudeniilor și prietenilor, și astfel, progresiv, se va putea stimula creșterea numărului de vizitatori interesați de turismul de patrimoniu în județul Satu Mare
- Pornind de la cele de mai sus recomandăm o abordare în doi pași a strategiei pentru perioada 2014-2020, după cum urmează:





- În primii ani (2014-2017), accentul trebuie pus pe Internet ca prima sursă de influență asupra deciziilor turiștilor.
- În cea de-a doua parte a perioadei de planificare (2018-2020), trebuie pus un accentul progresiv pe asigurarea unor experiențe turistice pozitive și traducerea acestor experiențe în recomandări către alți posibili turiști (în paralel cu utilizarea continuă a Internetului pentru atragerea noilor vizitatori).

5.3 Mecanisme pentru generarea conștientizării pe Internet

Cele mai importante trei mecanisme pentru generarea conștientizării Județului Satu Mare pe Internet sunt următoarele:

- TripAdvisor (www.tripadvisor.com) – cel mai mare website la nivel mondial pentru review-uri ale destinațiilor de călătorie
- YouTube (www.youtube.com) – cel mai mare website la nivel mondial pentru distribuție de materiale video
- FaceBook (www.facebook.com) – cel mai mare website la nivel mondial pentru împărtășirea informației sociale.

5.3.1 TripAdvisor

TripAdvisor este o companie publică, înființată în anul 2000 și stabilită în Newton, Massachusetts, SUA. Se consideră a fi cel mai mare site web pe teme de călătorii la nivel mondial, cu peste 60 de milioane de membri, peste 170 de milioane de recenzii ale destinațiilor de turism și peste 280 de milioane de vizitatori unici pe lună. Orice persoană poate deveni membru al TripAdvisor și poate apoi posta recenzii pe site-ul TripAdvisor's. Cu toate acestea, o investigație a AdvertisingStandards Authority din Marea Britanie a arătat că TripAdvisor a folosit "sisteme de fraudare avansate și foarte eficiente" pentru a se asigura că recenziile postate pe site sunt originale.⁸

⁸ Sursa: <http://en.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor>





Între 2009 și 2012, TripAdvisor a realizat un studiu referitor la 962 situri Patrimoniu Mondial listate de Centrul pentru Patrimoniul Mondial UNESCO. Atunci când membri ai TripAdvisor publicau o recenzie despre un hotel, restaurant sau o atracție din zona unui obiectiv cuprins în Patrimoniul Mondial UNESCO, aceștia erau rugați să participe la un sondaj privind experiența proprie în situl UNESCO, și să indice dacă l-ar recomanda și altora. Mai mult de 1.130.000 de chestionare au fost adunate începând cu 8 ianuarie 2013, cu referire la situri din Patrimoniul Mondial din întreaga lume. Acesta a fost cel mai mare studiu de acest fel realizat vreodată. Pe baza acestui studiu, TripAdvisor a realizat un top 10 al celor mai recomandate situri de patrimoniu mondial, care se structurează după cum urmează:





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



Tabelulnr. 11. Top 10 situri patrimoniu mondial, conform răspunsurilor membrilor TripAdvisor, 2013

Poziția	Destinația	Localizarea	Număr de recenzii pe TripAdvisor, octombrie 2014	Obs.
1.	Ansamblul Istoric de la Potala Palace, Lhasa	Lhasa, China	951	
2.	Cheile Ironbridge	Ironbridge, Marea Britanie	1,185	
3.	Palatul și Parcul Fontainebleau	Fontainebleau, Franța	769	
4.	Centrul Istoric din Guimaraes	Guimaraes, Portugalia	512	
5.	Masada	Ein Gedi, Izrael	1,125	
6.	Byblos	Byblos, Liban	116	1
7.	Persepolis	Persepolis, Iran	341	
8.	Fortăreața Hwaseong	Suwon, Republica Korea	284	
9.	Parcul Național Cilento și Vallo di Diano împreună cu Siturile Arheologice Paestum și Velia și Certosa di Padula	Italia	1,182	2
10	Meidan Emam	Esfahan, Iran	284	

Sursa: http://www.tripadvisor.co.uk/PressCenter-i5659-c1-Press_Releases.html, 8 January 2013

Observații. 1. Recenziile se referă la Castelul Cruciaților. 2 Recenziile se referă la templele grecești din Paestum (1,124) și ruinele de la Velia (58)



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



Fiecare din aceste situri a avut cel puțin 100 de recenzii pe TripAdvisor, iar în unele cazuri chiar peste 1.000.

Recomandăm ca Județul Satu Mare să inițieze o campanie pentru a se asigura că toate atracțiile majore de patrimoniu, și, de ce nu, toate atracțiile sale, sunt listate și recenzate pe TripAdvisor.

Nici Consiliul Județean Satu Mare, nici angajații și furnizorii săi, dar nici operatorii atracțiilor turistice nu pot ei înșiși să posteze recenzii pe TripAdvisor, având în vedere că recenziile sunt acceptate doar din partea vizitatorilor. Din acest motiv, Consiliul Județean ar trebui să încurajeze operatorii atracțiilor să solicite recenzii din partea vizitatorilor.

Un mecanism des utilizat și efektiv este de a printa și a distribui fluturași pentru a invita vizitatorii să scrie recenzii. Fluturașii trebuie distribuiți tuturor vizitatorilor care se cazează într-o structură de cazare turistică, celor care cumpără bilete la obiectivele de patrimoniu sau celor care vizitează centrele de informare turistică. Mai jos sunt prezentate câteva exemple în acest sens.



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN

How was your visit?

When you get home,
please review us on TripAdvisor.
www.tripadvisor.com/reviewit



Each month, more than 50 million travelers* come to TripAdvisor and use our 60 million reviews and opinions to plan and have the perfect trip. Add your voice to the community!

* Source: comScore Media Metrix, Worldwide, January 2012



5.3.2 YouTube

YouTube este o companie fondată în anul 2005, cu sediul în San Bruno, California, și deținută din anul 2006 de către Google Inc. Studiile de piață arată că www.youtube.com este cel de-al treilea cel mai vizitat website din lume, după www.google.com și www.facebook.com. YouTube menționează că are 800 de milioane de vizitatori unici în fiecare lună. Cele mai multe materiale video de pe YouTube sunt încărcate de persoane fizice.⁹

La o căutare despre Satu Mare pe site-ul YouTube, utilizând cuvântul cheie "Satu Mare", până în luna octombrie 2014 am găsit aproximativ 100.000 materiale video. Majoritatea materialelor video cu un număr mare de vizitatori au un conținut legat de evenimente de petrecere a timpului liber, căsătorii, concerte sau alte interese personale. Pentru cuvintele cheie „Satu Mare turism” au fost listate aproximativ 1.060 de rezultate, iar cu cuvintele cheie "Satu Mare tourism" s-au obținut 646 rezultate.

În tabelul de pe următoarea pagină am sumarizat audiențele materialelor video selectate (fie acestea personale sau profesionale) care promovează orașul Satu Mare ca o destinație turistică.

⁹ Sursa: <http://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>



Tabelul nr. 12. Materiale video postate pe YouTube care promovează județul Satu Mare sau orașul Satu Mare

Titlu	Lungime hh:mm:ss	Audiență octombrie 2014			URL
		Vizionări	Like-uri	Dislike-uri	
Satu Mare e orasul meu - filmul oficial al Municipiului Satu Mare	0:18:40	41,900	235	29	http://www.youtube.com/watch?v=QcmPypc9Slo
Satu Mare, Romania	0:03:58	34,618	99	5	http://www.youtube.com/watch?v=owHGG8K1hQA
CAREI the best city in the world	0:04:04	34,718	89	4	http://www.youtube.com/watch?v=unLisV3x4Ag
Satu Mare by air	0:05:20	8,770	56	0	http://www.youtube.com/watch?v=qhFpLbXltP4
Biserica "Hristos a înviat" Satu Mare	0:04:21	40,659	47	3	http://www.youtube.com/watch?v=AOQSrfJO6CA
Satu Mare, orasul meu / Szatmárnémeti, az én városom	0:05:41	4,464	46	12	http://www.youtube.com/watch?v=qVIQMPkUNmM
Orasul meu Satu Mare	0:03:32	11,342	29	2	http://www.youtube.com/watch?v=YZ23E-F5p_Q
la pescuit , SATU MARE	0:03:11	49,576	17	7	http://www.youtube.com/watch?v=sPgoIOL1chQ
Plaja APA (Jud. Satu Mare)	0:01:03	37,797	17	8	http://www.youtube.com/watch?v=QXwNFcHom6Q
Strand Termal Carei	0:00:30	59,503	14	2	http://www.youtube.com/watch?v=OY-RMDTvZ9I
aquastar satu mare, parcul acvatic	0:02:47	3,442	11	3	http://www.youtube.com/watch?v=e9rEq_6JMdM
Baile Acas, judetul Satu Mare, ROMANIA	0:01:41	58,216	10	1	http://www.youtube.com/watch?v=mfrNTn4fAZI
Strand Termal Carei	0:00:30	30,396	6	1	http://www.youtube.com/watch?v=StmZ_MaGLlc
Trupa de la Satu Mare (2)	0:00:46	11,539	5	3	http://www.youtube.com/watch?v=MHuRt_zCIHE

Sursa: YouTube, www.youtube.com, octombrie 2014



Având în vedere puterea canalelor de comunicare date de internet, recomandăm ca Județul Satu Mare să utilizeze You Tube ca un mecanism de creștere a conștientizării destinațiilor turistice din județ (și în particular ale destinațiilor turistice de patrimoniu) atât în România cât și în piețele majore internaționale, incluzând Belgia, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda și Marea Britanie.

În acest sens, este de recomandat ca Județul Satu Mare (Consiliul Județean Satu Mare sau o altă organizație județeană mandatată) să contracteze producția unei serii de documentare despre turismul de patrimoniu din județ. Printre aceste filme ar trebui să se regăsească un documentar cu o lungime mai mare (cel mult 30 de minute) privind turismul de patrimoniu ca întreg, și/sau câteva documentare de scurtă durată (cel puțin 8 minute) despre câteva din atracțiile turistice particulare, precum Castelul Karolyi.

Documentarele vor trebui filmate în high definition (HD), cu o rezoluție de cel puțin 720. Pentru fiecare film ar trebui realizate versiuni separate cu titrare în limba română, maghiară, engleză, franceză, germană, italiană și olandeză.

Aceste filme vor trebui încărcate pe YouTube cu acces public nerestricționat, cu respectarea drepturilor de copyright și proprietate intelectuală pentru organizația care contractează producția filmelor.

Ulterior, Județul Satu Mare (prin organizația județeană mandatată) va trebui să monitorizeze audiența acestor filme, măsurată prin numărul de vizionări, like-uri, dislike-uri și comentarii, iar periodic va trebui să updateze sau să refacă aceste filme, ținând cont de comentariile primite.

5.3.3 Facebook

Facebook este o companie fondată în anul 2004, cu sediul în Menlo Park, California. Facebook avea în luna iunie 2014 mai mult de 1.3 miliarde de utilizatori activi. Site-ul www.facebook.com este înregistrat ca al doilea site la nivel mondial în ceea ce privește numărul de vizitatori.¹⁰

¹⁰ Sursa: <https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>



O căutare pe Facebook (realizată în octombrie 2014) a paginilor și grupurilor legate de orașul sau județul Satu Mare, folosind cuvântul cheie "Satu Mare" a generat o listă de aproximativ 50 de pagini sau grupuri (FaceBook nu oferă statistici legate de numărul exact al rezultatelor căutării). Majoritatea acestor pagini conțin materiale legate de afaceri din Satu Mare.

În tabelul de mai jos este sumarizat numărul de membri pentru paginile și grupurile FaceBook selectate (fie acestea personale sau profesionale) care promovează Satu Mare ca județ, oraș sau destinație turistică.

Tabelul nr. 13. Pagini FaceBook selectate, care promovează județul sau orașul Satu Mare

Titlul	Tipul	Audiență în octombrie 2014			URL
		Membri	Like-uri	Vizite	
Satu Mare	Grup	14,188			https://www.facebook.com/groups/346886875487/?fref=ts
Satu Mare orasul meu	Grup	11,787			https://www.facebook.com/groups/260366207391722/
JUDETUL SATU MARE	Grup	5,319			https://www.facebook.com/groups/384389591642948/
Satu Mare - Szatmárnémeti	- Grup	3,900			https://www.facebook.com/groups/satu.mare.szatmarnemeti/
Satu Mare	Loc		27,912	136,404	https://www.facebook.com/pages/Satu-Mare/112768845403364?fref=ts
Filarmonica Satu Mare	Muzică/formație		6,153	n.a.	https://www.facebook.com/filarmonica.satumare
Vizitează Satu Mare	Județ		5,712	69	https://www.facebook.com/ViziteazaSatuMare
Satu Mare, te iubesc	Reper		4,558	168	https://www.facebook.com/SatuMareTelubesc
Livada, Satu Mare	Loc		569	5,460	https://www.facebook.com/pages/Livada-Satu-Mare/109469352412116
Viile Satu Mare, Satu Loc Mare, Romania			365	3,463	https://www.facebook.com/pages/Viile-Satu-Mare-Satu-Mare-Romania/113323932028089
YES Satu Mare	Comunitate		319	n.a.	https://www.facebook.com/pages/YES-Satu-Mare/1441726372764194
Consiliul Județean Satu Mare	Organizație		311	n.a.	https://www.facebook.com/pages/Consiliul-Județean-Satu-Mare





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



				Mare/128286397321729
Corund jud Satu Mare	Comunitate	306	n.a.	https://www.facebook.com/pages/Corund-jud-Satu-Mare/128286397321729
Satu Mare County	Județ/Regiune	129	n.a.	https://www.facebook.com/pages/Satu-Mare-County/123532757691557
SatuMare.info	Comunitate	38	n.a.	https://www.facebook.com/satutare.info
Sursa: www.facebook.com , octombrie 2014				



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN



Recomandăm ca Județul Satu Mare să utilizeze FaceBook ca un mecanism adițional pentru a crește conștientizarea turismului în județ, atât în România, cât și la nivelul piețelor țință internaționale, incluzând Belgia, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda și Marea Britanie.

Pentru a face acest mecanism unul eficient și eficace, este nevoie ca județul să genereze noi pagini și grupuri pe Facebook, dedicate promovării turismului în județ și în particular turismului de patrimoniu. Ar trebui să existe cel puțin câte o pagină sau grup FaceBook pentru fiecare din destinațiile turistice majore, precum Castelul Karolyi.

Versiuni distincte ale acestor pagini și grupuri ar trebui să fie create în limbile europene utilizate în țările ce reprezintă piețele țință internaționale majore, de exemplu în limba engleză, germană și maghiară.

Administrarea și actualizarea acestor pagini și grupuri ar trebui fie contractată unei firme IT, fie realizată de specialiști IT din cadrul Consiliului Județean Satu Mare sau din cadrul altei organizații județene mandatate în acest sens.

5.4 Calitatea experienței turistice

Experiența personală și recomandările venite din partea unor surse de încredere sunt cei mai importanți doi factori care influențează turiștii Uniunii Europene în ceea ce privește alegerea destinației de vacanță. Astfel, pe durata întregii perioade de planificare, în paralel cu creșterea numărului de turiști, trebuie să ne asigurăm că turiștii au parte de experiențe pozitive care să îi încurajeze să facă recomandări familiilor și prietenilor atunci când se întorc.

În prezent, avem foarte puține date primare despre calitatea experienței turistice în județul Satu Mare. Pe TripAdvisor sunt puține recenzii care se referă la hoteluri, restaurante sau atracții din Satu Mare, numărul lor este prea mic pentru a constitui un eșantion de încredere. De exemplu, hotelul cel mai bine clasat (Poesis) are doar 18 recenzii; cel mai bine clasat

restaurant (No Pardon Café) are doar 11 recenzii; cea mai bine clasată atracție turistică (Castelul Karolyi) are doar 9 recenzii.

Pentru a putea avea o imagine despre experiența turistică a vizitatorilor este necesar un program anual de colectare de date primare, bazate pe interviuri cu turiști care sunt reprezentativi pentru piețele țintă majore – atât cele interne (cetățeni români și rezidenți români) cât și cele internaționale (Belgia, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Olanda și Marea Britanie).

Interviurile ar trebui să fie realizate față în față (mai degrabă decât telefonic sau prin Internet), pentru a asigura cooperarea și sinceritatea respondenților. Respondenții selectați ar trebui să fie turiști care vizitează destinațiile turistice de patrimoniu din România – incluzând județul Satu Mare, dar și alte destinații precum cele din Maramureș. O astfel de abordare va permite intervievarea unui eșantion mai larg de turiști interesați de patrimoniu și determinarea nivelului de conștientizare și percepții asupra județului Satu Mare, fie că au vizitat sau nu Satu Mare.

În aceste interviuri este recomandat să fie solicitate tipuri diferite de date, incluzând și următoarele:

- Date demografice despre respondenți (de exemplu: naționalitatea, locul de rezidență, vârsta, sexul, ocupația, clasa socio-economică) și despre persoanele însoțitoare (de exemplu mărimea și compoziția grupului, familie, prieteni sau ambele, relația cu respondentul)
- Date cantitative și factuale despre natura experienței turistice în România (de exemplu durata totală a șederii; mijloace de transport din țara de origine în România; mijloace de transport utilizate în România; tipul de cazare ales; tipare de consum de hrană și băutură; locuri vizitate; timpul petrecut în fiecare destinație)
- Date calitative privind experiența turistică (de exemplu gradul de satisfacție privind transportul internațional și local, formalitățile la sosire, cazare, mâncare și băutură, servicii, informații, relațiile cu localnicii etc.)
- Date calitative asupra percepției județului Satu Mare (dacă respondenții au auzit de Satu Mare, dacă au vizitat județul sau orașul Satu Mare, iar dacă da, s-ar mai întoarce aici; are



percepții pozitive sau negative despre Satu Mare; unde situează respondenții județul/orașul Satu Mare în comparație cu alte destinații turistice de patrimoniusimilare/ din aria geografică învecinată)

- Date calitative asupra factorilor, criteriilor și surselor de informare care le-au influențat decizia privind destinația de vacanță (de exemplu importanța experiențelor personale anterioare, a recomandărilor, a paginilor de Internet, a siturilor social media, a altor surse media etc.)

Acest program de cercetare trebuie să se desfășoare anual, în același interval de timp când există un număr mai mare de turiști în România (vara).

Locurile de realizare a interviurilor ar putea fi hoteluri, centre comerciale sau atracții turistice , sau în aeroporturi internaționale, în spațiile destinate plecărilor din România. Segmentele piețelor țintă care ar trebui abordate se regăsesc în tabelul de mai jos.

Tabelul nr. 14. Program anual recomandat pentru obținerea datelor primare despre turismul de patrimoniu

Tipul de piață	Țara de origine	Durata șederii (nopti)	Universul eșantionării, 2012
Interni de o zi	România	-	153,684
Interni, peste noapte	România	1-3	164,817
Interni, peste noapte	România	4+	16,687
Internaționali, peste noapte	Belgia	4+	924,852
Internaționali, peste noapte	Franța	4+	649,667
Internaționali, peste noapte	Germania	4+	5,836,756
Internaționali, peste noapte	Ungaria	4+	44,817
Internaționali, peste noapte	Italia	4+	1,108,195





Internaționali, peste noapte	Olanda	4+	1,814,238
Internaționali, peste noapte	Marea Britanie	4+	2,566,800

Surse: Participarea la turism pentru scopuri personale, Eurostat, Tabelul tour_dem_totot, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>, 28 October 2014; bazat pe persoanele care au petrecut o vacanță internă de cel puțin 1 noapte în anul 2012.

Procentul celor care au călătorit în scopuri culturale din raportul "Atitudini ale europenilor față de turism" (Flash Eurobarometer 370 - TNS Politic & Social), Martie 2013, p.8; bazat pe un sondaj cuprinzând persoane care au petrecut o vacanță de cel puțin 4 nopți consecutive în anul 2012.

Observații: a. Număr de vizitatori identificat sau estimat al atracțiilor turistice de patrimoniu în județul Satu Mare, 2013. Numărul de vizitatori unici va fi mai mic, având în vedere faptul că unii vizitatori aleg să viziteze mai multe destinații.

b. Număr estimat de vizitatori care au mers în vacanțe în străinătate în anul 2013, având ca scop și vizitarea obiectivelor culturale.

CAPITOLUL 6.





MONITORIZAREA IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI

Tema acestui capitol este definirea indicatorilor pentru monitorizarea și controlul implementării strategiei pentru turismul de patrimoniu în județul Satu Mare. Pentru a evalua implementarea obiectivului strategic și al priorităților de dezvoltare, recomandăm următorii indicatori-cheie în ceea ce privește performanța:

Tabelul nr. 15. Județul Satu Mare: Indicatori-cheie de performanță (ICP) pentru turismul de patrimoniu

ICP	Sursa	Site web
1 Număr de sosiri ale călătorilor la Aeroportul Internațional Satu Mare	Aeroportul Internațional Satu Mare	Nu pe web site; necesită contact direct
2 Capacitate de cazare turistică în județul Satu Mare, pe tipul de structură de primire	Institutul Statistică Național	de www.insse.ro
3 Sosiri ale turiștilor în structuri de primire turistică în județul Satu Mare, după naționalitate și tipul structurii de primire	Institutul Statistică Național	de www.insse.ro
4 Innoptări în structuri de primire turistică în județul Satu Mare, după naționalitate și tipul structurii de primire	Institutul Statistică Național	de www.insse.ro
5 Durata medie a șederii în structurile de primire turistică din județul Satu Mare, după naționalitate și tipul structurii de primire	Analize bazate pe 3 și 4	
6 Bilete vândute la obiectivele majore de patrimoniu	Date sintetice de la obiective de patrimoniu individuale	Contact direct cu operatorii obiectivelor de patrimoniu
7 Număr de hoteluri, restaurante și atracții recenzate pe TripAdvisor	TripAdvisor www.tripadvisor.com	





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



8 Rating mediu al hotelurilor, TripAdvisor
restaurantelor și obiectivelor majore de
patrimoniu pe TripAdvisor

www.tripadvisor.com

Pe măsură ce sunt stabilite pagini web și canale de comunicare adiționale, pot fi propuși și alți indicatori cheie de performanță, ca de exemplu număr de vizite pe site-ul YouTube sau număr de like-uri pe pagini de Facebook.



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





Anexa 1 – Produse turistice de patrimoniu existente în județul Satu Mare

TRADIȚII ȘI OBICEIURI SĂTMĂRENE

Temele principale ale produsului turistic	Turism rural, etnografie, arhitectură tradițională, meșteșuguri populare, arta populară tradițională, mâncărurile tradiționale locale, obiceiurile și festivalurile locului
Localități incluse	Negrești-Oaș, Certeze, Racșa, Prilog, Vama, Homorodu de Sus (Oțeloiaia), Bogdand, Foieni, Andrid, Beltiug și Ardud
Descrierea produsului turistic	Traseul cuprinde mai multe opriri în locuri diferite din județ pentru a face cunoștință cu diferite obiceiuri și tradiții specifice județului: 1. Tradiția olăritului (comuna Vama) - Tradiția locală consideră olăritul foarte vechi, iar documentele din arhivele comunei confirmă olăritul înainte de 1850. 2. Meșteșuguri populare (Țara Oașului) - În Țara Oașului portul ocupă un loc de cinste, iar confecționarea lui, este considerată o artă. 3. Nunta oșenească (Țara Oașului) - Nunta reprezintă probabil cel mai spectaculos ritual folcloric al zonei Oașului. 4. Muzeul Țării Oașului (Negrești Oaș) - Muzeul din Negrești-Oaș a luat ființă în anul 1966 și deține colecții de etnografie din Țara Oașului precum: mobilier, ceramică, port po-pular, textile,





obiecte de uz gospodăresc, unelte.

5. Stropitul de Paști - Obiceiul stropitului în cea de a doua zi de Paști este practicat și astăzi pe teritoriul județului Satu Mare, trecerea timpului lăsându-și însă amprenta și asupra acestei tradiții.

6. Muzeul Șvăbesc (Petrești) - Din dorința de a păstra valorile tradiționale specifice etnoculturii șvăbești, într-o gospodărie tipică arhitecturii populare șvăbești, Primăria comunei și Muzeul Județean Satu Mare au înființat în anul 1993 Muzeul Șvăbesc din localitate. Muzeul încearcă să redea modul de viață caracteristic șvabilor.

7. Manifestări culturale tradiționale. Dintre manifestările culturale-tradiționale ale județului Satu Mare menționăm următoarele.

- Zilele Culturale Germane – Satu Mare
- Festivalul Folcloric Sâmbra Oilor – Certeze
- Zilele Orașului Satu Mare
- Festivalul Interjudețean de Folclor „Dragu-mi-i cântu’ și jocul” – Tășnad
- Festivalul Fanfarelor
- Zilele Culturale Maghiare Partium
- Festivalul Portului, Cântecului și Jocului Codrenesc de la Oțeloaia – comuna Homorode
- Întâlnirea șvabilor sătmăreni – Satu Mare și Petrești
- Festivalul Folcloric al Naționalităților – comuna Bogdand
- Sărbătoarea Recoltei „Ertendankfest” - Satu Mare
- Zilele Calului – comuna Foiene
- Festivalul Internațional al Pălincii





	- Balul Strugurilor – Beltiug și Ardud - Festivalul Vinului Sătmărean - Carei - Festivalul de Datini și Obiceiuri de Iarnă – Negrești-Oaș.
Marketing	www.cjsm.ro – secțiunea Activitate / Turism www.viziteaza-satutare.com – secțiunea „Tradiții și obiceiuri sătmărene” www.muzeumsm.ro www.oasmuseum.ro www.negresti-oas.ro – secțiunea Turism

PEREGRINARE PE URMELE TIMPURILOR TRECUTE

În momentul în care turistul pornește la drum pe meleagurile județului Satu Mare este impresionat la tot pasul de frumusețea trecutului, de amprente pe care timpul le-a lăsat pe fiecare petec al județului. Bunurile de patrimoniu culturale și religioase care tronează precum un mesager al timpului se întâlnesc într-un circuit care le pune în valoare rând pe rând. Ochiul turistului rămâne impresionat de valorile culturale și istorice de interes local. Dintre aceste valori, unele sunt adăugate patrimoniului național și internațional, ca parte integrantă a patrimoniului mondial al umanității. Castele și cetăți, atracții arhitecturale proeminente, dovezi vii ale istoriei, bisericile de lemn și mănăstirile, întâmpină vizitatorul pe întreg teritoriul județului, deschizând porțile spre cultură și religie.

Temele principale ale produsului turistic	Patrimoniu istoric, cultural și religios
Localități incluse	Satu Mare, Carei, Căpleni, Ardud, Medieșu Aurit, Livada, Hodod, Căuaș, Valea Vinului, Apa, Acâș, Ciumești, Săuca, Tășnad, Corund, Bolda, Hurezu Mare, Lelei, Stâna, Bixad, Prilog, Lunca Potăului, Măriuș, Țeghea, Prilog Vii, Scărișoara Nouă
Descrierea produsului turistic	Satu Mare: Muzeul de artă, locul unde s-a semnat Pacea din 1711; Breasla Cismarilor și Casa Albă; Palatul Administrativ;





Hotelul Dacia și Filarmonica; Turnul Pompierilor; Teatrul de Nord; Biserica cu lanțuri; Catedrala Romano-Catolică „Înălțarea Domnului”; Palatul Episcopal; Catedrala Greco-Catolică „Sfinții Arhangheli Mihail și Gavril”; Catedrala Ortodoxă „Adormirea Maicii Domnului”; Biserica Romano-Catolică „Sfânta Inimă a lui Isus” (Calvaria); Capela Aurel Popp; Sinagoga; Grădina Romei.

Carei: Castelul Károlyi, Biserica Romano-Catolică „Sf. Iosif de Calasanz”; Gimnaziul Piaristilor și Hanul Cerbului; Monumentul Eroilor; Complexul arheologic de la Bobald

Căpleni: Cripta familiei Károlyi

Ardud: Cetatea din Ardud; Biserica Romano-Catolică; Biserica Reformată

Medieșu-Aurit: Castelul Lónyai; Cuptoarele dacice

Livada: Castelul Vécsey; Biserica Reformată din Livada Nouă

Hodod: Conacele Wesselényi și Dégenfeld; Biserica Reformată

Căuaș: Casa memorială „Ady Endre”

Valea Vinului: Casa Memorială „Dr. Aloisie L. Tăutu”

Apa: Casa Memorială „Dr. Vasile Lucaciu”

Acâș: Biserica Reformată

Ciumești: Fresca medievală de la Biserica Reformată din Berea

Săuca: Biserica Reformată

Tășnad: Biserica Reformată; Muzeul Orășenesc

Biserici de lemn: Corund, Bolda, Hurezu Mare, Lelei, Stâna

Mănăstiri: Bixad, Prilog, Lunca Potăului, Măriuș, Țeghea, Prilog Vii, Scărișoara Nouă

Marketing

www.cjsm.ro – secțiunea Activitate / Turism

www.viziteaza-satunmare.com – secțiunea „Peregrinare pe urmele timpurilor trecute”

www.muzeumsm.ro

www.satu-mare.ro





www.primariacarei.ro

www.orasulcarei.ro

www.castelekarolyi.ro

www.orasardud.ro

DRUMUL VINULUI SĂTMĂREAN

Cele trei trasee identificate în programul Drumului vinului sătmărean sunt:

1. Carei - Pir
2. Halmeu - Orașu Nou
3. Hodod - Viile Satu Mare

Temele principale ale produsului turistic

Produs turistic viticol

Localități incluse

1. Carei - Pir
2. Halmeu Vii - Orașu Nou Vii (Tarna Mare, Halmeu Vii, Turulung Vii, Tămășeni, Orașu Nou),
3. Hodod - Viile Satu Mare (Hodod, Dobra, Beltiug, Rătești, Ardud, Viile Satu Mare)

Descrierea produsului turistic

1. Traseul Carei – Pir. *Municipiul Carei* prezintă o tradiție specifică în cultura viței-de-vie, podgoreniile constituindu-se în Ordinul „Cavalerii Vinului Sf. Orban”, care au organizat deja cea de-a XV-a ediție a concursului de vinuri nobile din Carei. *Orașul Tășnad. Comuna Pir.* Vinul produs la Pir este amintit încă din secolul al XVII-lea, comuna reprezentând una dintre cele mai vestite zone producătoare de vin din bazinul carpatic. În zilele noastre, cultura viței-de-vie și producția de vin sunt în revenire, vinurile produse aici fiind medaliată la întrecerile regionale ale vinicultorilor.

2. Traseul Halmeu Vii – Orașu Nou Vii. *Comuna Halmeu* este cea mai cunoscută comună producătoare de căpșuni. Pe lângă căpșuni, o altă cultură la fel de remarcabilă este cea a viței-de-vie,





vinurile din Halmeu fiind renumite atât în județ, cât și la nivel regional. *Comuna Turulung*. Circuitul turistic viticol se continuă spre Orașu Nou fie prin *Călinești-Oaș*, fie prin *Livada*. Ajunși în *Orașu Nou*, cu satele aparținătoare Prilog, Prilog Vii, Remetea-Oaș, Orașu Nou Vii, turiștii pot degusta vinurile autohtone în cadrul concursurilor de vin locale (luna februarie).

3. Traseul Hodod – Viile Satu Mare. *Comuna Hodod. Satul Dobra* (comuna Supur) - În hotarul localității există pivnițe pentru păstrarea vinului construite în pământ. Aici au fost recent plantate peste 200 de hectare de viță-de-vie nobilă, deci zona are șanse să devină în anii următori un important centru viticol. *Comuna Beltiug* este predominant agricolă, însă se remarcă și viile (plantate chiar de contele Sándor Károlyi), întinse pe sute de hectare precum și mulțimea pivnițelor de vinuri. În zona Beltiug, șvabii stabiliți aici au încă din 1712 un adevărat cult al vinului. În Beltiug sunt specifice pivnițele familiale (peste 360) cu lungimi de până la 50 m, construite pe trei etaje în panta dealului pe care sunt plantate viile. Drumul vinului din acest tronson turistic se continuă cu *Orașul Ardud*, unde se află Cetatea lui Rákóczi și Monumentul lui Petőfi Sándor, dar pe lângă aceasta, Ardudul este bogat în viile, livezile și pădurile ce-l înconjoară. Comuna Viile Satu Mare. Urmează apoi *Comuna Viile Satu Mare* în care cultivarea viței-de-vie, alături de cultivarea căpșunilor, reprezintă principalele activități agricole ale locuitorilor.

Marketing

www.cjsm.ro – secțiunea Activitate / Turism

www.vinulsatmarean.ro





CIRCUITUL BISERICILOR MEDIEVALE

Pe teritoriile umede ale câmpiei sătmărene s-a format de-a lungul istoriei un sistem de localități alcătuit din mai multe localități și sate mici. Această zonă înconjurată de ape și-a păstrat înfățișarea, starea de suflet, valorile sale construite în perioada medievală. Din sărăcie și izolare s-au născut obiceiuri arhitecturale specifice, care pot fi urmărite mai ales în construcția bisericilor. Atmosfera unică a bisericilor medievale din Satu Mare este dată de bisericile mici, de clopotnița de lemn așezată lateral, plafoanele casetate ornate, galeriile pictate, amvoanele sculptate și ornate.

Temele principale ale produsului turistic	Patrimoniu religios
Localități incluse	Acâș, Agriș, Beltiug, Bixad, Căpleni, Corund, Livada, Negrești-Oaș (Lechința), Tășnad, Vetis
Descrierea produsului turistic	Biserica din Acâș se numără – în ciuda restaurării din perioada 1896-1902 – printre cele mai bine conservate biserici patronale romanice de pe teritoriul Regatului Ungariei medievale. Lăcașul a fost construit în cea mai mare parte din cărămidă, la elementele de structură fiind parțial utilizată și piatra. Biserica reformată din Agriș, de dimensiuni reduse și orientată pe axa est-vest, păstrează componente medievale. Turnul original din lemn, situat în vestul bisericii, a fost înlocuit în 1955 cu un turn neogotic de zid. În pofida faptului că nu se poate demonstra regimul de proprietate exclusiv al familiei Egri asupra bisericii la cumpăna secolelor XV-XVI, membrii acesteia au jucat un rol decisiv în edificarea lăcașului. Biserica romano-catolică din Beltiug de astăzi, de dimensiuni considerabile, are la origine un edificiu medieval în mare măsură





transformat și amplificat în jurul anului 1910 pe baza planurilor arhitectului Foerk Ernő. Din fericire, despre aspectul bisericii medievale s-a păstrat un desen anterior anului 1866, care prezintă planul și fațada sudică a acesteia.

Construirea **Mănăstirii de la Bixad** pe dealul pitoresc din hotarul satului s-a început în anul 1699, sub conducerea călugărului Isaia. Fondarea mănăstirii a iscat însă și conflicte grave, care s-au soldat cu uciderea brutală a călugărului; prima mănăstire și biserica de lemn nu s-au finalizat până la dispariția sa.

În epoca arpadiană s-a întemeiat la **Căpleni Mănăstirea** ce urma să aibă cea mai îndelungată existență din istoria fostului comitat Satu Mare. Dacă nu luăm în considerare documentul emis în 1195, dispărut între timp și cunoscut doar pe baza unei citări din 1711, primele mențiuni referitoare la mănăstire datează din secolul al XIV-lea.

O capelă de lemn a românilor din **Corund** este menționată pentru prima dată în 1494. Nu se cunoaște însă datarea precisă a **bisericii de lemn** actuale. Ridicată inițial în mijlocul cimitirului, pe un deal, biserica a fost strămutată pe locul ei actual în cea de a doua jumătate a secolului XIX.

Biserica reformată din Livada Mică conservă în bună parte aspectul medieval al construcției; tradiția leagă construirea acestui lăcaș de implicarea patronală a Suzanei Báthori. Pe baza analizei detaliilor formale, se poate spune că biserica a fost ridicată la mijlocul secolului al XV-lea; de altfel, pe ușa sacristiei este incizat anul 1457.





Prima descriere detaliată și cel mai vechi inventar al **bisericii de lemn din Lechința** datează din 1775, și fuseseră întocmite cu ocazia realizării unei conscripții privind starea materială a parohiilor greco-catolice din comitat. S-a consemnat că biserica avea o structură rezistentă, pe jumătate nouă, că fusese construită din grinzi în vremuri imemorabile, dar a fost renovată recent din cauza deteriorărilor. În turnul edificiului se aflau două clopote de 44 și respectiv de 26 de pfunzi.

Biserica Reformată din Tășnad. Cel mai mare lăcaș de cult medieval din fostul comitat al Solnocului de Mijloc a fost edificat pe marginea platoului Dealurilor Sălajului dinspre Câmpia de Vest astfel încât turnul bisericii domină panorama dinspre Valea Ierului. Biserica dispune de trei porți, cea de sub turn și cea sudică putând avea premise medievale.

Clădirea **Bisericii reformate din Vetis**, în pofida transformărilor din epoca modernă, a păstrat în mare parte aspectul medieval. Informații privitoare la aspectul său de dinaintea transformării neogotice sunt furnizate de gravuri publicate în 1864 și 1870, precum și de schițe executate de Schulcz Ferenc.

Marketing

www.cjsm.ro – secțiunea Activitate / Turism

www.temple-tour.eu/ro





DRUMUL PRUNELOR SZATMÁR – SATU MARE

Drumul Prunelor din regiunea Szatmár – Satu Mare a luat ființă în cadrul programului comun de dezvoltare de produs, ca și traseu de circuit tematic, fiind un produs individual turistic. Datorită colaborării partenerilor români și maghiari, Drumul Prunelor din regiunea Szatmár – Satu Mare asigură un program bogat în conținut pentru turiști, pentru oaspeți vechi și noi care vizitează această regiune transfrontalieră și au posibilitatea de a face cunoștință și în mod personal cu locuri frumoase și interesante, cu tradițiile regiunii și cu produsele regionale legate și de prune, iar toate acestea le pot cunoaște urmând un traseu gândit lângă linia graniței celor două țări, pe meleaguri frumoase și pline de diversitate.

Temele principale ale produsului turistic

Turism gastronomic

Localități incluse

Traseu: Vásárosnamény, Tákos, Csaroda, Beregdaróc, Beregsurány, Tarpa, Vásárosnamény, Tivadar, Penyige, Túristvándi, Szatmárcseke, Tizacsécse, Vásárosnamény, Milota, Sonkád, Kölcse, Panyola, Vásárosnamény, Lónya, Satu Mare, Medieșu Aurit, Vama, Negrești-Oaș, Vama, Valea Măriei, Bixad, Turț, Halmeu, Turulung, Livada, Satu Mare

Descrierea produsului turistic

Descoperirea "Drumului prunelor Szatmár-Satu Mare" (7 zile/6 nopți)

Ziua 1:

Sosire în localitatea Vásárosnamény. Plimbare în oraș, baie (Baia Termală Szilva, Parcul de Distracție Acvatic, malul Tisei)

Ziua 2:

Vásárosnamény: Muzeul Beregi, expoziție despre istoria școlii

Tákos: Biserica reformată, casă tradițională

Csaroda: Biserica reformată, casă tradițională

Beregdaróc: Casă tradițională, Biserica reformată





Beregsurány: Parcul castelului, Castelul Uray, Curia Bay, Biserica reformată

Tarpa: Moară uscată, Biserica reformată

Vizită la pălincia (atelierul de producție de pălincă) deținută de Tarpa Manufaktúra Kft. Prezentarea tehnologiei de fierbere, degustarea a 4 tipuri de pălincă, prezentare privind istoria pălincii, caracterizarea țuicilor degustate, prezentarea tehnicilor de degustare. Degustarea de fructe uscate. Slănină, pâine de casă, ceapă. (posibilitate de masă)

Pornire înapoi în localitatea Vásárosnamény.

Ziua 3:

Pornire din localitatea Vásárosnamény la Tivadar.

Tivadar: Vizitarea Bisericii reformate, plimbare pe malul Tisei

Penyige: Lekvrium – Muzeul Magiunului (cunoașterea cultivării, prelucrării prunelor, a instrumentelor utilizate, degustare de dulceață)

Túristvándi: Vizitarea morii de apă, odihnă pe malul râului Túr (posibilități de masă)

Szatmárcseke: Cimitirul cu cruce de lemn, monumentul funerar Kölcsey Ferenc, Expoziție memorială Kölcsey

Tizacsécse: Casa memorială Móricz, biserica reformată, turn de clopotniță din lemn

Reîntoarcere în localitatea Vásárosnamény la locul de cazare.

Ziua 4:

Pornire din Vásárosnamény la Milota.

Milota: Biserica reformată, parohie

Sonkád: Biserica reformată care este deținătoare a unui premiu Europa Nostra





Kölcse: Biserică, turn de clopotniță din lemn

Panyola: Biserica reformată

Vizită în pălincia (atelierul de producție de pălincă) deținută de Panyolai Szilvórium Kft. Prezentarea tehnologiei de fierbere, gustarea a 4 tipuri de pălincă, prezentare privind istoria pălincii, caracterizarea țiucilor gustate, prezentarea tehnicilor de degustare. Plăcintă din aluat de pâine.

Dacă traversăm Someșul cu bacul, ne întoarcem la punctul de pornire a traseului, în localitatea Vásárosnamény.

Ziua 5:

Pornire din localitatea Vásárosnamény în Lónya.

Lónya: Biserica reformată, turn de clopotniță din lemn, Capela familiei Lónyay, parcul castelului

Satu Mare: Călătorie cu trecerea frontierei, 2-2,5 ore, ocuparea locului de cazare, după care cunoașterea atracțiilor municipiului

Satu Mare: Catedrala Episcopală Romano-Catolică, Palatul Episcopal, Hotelul Dacia (Pannónia), Centrul Reformat, Sinagoga Mare, Turnul Pompierilor, Teatrul de Nord, Muzeul de Artă (Palatul Vécsey)

Cazare în Satu Mare

Ziua 6:

Pornire de la Satu Mare la Medieșu Aurit

Medieșu Aurit: Vizitarea pălinciei Zetea, degustarea de diferite tipuri de pălinci de fructe, vizitarea castelului Lónyai.

Vama: Prezentarea olarului Istvánfi Géza, posibilitate de cumpărare de articole de ceramică tradițională

Negrești-Oaș: Vizitarea Muzeului Țării Oașului (Muzeul satului în aer liber). Vizitarea în special a Casei Prunelor (pălincie





tradițională restaurată prin proiect)

Reîntoarcere în Vama-Valea Măriei la locul de cazare

Valea Mariei: sat în zonă împădurită, situată într-o regiune pitorească, izvoare de apă termală și medicinale.

Ziua 7:

Pornire din Valea Mariei în Bixad

Bixad: Vizitarea mănăstirii

Turț: Degustare de pălinci de prune pregătite după procedeul tradițional

Halmeu: Degustare de fructe, centru de cultivare de căpșuni

Turulung: Vizitarea ariei naturale protejate în compania unui ghid ecologist

Livada și Livada Mică: Vizitarea castelului Vécsey și a caselor tipice din sat.

Reîntoarcere în Satu Mare, de acolo întoarcere la Vásárosnamény.

Marketing

www.szilvaut.hu





DRUMUL MARIEI

Pelerinajul organizat anual poartă numele de „1Úton” (Pe un singur drum) și vizează mai multe sute de localități din Austria, România și Ungaria. Evenimentul internațional organizat oferă o experiență spirituală tuturor celor care aleg acest pelerinaj. Participanții îi vor cunoaște mai bine pe cei din jur, dar vor avea oportunitatea și să se cunoască mai bine pe ei înșiși. În tot acest timp vor observa îndeaproape natura, vor desfășura o activitate pentru sănătate și vor putea admira valorile de patrimoniu istoric, cultural și religios din Bazinul Carpatic. Pelerinajul „1Úton” (Pe un singur drum) creează un tot unitar: pe diferite trasee dinainte stabilite, participanții vor merge unul alături de celălalt, ajutându-se unul pe celălalt, acordând atenție unul celuilalt.

Temele principale ale produsului turistic

Turism religios

Localități incluse

Carei, Petrești, Căuaș, Hotoan, Tășnad

Descrierea produsului turistic

Zona Partium – 16 august 2014

În anul 2014, în 16 august, după sărbătoarea Sf. Maria, Drumul Mariei este organizat pe întregul său traseu pentru un singur scop: familia.

1-22a. Bátorliget >> Carei (Nagykároly)

1-22b. Piricse >> Carei (Nagykároly)

1-22c. Petrești (Mezőpetri) >> Carei (Nagykároly)

1-22d. Căuaș (Érkávás) >> Carei (Nagykároly)

1-22v. Hotoan (Érhatvan) >> Carei (Nagykároly)

1-23a. Hotoan (Érhatvan) >> Tășnad (Tasnád)

1-23v. Carastelec (Kárásztelek) >> Tășnad (Tasnád)

Marketing

<http://1uton.mariaut.hu>

Persoană de contact: Havas Tamás, telefon: +40 735 191 997

TRASEUL LEGENDELOR SĂTMĂRENE





Vizitatorul Sătmărilor istoric aterizează într-o lume mistică: este fermecat de meleaguri sălbatice împânzite de vegetația exuberantă și de șerpuirea râurilor cristaline care îl ademenesc la aventură. Micile sate se înșiră în spațiul sătmărean, cu turnuri de biserici albe ca zăpada ce se înalță spre cer, cu castele vechi care ascund secrete, cu tragedii cuprinse în ruine și cu legende pe care ni le-au lăsat înaintașii sperând în minuni.

Traseul legendelor sătmărene nu este un drum rigid, ci „un imperiu mistic”, care cuprinde 31 de localități din Ungaria și 15 localități românești, mărginit de păduri și ape. Locuitorii acestui ținut bogat în legende ocrotesc cu sfințenie legendele ținutului lor, moștenite în majoritate pe cale orală din tată în fiu, de la bunici la nepoți.

Temele principale ale produsului turistic

Patrimoniu cultural

Localități incluse

În România, județul Satu Mare: Andrid, Berveni, Carei, Cămin, Căpleni, Căuaș, Foieni, Moftinu Mic, Petrești, Santău, Satu Mare, Săuca, Tășnad, Tiream, Urziceni

Descrierea produsului turistic

Pachete de programe:

Antic – biserici, castele, parohii, conace, palate, muzee

Activ – centre culturale și sportive, stadioane, ștrand, manej, canoe

Aventură – plimbare pe brațe moarte, parcuri, pivnițe, rezervații naturale, ruine, conace, biserici, castele

Romantic – plimbare pe brațe moarte, lacuri, rezervații naturale, păduri, castele, conace, parcuri dendrologice, grădini, pășuni

Sănătate – centre culturale și sportive, stadioane, ștranduri termale, păduri, aer tămăduitor, fructe

Folclor – muzee, patrimoniu local, case folclorice, case tradiționale, expoziții meșteșugărești, galerii

Fabulos – legende, lacuri artificiale, sate migratoare, satul





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



Marketing

berzelor

Explorator – monumente arhitecturale și naturale, statui, castele, palate, conace, case memoriale, hanuri

Natural – Someșul, brațele moarte ale Someșului, Crasna, rezervații naturale, lacuri, păduri și pășuni, pâșăuri

Gastro – fructe și legume, marmeladă, ciorbă de pește

<http://www.szatmarilegendak.hu>



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN





Programul de Cooperare Transfrontalieră ENPI
Ungaria-Slovacia-România-Ucraina

Programul este cofinanțat de către
Uniunea Europeană



Proiectul „Moștenirea turistică în Mica Europă” este implementat prin Programul de Cooperare Transfrontaliera Ungaria-Slovacia-România-Ucraina 2007-2013 (www.huskroua-cbc.net) și este cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul European de Vecinătate și Parteneriat. Obiectivul general al Programului este de a intensifica și adânci cooperea de o manieră durabilă din punct de vedere social, economic și al protecției mediului între regiunile Ucrainei Zakarpatska, Ivano-Frankivska și Chernivetska și ariile eligibile și adiacente din Ungaria, România și Slovacia.

Uniunea Europeană este alcătuită din 27 de state membre care au decis să pună laolaltă cunoștințe, resurse și destine. Împreună, de-a lungul unei perioade de extindere de 50 de ani, ele au construit o zonă de stabilitate, democrație și dezvoltare durabilă menținând totodată diversitatea culturală, toleranța și libertatea individuală. Uniunea Europeană este angajată să împărtășească rezultatele și valorile ei cu țări și popoare dincolo de granițele ei.

Comisia Europeană este forul executiv al UE.

Programul de cooperare transfrontalieră ENPI Ungaria-Slovacia-România-Ucraina urmează să fie implementată în perioada 2007-2013 la granița externă a Statelor Membre UE participante și Ucraina. Instrumentul European de Vecinătate și Parteneriat IEVP (ENPI) sprijină cooperarea transfrontalieră la granița externă a UE.

Obiectivul global al programului este de a intensifica și adânci cooperea de o manieră durabilă din punct de vedere social, economic și al mediului între regiunile Ucrainei Zakarpatska, Ivano-Frankivska și Chernivetska și ariile eligibile și adiacente din Ungaria, România și Slovacia.

Autoritatea Comună de Management al Programului este Agenția de Dezvoltare Națională din Ungaria. Site-ul programului este www.huskroua-cbc.net.

© Copyright Județul Satu Mare, 2014

All rights reserved.

Această publicație s-a editat cu asistență din partea Uniunii Europene. Conținutul acestei publicații este exclusiv responsabilitatea Județului Satu Mare, Consiliul Județean Satu Mare.



JUDEȚUL SATU MARE
CONSILIUL JUDEȚEAN

