



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI

PLAN DE ACȚIUNI PENTRU SUSȚINEREA PACHETELOR TURISTICE

Turismul în regiunea transfrontalieră Dolj, Olt, Mehedinți (RO) - Vidin, Montana, Vratsa și Pleven (BG):

- Bogat patrimoniu natural și cultural;
- Sectorul turismului nu furnizează o contribuție semnificativă la economia locală, din perspectiva veniturilor generate;
- Durata medie a sejururilor turistice este una redusă;
- Au fost realizate variate investiții la nivel local pentru reabilitarea obiectivelor de patrimoniu și reintroducerea acestora în circuitul turistic;
- Există inițiative de cooperare între mediul public și cel privat, în vederea creșterii gradului de vizibilitate turistică a teritoriului.

Coordonare între Organizații de Management al
Destinației (România) și Organizații ale
Regiunilor Turistice (Bulgaria)



Brand teritorial și imagine
a destinației turistice

Identificarea așteptărilor și interesului turiștilor
potențiali cu privire la pachetele turistice propuse



Mediu colaborativ între organizațiile care gestionează
diferitele obiective turistice incluse
în cadrul pachetelor

Promovarea pachetelor turistice la nivelul
agențiilor de turism



Continuarea inițiativelor de cooperare
transfrontalieră prin proiecte

ROMÂNIA - BULGARIA



Interreg 
www.interregrobg.eu



MIȘCAREA ROMÂNĂ PENTRU CALITATE

Adresă: str. Părului, nr. 8, Craiova, Dolj

Telefon: +40351/451.047

Fax: +40251/545.553

E-mail: office@mrcq.ro

Tipuri de turism

- ❖ Turismul de agrement
- ❖ Turismul cultural
- ❖ Turismul sportiv
- ❖ Turismul religios
- ❖ Turismul medical
- ❖ Turismul de aventură
- ❖ Turismul de afaceri

Ce este marketingul?

Este un proces prin care indivizii și grupurile furnizează, fac schimb și obțin produse - idei, bunuri și servicii - capabile să satisfacă nevoile și dorințele clienților la nivelul unei locații alese și pentru un cost optim.

Ce reprezintă o destinație?

Locuri care atrag vizitatorii (turiștii) pentru o ședere temporară. Acestea sunt locuri cu o formă reală sau graniță percepută, cum ar fi granița fizică a unei țări sau regiuni, granițele politice sau chiar granițele create pe piață.

Ce înseamnă marketingul unei destinații?

Este un proces de management prin care se asigură identificarea turiștilor, efectivi și potențiali, precum și comunicarea cu aceștia. Comunicarea este esențială pentru formularea și adaptarea produselor turistice, în vederea obținerii unei satisfacții turistice optime.

Caracteristicile cheie ale conceptului de marketing



Proiectul „Natural heritage - natural/ bio resources' services” este cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul European pentru Dezvoltare Regională în cadrul Programului Interreg V-A România-Bulgaria

Titlul proiectului: „Natural heritage - natural/ bio resources' services”

Editorul materialului: Mișcarea Română pentru Calitate

Data publicării: octombrie, 2019

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.