

PROIECT DE STRATEGIE DE DEZVOLTARE A  
TURISMULUI ÎN JUDEȚUL ARAD

**2012-2016**

Octombrie 2011

©Fundația Centrul pentru Analiză și Dezvoltare Instituțională – Eleutheria

Splaiul Independenței nr. 17, Bl. 101B, Ap. 30

Sector 5, București

Telefon: 021.316.02.52

E-mail: [office@cadi.ro](mailto:office@cadi.ro)

Internet: [www.cadi.ro](http://www.cadi.ro)

Toate drepturile rezervate.

Coordonator: Horia Terpe

Cercetători:

Vlad Tarko

Aura Matei

Tudor Glodeanu

Emma Frischmann

Coordonare administrativă: Anamaria Chiș

Suport administrativ:

Monica Șomândroi

Andra Bistriceanu

Acest raport reflectă concluziile cercetătorilor, bazate pe datele prelucrate. El nu reflectă  
opinia instituțiilor contractante sau a conducerii acestora.

## *Mulțumiri*

*Datele empirice folosite provin din anchetele sociologice desfășurate în anul 2010 (două sondaje de opinie și mai multe focus-grupuri) precum și din: date statistice, informații publice; informații și documente puse la dispoziție de CJA și CCJA precum: Strategia culturală a județului Arad, proiectele desfășurate sau aflate în desfășurare, studiile și materialele realizate. Apreciem deschiderea și cooperarea reprezentanților Consiliului Județean Arad și ai Primăriei Municipiului Arad.*

*Ideile sunt desprinse din aceste date și din discuțiile avute cu partenerii implicați în proiect. Mulțumim pe această cale tuturor colaboratorilor și în mod special participanților la interviuri, focus-grupuri și consultări pentru timpul, intuițiile, planurile și entuziasmul cu care au contribuit.*

*Mulțumim studenților care au realizat programul lor de practică în cadrul acestui proiect și a căror contribuție la buna organizare a consultărilor o apreciem.*

## *Cuprins*

I. Direcții generale .....	6
1.1. Sinteza situației actuale.....	6
1.2. Conceptul general.....	8
1.3. Direcții posibile de dezvoltare .....	10
1.3.1. Turism sportiv și de recreere.....	10
1.3.2. Obiective culturale permanente.....	12
1.3.3. Turism balnear.....	14
1.3.4. Turism de afaceri.....	16
1.3.5. Obiective naturale .....	16
1.3.6. Evenimente culturale (obiective culturale nepermanente).....	19
1.3.7. Turism de tranzit.....	20
1.4. Direcțiile cu potențial maxim de dezvoltare .....	21
II. Obiectivele și operaționalizarea obiectivelor.....	22
<b>1. Obiectiv special: creșterea atractivității județului Arad ca destinație turistică pe direcțiile cu potențial maxim de dezvoltare: turism sportiv și de recreere, natural și cultural.</b> .....	23
Subobiectiv 1.1. Crearea de circuite turistice.....	24
Proiect 1.1.1. Aradul cultural.....	26
Proiect 1.1.2. Circuite Turistice Active (biciclete, caiace, bărci, drumeții, ecvestre). .....	27
Subobiectiv 1.2. Crearea de oportunități sportive pentru evenimente și comunități neconvenționale.....	29
Subobiectiv 1.3. Creșterea și regândirea finanțărilor acordate organizațiilor neguvernamentale și instituțiilor care propun proiecte menite să sprijine turismul în județ.....	30
<b>2. Obiectiv general: îmbunătățirea infrastructurii și cadrului instituțional al turismului în jud. Arad.</b> .....	32
Subobiectiv 2.1. Dezvoltarea infrastructurii.....	32
Subobiectiv 2.2. Marketing: comunicarea și facilitarea informării turistice cu privire la județul Arad. ....	38
Subobiectiv 2.3. Dezvoltarea networkingului turistic.....	41
Proiectul 2.3.1. Înființarea unei asociații a operatorilor din turism din județul Arad cu statut de ONG.....	41

Proiect 2.3.2. Siteul turistic Arad.....	41
Proiect 2.3.3. Convențiile turistice bianuale.....	43
Subobiectiv 2.4. Scăderea taxelor locale de la nivelul maxim.....	44
Subobiectiv 2.5. Sprijinirea IMM-urilor care activează în turism.....	46
III.Planul de acțiuni .....	48
Anexa 1. Manualul de brand al jud. Arad (Noeland, 2011)	
Anexa 2. Strategia de comunicare a jud. Arad (Noeland, 2011)	
Anexa 3. Raportul cercetării potențialului turistic al jud Arad (CADI, INSOMAR, 2010)	

## I. Direcții generale

### 1.1. Sinteza situației actuale

Analiza stării turismului în județul Arad a pornit de la trei tipuri principale de date: date oficiale (ce reies din statisticile naționale și județene, din fișe ale localităților sau date despre proiectele finanțate), sondajele concepute de echipa de cercetători a CADI și aplicate de INSOMAR, atât la nivel național, cât și la nivel județean (înglobând turiștii actuali și potențiali, cât și operatorii de turism) și interviuri extinse de grup cu reprezentanții diverselor părți implicate în turismul arădean (operatori de hoteluri și pensiuni, reprezentanți ai administrației și ai agențiilor de control, administratori ai unor obiective antropice și naturale, profesori universitari etc.). Toate aceste date, inclusiv informațiile privind cadrul juridic relevant, se regăsesc în *Anexa 3. Raportul de cercetare privind potențialul turistic al județului Arad.*

Rezumând, analiza datelor empirice a demonstrat faptul că turismul arădean se află actualmente într-o stare deficitară, accentuată de criza economică. Județul Arad se conturează ca o destinație turistică în mai mică măsură decât județele limitrofe. În ancheta la nivel național<sup>1</sup>, întrebați pentru care dintre județele din vestul țării ar opta pentru o excursie de weekend cu familia, respondenții au nominalizat Aradul de cele mai puține ori (9% Arad, 13% Caraș-Severin, 14% Hunedoara, 15% Alba, 22% Bihor și 24% Timiș).

Principalul tip de turism regăsit în județul Arad este cel de tranzit, cu toate că există și un anumit tip de turism de afaceri, de recreere în perioada de vară și turismul balnear, ultimul fiind însă dependent de subvenții. Agroturismul, menționat frecvent ca oportunitate de dezvoltare a turismului în cadrul interviurilor de grup, nu pare a avea deocamdată o tendință ascendentă.

Turiștii cuprinși în ancheta derulată în județul Arad<sup>2</sup>, sunt în proporție de 42% din județ. Din județele învecinate menționăm 12% din Timiș, 9% din Bihor, 5% din Hunedoara. De menționat este faptul că Bucureștiul înregistrează 5%, un procent mai mic și decât cel al turiștilor din străinătate.

---

<sup>1</sup>Ancheta a fost realizată la nivel național în sistem OMNIBUS pe un eșantion de 1207 persoane de tip probabilist, stratificat proporțional după mediul de rezidență, arii culturale și tipul localității, reprezentativ pentru populația României cu vârsta de 18 ani și peste. Culegerea datelor a fost realizată în perioada 30 iunie – 10 iulie 2010. Eroarea maximă admisă pentru rezultatele obținute, garantată cu o probabilitate de 95%, este de +2,8%.

<sup>2</sup>Ancheta în populația de turiști din județul Arad, realizată pe bază de chestionar aplicat față în față, a cuprins un eșantion de 380 de turiști, cu o eroare de  $\pm 4,2\%$  la un nivel de încredere de 90%. Perioada de culegere a datelor a fost ultima săptămână a lunii iulie și prima săptămână a lunii august.

Tipurile de turism la momentul actual presupun șederi scurte și accesarea a puține servicii în afara celor hoteliere și de restaurație. Acest lucru înseamnă că dezvoltarea locală generată de turism este la un nivel modest, din cauza cheltuielilor reduse și nediversificate pe care le fac turiștii odată ajunși în locație.

Atunci când corelăm scopul călătoriei cu localitatea în care operatorii funcționează, observăm că turismul de vacanță/recreere este predominant în localități mai mici precum Ghioroc, Dezna, Căsoaia sau Sebiș. În Moneasa, ponderea turismului de recreere este la fel de importantă ca și ponderea turismului pentru tratament balnear. În municipiul Arad, predominante sunt turismul de tranzit și de afaceri. Operatorii din Nădlac și din alte localități mai mici ale județului raportează un turism majoritar de tranzit.

Atunci când testăm influența ocupației asupra scopului călătoriei, folosind aceleași date din ancheta în rândul turiștilor la nivel județean, se constată următoarele tendințe: salariații la stat prezintă o atracție spre cultură și o respingere a călătoriilor de afaceri, explicabilă prin natura profesiei. Salariații la privat au preferințe diferite, ei fiind atrași de călătoriile de afaceri și de sport și mai puțin de cultură. Patronii fac turism de afaceri sau sunt în tranzit. Agricultorii nu prea merg în vacanță, accesul lor la unitățile de cazare datorându-se mai degrabă tranzitului. Pensionarii sunt preponderent orientați către turism pentru tratament balnear și turism cultural, iar elevii și studenții preferă sportul.

Asocierea dintre județul de proveniență și scopul călătoriei ne arată că turiștii din Arad sunt orientați mai degrabă către turism pentru tratament balnear, cultural și de recreere. Cei din Timiș prezintă o atracție pentru turism medical și practicarea de sporturi. Cei din Bihor vin în Arad pentru a-și petrece vacanța și a practica sporturi. Cei din Hunedoara sunt atrași de turismul cultural sau se află în tranzit, în timp ce bucureștenii vin în Arad în tranzit sau pentru afaceri. Cei din străinătate vin mai ales pentru sport, afaceri și în tranzit.

Motivele stării nesatisfăcătoare a turismului din Arad sunt legate de următoarele aspecte: **lipsa obiectivelor turistice de interes major (național)<sup>3</sup>, lipsa promovării și comunicării adecvate a atracțiilor turistice existente către potențialii turiști, deficiențele infrastructurii de transport, existența piedicilor fiscale și legislative, și nu în ultimul rând absența colaborărilor fructuoase între agenții privați (mediate sau nu de agenții publici).** Aceasta este provocarea; situația conține însă un potențial semnificativ de dezvoltare a turismului, care face obiectul strategiei de față.

---

<sup>3</sup> Adică a obiectivelor atât de atractive încât să poată determina chiar și singure deplasarea unor turiști pentru a le vizita. Singurul obiectiv de acest nivel ar putea fi Cetatea Aradului, atunci când va fi deschisă publicului și amenajată corespunzător.

## 1.2. Conceptul general

---

*Resursele Consiliului Județean Arad (CJA) trebuie concentrate într-un număr limitat de direcții prioritare, și anume în direcțiile în care județul Arad are sau își poate dezvolta un avantaj comparativ în materie de turism față de regiunile vecine.*

---

Întrebarea de fond este: pornind de la situația dată (descrișă de secțiunile anterioare) cum putem utiliza resursele limitate disponibile în următorii ani pentru a obține efectul unei dezvoltări durabile a turismului în jud. Arad, pe termen lung? Răspunsul rezidă în *concentrarea* acestor resurse în puncte-cheie potrivit unei anumite *sucesiuni* de secvențe sau etape.

Secțiunea de față expune esența sintetică a strategiei urmând ca elementele sale să fie detaliate în continuare iar etapizarea lor continuată prin Planul de Acțiuni (PA) din finalul materialului.

### **Scop. Dezvoltarea unui număr cât mai mare de avantaje comparative în raport cu județele din regiune.**

Pe termen lung (10-15 ani), Aradul trebuie să se diferențieze prin numărul și calitatea atracțiilor oferite turiștilor, prin comparație cu județele din regiune. În acest sens strategia va separa tipurile de turism - fiecare adresându-se câte unui grup-țintă diferit (de exemplu, tineri interesați de sporturile în natură). Dezvoltarea câte unui tip de turism, astfel încât membrii grupului-țintă respectiv să vină predominant în jud. Arad pentru a-și satisface interesele, se constituie în câte un avantaj comparativ pentru jud. Arad. Mai multe asemenea avantaje sunt necesare pentru a asigura constanța fluxurilor turistice.

Totuși, aceste avantaje comparative nu pot fi construite simultan, datorită resurselor investiționale limitate disponibile. Iată de ce propunem separarea conceptuală a viitorului în două etape strategice majore, corespunzând obiectivelor generale precizate mai jos. Prima dintre acestea este obiectul strategiei de față și constă în ***concentrarea resurselor CJA într-un număr limitat de direcții prioritare care să rezulte într-un avantaj comparativ distinct față de regiunile vecine, într-un orizont de timp de circa 4-5 ani.***

După ce un asemenea avantaj va fi funcțional, stabil și bine valorificat, se va putea încerca și ***dezvoltarea unor noi avantaje comparative.*** Această extindere va putea porni de la fluxul de turiști și infrastructura formată pentru nișele de piață ale primului avantaj comparativ, urmărindu-se obținerea unor lărgiri și diversificări a fluxului de



turiști. Identificarea noilor avantaje comparative care vor putea fi dezvoltate și a mijloacelor pentru valorificarea acestora fac obiectul unei etape ulterioare și a unei viitoare strategii de dezvoltare turistică. Obiectivul celei de față este inițierea procesului de dezvoltare turistică.

### **Obiective generale**

#### **I. Obținerea unui prim avantaj comparativ distinct față de regiunile învecinate.**

Orizontul de timp. Perioada de investiții: 2012-2016, avantajul urmând să fie funcțional în anul 2017.

Cu cât acest avantaj este mai rar într-un spațiu geografic cât mai larg, cu atât este mai solid și atrage mai mulți turiști. Ar fi excelent ca acest avantaj să fie prezent în raport cu întreaga Transilvanie ori măcar în raport cu județele limitrofe.

#### **II. Pornind de la baza reprezentată de acesta, dezvoltarea unor noi avantaje comparative.**

Orizontul de timp: perioadă de investiții 2016-2019, noi avantaje urmând să fie funcționale în anul 2020.

Pe măsură ce va avea loc dezvoltarea generată prin urmărirea primului obiectiv va deveni evident și care sunt cele mai fezabile alte avantaje comparative.

Există mai multe motive convergente pentru care această succesiune este alegerea corectă. Dintre acestea, menționăm doar două. În primul rând, planul este simplu și clar, fiind format din doar două etape. În al doilea rând, resursele CJA sunt limitate și, deci, nu pot avea vreun efect constructiv pe termen lung dacă sunt dispersate în toate direcțiile, în funcție de oportunitățile întâmplătoare (ex. ansamble folclorice, proiecte artistice, festivaluri etc.) care apar în cursul unui an. **Trebuie evitată disiparea inutilă a resurselor; concentrarea lor pe direcțiile cele mai promițătoare va structura, prin consecință, și restul planului unitar al dezvoltării turistice a județului, inclusiv corelarea proiectelor existente și viitoarelor inițiative, așa încât toate acestea să se potențeze reciproc.**

În continuarea materialului de față vom căuta să identificăm primul avantaj comparativ. În acest sens vom explora și evalua posibilele **direcții specializate de dezvoltare a turismului**, adică vom identifica cele mai promițătoare segmente și nișe care ar putea construi avantajul comparativ căutat.

## 1.3. Direcții posibile de dezvoltare

### 1.3.1. Turism sportiv și de recreere

---

*Potențial mare mai ales în direcțiile: navigație cu vâsle (caiac, canoe, plută etc.) și motor, alte sporturi pe Mureș și mai puțin pe Crișuri; drumeții și călărie în Munții Zarandului; trasee de bicicliști în continuarea traseelor din Ungaria; parapante; observarea animalelor, vânatoare și pescuit, și chiar speologie. Județul Arad prezintă condiții superioare în materie de peisaj și posibilități naturale comparativ cu zonele învecinate (atât din România, cât și din Ungaria).*

---

Turismul sportiv se practică în Ineu spre exemplu, unde există o cabană de vânatoare la Pădurea Baltă și trei amenajări piscicole; în Pecica se practică pescuitul; în Birchiș există acumulara Somonita, unde se practică pescuit și vânatoare pe cele 4000 ha de pădure; râul Mureș ce străbate județul Arad de la Est la Vest, oferă condiții propice pentru pescuit; în Bocsig, funcționează Pescăria Sodom - 11ha și Pescăria Moara Balucana - 0,5ha; în Buteni se practică vânatoare și pescuitul pe Valea Crișul Alb; în Dieci este funcțional fondul de vânatoare Crocna-Zimbru; alte localități în care se practică vânătoria și pescuitul sunt: Felnac, Ghioroc (în zona lacului Ghioroc), Gurahonț (există o pescărie și o asociație de vânatoare), Macea (pescuit), Sinteia Mare (pescuit sportiv, baltă amenajată) și Tauț (vânatoare și pescuit pe lacul artificial Tauț), Bârzava, Vărădia de Mureș, Săvârșin etc. La Revetiș (comuna Dieci), dar mai ales la Șiria se practică parapanta și deltaplanorismul.

În cadrul aceluiași tip de turism, activitățile de vizitare și cercetare speologică sunt organizate în zone de pe valea Monoroștiei, în Grota Ursului, Peștera Liliecilor, Peștera cu Apă de la Moară de la Moneasa, în Peștera Duțu și Peștera Sinesie de la Săvârșin. Totuși, aceste locații beneficiază de puține amenajări și sunt slab promovate. Organizația SpeoWest promovează acest tip de turism în județ, prin vizitele în rezervațiile speologice pe care le coordonează, vizite care sunt accesate mai degrabă de arădeni, decât de turiști din afara județului, și care nu reușesc să aibă un impact semnificativ din lipsă de infrastructură. Nu în ultimul rând, facilități pentru practicarea unor sporturi mai larg răspândite precum tenis de câmp, fotbal, etc. sunt disponibile în orașul Arad dar și în alte localități.

Exemple relevante ce demonstrează regresul turismului sportiv sunt asociațiile sportive, precum clubul Voința, care atrăgeau un număr relativ mare de turiști – sportivi în cantonament sau la competiții - însă acestea au dispărut aproape total sau și-au diminuat mult activitățile. Deteriorarea în turismul sportiv propriu-zis (adică, acela în

care turiștii sunt sportivi organizați veniți în competiții și cantonamente, dar și suporteri ai diferitelor sporturi sosiți în Arad să susțină echipa favorită) poate fi ușor compensată prin valorificarea tendinței moderne de democratizare a sportului – practicării sale pe o scară mult mai largă: turiști care nu sunt sportivi legitimați doresc din ce în ce mai mult să caute recreere activă prin practicarea unor sporturi (iată de ce numim această nișă turism sportiv și de recreere). De obicei, aceste sporturi necesită facilități speciale, naturale ori amenajate, neputând fi practicate oriunde; rareori pot fi practicate în apropierea domiciliului și astfel se creează turism.

Remarcăm la acest punct o primă soluție punctuală: valoarea turistică a râului Mureș ar crește enorm dacă orice turist (sau localnic) ar putea cu ușurință închiria caiace, canoe și bărci cu motor pentru a realiza incursiuni pe apă. În momentul de față, în afara Parcului Natural „Lunca Mureșului”, este aproape imposibil pentru turiști să facă acest lucru. Mai mult chiar, cluburile de caiac-canoe existente s-ar putea susține și ele mai bine dacă ar oferi caiace, canoe și alte tipuri de ambarcațiuni spre închiriere.

În ancheta de teren în rândul turiștilor, am fost interesați de intenția acestora de a practica un sport pe durata șederii. Am dorit să testăm ipoteza turismului sportiv și de recreere ca o direcție de dezvoltare a turismului în județ, bazându-ne și pe opinii exprimate în cadrul interviurilor de grup (cerere pentru practicarea parapantei, a călăriei, a sporturilor de apă). 29% dintre respondenți și-au manifestat interesul în această direcție. Dintre cei interesați de practicarea unui sport, 13% au menționat înotul, 5% drumețiile pe munte și în peșteri și 5% sporturile de echipă (fotbal, baschet, handbal, volei etc.). 75% dintre cei care doresc să practice un sport pe durata șederii aveau această intenție încă înainte de a veni în locație. **Există așadar un potențial de dezvoltare pe această direcție, care însă trebuie accesat prin dezvoltarea infrastructurii** (menționată în interviurile de grup ca fiind deficitară) **și prin promovarea corespunzătoare a acestor posibilități de petrecere a timpului.**

### 1.3.2. Obiective culturale permanente

---

*Potențial redus din următoarele motive: retrocedarea în control civil a Cetății Aradului, principalul obiectiv cultural din județ, se tergiversează. Celelalte cetăți și obiective prezintă un interes relativ scăzut, comparativ cu ceea ce un turist poate vizita în regiunile vecine. Obiectivele arheologice nu sunt amenajate și prezintă un interes limitat pentru publicul larg.*

*Excepția 1: turismul religios - Mănăstirea Radna este deja un exemplu de succes.*

*Excepția 2: gastronomia (alături de viața de zi cu zi a locuitorilor din cadrul destinațiilor turistice)*

---

Turismul cultural are ca principale repere palatele și conacele (26 la număr), multe dintre ele declarate monumente istorice, unele în stare de conservare mai bună, altele mai puțin bună. Intervenițiile de grup au relevat câteva exemple de astfel de palate care au fost foarte bine amenajate pentru turism și întreținute ca urmare a retrocedării sau concesionării lor către actori privați, cum este cazul Castelului Regal de la Săvărsin și a Castelului de la Șofronea. Astfel de clădiri sunt parte a centrului istoric al Aradului, dar cele mai multe fie găzduiesc instituții publice, fie nu au nici un fel de exploatare turistică. Dintre muzee, se evidențiază Complexul Muzeal Arad, Muzeul orașului Lipova, Muzeul Adam Müller Guttenbrunn și alte case memoriale (Muzeul Ioan Slavici), dar acestea nu au reușit să joace un rol semnificativ în circuitele turistice, ci servesc doar funcții culturale locale.

Acest lucru este parțial valabil și pentru edificiile vechi, precum cetățile de la Șoimoș, Șiria, Dezna dar și vestigiile arheologice de la Bizere-Frumușeni și din alte localități. Deși valoarea lor istorică și culturală o depășește pe cea turistică, situarea acestor ruine în cadru natural le conferă oportunitatea turismului activ, discutată în a doua parte a strategiei de față. Privind toate aceste obiective este necesară conservarea aspectului arhitectural al zonelor respective, astfel încât noile construcții să nu creeze disarmonie, lucru corect observat în cadrul consultărilor.

*Centrul istoric al orașului Arad.* Cu o lungime de aproximativ 2 km, pe malul stâng al râului Mureș, bulevardul Revoluției reprezintă „inima” istorică a orașului Arad, fiind una dintre rezervațiile arhitecturale cele mai mari din țară. Este alcătuit din mai mult de 30 clădiri declarate monument istoric și oferă turistului o alăturare a diferitelor stiluri arhitecturale (clasic, neoclasic, renașcentist, baroc, rococo, eclectic, secesion, art nouveau). Cele mai importante repere ale bulevardului sunt **clădirea Primăriei**, ridicată în secolul al XIX-lea (1876), în stil neorenașcentist; **Palatul Cenad**, ridicat în secolul al XIX-lea (anul 1894), în stil eclectic, având elemente neoclasiche, dar și renașcentiste; **Catedrala Romano-Catolică**, construită între anii 1902-1904 în stil

renascentist, cu un frontispiciu semicircular adâncit cu o copie a celebrei sculpturi Pieta la exterior și o orgă cu o deosebită rezonanță; **Palatul Băncii Naționale**, care a fost construit ca edificiu bancar între anii 1905-1906, în stil clasic; **Palatul Administrației Financiare** ridicat în secolul al XIX-lea, în stil eclectic, cu un turn rococo (azi sediul Administrației Finanțelor Publice Arad și a Rectoratului Universității "Aurel Vlaicu" din Arad), ridicată în secolul al XIX-lea, este o clădire cu trei nivele, realizată în stil eclectic, îmbinând armonios elemente clasice cu rococo; **Teatrul de Stat Ioan Slavici**, ridicat în stil neoclasic, în secolul al XIX-lea (1874); **Biserica Evanghelică**, ridicată în 1906, în stil neogotic, cunoscută mai ales sub numele de "Biserica Roșie"; **Hotelul Ardealul**, fondat în 1841, în stil neoclasic; **Palatul Neumann**, construit în secolul al XIX-lea (1891-1892), în stil eclectic.

Alte repere ale orașului sunt Palatul Cultural, Teatrul Vechi, Casa cu Lacăt și Însemnele Calfelor, Sinagoga Evreiască, Palatul de Justiție, Palatul Bohus, Turnul de apă, având o înălțime de 38 metri și care oferă o panoramă asupra Aradului istoric.

Reperul turistic cu cel mai mare potențial al municipiului este *Cetatea Aradului*, construită în secolul al XVIII-lea (1763 - 1783), împrejmuită de trei ziduri de apărare, sub forma unei stele duble (stilul Vauban), cu șase colțuri. Datorită amplasamentului deosebit în peninsula Mureșului, a unicității sale (singura cetate atât de bine conservată în stil Vauban existentă în Sud-Estul Europei) și a dimensiunilor sale ea reprezintă de pe acum chiar (deși nu există drept de vizitare, aici aflându-se momentan o garnizoană) o atracție pentru turiști. Această informație este bazată pe discuțiile cu participanții la cercetarea de tip focus-group. Din păcate însă, cetatea nu poate fi vizitată în prezent, fiind încă administrată de Ministerul Apărării. Așadar, acesta reprezintă un posibil obiectiv turistic atractiv (v. Nota 1), singurul de acest nivel din jud. Arad, însă posibilitățile sale de exploatare sunt deocamdată nesigure. **Darea sa în folosință civilă și în circuitul turistic este o prioritate majoră**, dar acest lucru nu se poate concretiza la întregul potențial pe termen scurt, ci mai degrabă în următorii 10-15 ani. La același punct, strandul orașului Arad a reprezentat mult timp o atracție regională. Ansamblul format din Cetatea Aradului și strand poate cu siguranță constitui, pe viitor, un obiectiv turistic major.

În privința turismului cultural există un exemplu semnificativ de succes. **Mănăstirea Maria Radna este un alt obiectiv cu potențial foarte mare de atractivitate turistică, drept dovadă fiind fluxurile constante de turiști străini.** Construită în secolul al XVI-lea (1551), basilica Maria Radna a servit inițial călugărilor franciscani drept adăpost împotriva năvălitorilor otomani, a fost ulterior refăcută și modificată în perioada 1727 - 1828. În interior, este împodobită cu o icoană, realizată în stilul renașterii târzii în Italia, despre care se spune că este făcătoare-de-minuni și care a primit în secolul al XVIII-lea o ramă din argint, făcută de însuși aurarul împăratului. De asemenea, are un altar din

marmură de Carrara și o colină în spatele bisericii, unde este simbolizată calea Sfintei Cruci. Mănăstirea și împrejurimile sale necesită însă multiple restaurații.

Mănăstirea se află pe lista obiectivelor turistice de interes major nu doar pentru decorațiile deosebite din interior sau arhitectură, ci și pentru că **este deja inclusă pe lista itinerariilor celor care aleg să facă pelerinaje**, cu ocazia sărbătorilor religioase (exemplu relevant: pelerinajul motocicliștilor). **Maria Radna are câteva zeci de mii de vizitatori pe an, o vizită durând aproximativ o oră și jumătate, conform spuselor reprezentanților Mănăstirii.** În plus, **accesul se face ușor, fiind bine deservită de drumul european E68.** Pelerinajele în județul Arad au ca punct central Mănăstirea Maria Radna din Lipova, fiind integrată în circuite internaționale de pelerinaj și își ghidează vizitatorii și către alte obiective turistice din județ. Alte repere turistice majore sunt Mănăstirea Hodoș-Bodrog sau Mănăstirea Feredeou.

De menționat este și faptul că **majoritatea obiectivelor turistice nu se pretează la o vizită prea lungă** – turistul vede, de pildă, tot ce este de văzut la ruinele Cetății Șoimoș în maxim o oră. O excepție pozitivă o reprezintă pelerinii și respectiv grupurile de motocicliști care vin la Mănăstirea Radna, care face parte dintr-un circuit mai larg, internațional.

Ancheta de teren a relevat și un alt aspect care ține de cultura locală micro, și anume satisfacția turiștilor cu serviciile de cazare și masă. Chiar dacă nu poate singură să aducă turiști, gastronomia specifică oferită este un plus care trebuie pus în valoare în toate circumstanțele (tranzit, vizitare, sport, etc.). Totodată, din punct de vedere turistic, aceasta poate fi mai amplu legată de stilul de viață local.

### 1.3.3. Turism balnear

---

*Potențial insuficient exploatat din următoarele motive: facilitățile balneare din regiunile vecine sunt superioare celor de la Moneasa sau Băile Lipovei. Alte izvoare sau surse termale nu sunt amenajate. În plus, accesul la Moneasa este dificil.*

---

Turismul pentru tratament balnear se situează la 9%, în estimările respondenților cuprinși în ancheta populației de operatori turistici din județ<sup>4</sup>. Această slabă reprezentare se datorează numărului mic de unități care asigură servicii de tratament balnear, dar aceste unități au o capacitate de cazare foarte mare comparativ cu media. Așadar, din estimările operatorilor de turism, acest sector de activitate este dezvoltat în acest moment în județ mai ales în jurul turismului de tranzit și de afaceri (sub forma

---

<sup>4</sup> Ancheta în rândul populației de operatori turistici a cuprins un eșantion de 80 de unități de cazare, cu un nivel de încredere de 90% și o eroare de  $\pm 7,1\%$ . Perioada de culegere a datelor a fost ultima săptămână a lunii iulie și prima săptămână a lunii august.

turismului de revigorare – SPA) iar abia în *secundar*, în jurul turismului de recreere și balnear. Operatorii care își identifică oaspeții ca practicând turism de tranzit sau de afaceri sunt mai degrabă operatori mici, din unități cu capacitate de cazare mică, în timp ce unitățile frecventate pentru scopuri de turism balnear au capacitate de cazare mare.

Atracția pentru turismul în scop balnear în rândul unor categorii de turiști, precum pensionarii și turiștii din mediul rural, poate fi explicată prin subvențiile acordate acestora de către stat și prin posibilitățile financiare mai reduse ale persoanelor din rural, posibilități care nu le permit accesarea unor tipuri comparativ mai costisitoare de turism. Din sondaje, rezultă faptul că cei care au ca scop tratamentul balnear au cele mai mici venituri declarate. Nivelul actual de dezvoltare al turismului balnear nu permite o adresabilitate și către alte categorii de public, cu așteptări mai mari privind calitatea și complexitatea serviciilor.

Contrar opiniei salariaților din sectorul public și pensionarilor, care consideră că Moneasa este o stațiune atractivă, antreprenorii și salariații din sectorul privat sunt circumspecți. Potențialul unor fluxuri de turiști din județele vecine este limitat de starea necorespunzătoare a drumului care leagă Moneasa de județul Bihor, precum și de condițiile mai bune și notorietatea mai mare a altor stațiuni balneare din județele învecinate. **În cazul stațiunii Moneasa, asfaltarea drumului spre Vașcău este absolut necesară pentru a acorda o șansă serioasă de dezvoltare turistică a stațiunii, indiferent de tipul de turism practicat.** Tot aici trebuie însă precizat că specializarea balneară existentă nu este singura șansă a stațiunii Moneasa ci chiar dimpotrivă, obiectivele sale naturale sunt mult mai diverse iar valorificarea lor turistică poate ușor construi noi specializări sau avantaje comparative potențial mai atractive decât tratamentele și curele balneare. În ceea ce privește ideea reconstrucției unui tren cu ecartament îngust (mocăniță) – sau a unei căi ferate normale- care să lege Moneasa de Sebiș, costurile de realizare și menținere nu justifică investiția, nici măcar luând în considerare creșterea turistică pe care ar aduce-o.

Aceeași tendință apare și în cazul stațiunii Lipova, unde fluxurile din Moldova nu sunt sustenabile din cauza distanței mari și a conexiunilor slabe ale transportului rapid.

Din aceste motive, **este puțin probabil că starea turismului balnear poate suferi progrese semnificative pe termen scurt ca urmare a intervenției autorității publice județene. Estimăm că cele mai importante progrese se vor înregistra ca urmare a demersurilor și investițiilor agenților privați, în colaborare cu autoritățile locale. Astfel de investiții trebuie lăsate în seama mediului privat, care le va realiza dacă va exista, într-adevăr, o oportunitate reală în acest sens și dacă autoritățile statului nu vor crea piedici birocratice majore (a se vedea în acest sens posibilele îmbunătățiri propuse în secțiunile corespunzătoare subobiectivelor 2.3, 2.4 și 2.5 de mai jos).** Argumentăm această poziție prin succesul înregistrat în cazul Castelului

Purgly de la Șofronea, unde a fost amenajat un strand care exploatează un izvor de apă termală, și prin interesul exprimat de antreprenori locali de a investi în exploatarea apei termale de la Lipova.

#### *1.3.4. Turism de afaceri*

---

*Potențial redus din următoarele motive: facilitățile de cazare sunt de calitate scăzută.*

---

Turiștii orientați către turismul de afaceri sunt în general din mediul urban. Turiștii care au declarat în cadrul anchetei sociale ca scop al călătoriei afacerile au cele mai mari venituri ale familiei (medie de 7650 lei în ultima lună), urmași de cei aflați în tranzit (medie de 3534 lei în ultima lună).

Având în vedere profilul turiștilor de afaceri, calitatea serviciilor oferite capătă o importanță deosebită. Totuși, din mai multe surse reiese că există puțini operatori care au capacitatea de a furniza aceste servicii (facilitati de conferințe, team building, etc) la nivelul de exigență cerut pentru acest tip de turism. Spre exemplu, slaba salarizare a angajaților în turismul din județ, confirmată de ancheta de teren, nu poate sprijini turismul de afaceri. 40% dintre operatorii turistici intervievați declară că, în medie, își plătesc angajații cu salariul minim pe economie corespunzător poziției pe care este încadrat angajatul, iar procentele cumulate arată că 88% dintre aceștia acordă un salariu net sub 1000 lei/lună. Salariile mai mari sunt declarate în hoteluri și în pensiunile urbane, în unitățile cu capacitate de cazare mai mare sau în unitățile în care turiștii vin mai degrabă pentru turism de afaceri.

La salarizarea slabă, se adaugă și caracterul temporar al multor angajări. În ancheta de teren în populația de operatori turistici, 28% dintre respondenți afirmă că marea majoritate a angajaților sunt sezonieri. Această problemă ilustrează un alt cerc vicios din turism: profiturile mici fac imposibile salariile mari în sector – majoritatea angajaților primesc salariul minim pe economie – ceea ce conduce la caracterul temporar al acestor angajați, și implicit la scăderea calității serviciului oferit, a numărului de clienți și, deci, a profiturilor.

#### *1.3.5. Obiective naturale*

---

*Potențial mediu spre mare: principala atracție naturală o prezintă Lunca Mureșului, urmată de Munții Zarandului și alte atracții naturale din județ.*

---

Ca potențial de atractivitate, cel mai semnificativ și ușor accesibil dintre obiectivele naturale este Parcul Natural Lunca Mureșului. Aici există locuri de cazare, sunt organizate trasee pentru ciclism, se închiriază bărci, caiace și canoe, se pescuiește și se



organizează drumeții. Conform spuselor reprezentanților săi, rezervația își finanțează aproximativ 30% din venituri din prestarea de servicii cu caracter turistic. Alte reperi turistice sunt Balta Șoimoș din Lipova (rezervație de broaște țestoase, arborele secular, parcul dendrologic de la Băile Lipova), Balta Ghioroc, lacul artificial Tauș, Grădina botanică de la Macea sau Pădurea Vladimirescu.

Parcul Natural Lunca Mureșului acoperă o suprafață de 17.455 ha, zona fiind declarată parc natural în 2005 și are ca obiectiv declarat protejarea peisajului, habitatelor și speciilor de luncă printr-un management durabil al activităților umane, astfel încât să constituie și un spațiu pentru ecoturism și educație ecologică. În acest sens, se desfășoară deja activități cu minim impact asupra mediului înconjurător: se pot închiria biciclete (pentru plimbări pe trasee deja amenajate), caiac-canoe (pentru Mureș), se pot studia mamiferele mari (observatorul Prundul Mare), păsările (observator ornitologic la Balta Bezdin) și nuferii (Balta Bezdin).

Un indiciu legat de unul dintre motivele pentru care Lunca Mureșului nu este dezvoltată la potențialul pe care îl are ne-a fost oferit de un participant la interviurile de grup care a menționat problema poluării. Mureșul este într-adevăr plin de sticle de plastic și de gunoaie: se pare că oamenii vin la iarbă verde la malul râului, în amonte, și lasă în urmă sticlele goale și gunoaiele, iar apoi, când se umflă Mureșul, apa adună toate aceste gunoaie de pe mal.

Pe de altă parte, unii participanți la interviurile de grup și-au manifestat, din considerente conservacioniste, scepticismul în legătură cu oportunitatea de a o dezvolta turistic prea mult. Există un posibil *trade-off* între a aduce mulți turiști în Lunca Mureșului și a menține aspectul ei natural. În consecință, nu toți actorii implicați consideră că un demers de creștere a turismului este de dorit. Unul dintre participanți a remarcat despre Lunca Mureșului: „Ar fi de discutat dacă e de dorit o astfel de infrastructură [turistică] pentru că rezervația e mică și dacă [ar veni] prea mulți turiști, mai ales din aceștia care vin doar să petreacă acolo ... s-ar putea să distrugă zona. Trebuie totul făcut cu înțelepciune, dar este un obiectiv important”. Totuși, să remarcăm deocamdată că poluarea masivă a râului Mureș nu provine de la turiștii rezervației, ci din amonte.

Obiectivele naturale ale jud. Arad sunt însă mult mai diverse. Munții Zărandului, Munții Codru-Moma, Câmpia Aradului, văile Mureșului și Crișului Alb, Valea Cladovei - un loc unde există un baraj de acumulare, care atrage în timpul verii mulți vizitatori pentru agrement și multe alte locuri nenumite aici au un potențial turistic semnificativ. Parcurile dendrologice și amenajări precum plantația de trandafiri Eutopia - obiectiv unic în țară- se înscriu în această categorie. Strategia de față contează semnificativ pe atracția mediului natural ca obiectiv turistic. Tot aici mai trebuie menționată clima blândă, care asigură un sezon turistic lung, aproape de întregul an.

Iată de ce, chiar dacă majoritatea nu au statut de parcuri naturale sau rezervații, și în aceste cazuri se ridică aceeași problemă ecologică ca și în Lunca Mureșului, astfel încât o scurtă discuție a mijloacelor prin care trebuie evitat conflictul dintre cele două utilizări ale naturii (conservarea biodiversității pentru generațiile viitoare, respectiv valorificarea turistică și recreativă a obiectivelor naturale) este oportună. Pornim de la clarificarea că **scopul de ansamblu este dual**: conservarea biodiversității pentru generațiile viitoare, respectiv valorificarea turistică și recreativă a obiectivelor naturale.

Guvernanța resurselor naturale a avansat față de momentul în care singurul mijloc cunoscut era delimitarea unor zone de protecție, angajarea unor paznici și restricționarea accesului sau activităților turiștilor. Acest mijloc nu poate fi aplicat pe scară extinsă – populația nu poate fi ținută în orașe, iar paznicii trebuie la rândul lor păziți, fiind totodată dificil de supravegheat și de multe ori devenind ei înșiși problema pe care au fost angajați să o rezolve. Evident, o asemenea abordare este opusă dezvoltării turistice.

O soluție mai bună și utilizabilă la scară largă este formată din următoarele trei elemente:

1. **Infrastructura trebuie să fie disponibilă.** Coșurile de gunoi și alte puncte de colectare ale gunoiului trebuie să fie larg disponibile în zonele cele mai frecventate de turiști. În zonele mai puțin frecventate, ele pot fi mai rare dar astfel poziționate încât să acopere uniform zona. Toate acestea trebuie colectate suficient de des. Cu alte cuvinte, serviciul de salubritate trebuie să se extindă urmând îndeaproape amenajarea și dezvoltarea turistică. Punctele de colectare trebuie marcate pe hărți și prin indicatoare.
2. **Regulile de protecție** (a nu lăsa gunoi în urmă, a nu distruge obiectivele naturale, etc.) **trebuie să fie puține, clare și anunțate vizibil.** În ceea ce privește conținutul regulilor, turiștilor trebuie să li se creeze cea mai largă libertate cu putință sub condiția respectării lor stricte<sup>5</sup>. Accesul și activitățile recreative precum camparea, focul sau pescuitul nu trebuie restricționate sau interzise decât în cazuri excepționale. Similar, accesul nu trebuie restricționat decât în zonele destinate habitării anumitor specii rare sau periclitate (rezervații), iar celelalte activități restrânse potrivit regulilor acestor amenajări (parcuri naturale, rezervații, parcuri naționale, etc.).
3. **Dacă regulile sunt minime, cunoscute și acceptate de toți ca fiind utile, ele vor fi respectate și impuse prin colaborare.** În acest caz, în timp, se poate conta pe

---

<sup>5</sup> Regulile puține și neconstrângătoare sunt eficiente, adică pot fi realmente urmate și aplicate. Eroarea des răspândită este de a face reguli multe și stufoase ceea ce conduce inevitabil la nerespectarea și neaplicarea lor.

colaborarea tuturor actorilor (localnici, operatori turistici, etc.): pe măsură ce veniturile din turism vor crește, ei vor înțelege că turismul natural depinde de starea bună a mediului și le vor respecta. Mai mult, ei vor contribui la monitorizarea aplicării regulilor, pe de o parte, și la menținerea și dezvoltarea sau înfrumusețarea mediului, pe de altă parte.

### *1.3.6. Evenimente culturale (obiective culturale nepermanente)*

---

*Potențial mediu spre mare: există o serie de festivaluri (precum Rock pe Mureș) care sunt de succes și există potențial bun și pentru unele noi. În plus, „Drumul vinului” prezintă o oportunitate de dezvoltare.*

---

Festivalurile atrag mulți vizitatori, ceea ce creează necesitatea și oportunitatea pentru dezvoltarea infrastructurii turistice. Conform participanților la interviurile de grup, există o serie de festivaluri de succes, precum Festivalul Clătitelor, Festivalul Rock pe Mureș, Festivalul de muzică veche prin cetățile Aradului, Târgul de Fete de pe Muntele Găina, Sărbătoare la Bizere, Târgul Meșterilor Popolari de la Moneasa etc.

Deși recent inaugurat, în 2007, **Festivalul Rock pe Mureș** (co-organizat și de către Consiliul Județean Arad prin Centrul Cultural Județean Arad) este popular în rândurile tinerilor, atrăgând în fiecare an câteva mii de participanți. În fiecare an, sunt invitate și trupe din străinătate (din Serbia, Ungaria, Bulgaria sau Franța).

În Moneasa, începând cu anul 2000, în fiecare vară, la sfârșitul lunii iulie, timp de două zile, este organizat de către agenții economici din stațiune, Consiliul Județean Arad și primărie, **Festivalul Clătitelor**. Pe lângă faptul că se prepară, respectiv degustă clătite (în anul 2010, au fost relizate peste 21.000 clătite), se organizează și programe artistice, concerte, expoziții, tombola, iar meșterii populari își prezintă și comercializează produsele. În interviurile de grup a fost evidențiat faptul că infrastructura stațiunii Moneasa nu poate susține fluxuri de turiști mai mari decât cele actuale pe durata festivalului.

**Târgul de fete de pe Muntele Găina** este unul dintre cele mai populare târguri din țară, strângând în fiecare an, în preajma zilei de 20 iulie, un număr mare de turiști. Atracțiile în cadrul târgului sunt meșterii populari, care aduc la vânzare de la vase de lemn până la produse textile; tulnicăresele de la Avram Iancu, care deschid evenimentul; diferitele expoziții și concursuri, concerte și programe artistice.

**Festivalul de muzică medievală prin cetățile Aradului** se află la a șaptea ediție și promovează locații mai puțin cunoscute turiștilor: muzica propriu-zisă este interpretată în locuri medievale (cetăți) sau în biserici.

**Sărbătoarea Vinului în Podgorie** este un eveniment organizat de către Consiliul Județean Arad – prin Centrul Cultural Județean Arad. Evenimentul reunește artiști populari, producători de vin și de produse culinare tradiționale (pâinea de Pecica, salamul de Nădlac, întorsuri, cozonaci etc.). Sunt organizate excursii cu ghid pe Drumul Vinului. Situația arată însă mai bine pe hârtie decât în realitate - drumul de acces este dificil, iar în observația de teren realizată nu am identificat crame deschise pentru vizitatori la sfârșitul săptămânii sau crame unde să se poată lua masa sau face degustări.

### *1.3.7. Turism de tranzit*

---

*Potențial de dezvoltare redus: nivelul turismului de tranzit depinde de factori exogeni*

---

*Excepția 1: din perspectiva altor tipuri de turism – recreere și sport, cultural și natural - el poate avea un potențial mediu, pentru că oferă baza de clientelă și infrastructură pentru dezvoltarea celorlalte tipuri de turism.*

---

Din interviurile de grup a reieșit că turismul practicat în județul Arad este, în prezent, în primul rând de tranzit. Din mai multe motive, acest tip de turism este mai puțin rentabil din punct de vedere economic. Preponderența sa în jud. Arad reiese și din anchetele de teren. Astfel, turismul de tranzit și cel de afaceri sunt cel mai frecvent enunțate atât ca mențiuni prime (41%, respectiv 27%), cât și secunde (31%, respectiv 22%).

Durata medie a sejurului este un indicator important pentru evaluarea tipului de turism preponderent, cât și pentru înțelegerea direcției și potențialului de dezvoltare a actualelor tipuri de turism. Conform informației statistice, durata medie a sejurului are o tendință de scădere, de la un maxim de 2,09 înnoptări pe sosire în 2005 la un minim de 1,83 în 2008. Durate de ședere mai mari se înregistrează în hoteluri (1,86 înnoptări pe sosire în 2008 de la 2,3 în 2005) și în taberele școlare (în jurul a 3 înnoptări pe sosire, dar o durată oricum mică pentru un spațiu de cazare cu destinație de tabără școlară). Aceste valori indică mai degrabă practicarea unui turism de afaceri și de tranzit, de scurtă durată. Chiar și pensiunile turistice rurale și agroturistice, frecventate aproape exclusiv pentru turism de recreere, au durate mici ale sejurului, cu o creștere importantă abia în 2008, la 3,09.

Întrebarea care se ridică aici este dacă și cum poate fi asociat turismul de tranzit turismului de vizitare a obiectivelor naturale și/sau culturale (permanente și nepermanente), respectiv celui sportiv? Primul răspuns este că accesul turiștilor aflați în tranzit la celelalte tipuri de turism trebuie facilitat, atât la nivel de comunicare, cât și la nivelul infrastructurii de acces și celorlalte facilități pentru turism.

Din cifrele indicate în primul paragraf rezultă ca cca. jumătate dintre cei care au trecut vreodată prin județul Arad au făcut-o în drum spre sau dinspre Ungaria. Putem fi siguri că cel puțin o parte ar fi preferat să viziteze câte ceva în drum, dacă însă ar fi știut ce și cum să viziteze. **Iată de ce este cât se poate de evident că oferta turistică a jud. Arad trebuie scoasă în calea acestor turiști aflați în tranzit – poate prin pliante lăsate în camerele lor, prin mesh-uri plasate pe rutele auto și feroviare, precum și prin alte modalități.**

## 1.4. Direcțiile cu potențial maxim de dezvoltare

---

***Direcția principală:*** Trebuie adoptată o viziune unitară asupra dezvoltării turismului, viziune care să combine **SPORTUL - RECREEREA, NATURA ȘI CULTURA.**

***Direcția secundară:*** Obiectivele de vizitare (naturale și culturale – permanente și nepermanente) trebuie integrate în circuite turistice .

***Dezvoltarea turismului balnear și de afaceri*** trebuie lăsată în responsabilitatea mediului privat și a administrației publice locale. Principiul de adoptat în această direcție: *nici piedici, nici ajutoare.*

---

Concluzia pe care o putem extrage de pe urma acestei treceri în revistă este faptul că **strategia de dezvoltare turistică a jud. Arad trebuie să se concentreze în special pe facilitarea turismului activ: îmbinarea vizitării obiectivelor naturale și culturale cu practicarea recreativă a sporturilor (prin utilizarea caiacelor, a bicicletelor etc).**

***Facilitarea turismului de vizitare (natural și cultural) se poate face în special indirect, (1) prin încorporarea obiectivelor turistice în circuite și prin informarea turistică adecvată și (2) prin facilitatea colaborării și creării de rețele (networking) între operatorii privați.***

De asemenea, este important ca, pe cât posibil, să fie eliminate piedicile puse în calea mediului privat pentru că o parte din obiectivele turistice care nu intră direct în atenția strategiei Consiliului Județean pot desigur să intre în atenția agenților privați. Pentru ca dezvoltarea privată să aibă loc eficient și organic este necesară însă eliminarea atât a piedicilor birocratice, cât și a eventualelor privilegii anti-competitive.

Înainte de declanșarea crizei economice, sectorul turistic în județul Arad a cunoscut o creștere a importanței sale între celelalte ramuri economice ale județului și o creștere a ofertei și diversității serviciilor hoteliere și de restaurație. **Principala creștere a avut loc în turismul de tranzit, acesta putând acționa ca o bază pe care să se poată dezvolta și celelalte tipuri de turism.**

Pe de altă parte, din punct de vedere comparativ, Aradul este slab poziționat ca destinație turistică, reprezentând opțiunea a doar 1,9% dintre turiștii din România și a 22,6% dintre cei care vizitează regiunea vest. Principalele motive sunt numărul redus de obiective turistice atractive, dar și slaba notorietate a celor existente. Turiștii care vizitează Aradul sunt în general mulțumiți de infrastructura de turism, în special de calitatea serviciilor de cazare și restaurație dar și de drumuri, ceea ce contrastează cu insatisfacția față de întreținerea obiectivelor turistice și posibilitățile de informare turistică.

Criza economică a diminuat brusc cererea de turism, ceea ce aproape a stopat creșterea și diversificarea ofertei. La nivel european, criza a provocat diminuarea sectorului turistic cu 6% în 2009. De atunci însă, se poate sesiza o tendință de recuperare.

Creșterea sectorului turistic anterioară crizei financiare a demonstrat largul potențial existent, chiar dacă dezvoltarea infrastructurii relevante nu a putut ține pasul. Actualele dificultăți economice reprezintă o bună ocazie pentru a recupera aceste deficiențe și pentru a orienta eforturile factorilor interesați în direcțiile cu cel mai mare potențial de dezvoltare, ceea ce ar conduce la o reluare a creșterii în sectorul turistic. La rândul ei, creșterea sectorului turistic va determina creșterea socio-economică a județului prin efectul de multiplicare a investițiilor - prin favorizarea apariției și dezvoltării firmelor locale nu doar în sectorul turistic ci și în alte domenii conexe, crearea de noi locuri de muncă și atragerea investitorilor.

## II. Obiectivele și operaționalizarea obiectivelor

În continuare, vom grupa direcțiile desprinse mai sus în două obiective majore care se susțin reciproc. *Obiectivul special* vizează construirea avantajului comparativ și conține măsurile pentru creșterea atractivității județului Arad ca destinație turistică pe direcțiile cu potențial de dezvoltare. *Obiectivul general* vizează cadrul cel mai amplu de desfășurare a turismului și va cuprinde toate inițiativele și măsurile de natură să îmbunătățească **infrastructura turistică** în sens larg, adică incluzând infrastructura fizică dar și **îmbunătățirea mediului de afaceri, comunicarea** etc. Astfel, direcțiile de dezvoltare non-prioritare vor fi acoperite de acțiunile care țin de obiectivul general.

- 
1. **Obiectiv special: creșterea atractivității județului Arad<sup>6</sup> ca destinație turistică pe direcțiile cu potențial maxim de dezvoltare: turism sportiv și de recreere, natural și cultural.**
- 

<sup>6</sup>Atât pentru noi turiști cât și pentru fidelizarea celor vechi.

**2. Obiectiv general: îmbunătățirea infrastructurii și cadrului instituțional al turismului în județul Arad**

---

**1. Obiectiv special: creșterea atractivității județului Arad ca destinație turistică pe direcțiile cu potențial de dezvoltare: turism sportiv și de recreere, natural și cultural.**

---

- *Realizarea de circuite turistice*
  - *Abordare unitară a informării și promovării turistice*
  - *Organizarea de evenimente culturale*
  - *Valorificarea turistică a Lunzii Mureșului și a Văii Crișului Alb*
- 

Din secțiunile anterioare reiese că turismul cultural, turismul balnear și de afaceri au potențial redus din motive precum: tergiversarea retrocedării în control civil a Cetății Aradului, gradul scăzut de interes pe care-l prezintă celelalte obiective culturale din județ comparativ cu regiunile învecinate, superioritatea facilităților turistice (inclusiv balneare) din regiunile vecine și infrastructura insuficientă pentru conferințe și traininguri.

Considerăm că **potențialul cel mai mare îl au turismul sportiv și natural, în special cicloturismul după modelul maghiar, turismul orientat către obiectivele naturale precum Lunca Mureșului și turismul ocazionat de festivaluri de succes, precum "Rock pe Mureș".**

Aceste vârfuri de lance urmează a fi susținute și diversificate prin activități de divertisment precum plimbări cu caiacul și alte ambarcațiuni, parapanta, drumețiile montane, circuite ecvestre, pescuit-vânătoare etc. și alte evenimente precum Festivalul Clătitelor, Sărbătoarea Vinului în Podgorie etc.

Una dintre concluziile rezultate din consultări a fost că principala șansă constă în vizitarea într-o manieră sportivă, dinamică (utilizând biciclete, caiace etc.) a obiectivelor naturale și culturale situate în Lunca Mureșului și pe Valea Crișului Alb. Obiectivul turistului este, în acest context, dublu: vizitarea unor obiective turistice plus practicarea sporturilor preferate.

Având în vedere că resursele Consiliului Județean Arad trebuie focalizate într-un număr limitat de direcții prioritare, anume în direcțiile în care județul Arad are sau își poate dezvolta un avantaj comparativ în materie de turism față de regiunile vecine, **recomandăm concentrarea pe direcțiile prioritare: obiective naturale și culturale (permanente și nepermanente), activități sportive și, ca direcție secundară, integrarea obiectivelor în circuite turistice.**

Creșterea atractivității județului Arad ca destinație turistică pe direcțiile prioritare recomandate presupune:

- *Crearea unei imagini unitare, care să scoată în evidență experiențele turistice atractive pe care turistul le poate trăi în județul Arad*
- *Crearea de circuite turistice culturale, naturale (și combinații între acestea două) în care să fie integrate obiectivele turistice din județ*
- *Crearea și/sau dezvoltarea infrastructurii necesare, inclusiv a infrastructurii sportive necesare circuitelor în combinația **sport, natură și cultură**: în special a pistelor de biciclete necesare pentru cicloturism, centrelor de închiriere pentru caiace, canoe și bărci, parapante, circuite ecvestre, drumeții, etc.*
- *Crearea de oportunități sportive pentru evenimente culturale și comunități neconvenționale*
- *Creșterea și regândirea finanțării pentru organizațiile neguvernamentale și instituțiile care contribuie la dezvoltarea turismului pe direcțiile recomandate*

Unele dintre acestea constituie subobiective directe ale obiectivului special – definirea unui avantaj comparativ, în timp ce restul vor fi considerate subobiective ale obiectivului general.

### **Subobiectiv 1.1. Crearea de circuite turistice**

Crearea de circuite turistice are două scopuri strategice: (1) Turiștii care vin într-o localitate (inclusiv cei sosiți în tranzit) să fie atrași să meargă și în altele alăturate, diversificând astfel oferta de petrecere a timpului liber din județul nostru. (2) Să crească atractivitatea destinației turistice pentru acei turiști care nu ar fi venit altfel.

Atingerea primului scop presupune o mai bună informare a turiștilor în privința oportunităților de vizitare pe care le au și necesită costuri minimale pentru Consiliul Județean. Pentru a facilita informarea și abilitatea turiștilor de a identifica obiectivele turistice noi, ele trebuie grupate pe categorii ușor recognoscibile și ușor de reținut. De asemenea, este necesară punerea la punct a unor trasee urbane și interurbane de mijloace de transport în comun care să deservească aceste circuite.

Realizarea concretă a acestui obiectiv trebuie să pornească de la culegerea de informații detaliate pentru realizarea circuitelor turistice. În acest scop, este oportună realizarea unui studiu „Valorificarea obiectivelor turistice din județul Arad și a infrastructurii”.



Această activitate trebuie să pornească de la informația existentă (adunată deja în strategia de față și Anexa 3 a acesteia) dar să o aprofundeze până la nivelul operațional, urmând să conțină și o listă exhaustivă a tuturor obiectivelor turistice. Aprofundarea poate beneficia de cunoașterea locală prin interviuarea persoanelor din comunitățile locale vizate, oportunitate corect observată în cadrul consultărilor.

Mai jos prezentăm cu titlul de propunere o anumită organizare a circuitelor cu potențial. Aceste circuite par în momentul de față cele mai plauzibile, însă ele pot fi amendate de studiile detaliate legate de starea infrastructurii și a obiectivelor turistice vizate. *Viabilitatea acestor circuite depinde în mod esențial de starea infrastructurii și de cea a obiectivelor.* O avertizare este strict necesară la acest punct:

**În consultări a fost corect subliniat cât este de important ca oferta de turism promovată (obiective și servicii) să fie realmente satisfăcătoare și de calitate, altfel turiștii care o vor încerca vor fi dezamăgiți și nu vor fi doar pierduți ca și revenire ci își vor și relata experiența negativă, ceea ce va face ca alți potențiali turiști, nici măcar să nu o mai încerce. *Acesta este pericolul exagerării atractivității unui obiectiv turistic!* Cu alte cuvinte, oferta turistică promovată de jud. Arad trebuie să fie adevărată atât sub aspectul serviciilor turistice de bază (obiective, activități, cazare, transport și masă) și conexe (servicii de rezervări, ticketing, etc.).**

Următoarele organizații trebuie implicate în punerea la punct a circuitelor:

- Compania de Transport Public SA
  - tururi cu autobuze publice/tramvaiul electric (reconversia turistică a tramvaiului electric din Podgoria Aradului poate fi studiată în acest sens)
- Centrul Cultural Județean Arad
  - crearea de evenimente culturale
  - promovare turistică (online, materiale de promovare turistică)
- Centrul Național de Informare și Promovare Turistică a județului Arad
  - panouri și indicatoare turistice
  - informare cu privire la oferta de turism de circuit
  - promovare turistică (online, materiale de promovare turistică)
  - cooperare cu entități și organizații din domeniul turismului, educației de profil și a celor conexe turismului
- Complexul Muzeal Arad
  - informare, reclama, promovare online
  - furnizarea de ghidaj turistic specializat
- Administrația Publică Locală și Grupurile de Acțiune Locală/alternative
  - construcția de piste de biciclete
  - întreținerea traseelor turistice montane și realizarea/omologarea de noi trasee, construcția de refugii și locuri de odihnă

- reabilitarea și modernizarea unor drumuri comunale și județene ce fac parte din circuit

### *Proiect 1.1.1. Aradul cultural*

Circuitul „Aradul cultural” poate fi organizat pe formatul unei vizite de câteva zile. O asemenea excursie poate fi organizată fie de o asociație turistică, fie pe cont propriu de turiști. Această a doua variantă devine viabilă și atractivă dacă sunt puse la dispoziția turiștilor materialele informative și de promovare necesare:

- un *ghid turistic cu hărți* care să fie organizat exact după formatul acestei excursii, pe care turiștii să-l poată cumpăra în format fizic, să îl primească la recepțiile unităților de cazare sau în camere, și să-l poată accesa pe internet în mod gratuit
- *indicatoare turistice și panouri informative la fiecare obiectiv turistic*, care să precizeze faptul că obiectivul respectiv face parte din circuit și să descrie pe scurt și celelalte obiective ale circuitului și cum se ajunge la ele

Excursia „Aradul cultural” poate fi organizată după următoarele coordonate. Menționăm la fiecare obiectiv oportunitățile de vizitare existente, programul de vizită, alte servicii oferite etc. În urma cercetării de teren detaliate, pot interveni, desigur, adăugiri sau eliminări în această listă. *Aceste obiective trebuie prezentate în ghid* pe formatul: poziția pe hartă, fotografie/fotografii, scurtă prezentare.

#### **Ziua 1: Valea Mureșului**

Cu mașina (E68): Săvârșin (hotel, parc, castel) <-> Vărădia de Mureș (biserică monument, camping) <-> Căpruța (camping) <-> Bârzava (benzinărie, bancă) <-> Conop (castel, arcă [proiect în construcție]) <-> Odvoș (castel, pădure) <-> Milova (ruină) <-> Șoimoș, Lipova și Radna (camping, pensiune, motel, hotel, benzinărie, ruină, mănăstire, monument arhitectural, biserică) <-> Miniș/Ghioroc (pensiune, motel, camping, vie) <-> Vladimirescu (pensiune, benzinărie) <-> Fântânele (castel), Bodrogul nou (mănăstire) <-> Pecica (pensiune, benzinărie, monument arhitectural).

#### **Ziua 2: Arad**

*Centrul istoric al orașului Arad.* Cu o lungime de aproximativ 2 km, pe malul stâng al râului Mureș, bulevardul Revoluției reprezintă centrul istoric al orașului Arad, fiind una din rezervațiile arhitecturale cele mai mari din țară. Este alcătuit din mai mult de 30 clădiri declarate monument istoric și oferă turistului o alăturare a diferitelor stiluri arhitecturale (clasic, neoclasic, renașcentist, baroc, eclectic, rococo, secesion, art nouveau). Cele mai importante repere ale bulevardului sunt clădirea *Primăriei*; *Palatul Cenad*; *Catedrala Romano-Catolică*; *Palatul Băncii Naționale*; *Teatrul de Stat Ioan Slavici*; *Biserica Evanghelică*, cunoscută mai ales sub numele de "Biserica Roșie"; *Palatul Neumann*; *Palatul Finanțelor*.

Alte reperi ale orașului sunt *Palatul Cultural, Teatrul Vechi, Casa cu Lacăt și Însemnele Calfelor, Sinagoga Evreiască, Palatul de Justiție, Palatul Bohus, Turnul de apă*, având o înălțime de 38 metri și care oferă o panoramă asupra Aradului.

Reperul turistic cu cel mai mare potențial al municipiului este *Cetatea Aradului*, construită în secolul al XVIII-lea (1783), împrejmuită de trei ziduri de apărare, sub forma unei stele duble (stilul Vauban), cu șase colțuri. Datorită amplasamentului deosebit (în peninsula Mureșului), a unicității sale (singura cetate atât de bine conservată în stil Vauban existentă în Sud-Estul Europei) și a dimensiunilor și formelor sale, ea reprezintă de pe acum chiar (deși nu există drept de vizitare, aici aflându-se momentan o garnizoană) o atracție pentru turiști.

### **Ziua 3: Drumul vinului**

Cu mașina: Păuliș (pensiune, vie)/Ghioroc (pensine, vie) <-> Covăsînț (vie, ruină) <-> Șiria (mănăstire, castel, biserică-monument, vie, pensiune) <-> Mâsca (-> Pâncota (castel, ruină) <-> Târnova (ruine) <-> Mocrea (castel, vie, rezervație naturală) <-> Ineu (motel, castel, monument arhitectural, lacuri, rezervație naturală).

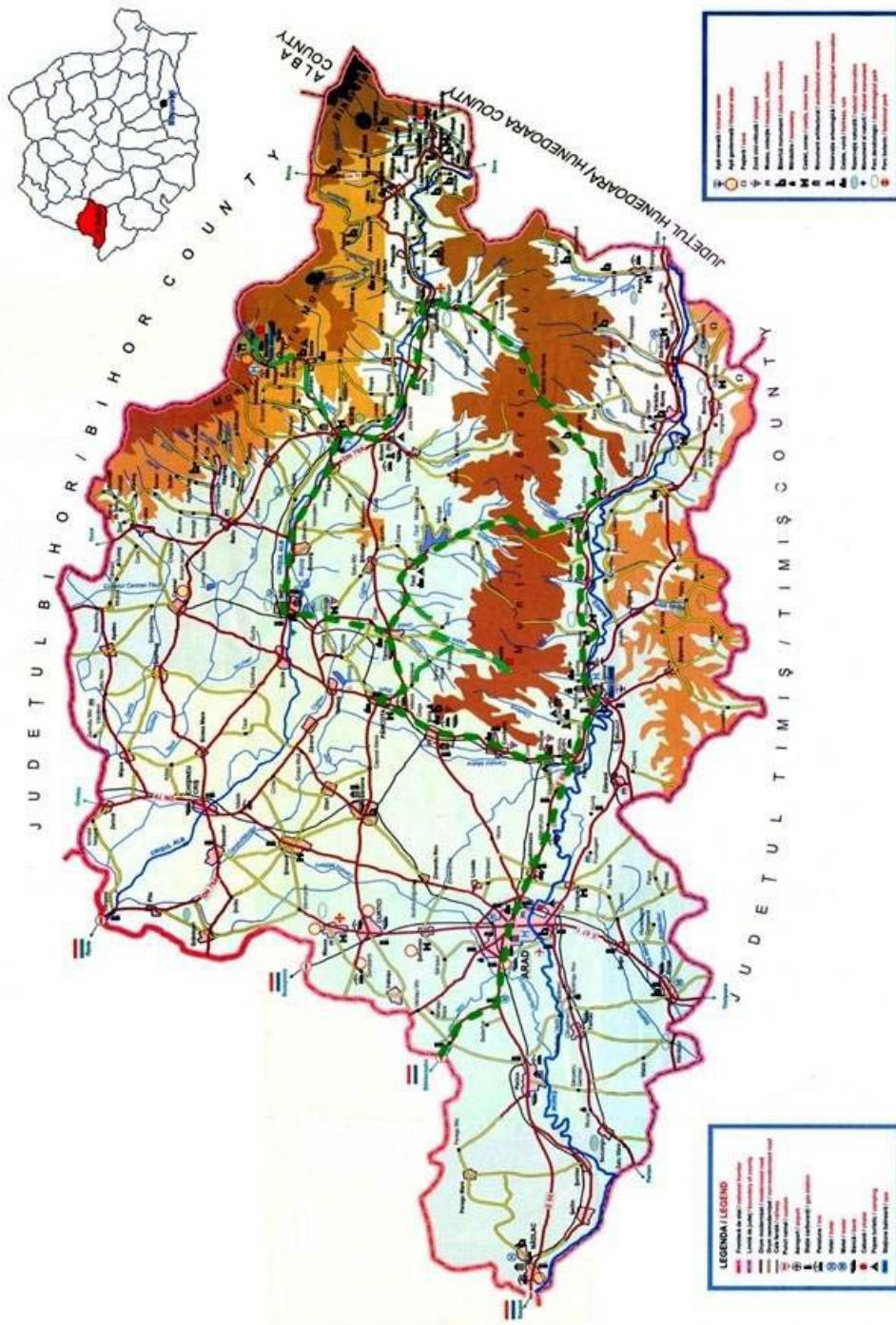
### **Ziua 4: Valea Crișului (în care se poate include Circuitul turistic Canalul Morilor)**

Cu mașina (DN79A): Ineu (motel, castel, benzinărie, monument arhitectural, lacuri, rezervație naturală) <-> Sebiș (hotel, castel, benzinărie, monument arhitectural, muzeu, rezervație) <-> Bârsa (han la moară, restaurant) <-> Buteni (pensiune, camping, monument, rezervație arheologică) <-> Almaș (monument arhitectural) <-> Gurahonț (monument, rezervație naturală, parc botanic, pensiune, bancă) <-> Vârfurile (ruină) <-> Hălmagiu și localitățile alăturate (motel, pensiune, Izvorul Izbuc).

### **Proiect 1.1.2. Circuite Turistice Active (biciclete, caiace, bărci, drumeii, ecvestre)**

Există un potențial turistic ridicat, asociat prelungirii pistelor de biciclete din Ungaria. Am conceput câteva circuite și variațiuni orientative (v. Harta). Consiliul Județean Arad trebuie să găsească finanțare pentru construcția acestor piste de biciclete la marginea drumurilor existente.

**Figura 1. Circuite de biciclete propuse (figurate cu linie verde întreruptă)**



Este o idee bună ca circuitele să primească o denumire și să fie combinate cu alte mijloace de transport la întoarcere precum transportul public sau mașinile personale.

Ele ar putea fi numite la modul colectiv Circuitul Zărandului și identificate separat în felul următor:

- Circuitul 1: Circuitul Zărandului- PODGORIA MINIȘ – MĂDERAT- Păuliș (pensiune vie, cramă) -> Ghioroc (pensiune, vie, cramă, muzeu) -> Șiria (pensiune, vie, cramă, muzeu) -> Pâncota (vie, cramă)
- Circuitul 2: Circuitul Zărandului - CANALUL MORILOR – Ineu (pensiune, moară, vie) ->Bocsig (peisaj, V. Crișului Alb), cu sub variantă (Mocrea, Târnova, Tauț) -> Bârsa (han, moară, peisaj) -> Buteni (început Canal, pensiune, peisaj) sau varianta Ineu (pensiune, moară, vie) -> Seleuș (peisaj) -> Olari (peisaj) -> Socodor (pădure, pensiune) – Pilu (peisaj, legătura cu Ungaria)
- Circuitul 3: Circuitul Lunca Mureșului Inferior - Bekescsaba -> Arad (Parcul Natural Lunca Mureșului -> Vladimirescu (pensiune) -> Mîndruloc (pensiune) -> Lipova)

## Subobiectiv 1.2. Crearea de oportunități sporite pentru evenimente și comunități neconvenționale

Evenimentele neconvenționale sunt un succes în diferite părți ale României. După cum menționam în secțiunea „

1.3.6. Evenimente culturale ”, există deja și în Arad o serie de evenimente de succes. Ele pot reprezenta o oportunitate sezonieră de câștig atât pentru populația locală (ca urmare a activității comerciale ocazionate de ele), cât și pentru autoritățile locale și județene prin efectul de multiplicare (de pildă, ca urmare a traficului rutier sporit și a banilor câștigați astfel din accizele la benzină sau ca urmare a închirierii unor terenuri publice pentru a găzdui festivalurile).

Datorită poziției geografice, județul Arad, oferă posibilități foarte bune de acces aerian, rutier și chiar feroviar din țară și din afară. În acest sens, organizatorii de evenimente ar trebui să facă operabil aeroportul din Arad (sau să organizeze mai bine transferul de la aeroportul din Timișoara), alături de firmele de transport aerian low-cost.

Adeseori, astfel de festivaluri neconvenționale sunt finanțate privat, participanții fiind dispuși să plătească un bilet de intrare relativ scump. Însă Consiliul Județean/Consiliile Locale pot încuraja festivalurile în mai multe moduri.

În primul rând, acestea pot face cunoscută dorința/intenția lor de a facilita locații. În acest sens, trebuie făcut un studiu care să identifice posibilele locații de festivaluri, adunând informații de felul următor: câți oameni ar putea veni în locația respectivă, care este statutul proprietății respective (dacă este privată, care este disponibilitatea proprietarului de a găzdui un festival și la ce preț aproximativ), ce acces la servicii publice există (toaletă publice, apă potabilă etc.), cât de dificil este accesul cu autoturisme sau biciclete, posibilitatea de a organiza jocuri precum: paintball sau

bungee jumping. Odată realizat acest studiu, Consiliul Județean/Consiliul Local va face publică lista respectivă de locații posibile și disponibilitatea sa de a găzdui festivaluri. Acest lucru poate fi una dintre componentele strategiei de comunicare. Trebuie menționat și faptul că unul dintre aspectele importante, deși nu esențiale, pentru succesul unor asemenea festivaluri, este ca ele să se desfășoare în același loc an de an; este, deci, util ca autoritatea publică să își arate disponibilitatea pe termen lung.

În al doilea rând, Consiliul Județean Arad poate asigura finanțare parțială pentru unele evenimente sau pentru popularizarea lor. Astfel, anumite costuri de participare pot fi scăzute și poate crește numărul celor atrași să vină. Acest lucru se poate dovedi o investiție bună dacă cei veniți la evenimente în calitate de vizitatori cheltuiesc suficient de mulți bani în regiune.

De asemenea, pot fi în principiu create locații și comunități neconvenționale în jurul unor locații precum Muzeul Satului Arădean, atelierului de artă plastică monumentală la Căsoaia, alte comunități și evenimente neconvenționale pe termen mai lung (de pildă, pe tot intervalul verii). O posibilitate demnă de luat în considerare în acest sens este utilizarea „satelor/localităților părăsite”. Acestea reprezintă o oportunitate de dezvoltare pentru că, în ciuda faptului că sunt sărace, au o parte a infrastructurii deja creată (cum ar fi conectarea la rețeaua de drumuri). Analizând fișa localităților, am identificat câteva astfel de unități administrativ-teritoriale ce au în componență sate cu mai puțin de 1.5 persoane per locuință: Șilindia, Sinteia Mare, Felnac, Tauț. Este posibil să mai existe și alte asemenea localități. Asemenea comunități neconvenționale pot reuni artiști ori meșteșugari și producători de produse tradiționale care să potențeze tipul de experiențe naturale, firești pe care le oferă Aradul. De asemenea, comunitățile neconvenționale pot fi gazdă unor muzee neconvenționale precum Muzeul Satului sau Muzeul Breslelor, pornind de la exemplul expoziției permanente Cofetării și cofetari din Arad organizată de dl. Ioan Gui.

### **Subobiectiv 1.3. Creșterea și regândirea finanțărilor acordate organizațiilor neguvernamentale și instituțiilor care propun proiecte menite să sprijine turismul în județ**

Actualmente, Centrul Cultural Județean Arad, aflat în subordinea Consiliului Județean Arad, finanțează proiecte ale unor organizații neguvernamentale, instituții care au impact asupra dezvoltării și promovării turismului în județul Arad. Proiectele trebuie să prezinte rezultate așteptate ușor măsurabile și să fie durabile, permițând continuarea activităților de către beneficiar după terminarea finanțării.

Spre exemplu, în 2011, în total, au fost aprobate 16 proiecte, care au primit finanțări totalizând 50.000 lei. Proiectele aprobate sunt diverse, de la ecologizarea unor obiective naturale până la un concurs județean de orientare turistică. Finanțările sunt mici, suma

cea mai mare aprobată pentru un proiect nedepășind 10.000 lei, și nu sunt de natură să încurajeze organizațiile neguvernamentale să propună spre finanțare proiecte ambițioase, nici să le permită să-și creeze infrastructura necesară continuării activităților din proiect pe termen mediu și lung. Diversitatea proiectelor aprobate se explică prin obiectivele foarte generale ale liniei de finanțare, situație care îngreunează evaluarea atingerii lor prin finanțările acordate.

Pentru remedierea acestei situații, propunem o serie de măsuri:

**a) obiectivele liniei de finanțare având ca arie tematică turismul să urmeze prioritățile strategice identificate.**

Alocarea resurselor financiare trebuie să fie explicit orientată în scopul construcției și valorificării avantajului comparativ identificat. Adică, finanțările trebuie să urmărească direcțiile de acțiune cu maxim potențial identificate în secțiunile precedente ale Strategiei. Realizarea acestuia presupune o concentrare de resurse financiare, implicit mai mari de 50.000 lei/an (cât este bugetul din acest an pentru domeniul turism), de efort și de timp din partea autorităților, inclusiv coordonarea lor în urmărirea obiectivelor propuse.

**b) pe termen lung, obiectivele liniei de finanțare având ca arie tematică turismul să fie stabilite în colaborare cu rețeaua operatorilor din turism, să fie mai concrete, cuantificabile, iar tipurile de proiecte de implementat mai riguros definite, reformulând metodologia de finanțare a proiectelor din aria tematică de finanțare.**

Astfel, se va putea profita de pe urma cunoașterii locale deținute de operatorii din turism, care sunt cei mai interesați în dezvoltarea și promovarea turismului în județul Arad și dispun de cunoașterea relevantă pentru a identifica direcțiile de acțiune care vor duce cel mai probabil la atingerea acestor obiective. Totodată, vor putea fi evaluate mai ușor rezultatele proiectelor aprobate și se va putea ști dacă și în ce măsură au fost atinse obiectivele liniei de finanțare.

**c) evaluarea rezultatelor proiectelor aprobate și evaluarea atingerii obiectivelor liniei de finanțare pentru turism trebuie făcută tot în colaborare cu operatorii.**

În acest scop, recomandăm numirea unei Comisii de evaluare care să cuprindă, alături de reprezentanți ai autorității publice, reprezentanți ai mediului privat din turism și ai ONG-urilor de profil.

Astfel, prin implicarea factorilor direct interesați de dezvoltarea turismului în evaluare, vor trebui puse în joc stimulente suplimentare pentru corectitudinea și rigoarea evaluării, atât a rezultatelor așteptate ale proiectelor aprobate, cât și a atingerii obiectivelor liniei de finanțare. În plus, va fi stimulată cooperarea mai strânsă dintre

antreprenorii implicați în turism și organizațiile neguvernamentale care desfășoară proiecte având ca arie tematică turismul.

**d) acordarea de granturi de valori mai mari;**

Granturile de valori mai mari vor fi de natură să încurajeze organizațiile neguvernamentale să aloce resurse umane și materiale pentru a dezvolta proiecte în domeniul turismului. De asemenea, le vor furniza resurse pentru a-și crea infrastructura necesară pentru a continua activitățile din proiect pe termen lung. Sunt preferabile **mai puține granturi de valori mai mari, decât mai multe granturi de valori mai mici**, având în vedere și costurile fixe de administrare ale unui grant.

Recomandăm ca Centrul Cultural și ceilalți finanțatori publici locali să externalizeze cât mai mult din evenimentele organizate către actori privați, prin licitație publică de proiecte. În acest fel, administrația publică locală (inclusiv Centrul) își poate îndeplini misiunea și urmări prioritățile identificate aici în calitate de finanțator, dar nu de co-organizator efectiv, economisindu-și astfel propria capacitatea administrativă.

**e) privilegierea consorțiilor de organizații/instituții în acordarea de granturi;**

În conformitate cu direcția strategică de intervenție a Centrului Cultural Județean Arad "Încurajarea parteneriatelor în turism în vederea inițierii unor proiecte / programe de dezvoltare turistică", va urmări astfel formarea parteneriatelor între organizațiile neguvernamentale care desfășoară proiecte în domeniul turismului.

## **2. Obiectiv general: îmbunătățirea infrastructurii și cadrului instituțional al turismului în jud. Arad.**

Acest obiectiv are trei componente de bază: infrastructura, comunicarea (marketingul) și mediul de afaceri. Să observăm, mai întâi, natura duală a comunicării: aceasta ține de infrastructură de comunicare, atunci când se adresează turiștilor prezenți în județul Arad (de exemplu, materiale de ghidaj, hărți, broșuri etc) și de marketing, atunci când se adresează potențialilor turiști. Totuși, bazele acesteia (ca, spre exemplu, brand-ul) sunt comune. Încă un element care ține de comunicare în sens de marketing este portalul comun al operatorilor de turism (Proiectul - Site-ul turistic Arad), care se regăsește mai jos în secțiunea dedicată networkingului mediului de afaceri.

### **Subobiectiv 2.1. Dezvoltarea infrastructurii**

Cercetarea stării și potențialului turismului în județul Arad, realizată de către Centrul de Analiză și Dezvoltare Instituțională pentru Centrul Cultural Județean Arad – Consiliul Județean Arad, a relevat faptul că operatorii turistici tind să prezinte o imagine bună a infrastructurii turistice, dar se pot identifica anumite arii problematice:



- Disponibilitatea serviciilor pentru organizarea de training-uri și conferințe, importante din perspectiva asigurării infrastructurii pentru turismul de afaceri: 22% dintre respondenții – operatori turistici consideră că aceasta ar putea fi o problemă;
- Densitatea mică a unităților de restaurație în unele localități: 19% dintre operatorii turistici care au răspuns în ancheta noastră apreciază că în localitatea în care își desfășoară activitatea nu există îndeajuns de multe restaurante pentru a-i deservi adecvat pe turiști; documentarea noastră a arătat că în afara orașului Arad există foarte puține unități de restaurație de sine stătătoare, cele existente fiind asociate unităților de cazare.
- Mijloacele deficitare de informare turistică: 26% dintre operatorii turistici cuprinși în anchetă consideră că turiștii nu pot afla cu ușurință informații despre obiectivele turistice și oportunitățile de divertisment sau relaxare din județ;
- Slaba dezvoltare a infrastructurii de servicii publice în unele localități: 28% dintre respondenți sunt de acord cu afirmația că în localitatea lor infrastructura de servicii publice (apă, canalizare, energie termică, gaze, salubritate) nu este dezvoltată la un nivel satisfăcător;
- Dacă accesul rutier către localitate apare ca mai puțin problematic (doar 15% dintre respondenții operatori turistici consideră că acesta nu se realizează cu ușurință), accesul rutier către obiectivele din localitate este evaluat ca fiind mai nesatisfăcător (22% îl evaluează ca nerealizându-se cu ușurință).
- Rețeaua de transport în comun (folosind trenuri, autocare sau autobuze) este percepută ca problematică mai degrabă cu privire la asigurarea accesului către obiective (25%) decât a accesului către localitatea în care respondenții operează (19%).
- Întreținerea obiectivelor turistice și disponibilitatea serviciilor de ghidaj și informare apar ca ariile cele mai problematice, evaluate negativ de 41% și respectiv 47% dintre respondenții operatori turistici.
- Slaba calificare a personalului și neseriozitatea lor, în special a celor care lucrează în serviciile de bază din turism (cameriste, chelneri). Reglementările formale contribuie la discrepanța dintre necesitățile reale de pe piața forței de muncă și ceea ce se predă în școli și facultăți. Una dintre cauzele, dacă nu principala cauză a calificării nesatisfăcătoare, precum și a lipsei lor de seriozitate, pare a fi caracterul temporar al multor angajări din turism.

Această perspectivă a operatorilor, care au o cunoaștere bună a locului, este completată de perspectiva turiștilor. Ancheta sociologică în rândul turiștilor, realizată în cadrul aceleiași cercetări, a relevat faptul că serviciile de informare turistică (materialele de informare și ghidajul) înregistrează cele mai slabe evaluări, o nouă indicație cu privire la nivelul slab dezvoltat al comunicării și informării turistice. Astfel, peste 20% dintre turiștii intervievați s-au declarat nemulțumiți de disponibilitatea și calitatea

materialelor de informare turistică și de serviciile de ghidaj și prezentare a obiectivelor turistice vizitate. Alte motive de nemulțumire semnificative au fost calitatea/lipsa indicatoarelor către obiectivele turistice și calitatea infrastructurii rutiere care asigură accesul către obiectivele turistice din zonă.

O parte din componentele deficitare ale infrastructurii turistice enumerate mai sus ies din raza de acțiune directă a autorităților județene și locale și a instituțiilor subordonate, ca de exemplu disponibilitatea serviciilor pentru organizarea de training-uri și conferințe sau densitatea mică a restaurantelor în anumite localități. Ea poate fi adresată însă indirect de către autoritățile județene și locale, prin măsuri menite să încurajeze mediul de afaceri: scăderi de taxe și impozite locale, facilitarea obținerii de autorizații și certificate care se obțin la nivel local etc.

Celelalte componente deficitare ale infrastructurii turistice enumerate de operatorii din turism și de turiștii intervievați pot fi remediate de autoritățile județene și locale prin măsuri directe.

Conform legii administrației publice locale nr. 215/2001, modificată prin legea 286/2006, printre atribuțiile consiliilor județene se numără următoarele:

- Adoptă strategii, prognoze și programe de dezvoltare economico-socială a județului sau a unor zone din cuprinsul acestuia pe baza propunerilor primite de la consiliile locale, dispune, aprobă și urmărește, în cooperare cu autoritățile administrației publice locale comunale și orășenești interesate, măsurile necesare, inclusiv cele de ordin financiar, pentru realizarea acestora (art. 104 alin. 1 c);
- Coordonează activitatea consiliilor locale ale comunelor și orașelor în vederea realizării serviciilor publice de interes județean (art. 104 alin. 1 d);
- Stabilește, pe baza consultării autorităților administrației publice locale comunale și orășenești, proiectele de organizare și amenajare a teritoriului județului, precum și de dezvoltare urbanistică generală a județului și a unităților administrativ-teritoriale componente; urmărește modul de realizare a acestora în cooperare cu autoritățile administrației publice locale comunale și orășenești implicate (art. 104 alin. 1 j);
- Aprobă construirea, întreținerea și modernizarea drumurilor, podurilor, precum și a întregii infrastructuri aparținând căilor de comunicații de interes județean; acordă sprijin și asistență tehnică de specialitate autorităților administrației publice locale comunale și orășenești pentru construirea, întreținerea și modernizarea drumurilor comunale și orășenești; în acest sens consiliul județean poate înființa servicii publice specializate (art. 104 alin. 1 k);
- Asigură, potrivit competențelor sale, condițiile materiale și financiare necesare în vederea bunei funcționări a instituțiilor de cultură, a instituțiilor și serviciilor

publice de educație, ocrotire socială și asistență socială, a serviciilor publice de transport de sub autoritatea sa, precum și a altor activități, în condițiile legii (art. 104 alin. 1 m);

- o Asigură sprijin financiar pentru acțiuni culturale sau desfășurate de cultele religioase, precum și pentru activități educativ-stiințifice și sportive (art. 104 alin. 1 n).

Astfel, Consiliul Județean Arad poate acționa, direct sau prin intermediul instituțiilor subordonate, pentru remedierea principalelor deficiențe de infrastructură reclamate de operatorii din turism și de turiști: serviciile de informare turistică, dezvoltarea rețelei de transport în comun și îmbunătățirea accesului rutier către obiectivele turistice.

S-au făcut deja pași semnificativi în aceste direcții. Proiectul de modernizare a tronsonului Julița-Mădrigești, finanțat prin Programul Operațional Regional 2007-2013, are ca obiectiv reabilitarea infrastructurii de transport prin prevederea de legături de transport la facilitățile de turism, precum și creșterea atractivității ariilor cu potențial balnear natural. Proiectul e menit să contribuie la refacerea infrastructurii de acces spre stațiunea balneo-climaterică Moneasa, facilitând accesul și spre obiective turistice specifice acestei zone a județului Arad, puțin cunoscute în prezent, aflate în zona Julița - Mădrigești - Gurahonț: biserici din lemn – monumente de arhitectură, castele și conace, mori de apă, parcuri botanice și, în special, Parcul dendrologic din Gurahonț.

Tot în cadrul unui proiect de modernizare - reabilitare finanțat prin Programul Operațional Regional 2007-2013 se află cuprins și „Drumul Vinului” – Păuliș – Ghioroc – Covăsânț – Șiria. Proiectul implementat de Consiliul Județean Arad se află în acest moment în derulare. Lucrările se preconizează a se finaliza în primăvara anului 2012.

Alte lucrări inițiate de către Consiliul Județean Arad în colaborare cu ministerele de resort din domeniul infrastructurii, finanțate din fonduri europene sunt pasajele peste calea ferată de pe Centura Municipiului Arad (lucrări ce se vor finaliza până în vara lui 2012), cât și sectoarele de autostradă Nădlac – Arad (preconizat a se finaliza în 2013), respectiv Arad – Timișoara (ce se va finaliza în primăvara anului 2012).

Investițiile în cele două sectoare de autostradă urmăresc: dinamizarea activităților socio – economice din zonă, înscrierea lor în circuitul european al schimbului de produse și servicii, cât și dirijarea fluxurilor turistice în județul Arad (preluat chiar și din Sudul țării – via Timișoara). Ele conectează Aradul la rețeau de autostrăzi europeană.

De asemenea, Consiliul Județean Arad implementează proiectul “Înființarea Centrului Național de Informare și Promovare Turistică al județului Arad”, în cadrul Programului Operațional Regional Axa prioritară 5 – Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului, menit să îmbunătățească serviciile de informare turistică. Centrul Național de Promovare și Informare Turistică al Județului Arad va avea printre atribuții:

- inventarierea principalele resurse turistice ale județului, alcătuind o bază de date reactualizată periodic;
- informarea generală asupra ofertei turistice și a atracțiilor turistice locale, regionale sau naționale;
- realizarea, întreținerea și difuzarea pe Internet a bazei de date turistice pentru vizitatori, structuri turistice și agroturistice, instituții de cultură, educație și administrație locală;
- realizarea rețelelor de puncte de informare turistică pe raza județului, la solicitarea Consiliului Județean Arad;
- conceperea, editarea și difuzarea de lucrări de specialitate cu caracter informativ din domeniul turismului și pe suport scris, audio-video și digital: broșuri, pliante, ghiduri, albume, hărți, cataloage, casete audio, filme documentare și alte materiale în scopul promovării imaginii județului Arad;
- organizarea de manifestări expoziționale de turism pe plan local și regional și de activități generale de marketing intern și extern cu rol în creșterea circulației turistice locale și regionale;
- informarea privind oferta locală de cazare, ca serviciu cu titlu gratuit.

Inițiativele orientate către remedierea infrastructurii turistice deficitare trebuie însă să fie integrate în strategia de dezvoltare a turismului. Dat fiind că proiectul de strategie pentru dezvoltarea turismului în județul Arad recomandă, printre principalele direcții de acțiune, organizarea unor circuite turistice pentru a spori atractivitatea județului ca destinație turistică, infrastructura relevantă (de transport și de informare) trebuie dezvoltată pentru a facilita includerea obiectivelor turistice în circuite organizate.

Actualmente, sunt în curs de organizare și promovare următoarele circuite turistice: "Drumul Vinului", "Pe urmele istoriei arădene – un circuit al cetăților, siturilor arheologice și al ansamblurilor arhitecturale", "Descoperă pacea sufletească – un circuit cultural, spiritual și ecumenic".

În acest document, propunem organizarea a trei circuite turistice suplimentare, cu facilități pentru cicloturism – prezentate în cadrul subobiectivului 1.1 și proiectului 1.1.2. De asemenea, propunem organizarea unui program de vizitare a obiectivelor culturale și religioase, numit Aradul Cultural. Pentru mai multe detalii despre acestea vedeți secțiunea menționată.

Dezvoltarea infrastructurii de transport și informare pentru a facilita organizarea acestor circuite turistice presupune:

- a) semnalizarea și prezentarea obiectivelor pe traseul fiecărui circuit, prin:
  - amplasarea unor panouri informative la fiecare obiectiv turistic din cadrul circuitelor, care să furnizeze informații despre locul obiectivului în cadrul

circuitului și să descrie pe scurt celelalte obiective ale circuitului și cum se ajunge la ele;

- amplasarea unor puncte de informare în proximitatea obiectivelor turistice importante, care să pună la dispoziția turiștilor hărți și broșuri pe care să figureze circuitele turistice stabilite și materiale informative care să prezinte obiectivele turistice din cadrul circuitelor, posibilitățile de transport și cazare.

Amplasarea panourilor informative și a punctelor de informare lângă obiectivele turistice nu va avea doar rolul de a remedia o deficiență a infrastructurii turistice percepută de operatori și de turiști, și astfel de a face mai atractive obiectivele turistice, ci și **rolul de a cristaliza poziția obiectivelor în cadrul circuitelor turistice**, precum și **rolul de a promova circuitele turistice în proximitatea fiecărui obiectiv important de pe circuit**, informând turiștii cu privire la faptul că obiectivul vizitat face parte dintr-unul sau mai multe circuite turistice.

Amplasarea panourilor informative lângă obiectivele turistice din cadrul circuitelor va fi făcută, inițial prin intermediul proiectului „Promovarea turismului arădean prin circuite culturale”, proiect finanțat de Uniunea Europeană prin Programul Operațional Regional 2007 – 2013, Axa prioritară 5 "Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului", pentru care Consiliul Județean Arad a semnat în 29.09.2010 contractul de finanțare și care prevede, printre activitățile specifice, și montarea de panouri turistice informative.

Amplasarea punctelor de informare în cadrul circuitelor va putea fi trecută în sarcina Centrului Național de Informare și Promovare Turistică al Județului Arad, între ale cărui atribuții va intra realizarea rețelelor de puncte de informare turistică pe raza județului, la solicitarea Consiliului Județean Arad.

b) asigurarea căilor de acces către obiectivele turistice și reabilitarea, restaurarea patrimoniului cultural imobil din cadrul fiecărui circuit, prin:

- reabilitarea drumurilor care asigură accesul rutier către obiectivele turistice, pentru a crește atractivitatea obiectivelor pentru turiști și potențialul lor de a fi integrate în circuite;
- construirea unor piste (inclusiv locuri de popas, adăposturi, etc) pentru biciclete lângă căile de acces rutier, în prelungirea pistelor pentru biciclete din Ungaria, pe traseele circuitelor propuse;
- întreținerea traseelor turistice montane, construirea de refugii montane/cabane, dar și centre de echitație;
- reabilitarea și restaurarea patrimoniului cultural imobil – obiectivelor turistice cu caracter de monument istoric din cadrul fiecărui circuit;

Pistele pentru biciclete, centrele de închiriere de biciclete, caiace, bărci, etc, traseele de drumeție, dar și cele ecvestre au rolul de a face circuitele turistice arădene atractive

pentru turiștii străini care vizitează Ungaria, sosiți din Germania și Austria. Printre factorii interesați e răspândită opinia că acestea amplasate, de-a lungul locurilor de cazare și restaurante, atrag turiștii străini. E probabil că aceștia și-ar continua sejurul în Arad dacă traseele nu s-ar opri la granița dintre Ungaria și România, dat fiind că Aradul se bucură de avantajul unor peisaje și obiective naturale de care Ungaria nu dispune.

Consiliul Județean Arad, A.P.L., G.A.L.-urile pot utiliza resurse proprii pentru construcția acestor trasee, reabilitarea și restaurarea obiectivelor turistice – monumente istorice, sau pot promova pentru finanțare din fonduri europene proiecte de acest gen, pornind chiar de la parteneriatul româno - ungar în dezvoltarea unor circuite turistice organizate în județul Arad.

c) asigurarea serviciilor de transport în comun pe traseele circuitelor.

Din cercetarea realizată de CADI a reieșit că rețeaua de transport în comun (folosind trenuri, autocare sau autobuze) este percepută ca problematică cu privire la asigurarea accesului către obiectivele turistice.

Pentru a asigura accesibilitatea obiectivelor în cadrul circuitelor, rețeaua de transport în comun trebuie extinsă, acolo unde este nevoie. Compania de Transport Public S.A., aflată și în subordinea Consiliului Județean Arad, poate mări numărul de trasee zonale, măcar în sezonul estival (în prezent 51, repartizate după cum urmează: 20 trasee de autobuz în zona Ineu, 7 trasee de autobuz în zona Sebis, 15 trasee de autobuz în zona Lipova, 9 trasee de autobuz în zona Gurahont) pentru a asigura suprapunerea dintre traseele mijloacelor de transport în comun și circuitele turistice. Totodată, se impune și introducerea altor forme de plată pentru aceste servicii de transport – a unor bilete tip circuit (cu oricâte opriri, valabile pentru o perioadă de timp).

## **Subobiectiv 2.2. Marketing: comunicarea și facilitarea informării turistice cu privire la județul Arad.**

Cercetarea realizată de CADI și INSOMAR a scos în evidență calitatea nesatisfăcătoare a informării turistice. Atât operatorii de turism, cât și turiștii consideră că posibilitățile de informare turistică sunt insuficiente. Pe lângă remedierea ariilor problematice reclamate de operatori și turiști, strategia de dezvoltare a turismului pe direcțiile recomandate presupune un efort de comunicare proaspăt, în armonie cu noul brand turistic al județului.

Astfel, pentru facilitarea informării turistice cu privire la județul Arad recomandăm:

### **Grupul de activități 1: Conceperea unui brand turistic și a unei strategii de comunicare**

- *Crearea unei imagini unitare (brand)*. Un prim element de infrastructură este crearea unei imagini publice unitare. În acest sens, trebuie să existe o corelație între direcțiile identificate cu potențial maxim de dezvoltare și natura brandului. Astfel, brandul subliniază și el combinația **natură și recreere, sport și cultură**.

Brandul, creat de firma Noeland, poartă sloganul "ARAD. Experiente naturale" și este detaliat ca **Anexa 1. Manualul de brand al jud. Arad**. Promisiunea brandului turistic este aceea că turistul sosit în ARAD va experimenta *viața de zi cu zi a arădenilor, natura darnică din jur, provocările naturale și ritmul locurilor. Aradul invită turiștii într-o lume reală, a experiențelor naturale, simple, firești, nepretențioase*.

Grupul-țintă este format din cei care nu caută o experiență "turistizată," care vor să se ferească de aglomerațiile turistice, de febra suvenirurilor și a fotografiilor la minut. Este pentru cei care apreciază sinceritatea și simplitatea locurilor, liniștea naturii. Experiențele naturale sunt atât pentru trup, prin mâncăruri tradiționale, trasee montane, activități sportive diverse, cât și pentru suflet, prin evenimentele culturale, lăcașurile religioase și bijuteriile arhitecturale ale orașelor.

Arad este modelat de cursul Mureșului și al Crișului Alb. Ritmul este imprimat de cursul apei în fiecare sat sau oraș. Județul Arad și Municipiul Arad fiind legate indisolubil prin nume au nevoie de o singură reprezentare grafică – într-o identitate unică. Municipiul Arad este de asemenea modelat de cursul Mureșului, fiind și cel mai important oraș de pe Mureș, considerat practic un oraș-județ. Astfel, el poate fi integrat cu succes în brandul județului<sup>7</sup>.

- *Elaborarea unei strategii de comunicare la nivelul județului*. Strategia de comunicare pleacă de la brand și apoi detaliază utilizarea acestuia crescând calitatea publicității pentru circuite și evenimente. Ea este introdusă în documentul de față ca **Anexa 2. Strategia de comunicare a jud. Arad**. Comunicarea trebuie concentrată asupra consumatorilor de turism, din țară și din străinătate, având drept scop atragerea și revenirea acestora<sup>8</sup>.

## **Grupul de activități 2: Diseminarea brandului prin infrastructura de informare și dezvoltarea acesteia**

Dezvoltarea infrastructurii de informare este esențială în direcția diseminării pe internet și pe rețelele de socializare a informației cu privire la obiectivele turistice,

<sup>7</sup> Cf. "Strategia de brand turistic a județului Arad", realizată de firma Noeland (Anexa 2).

<sup>8</sup> Pentru o viziune mai detaliată asupra strategiei de comunicare pornind de la brandul județului, a se vedea Anexele 1. Manualul de brand și 2. Strategia de comunicare, realizate de Noeland.

posibilitățile de cazare și mijloacele de transport, a semnalizării și prezentării obiectivelor turistice de pe circuite.

În aceste sens, brandul dezvoltat va fi disponibil gratuit pe websiturile CJA, CCJA, CNIPT și AOT pentru a fi utilizat de către toți operatorii, APL-urile și alte entități care doresc să o facă. Totodată, brandul va fi utilizat în proiectele și materialele de informare realizate de CJA, CNIPT, AOT și CCJA.

*De facto*, un al treilea Grup de Activități constă în activitățile corespunzătoare **Subobiectivului 2.3. Dezvoltarea networkingului turistic** (v. mai jos). Colaborarea între operatori, precum și între operatori și alți actori relevanți este necesară pentru a agrega informația relevantă și a o disemina printre consumatori și potențialii turiști, având în vedere că actualmente integrarea operatorilor locali în rețelele de turism este redusă. Toate componentele subobiectivului 2.3 de mai jos sunt importante în acest sens și în special pentru proiectul 2.3.1.

De remarcat este faptul că tot prin intermediul Fondului European Agricol pentru Dezvoltare Rurală, câteva primării din județ au primit finanțare pentru înființarea unor Centre Locale de Informare și Promovare Turistică și a unor trasee tematice cum sunt: Bata, Bârzava, Brazii, Buteni, Cermei, Dezna, Dorobanți, Felnac, Hășmaș, Macea, Păuliș Vladimirescu, Săvârșin, Socodor, Șilindia, Șiria și Zăbrani.

## Facilitarea dezvoltării unui mediu de afaceri competitiv

Sub acest titlu intermediar grupăm trei subobiective din cadrul obiectivului general *Îmbunătățirea infrastructurii și cadrului instituțional al turismului în jud. Arad* și anume pe cele legate de mediul de afaceri: subobiectivul 2.3. Dezvoltarea networkingului turistic; subobiectivul 2.4. Măsuri privind scăderea taxelor locale de la nivelul maxim și subobiectivul 2.5. Sprijinirea IMM-urilor care activează în turism.

Un mediu de afaceri competitiv în domeniul turismului se traduce într-o ofertă turistică diversificată, calitate ridicată a serviciilor turistice și prețuri scăzute, datorită competiției dintre antreprenori. Mediul de afaceri competitiv este rezultatul eliminării barierelor la intrarea pe piață pentru a încuraja cât mai mulți antreprenori să investească resurse în turism, scăderii taxelor pentru a permite stabilirea unor prețuri competitive în raport cu regiunile învecinate, sprijinirii IMM-urilor pentru a stimula prezența pe piață a unui număr crescut de operatori, care să atragă turiștii cu produse și servicii turistice diverse și să investească în formarea profesională a resurselor umane din turism (mai ales în domeniul meseriilor de bază).

Deși majoritatea reglementărilor care constituie bariere în calea antreprenoriatului nu pot fi schimbate de autoritățile județene sau locale, ținând de competența autorităților



naționale, facilitarea dezvoltării unui mediu de afaceri competitiv poate fi operaționalizată, însă și prin acțiuni la nivel județean sau local:

- *Măsuri privind dezvoltarea networkingului turistic*
- *Măsuri privind scăderea taxelor locale de la nivelul maxim*
- *Sprijinirea IMM-urilor care activează în turism*

În taxonomia strategiei de față vom trata aceste seturi de măsuri ca subobiective distincte.

### **Subobiectiv 2.3. Dezvoltarea networkingului turistic**

Una dintre problemele majore identificate de cercetarea potențialului turistic a județului Arad și a piedicilor în calea dezvoltării este lipsa aproape totală de colaborare între agenții economici, dintre agenții economici și sectorul public sau dintre agenții economici și societatea civilă. O bună funcționare a sectorului turistic implică o anumită specializare și diviziune a muncii. Aceasta poate fi facilitată printr-un proces de networking: schimburi de informații între diferitele părți implicate și crearea de legături de afaceri.

În vederea atingerii acestui scop propunem:

#### *Proiect 2.3.1. Înființarea unei asociații a operatorilor din turism din județul Arad cu statut de ONG.*

Inițiativa poate să aparțină Consiliului Județean Arad, iar intrarea operatorilor de turism și altor actori din domeniu (de exemplu grupuri locale de producători, meșteșugari, artiști, etc) în asociație trebuie să fie liberă și opțională. Participarea în asociație poate fi stimulată prin finanțarea unor convenții bianuale și respectiv a unui site de promovare cu acces gratuit pentru membrii asociației. Finanțarea curentă a asociației ar trebui asigurată 100% din cotizațiile operatorilor membrii, urmând ca și Consiliul Județean Arad să contribuie la proiectele și programele desfășurate. O alternativă financiară pentru costurile curente este ca acestea să se asigure 50% din cotizațiile operatorilor-membri, iar 50% de către Consiliul Județean Arad. Organizatorii de evenimente pot fi și ei fi membri, asemenea operatorilor de turism. Această asociație ar urma să deruleze în special două programe-cheie, elaborate în continuare.

#### *Proiect 2.3.2. Siteul turistic Arad*

Una dintre problemele identificate în interviurile de grup a fost greutatea de a informa turiștii despre obiectivele existente. Internetul prezintă o oportunitate evidentă însă pentru a funcționa ea trebuie abordată corect. Există două probleme diferite care trebuie rezolvate, probleme care au devenit evidente în cadrul interviurilor de grup. Pe de o parte, o simplă cabană nu are succes prea mare în a-și face publicitate printr-un site

propriu, pentru simplul motiv că potențialii turiști nu știu să caute pe internet după numele cabanei respective. În consecință, publicitatea cea mai eficientă este realizată de portaluri. Pe de altă parte, portalurile existente au adeseori informații greșite, pentru simplul motiv că le este dificil să centralizeze corect informația. Rezultatul este că operatorii de turism sunt frustrați, pe de o parte, că site-urile lor nu sunt vizitate și, pe de altă parte, că potențialii turiști primesc informații greșite de pe portaluri (de pildă, despre numărul de camere).

Soluția la aceste două probleme este de a crea un site tip portal turistic pentru județul Arad care să concentreze cele mai complete, diverse și credibile informații pentru uzul turiștilor și turiștilor prospectivi, dar și al operatorilor de turism și celorlalți actori. Site-ul va fi găsit ușor și în motoarele de căutare și va putea figura și într-o poziție suficient de vizibilă pe alte site-uri ale administrației, de pildă pe site-ul Consiliului Județean Arad sau al primăriilor din județ.

Site-ul va avea două componente, o componentă publică, destinată informării turistice, și o componentă de comunicație internă, privată, între membrii asociației. El va fi susținut de către Centrul Național de Informare și Promovare Turistică a județului Arad – CNIPT Arad împreună cu Asociația Turistică - AOT.

Prima componentă va fi portalul turistic propriu-zis – care poate fi finanțat din proiectul european de înființare a Centrul Național de Informare și Promovare Turistică a județului Arad și dezvoltat ulterior prin parteneriatul public-privat (o propunere de acțiune concretă fiind deja avansată în cadrul consultărilor). Acest portal va avea câte o pagină cu o structură standard dedicată fiecărei locații turistice și fiecărui festival. Membrii asociației vor primi, în virtutea calității lor de membru, un cont de administrator al paginii locației lor. Astfel, ei vor putea edita singuri informațiile standard într-un formular web simplu, fără a mai fi deci nevoiți să aibă de-a face cu problema creării unui site. De asemenea, pagina va fi foarte ușor de actualizat cu informații la zi. Pagina unei locații turistice va conține informații precum: locația pe hartă și posibilitățile de acces, numărul total de camere și numărul de camere libere la un moment dat, poze cu camerele și cu locația, obiective turistice atractive ușor accesibile.

Nu în ultimul rând, portalul va putea permite turiștilor să lase comentarii despre experiența avută, ceea ce (1) va reprezenta un stimulent important pentru operatorii de turism de a oferi serviciile de calitate maximă și (2) în cazurile în care experiența turiștilor este pozitivă va reprezenta o reclamă foarte bună (dat fiind că informația vine de la foști clienți și nu de la proprietarul însuși).

O a doua componentă a site-ului are menirea de a facilita discuțiile între membrii Asociației Turistice - AOT. Această parte a site-ului nu va fi vizibilă publicului larg, ci

doar membrilor asociației. Cea mai simplă modalitate de implementare a acestei componente poate lua forma unui forum de discuții.

Acest forum are mai multe scopuri, precum:

- Schimburi de informații între membrii asociației, de pildă în legătură cu grupuri de turiști și cu organizarea evenimentelor.
- Prin anunțarea evenimentelor culturale (v. Secțiunea 1.3.6) se va putea sintetiza un calendar al acestora, ceea ce ar permite operatorilor de turism să își organizeze mai bine activitatea (de exemplu, adaptând disponibilitatea cazării, transportului, etc.), așa cum corect s-a observat în cadrul consultării.
- Informare reciprocă, de pildă despre datele lor de contact.
- Informări ale administrației publice în legătură cu diferite probleme pe infrastructură și discuții despre posibilele soluții. Administrația va avea astfel posibilitatea de a se consulta cu părțile implicate în mai mare măsură decât o face în prezent. De asemenea, posibilele efecte vor putea fi discutate și evaluate din timp.
- Informarea reciprocă a operatorilor, mediului academic, societății civile, cât și a sectorului public cu privire la problemele din turism (inclusiv cele legate de resursele umane);
- Informarea operatorilor de turism în legătură cu oportunitățile de finanțare europene. Mulți operatori de turism s-au declarat doritori de a accesa fonduri europene, însă sunt nesiguri în legătură cu pașii necesari.

Alte funcții îi pot fi adăugate. A devenit acum evident de ce este necesară o asociație a operatorilor de turism pentru a derula acest program: informația vizată este multă, se schimbă repede și se află la operatorii de turism. Totodată însă, accesibilitatea și corectitudinea acestei informații este cheia pentru marketingul turistic al Aradului.

### *Proiect 2.3.3. Convențiile turistice bianuale*

Asociația creată poate organiza, cu ajutorul Consiliului Județean Arad, convențiile bianuale asigurând locația pentru întâlnire și facilitând selecția temelor întâlnirilor. În funcție de numărul participanților, o convenție poate fi constituită din mai multe întâlniri simultane pe teme diferite, participanții având posibilitatea de a se duce fiecare la aria lor specifică de interes. De asemenea, o convenție poate dura de la o zi la mai multe zile.

Întâlnirile organizate pot avea diferite formate, de la scurte prezentări urmate de discuții, la mese rotunde, lansări de proiecte, lansări de lucrări de specialitate, materiale de promovare, premieri, etc., la întâlniri nestructurate în care au loc discuții libere în grupuri mici. Pot fi, desigur, și combinate mai multe formate în succesiune unul după altul, de exemplu o masă rotundă, urmată de discuții libere.

Temele întâlnirilor și data la care au loc pot fi stabilite prin intermediul forum-ului privat al asociației, unde pot fi discutate diferite propuneri și selectate cele mai bune variante.

Aceste convenții au mai multe scopuri, între care putem menționa:

- Identificarea piedicilor și problemelor întâmpinate de agenții turistici și discuția între ei, mediul academic de profil și autorități a posibilităților de remediere. Este vorba, deci, de a facilita discuții mai consistente decât cele posibile pe forumul virtual.
- Schimburi de experiență între agenții turistici, între ei și ceilalți parteneri de discuții – mediul academic, societate civilă și sectorul public creându-se astfel posibilitatea ca practicile de succes să se răspândească, iar erorile să fie remediate mai repede.
- Identificarea oportunităților de colaborare, de exemplu, între operatorii de transport și unitățile de cazare sau operatorii obiectivelor turistice; sau între operatorii diferitelor obiective turistice pentru a încuraja turiștii care merg la un obiectiv să meargă și la altul.
- Discuții despre profilul turiștilor și identificarea schimbărilor și a eventualelor oportunități de a atrage noi categorii de turiști sau de a face publicitate mai bună printre categoriile existente.
- Lansări de proiecte, materiale promotionale în diferite forme, lucrări științifice de specialitate etc.
- Gala premiilor în turism – acțiunea se va putea desfășura anual în ultima Convenție din an, premiile fiind stabilite în baza evaluărilor făcute de către o Comisie independentă din perspectiva calității serviciilor, vânzărilor, acțiunilor de responsabilitate socială și protecție a mediului înconjurător întreprinse de către operatorii din turism, în baza unui Regulament.

### **Subobiectiv 2.4. Scăderea taxelor locale de la nivelul maxim**

Taxele de localitate, pensiune și hoteliere în județul Arad sunt evaluate de operatorii turistici ca fiind mari. Conform legii, aceste taxe pot fi între 0,5% și 5%. În majoritatea localităților arădene, ele sunt stabilite la valoarea maximă admisă. Participanții au mai invocat ca barieră în calea activității antreprenoriale pe care o desfășoară și impozitul pe clădiri. Taxele mari măresc prețul cazării și în consecință, descurajează potențialii turiști. Profiturile mai mici pentru operatori descurajează antreprenorii și întârzie dezvoltarea turismului, și din cauza slabei dezvoltări a turismului există puțini clienți. Taxele impuse atât la nivel local, cât și la nivel central nu fac decât să orienteze turismul arădean într-o direcție descendentă a acestei spirale vicioase și să îngreuneze activitatea antreprenorială.

Scăderea taxelor hoteliere are ca efect scăderea corespunzătoare a tarifelor de cazare. O demonstrează exemplul municipiului București, unde taxa hotelieră de 3% din veniturile provenite din cazare nu se mai plătește în 2011, în urma faptului că proiectul de hotărâre privind taxele și impozitele locale aplicabile pe raza municipiului București în 2011 nu a întrunit numărul necesar de voturi pentru a fi adoptat în ședința Consiliului General al Municipiului București din 31 mai 2010. În aceste condiții, în conformitate cu normele metodologice de aplicare a Codului Fiscal, neadoptarea hotărârii până la data de 31 mai presupune că taxa hotelieră nu se platește în anul următor. Consecința acestei eliminări a taxei hoteliere pe 2011 a fost, conform Mediafax, reducerea tarifelor de cazare cu 3% de către hotelieri.

În orice caz, putem anticipa că reducerea sau eliminarea taxelor hoteliere stabilite la nivel local (precum și a altor taxe locale) va avea drept efect creșterea profitabilității pentru operatorii din turism și, în consecință, va stimula investițiile în turism în județ. Rămâne de discutat modalitatea concretă prin care Consiliul Județean Arad poate influența consiliile locale, pentru a determina reducerea cât mai uniformă pe teritoriul județului a taxelor hoteliere, întrucât, potrivit codului fiscal (art. 278 alin. 1), stabilirea cuantumului taxelor hoteliere intră în atribuțiile consiliilor locale, care "pot institui o taxă pentru șederea într-o unitate de cazare, într-o localitate asupra căreia consiliul local își exercită autoritatea".

Legea administrației publice locale dă dreptul consiliului județean să adopte "strategii, prognoze și programe de dezvoltare economico-socială a județului sau a unor zone din cuprinsul acestuia pe baza propunerilor primite de la consiliile locale" și să dispună, să aprobe și să urmărească, "în cooperare cu autoritățile administrației publice locale comunale și orășenești interesate, măsurile necesare, inclusiv cele de ordin financiar, pentru realizarea acestora" (art. 104 alin. 1 c); de asemenea, codul fiscal prevede că consiliul județean "aprobă bugetul propriu al județului, împrumuturile, virările de credite și modul de utilizare a rezervei bugetare; aprobă contul de încheiere a exercițiului bugetar; stabilește impozite și taxe, precum și taxe speciale, în condițiile legii; hotărăște repartizarea pe comune, orașe și municipii a cotei din sumele defalcate din unele venituri ale bugetului de stat sau din alte surse, în condițiile legii;" (art. 104 alin. 1 e).

Așadar, putem observa că legea administrației publice locale rezervă consiliilor județene un rol de coordonare al consiliilor locale de pe teritoriul județului, chiar dacă consiliile locale au atribuții proprii. Astfel, Consiliul Județean Arad ar putea să elaboreze, cu contribuția consiliilor locale de pe raza județului, un plan de măsuri pentru dezvoltarea turismului, care să includă micșorarea taxelor locale împovărătoare pentru operatorii din turism, în temeiul art. 104 alin 1 c citat mai sus.

Speranțe mari în modificarea unor aspecte legislative se pun și în așteptata lege a turismului, care se află pe agenda ministerului de resort.

### **Subobiectiv 2.5. Sprijinirea IMM-urilor care activează în turism**

Cercetarea realizată de CADI a relevat faptul că antreprenorii din turism se confruntă cu un număr de probleme, între care se evidențiază: complexitatea cadrului legislativ din turism, tendința de reglementare excesivă și de centralizare la nivelul ministerului de resort a unor decizii cu privire la caracteristicile și structura produselor turistice, care ar putea fi stabilite cu costuri mult mai mici direct de către piață, bariere în inițierea, desfășurarea sau finalizarea unei activități antreprenoriale în turism, taxe locale mari, controale abuzive din partea instituțiilor de control și dificultăți în ceea ce privește accesarea fondurilor europene.

Astfel, patrimoniul turistic, definit de Ordonanța 58/1998 ca fiind reprezentat de „resursele turistice și structurile realizate în scopul valorificării lor prin acțiuni de turism”(art. 2) și constituit atât din bunuri proprietate publică, cât și din bunuri proprietate privată (art. 3), trebuie înscris într-un *Registru general al patrimoniului turistic* și atestat de către ministerul de resort printr-un certificat de patrimoniu turistic. Doar acest certificat dă dreptul proprietarului la organizarea exploatării turistice, creându-i în același timp și obligația de protejare a acestui patrimoniu (art. 6).

Cât despre agențiile de turism, acestea, potrivit articolului 1 al HG 238/2001 își pot desfășura „activitatea de oferire, comercializare și vânzare a serviciilor și a pachetelor de servicii turistice” numai în baza licenței de turism emise de ministerul de resort. Conform articolului 27(2) al OG 58/1998, „capacitatea unei agenții de turism de a efectua servicii de calitate” este atestată nu de performanțele agentului economic pe piață, ci de acordarea de către minister a licenței de turism. Condițiile de acordare a licenței de turism nu încurajează însă întotdeauna crearea unui mediu concurențial. Astfel, există condiții referitoare la amplasarea obligatorie a agenției de turism și dotarea cu mobilier adecvat. Și în ceea ce privește personalul angajat de către agențiile de turism au fost emise norme specifice. Astfel, „persoana care conduce activitatea agenției de turism trebuie să fie posesorul brevetului de turism”, iar agenția trebuie să asigure „personal calificat ca agent de turism și ghizi posesori ai atestatului de ghid de turism”. Eliberarea licenței de turism este condiționată și de contractarea unei polițe de asigurare pentru riscul de insolvabilitate sau faliment al agenției.

Funcționarea structurilor de primire turistice este și ea reglementată. Astfel, structurile de primire turistice funcționează legal numai în măsura în care sunt atestate prin intermediul unui certificat de clasificare ce codifică caracteristicile de construcție, calitatea dotărilor și a serviciilor prestate și care vizează protecția turiștilor. Certificatul

de clasificare este eliberat de ministerul de resort. Persoana care conduce structura de primire turistică este obligatoriu să dețină brevetul de turism, obținut în urma absolvirii unui curs de formare managerială în domeniu, organizat de un furnizor de formare profesională autorizat sau diplomă de licență sau masterat privind absolvirea cursurilor universitare în domeniul turismului în urma căruia se acordă brevetul de turism. Este obligatorie deținerea brevetului de turism pentru persoane din conducerea operativă a agenției de turism, a filialei acesteia din alte localități, dar și a hotelurilor, motelurilor, a cabanelor și campingurilor, precum și a restaurantelor și barurilor de 4 și 5 stele.

Am menționat în secțiunea anterioară faptul că taxele de localitate, pensiune și hoteliere în județul Arad sunt evaluate de operatorii turistici ca fiind mari, în majoritatea localităților arădene ele fiind stabilite la valoarea maximă admisă conform legii, de 5%. O altă dificultate cu care se confruntă operatorii din turism este legată de controalele uneori abuzive la care sunt supuși de către instituțiile de control.

Cât despre accesarea fondurilor europene, există o serie de mecanisme care îi îndepărtează pe operatori de această posibilitate de finanțare. Mulți dintre operatorii turistici sunt interesați de accesarea fondurilor europene, unii dintre ei având chiar experiență cu accesarea lor sau cu procesul de accesare, însă consideră că cerințele birocratice implicate sunt prea complicate.

IMM-urile resimt în mai mare măsură aceste dificultăți decât companiile mari, deoarece acestea din urmă au resurse semnificativ mai mari la dispoziție pe care le pot alocă pentru informarea cu privire la reglementări și asigurarea conformării la norme.

Este adevărat că majoritatea dificultăților menționate aici pe care le întâmpină antreprenorii din turism sunt în afara controlului autorităților județene, însă nu toate. Consiliul Județean Arad are în subordine Agenția de Promovare și Dezvoltare a județului Arad – ADAR (momentan inoperabilă). ADAR este o instituție neguvernamentală, fără scop patrimonial, specializată în prestări de servicii de interes public pentru promovarea, dezvoltarea economico-socială și integrarea europeană a județului Arad. Printre activitățile pe care le desfășoară fundația pentru a-și îndeplini obiectivele se numără: sprijinirea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii, dezvoltarea rețelei de întreprinderi private; implementarea unor centre de servicii, târguri și expoziții, incubatoare de afaceri, complexe comerciale, centre de sănătate, cultură, sport și agrement; consultanță în marketing și management, financiar-contabilă și juridică; organizarea de cursuri de formare, calificare și recalificare în vederea creării a noi locuri de muncă care vor contribui la dezvoltarea economică. Astfel, consultanța cu privire la reglementările în vigoare privitoare la turism, furnizarea de cursuri gratuite de formare profesională în domeniul turismului pentru personalul din IMM-uri având ca obiect de activitate turismul, consultanța având ca temă accesarea fondurilor europene, facilitarea contactelor cu organizațiile patronale din domeniu și cu potențiali parteneri de afaceri

din țară și din străinătate etc. intră în sfera atribuțiilor Agenției de Promovare și Dezvoltare a județului Arad.

Consiliul Județean Arad, alături de alte autorități publice locale, operatori economici și reprezentanți ai societății civile – fundații sau asociații au alcătuit la nivelul județului Arad, 4 structuri asociative denumite Grupuri de Acțiune Locală – GAL (Grupul de Acțiune Locală Microregiunea Văii Crișurilor Alb și Negru, Grupul de Acțiune Locală Lunca Mureșului de Jos, Grupul de Acțiune Locală Valea Superioară a Crișului Alb și Grupul de Acțiune Locală Podgoria Miniș-Măderat). Toate acestea au obținut finanțare în cadrul Programului Leader finanțat din Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală. Ele vor implementa Strategia de Dezvoltare Locală a celor 4 micro-regiuni în care funcționează GAL-urile ce va fi finanțată prin măsura 4.1 și în care turismul rural, valorificarea patrimoniul cultural mobil și imobil, dar și obiectivele turistice de pe raza acestor micro-regiuni vor putea primi finanțare.

Cursuri de formare profesională în domeniul turismului vor putea fi furnizate și de către Centrul Național de Informare și Promovare Turistică a județului Arad, care are printre direcțiile strategice de intervenție în domeniul turismului formarea profesională a resurselor umane în meseriile de bază din turism, la fel precum vor putea realiza și GAL-urile, constituie ca asociații, dar și operatorii turistici privați sau chiar unitățile de învățământ preuniversitare sau universitare (accesând programe cu finanțare europeană în cadrul Programului Operațional Sectorial – Dezvoltarea Resurselor Umane, surse financiare ce pot ajuta desfășurarea în bune condiții a procesului educativ în domeniul formării în meseriile de bază din turism). De asemenea, Centrul va putea interveni în sensul consilierii și sprijinirii întreprinzătorilor din turism.

### III. Planul de acțiuni

Vom concluziona formularea Strategiei prin schițarea unui plan de acțiuni general. Acesta trebuie însă operaționalizat în continuare, pe măsura implementării sale, întrucât unele dintre subobiectivele și proiectele menționate sunt deosebit de ample.



Subobiectiv/Proiect /Activitate necesară implementării	Dezvoltarea turismului în jud. Arad – PLAN DE ACȚIUNE					
	Termen de realizare/ Stadiu	Responsabil	Surse de finanțare Buget estimat	Nivel de prioritate (1 max - 3 min)	Indicatori monitorizare / evaluare	Responsabil monitorizare / evaluare
<b>OBIECTIV SPECIAL: Creșterea atractivității județului Arad ca destinație turistică pe direcțiile cu potențial maxim de dezvoltare – sport și recreere, natură și cultură</b>						
<b>Subobiectiv 1.1. Crearea de circuite turistice</b>						
<b>Proiect 1.1.1.</b> „Aradul cultural” <b>Stadiu:</b> inițiat prin proiectul P.O.R. „Promovarea turismului arădean prin circuite culturale” - valoarea proiectului este de 811.282,22 lei	2015	CJA	Fondul European pentru Dezvoltare Regională – P.O.R. – Axa 5, domeniul 5.3 și alte fonduri europene identificate pe parcurs Fonduri publice ale CJA Buget : costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	<i>Cf. proiectului menționat :</i> rezultatul anchetei sociologice și analizei, prelucrării documentelor – efectuarea de raportări, situații statistice periodice	CJA, CCJA, AM
<b>Proiect 1.1.2.</b> „Circuite Turistice Active” (construirea pistelor de biciclete cf. traseelor indicate)	Construcție piste și dare în folosință 2016 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	CJA, APL și GAL	Fondul European pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală – Programul LEADER Fonduri publice ale CJA Buget : costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	2	<i>modalități de informare/ raportare</i> către structurile Autorității de Management și ale Agenției de Plăți specifice programelor din Axa LEADER	CJA, AM
<b>Activitate:</b> asigurarea serviciilor de transport în comun pe traseele circuitelor promovate – se va dezvolta în concordanță cu subobiectivul 2.1 GA 2	2014 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiată	CJA – CTP Arad și prestatorii privați de servicii de transport	Fonduri publice ale CJA Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	<i>Indicatori de evaluare specifici</i> –număr de linii disponibile, număr de facilități disponibile (ex. număr bilete tip circuit disponibile), indicatori de	CJA - Persoane cu atribuții în acest sens

					utilizare (nr. bilete vândute, etc.)	
<b>Subobiectiv 1.2. Crearea de oportunități sporite pentru festivaluri și comunități neconvenționale</b>						
<b>GA 1:</b> amenajarea Parcului de sculptură monumentală – Căsoaia ca și o comunitate neconvențională permanentă de artă plastică în concordanță și cu subobiectivul 2.1	2016 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	CJA, APL, UAP – filiala Arad si GAL	Fondul European pentru Dezvoltare Regională – Programul de Cooperare Transfrontalieră HU-RO 2007-2013 Fondul European pentru Agricultură și Dezvoltare Rurala – Programul LEADER Fonduri publice ale CJA Programul Cultura 2014 -2020 Fonduri private Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	2	<i>nr. proiecte realizate și implementate cu succes – rapoarte de evaluare, articole pozitive în mass-media națională și internațională nr. de beneficiari/comunități ai unui asemenea proiect</i>	CJA, GAL, UAP – filiala Arad
<b>GA 2:</b> realizarea unui Muzeu al Satului Arădean, al unui Muzeu al Breslelor și demararea altor proiecte similare GA1 – conservarea in situ a Rezervației arheologice de la Bizere	2016 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiată	CJA - Complexul Muzeal Arad, APL si parteneri privati	Fondul European pentru Agricultură și Dezvoltare Rurala Fondul European pentru Dezvoltare Regională Fonduri publice ale CJA si APL și fonduri private Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	3	<i>indicatori de evaluare specifici proiectelor cu finanțare externă- efectuarea de raportări, situații statistice periodice</i>	CJA, Complexul Muzeal Arad, AM
<b>Subobiectiv 1.3. Creșterea și regândirea finanțărilor acordate organizațiilor neguvernamentale care propun proiecte menite să sprijine turismul în județ</b>						
<b>Activitate:</b> realizarea unei metodologii pentru licitația de proiecte din domeniul turismului – respectând în principal măsurile recomandate în strategie	începând cu 2012 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiată	CCJA	Fonduri publice - în primă fază în același quantum dar alocat cf. metodologiei reformulate Anual, din 2013 contribuția de finanțare pentru aceste fond va crește constant față de valoarea de anii	1	<i>indicatori de evaluare specifici proiectelor cu finanțare locală – efectuarea de raportări, situații statistice periodice, anchete sociologice ale satisfacției</i>	CJA, CCJA

			trecuți, în funcție de impactul și evaluarea proiectelor derulate în anul anterior Valoarea inițială a finanțării – 50.000 lei		vizitatorilor destinațiilor turistice care au făcut obiectul acțiunilor din proiect	
<b>OBIECTIV GENERAL: Îmbunătățirea infrastructurii și cadrului instituțional al turismului în jud. Arad</b>						
<b>Subobiectiv 2.1. Dezvoltarea infrastructurii</b>						
<b>Proiect:</b> înființarea Centrului Național de Informare și Promovare și Turistică – Arad (CNIPT) valoarea grantului proiectului este de 1.169.641,36 lei	2012 <b>Stadiu:</b> inițiat, urmând a deveni funcțional în 2012	CJA	Fondul European pentru Dezvoltare Regională – P.O.R. – Axa 5, domeniul 5.3  Fonduri publice ale CJA  Buget proiect: 1.418.963 lei	1	<i>Cf. proiectului menționat :</i> rezultatul anchetei sociologice și analizei, prelucrării documentelor – efectuarea de raportări, situații statistice periodice	CJA
<b>GA1:</b> disponibilizarea închirierilor de mașini, biciclete, caiace, bărci cu motor, ATV-uri etc.	2012 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	CNIPT Arad -agenții economici din turism	Sprijinul poate lua diverse forme, de stabilit. Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	<i>Indicatori statistici</i> de disponibilitate a serviciilor, respectiv de utilizare a acestora	CJA, CNIPT
<b>GA 2:</b> drumuri acces către obiectivele turistice – realizat în concordanță cu <b>Proiectele 1.1.1 și 1.1.2</b> (identificare, priorizare, implementare)	2016 <b>Stadiu:</b> în curs de realizare	CJA, APL și GAL	Fondul European pentru Dezvoltare Regională Fondul European pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	<i>Prelucrarea documentelor</i> – prin efectuarea de raportări, situații statistice	CJA, AM
<b>GA 3:</b> realizarea unor proiecte de reamenajare urbanistică, reabilitare a unor obiective turistice antropice pentru Municipiul Arad și orașele din județ	2016 <b>Stadiu:</b> în curs de realizare	APL	Fonduri Guvernamentale  Alte fonduri europene  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	2	<i>Prelucrarea documentelor</i> – prin efectuarea de raportări, situații statistice	Persoane cu atribuții în acest sens
<b>GA 4:</b> Realizarea unor proiecte de	2016 <b>Stadiu:</b> în	APL	Fonduri Guvernamentale	2	<i>Prelucrarea documentelor</i> –	Persoane cu atribuții în

amenajare peisageră a zonelor centrale din toate orașele județului Arad: dotarea cu mobilier urban, parcări, iluminat public stradal și ornamental + restaurarea centrelor istorice	curs de realizare		Alte fonduri europene  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii		prin efectuarea de raportări, situații statistice	acest sens
<b>GA 5:</b> restaurarea morilor de apă de pe Canalul Morilor	2016 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	APL și mediul privat	Fonduri Guvernamentale și private  Alte fonduri europene  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	2	<i>Număr de mori restaurate, număr de vizitatori</i>	Persoane cu atribuții în acest sens
<b>GA 6:</b> modernizare Tabără Căsoaia – în patrimoniul CJA – CCJA prin dezvoltarea unei baze sportive și extinderea funcționalității în relație cu subobiectiv 1.2 – G.A 1	2014 <b>Stadiu:</b> în curs de inițiere	CJA, CCJA	Fondul European pentru Dezvoltare Regională – Programul de Cooperare Transfrontalieră HU-RO 2007-2013 Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	2	<i>Prelucrarea documentelor – prin efectuarea de raportări, situații statistice</i>	CJA, CCJA
<b>GA 7:</b> Cursă low-cost spre și dinspre Arad	2012 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	CJA, operator aerian privat	Buget : costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	<i>prelucrarea documentelor – prin efectuarea de raportări, situații statistice</i>	Persoane cu atribuții în acest sens
<b>Subobiectiv 2.2. Marketing: comunicarea și facilitarea informării turistice cu privire la județul Arad.</b>						
<b>GA1:</b> Concepția brand-ului și a strategiei de comunicare a destinației turistice ARAD	<b>Stadiu:</b> realizat  Implementarea completă: 2013	Noeland și CJA, toți partenerii publici și privați implicați în comunicarea turistică	Fonduri publice ale CJA  Buget: 62.000 lei	1	Materialele realizate, focus-grupuri, anchete sociologice	CCJA
<b>GA.2:</b> Diseminarea brandului prin infrastructura de informare și dezvoltarea	Realizare: 2012	CJA, CNIPT, CCJA, APL, operatorii de turism, alte entități	Fonduri europene, bugete locale, bugete proprii ale operatorilor	2	Numărul de utilizări ale brandului (online și offline)	CJA, CCJA, CNIPT

acesteia			Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii		Numărul de trimiteri (online) către materialele brand-uite	
<b>Subobiectiv 2.3. Dezvoltarea networkingului turistic</b>						
<b>Proiect 2.3.1.</b> Înființarea unei Asociații Operatorilor din Turism (AOT)	2012 <b>Stadiu:</b> urmează a fi realizat	CJA, operatori privați	Fonduri publice și private , bazată pe cotizații  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	Număr de operatori cotizanți, buget, activități	CJA, CCJA
<b>Proiect 2.3.2.</b> Siteul turistic Arad	2012 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	AOT și CNIPT	Fonduri publice ale CJA - CNIPT  Fonduri ale AOT  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	1	Număr de accesări, număr de accesări unice, număr de reveniri	CNIPT, AOT
<b>Proiect 2.3.3.</b> Convențiile turistice bianuale <b>Acțiunea 1:</b> Organizarea unor întâlniri periodice ale membrilor, întâlniri ale acestora cu personalități din mediile academice	2013 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	AOT	Fonduri ale AOT  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	3	Nr. evenimente, nr. participanți, rapoarte de evaluare, articole pozitive în mass-media națională și internațională	AOT
<b>Proiect 2.3.3.</b> Convențiile turistice bianuale <b>Acțiunea 2:</b> Acordarea unor premii anuale, din partea CJA si AOT pentru dezvoltarea turismului	2013 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	CJA și AOT	Fonduri publice ale CJA  Fonduri ale AOT  Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii	2	Nr. evenimente, nr. participanți, rapoarte de evaluare, articole pozitive în mass-media națională și internațională	AOT, CJA
<b>Subobiectiv 2.4. Scăderea taxelor locale de la nivelul maxim</b>						
<b>Activitate:</b> Scăderea taxelor locale de la nivelul maxim	2013 <b>Stadiu:</b> urmează a fi inițiat	CJA, APL	Pierdere bugetară redusă, de calculat	1	Numărul de taxe reduse, cuantumul reducerii fiecărei taxe	CJA, APL
<b>Subobiectiv 2.5. Sprijinirea I.M.M-urilor care activează în turism</b>						
<b>Activitatea:</b> Organizarea de târguri (inclusiv	2013 <b>Stadiu:</b> urmează a fi	CNIPT Arad, APL, CJA, CCJA –	Surse proprii, ale instituțiilor organizatoare și	1	Nr. evenimente, nr. participanți, rapoarte de	AOT, CJA, CNIPT, CCJA

târguri ale meșterilor populari), evenimente de afaceri, științifice cu scopul diversificării ofertei turistice	inițiat	EXPO Arad, CCJA, Teatrul Arad, Filarmonica Arad, Complexul Muzeal Arad, UVVG, UAV	partenerilor Buget: costurile se vor stabili împreună cu specialiștii		evaluare, articole pozitive în mass-media națională și internațională	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------	--

## ABREVIERI:

AM -	Autoritatea de management din cadrul proiectelor europene
AOT -	Asociația Operatorilor din Turism
APL -	Administrația (le) Publică (e) Locală (e)
CADI -	Centrul pentru Analiză și Dezvoltare Instituțională – Eleutheria
CCIA -	Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Arad
CCJA -	Centrul Cultural Județean Arad
CJA -	Consiliul Județean Arad
CNIPT Arad -	Centrul Național de Informare și Promovare Turistică a județului Arad
CTP Arad -	Compania de Transport Public Arad
EXPO Arad -	Direcția expoziții a Camerei de Comerț, Industrie și Agricultură Arad
GA -	Grup de activități
GAL -	Grup de Acțiune Locală
POR -	Programul Operațional Regional
UAP – filiala Arad -	Uniunea Artiștilor Plastici – filiala Arad
UAV Arad -	Universitatea „Aurel Vlaicu” Arad
UE -	Uniunea Europeană
UVVG Arad -	Universitatea de Vest „Vasile Goldiș” Arad