

Politici turistice în România și UE – studiu de caz turismul cultural in municipiul Iasi

Alegeți o destinație turistică și identificați o piață de perspectivă pentru destinația aleasă (o destinație din România);

Realizați o analiză SWOT a pieței în cauză și propuneți 10 măsuri prioritare care ar putea face conținutul unui program de amenajare turistică din perspectiva modelului European al dezvoltării turistice durabile și un set de 2 proiecte cu surse de finanțare și de dezvoltare cu parteneriat asociat.

Turismul cultural în municipiul Iași

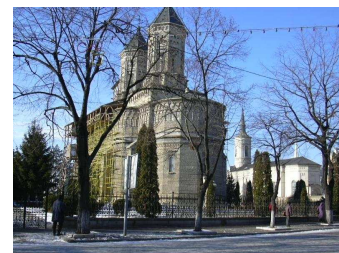
Potențialul turistic

Foarte multe cuvinte pot fi folosite pentru a descrie atracțiile turistice din Iași și pentru a încerca să le comparăm cu cele ale altor orașe.

O abordare mai pragmatică ar fi să vedem cum este descris Iașul în ghidurile turistice internaționale.

Pentru o mulțime de turiști străini aceste prezentări sunt primul lor contact cu orașul. Dedesubt vom cita unul din ghidurile internaționale pentru a oferi o scurtă impresie asupra valorii turistice a Iașului.

“Iașul este capitala culturală a Moldovei și este, de departe, cel mai frumos oraș, singurul în care ai vrea să petreci o vreme. Universitatea, teatrul și filarmonica concurează cu cele din București – care era abia un targ cand Iașul a devenit scaun domnesc – și dau un aer sofisticat, întreținut și de numărul mare de studenți străini ...”¹



Cele mai importante atracții turistice:

1.	Biserici	38%
2.	Manastiri	34%
3.	Mediul inconjurator	9%
4.	Activitati culturale	9%
5.	Altele	10%

Opinia publică despre atracțiile turistice cele mai importante²

¹ Ghidul Rough Guide: Romania.

² <http://www.primaria-iasi.ro/>

		2000	2005
1.	Romania	4.920.000	5.805.000
2.	Judetul Iasi	101.000	138.000
3.	Municipiul Iasi	90.000	123.000

Număr de vizitatori 2000-2005

Aspectele evidentiate variaza in funcție de gustul fiecăruia. Potrivit opiniei publice, cele mai importante atracții turistice sunt bisericile și mănăstirile. Imprejurimile și activitățile culturale sunt considerate a fi mai puțin importante.

Pentru o descriere turistică facem trimitere la ghidurile turistice, iar pentru o trecere in revistă a numărului de situri istorice, arhitecturale și arheologice facem trimitere la Planul de amenajare a teritoriului metropolitan Iași.

In concluzie, Iașul are, fără indoială, potențial turistic. In figura alăturată este prezentat numărul de vizitatori. Din anul 2000 a fost o creștere ușoară a numărului turiștilor. Dar, fără indoială, numărul vizitatorilor din Iași și din județ, reprezintă doar o parte din numărul de turiști care vizitează Romania și este foarte scăzut in comparație cu orașele europene atractive.

Sunt vizibile unele aspecte pozitive:

- Numărul unităților de cazare este intr-o creștere ușoară, dar, din nefericire, lipsesc din regiune lanțurile hoteliere internaționale.
- O privire asupra numărului de IMM-uri, hotelurile și restaurantele aparțin sectorului cu cea mai rapidă evoluție.

Dar există, de asemenea, și unele aspecte negative:

- Un număr scăzut de activități culturale, vizibil prin numărul scăzut de vizitatori in muzee, cinematografe, teatre și opere.
- Lipsește încă o organizație turistică centrală profesională, care să includă și să fie sprijinită de toate afacerile legate de turism din Iași și din imprejurimile municipiului Iași. Această organi - zație poate furniza informațiile turistice necesare, coerente, ghiduri, hărți, rezervări pentru cazare și să fie vizibilă pentru vizitatorii straini.

Analiza SWOT

În cadrul valorificării patrimoniului cultural-artistic

+ (puncte forte)	– (puncte slabe)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ prezența unor monumente culturale, religioase de importanță națională și internațională (UNESCO) care dezvoltă turismul (de ex. pelerinajul ortodox); ✓ număr crescut de vizitatori; ✓ diversitatea institutelor culturale; ✓ arhitectura în diferite stiluri de la eclectic, baroc, brâncovenesc, gotic, etc.; ✓ poziționarea obiectivelor culturale într-un spațiu restrâns, accesibil în care se poate realiza un circuit turistic fără probleme în ceea ce privește traficul sau intensitatea aglomerațiilor pietonale; ✓ încadrarea orașului ca nucleu al activităților universitare; ✓ aeroportul este la o distanță rezonabilă de oraș; ✓ orașul este dotat cu toate tipurile de infrastructură; ✓ există o multitudine de specialiști în acest oraș (ingineri, arhitecți, lucrători în construcții) în stare să lucreze pentru modernizare în ceea ce privește infrastructura dar și arhitectura, atât în 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ rata scăzută de folosire a capacității hoteliere curente (in lunile de iarnă) și o foarte scăzută rată de staționare peste noapte; importante lanțuri hoteliere internaționale nu sunt prezente în regiune; ✓ lipsa unei organizații private reprezentative pentru turism; ✓ gradul foarte mare de degradare a monumentelor culturale și lipsa fondurilor de restaurare; ✓ demararea foarte lentă a proiectelor de restaurare din punctul de vedere al implicării autorităților și a seriozității de care dau dovadă firmele de construcție angajate în proiecte; ✓ transportul public spre/dinspre aeroport, ca și calitatea străzilor în această direcție nu sunt satisfăcătoare; traseele traversează cartiere de locuințe; ✓ lipsește rezerva de spațiu în zona centrală, pentru parcări și pentru extinderea tramei stradale; ✓ principala stație de cale ferată este amplasată central în oraș și este în proces de reabilitare;

<p>fazele de proiectare, cat și în fazele de execuție.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ transport aerian: aeroportul este aproape de oraș (circa 8 km distanță față de centru) și este folosit pentru zboruri interne și internaționale; 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ transportul terestru: legăturile orașului cu partea vestică a țării și în general cu Vestul Europei sunt foarte proaste, atât pe șosele, cât și pe calea ferată; ✓ traficul rutier trece prin mijlocul orașului, pentru că nu există o șosea de centură; ✓ multe străzi sunt în stare proastă (ba chiar 32 % dintre străzi nu sunt modernizate); ✓ transportul aerian: infrastructura rutieră spre aeroport, ca și transportul public până acolo sunt slab dezvoltate; aceste legături rutiere traversează zone locuite (unde străzile au capacitate redusă de trafic); ✓ aeroportul poate primi doar avioane de capacitate mică, (pista de aterizare nu are caracteristicile necesare pentru primirea avioanelor standard din cursele internaționale); ✓ aeroportul nu are terminal și facilități cargo; ✓ alte forme de transport - facilități nesatisfăcătoare pentru bicicliști și pentru pietoni. ✓ multe dintre cablurile rețelelor de telecomunicații sunt amplasate la suprafață, creînd un peisaj urban neplăcut. ✓ conexiunile dintre diferitele modalități de transport (aerian, feroviar, rutier) sunt dificile.
---	--

! (oportunități)	? (riscuri)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ prezența circumstanțelor adecvate pentru a dezvolta diferite forme de turism: religios și istoric; ✓ zona centrală a orașului, cu construcții având valoare istorică, poate deveni un spațiu mai atractiv pentru locuire și vizitare. ✓ zonele noi din perimetrul metropolitan vor deveni ușor accesibile, odată cu realizarea șoselei de centură. ✓ există posibilități de a extinde infrastructurile pentru transport și pentru utilități publice în toată aria metropolitană. ✓ șoseaua de centură va regla traficul care traversează orașul; aceeași șosea va facilita ajungerea mai rapidă în noile perimetre de dezvoltare aflate în zona metropolitană; ✓ autostrada spre Oradea va conecta orașul Iași cu partea de vest a țării și a Europei; ✓ mici investiții sunt necesare pentru a facilita rețeaua de comunicații și date; ✓ intenția de a dezvolta la marginea orașului o autogară pentru legături externe și interne, autogară aflată departe de stația de cale ferată și de aeroport, este greșită. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ patrimoniul istoric și arhitectural al orașului este insuficient protejat și capitalizat; ✓ îmbunătățirea și capitalizarea acestui patrimoniu sunt vitale în îmbunătățirea prestigiului și atractivității orașului. ✓ dezvoltare nearmonizată ce va distorsiona creșterea echilibrată a orașului; ✓ nevoia crescândă de transport va crea tot mai mari blocaje de circulație în interiorul orașului; ✓ nu există o coordonare a dezvoltării diferitelor tipuri de infrastructură; ✓ transportul aerian: infrastructura rutieră spre aeroport, ca și transportul public până acolo sunt slab dezvoltate; aceste legături rutiere traversează zone locuite (unde străzile au capacitate redusă de trafic); ✓ aeroportul poate primi doar avioane de capacitate mică, (pista de aterizare nu are caracteristicile necesare pentru primirea avioanelor standard din cursele internaționale); ✓ aeroportul nu are terminal și facilități cargo; ✓ nevoia crescândă de transport va cauza tot mai multe blocaje în traficul auto.

	✓ lipsa de coordonare pentru dezvoltarea viitoare a diferitelor modalități de transport.
--	--

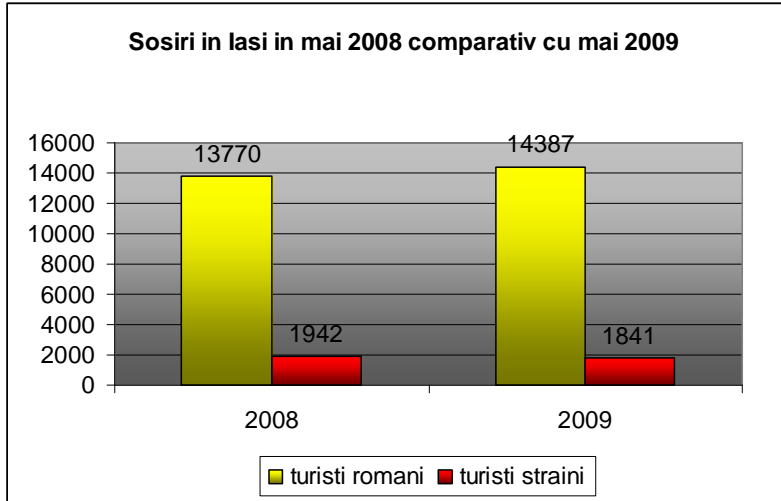


Fig. 1

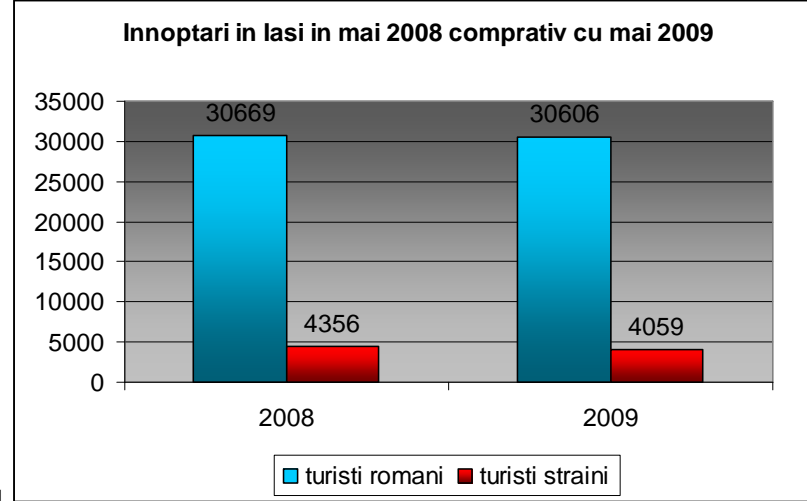


Fig. 2

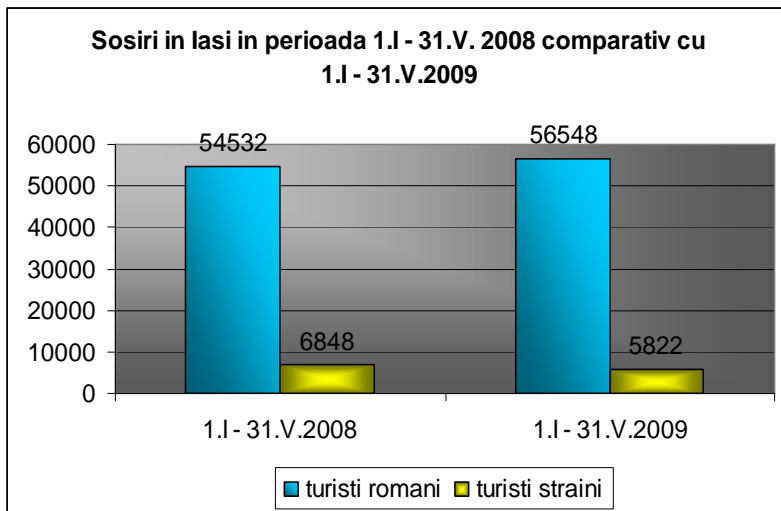


Fig. 3

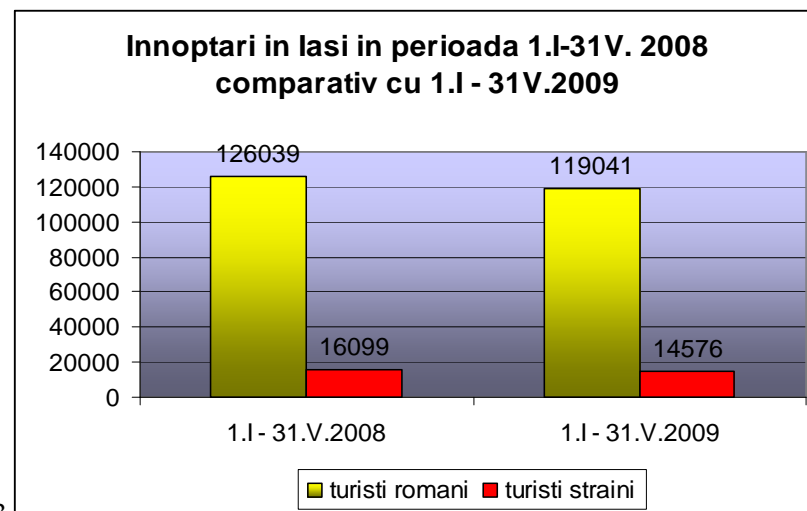


Fig. 4³

³ date preluate de pe <http://insse.ro/cros/files/pdf/ro/cap2.pdf> și prelucrate în excel 2003.

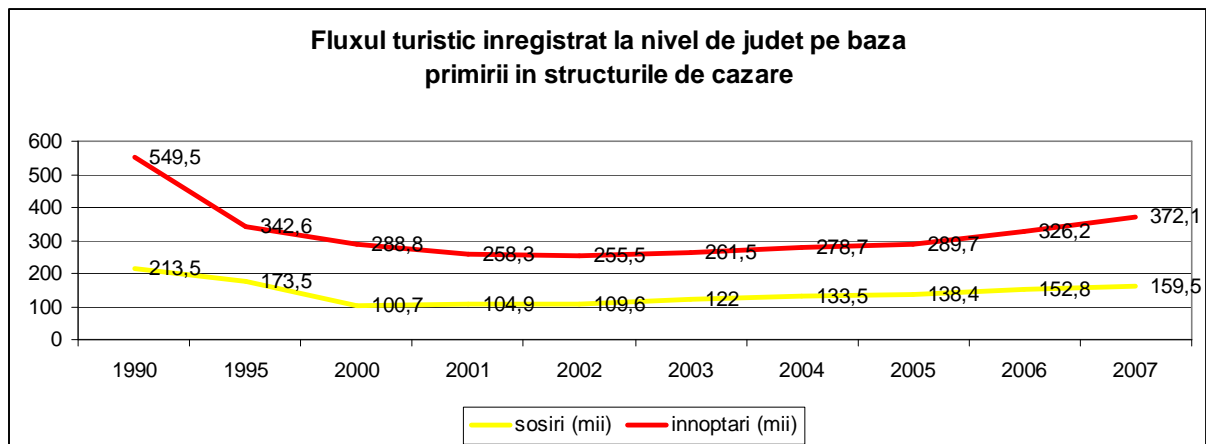
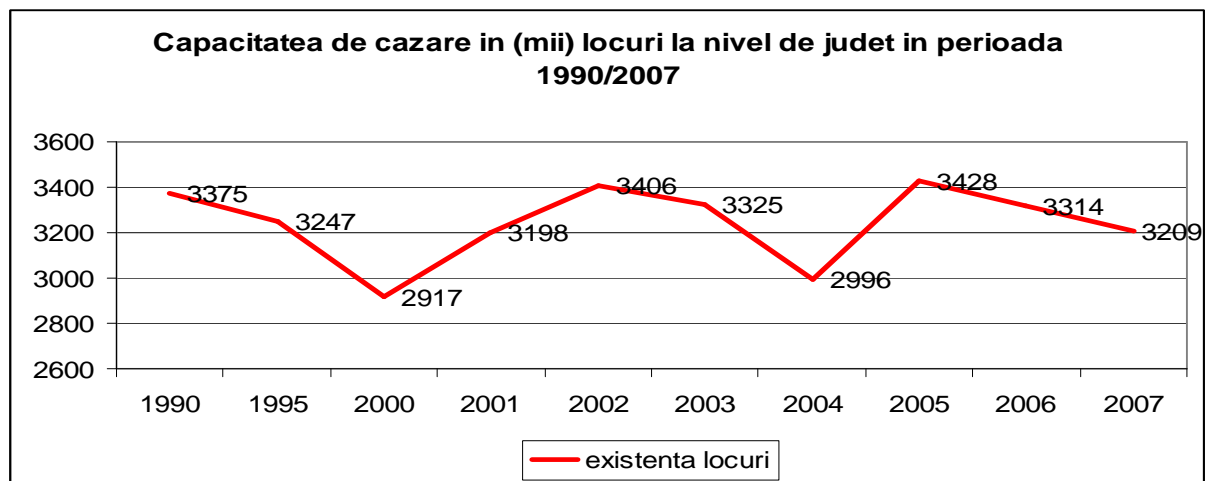
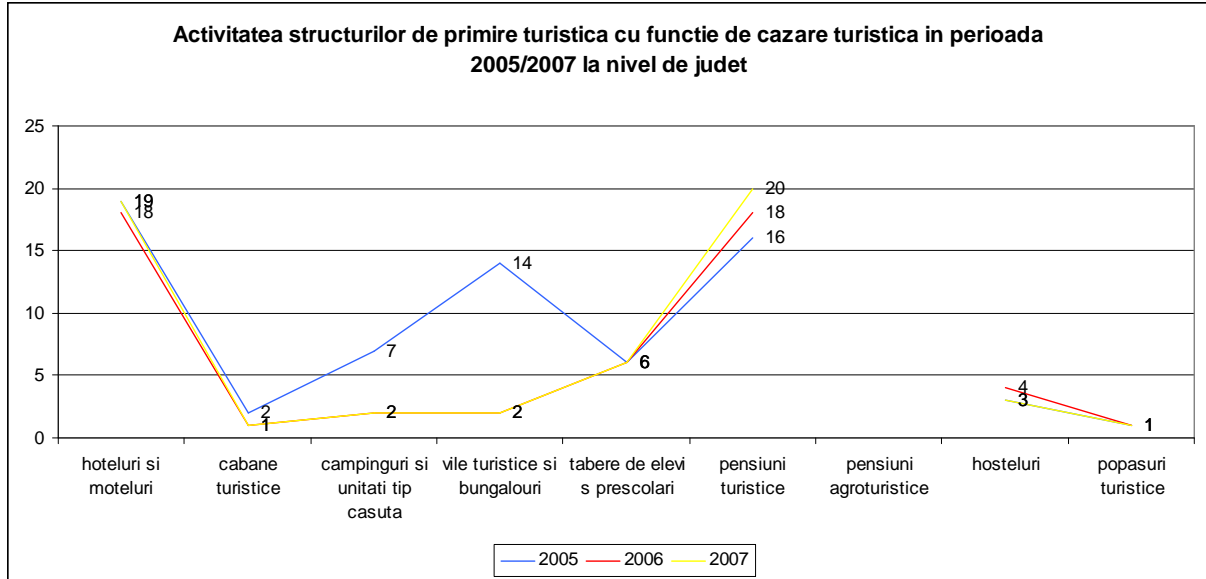


Fig. 5, 6 și 7⁴

Măsuri prioritare

1. *Primăria Municipiului Iași*

a. Domeniul de intervenție (prioritatea):

Poate fi cuprins în - POR 2007 – 2009

Prioritatea 4. Sprijinirea dezvoltării urbane

Măsura 4.2. Îmbunătățirea infrastructurii de transport, utilități publice conexe și servicii publice urbane; sau în Planul Operațional Sectorial de Competitivitate

b. Tipul acțiunii (descrierea ideii de proiect): “Modernizarea sistemului de termoficare”.

Reabilitarea sistemului de termoficare pentru obținerea unui raport optim cost / beneficiu.

c. Valoarea estimată a intervenției (pe surse de finanțare): 124.000.000 € din care, 32.000.000 € în curs de finanțare prin: 20.000.000 Euro-B.E.R.D., 7.000.000 € - Grant SECO și 5.000.000 € - surse proprii CET.

d. Descrierea oportunității intervenției și corelarea acesteia cu Strategia Natională de Dezvoltare Regională, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate încadra intervenția (evitarea suprapunerii și a dublei finanțări): Necesitatea reabilitării sistemului de termoficare pentru obținerea unui raport optim cost / beneficiu.

2. *Primăria Municipiului Iași*

a. Domeniul de intervenție (prioritatea):

Poate fi cuprins în - POR 2007 – 2009

Prioritatea 4. Sprijinirea dezvoltării urbane

Măsura 4.2 Îmbunătățirea infrastructurii de transport, utilități publice conexe și servicii publice urbane sau în Planul Operațional Sectorial de Transport (MTCT).

b. Tipul acțiunii (descrierea ideii de proiect): “Reabilitarea și modernizarea rețelei de străzi municipale”

pentru tronsoanele unde calea de rulare este în cale comună cu carosabilul străzii, se are în vedere executarea unor lucrări de ramforsare pe o lungime de 17,580 Km, și executarea unor covoare asfaltice într-un strat, pe o lungime de 3,250 km și executarea unor lucrări pe unele străzi a căror îmbrăcăminte rutieră a depășit durata de viață

c. Valoarea estimată a intervenției (pe surse de finanțare): 22.000.000 €, pentru modernizarea a cca. 54,500 km stradă.

d. Descrierea oportunității intervenției și corelarea acesteia cu Strategia Natională de Dezvoltare Regională, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate încadra intervenția (evitarea suprapunerii și a dublei finanțări): Realizarea unor lucrări de modernizare a arterelor de circulație din municipiu, atât pe zonele centrale cât și în cele de cartier pentru asigurarea fluenței traficului și evitarea blocajelor rutiere.

3. *Primăria Municipiului Iași*

a. Domeniul de intervenție (prioritatea):

Cuprins în POR 2007 – 2009 – Etapa I;

POR 2010 – 2013 – Etapa II.

Prioritatea 4. Sprijinirea dezvoltării urbane

Măsura 4.2 Îmbunătățirea infrastructurii de transport, utilități publice conexe și servicii publice urbane.

⁴ date preluate de pe <http://www.iasi.insse.ro/main.php?lang=fr&pageid=519> și prelucrate în excel 2003.

b. Tipul acțiunii (descrierea ideii de proiect): “Reabilitarea și modernizarea transportului cu tramvaiul în Municipiul Iași”.

Etapa I: modernizarea căilor de rulare;

Etapa II: achiziția de tramvaie noi.

c. Valoarea estimată a intervenției (pe surse de finanțare):

Etapa I: 30.730.475 €

Etapa II: 42.000.000 €

d. Descrierea oportunității intervenției și corelarea acesteia cu Strategia Natională de Dezvoltare Regională, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate încadra intervenția (evitarea suprapunerii și a dublei finanțări): Datorită gradului ridicat de uzură atât al liniilor de tranvai, cât și a tranvaielor, în timpul deplasării acestor mijloace de transport se produc vibrații care afectează clădirile vechi, în special pe cele de pe strada Cuza Vodă unde clădirile sunt amplasate la 3-4 m de liniile de tramvai.

4. *Primăria Municipiului Iași*

a. Domeniul de intervenție (prioritatea): Poate fi cuprins în Planul Operațional Sectorial de Mediu(MMPA).

b. Tipul acțiunii (descrierea ideii de proiect): “Managementul Deșeurilor solide în Zona Metropolitană Iași”,

- Închiderea depozitului de deșeuri de la Tomești și realizarea primului compartiment ecologic la Țuțora;

- Realizarea unei stații de sortare a deșeurilor și achiziția unei stații de compost;

- Organizarea unui sistem performant de colectare selectivă și transport a deșeurilor.

c. Valoarea estimată a intervenției (pe surse de finanțare): Costul total al proiectului este de 29.604.571 € din care cca. 25% este contribuție locală.

d. Descrierea oportunității intervenției și corelarea acesteia cu Strategia Natională de Dezvoltare Regională, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate încadra intervenția (evitarea suprapunerii și a dublei finanțări): În municipiul Iași nu există un sistem integrat de gestionare a deșeurilor solide urbane. Deasemeni nu se realizează o colectare selectivă a deșeurilor, totodată platforma de depozitare de la Tomești nu întrunește cerințele stabilite de legislația în vigoare (nu dispune de un sistem de etanșare al bazei depozitului, de sistem de colectare și evacuare a levigatului, de stație de epurare a levigatului și apei menajere), iar managementul deșeurilor periculoase practic nu există.

5. *Primăria Municipiului Iași*

a. Domeniul de intervenție (prioritatea): Poate fi cuprins în POR 2007 – 2009.

Prioritatea 1. Îmbunătățirea infrastructurii publice regionale și locale.

Prioritatea 1.2. Sprijinirea și dezvoltarea infrastructurii de sănătate, și de urgență, asistență socială și siguranță publică.

b. Tipul acțiunii (descrierea ideii de proiect): “Locuințe sociale”. Se are în vedere construirea a 7 blocuri P+3 cu câte 2 tronșoane fiecare dispuse în adâncime plecând de la frontul fostelor sere „Grădinari”. Se propune construirea de locuințe cu două camere și o cameră, câte 2 unități pe fiecare nivel de tronșon.

c. Valoarea estimată a intervenției (pe surse de finanțare): 10.200.000 €.

d. Descrierea oportunității intervenției și corelarea acesteia cu Strategia Natională de Dezvoltare Regională, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate încadra intervenția (evitarea suprapunerii și a dublei finanțări): Cererea de locuințe sociale în municipiul Iași este mare.

6. *Primăria Municipiului Iași*

a. Domeniul de intervenție (prioritatea): Proiectul poate fi cuprins în Planul Operațional Sectorial de Transport (MTCT).

b. Tipul acțiunii (descrierea ideii de proiect): “Șoseaua de centură”. Realizare arteră rutieră deviere trafic greu.

c. Valoarea estimata a interventiei (pe surse de finantare): 30.545.000 €.

d. Descrierea oportunitatii interventiei și corelarea acesteia cu Strategia Nationala de Dezvoltare Regionala, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate incadra interventia (evitarea suprapunerii și a dublei finantari):
Dezvoltarea Zonei Metropolitane Iași;
Devierea traficului greu din municipiul Iași;
Diminuarea poluării din oraș.

7. Primăria Municipiului Iași

a. Domeniul de interventie (prioritatea): 2007 – 2009.

Prioritatea 4. Sprijinirea dezvoltării urbane

Măsura 4.2 Îmbunătățirea infrastructurii de transport, utilități publice conexe și servicii publice urbane.

b. Tipul actiunii (descrierea ideii de proiect): Pasajul „O. Băncilă”.

1. Realizarea într-o primă etapă a unui pasaj care sa traverseze pachetul de linii de cale ferată spre cartierele Alexandru cel Bun-Dacia, cu rezolvarea traficului printr-o girajie superioara cu o raza de minim 24 m în ax.

2. În a II a etapă se vor amenaja parcări publice în zonele de sub tablier.

c. Valoarea estimata a interventiei (pe surse de finantare): 20.500.000 €.

8. Primăria Municipiului Iași

a. Domeniul de interventie (prioritatea): Poate fi cuprins în POR 2007 – 2009.

Prioritatea 3. Dezvoltarea turismului regional și local

Măsura 3.1. Reabilitarea zonelor turistice, renovarea patrimoniului istoric și cultural, protecția/reabilitarea patrimoniului natural.

b. Tipul actiunii (descrierea ideii de proiect): “Regenerare urbană: Strada Cuza Vodă și Strada Lăpușneanu”

- Reabilitarea părții vechi a orașului Iași.

- Reabilitarea și consolidarea clădirilor vechi de pe străzile Cuza Vodă și Strada Lăpușneanu.

c. Valoarea estimata a interventiei (pe surse de finantare): 20.000.000 Euro

d. Descrierea oportunitatii interventiei și corelarea acesteia cu Strategia Nationala de Dezvoltare Regionala, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate incadra interventia (evitarea suprapunerii și a dublei finantari): Strada “Cuza Vodă” împreună cu strada „Lăpușneanu”, sunt două străzi care alcătuiesc Iașul vechi.

9. Primăria Municipiului Iași

a. Domeniul de interventie (prioritatea):

Poate fi cuprins în POR 2007 – 2009

Prioritatea 3. Dezvoltarea turismului regional și local

Măsura 3.1. Reabilitarea zonelor turistice, renovarea patrimoniului istoric și cultural, protecția/reabilitarea patrimoniului natural.

b. Tipul actiunii (descrierea ideii de proiect):

Reabilitarea și consolidarea monumentului istoric „Baia Turcească”.

c. Valoarea estimata a interventiei (pe surse de finantare): 5.000.000 €.

d. Descrierea oportunitatii interventiei și corelarea acesteia cu Strategia Nationala de Dezvoltare Regionala, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate incadra interventia (evitarea suprapunerii și a dublei finantari): Prin implementarea acestui proiect se urmărește reabilitarea și consolidarea monumentului istoric „Baia Turcească” și introducerea ei în circuitul turistic și economic.

10. Primăria Municipiului Iași

a. Domeniul de interventie (prioritatea): POR 2007 – 2009.

Prioritatea 4. Sprijinirea dezvoltării urbane.

Măsura 4.1. Sprijinirea proiectelor integrate de regenerare urbană.

b. Tipul actiunii (descrierea ideii de proiect): “Sistem Informatic Integrat de Management”

Obiective propuse:

1. Crearea unui mediu instituțional propice dezvoltării organizațiilor economice locale, creșterii confortului cetățenilor și implicării responsabile a acestora în deciziile publice;

2. Modernizarea infrastructurilor și a serviciilor publice la un standard cât mai apropiat de cel al comunităților urbane europene.

c. Valoarea estimată a intervenției (pe surse de finanțare): 2.500.000 €.

d. Descrierea oportunității intervenției și corelarea acesteia cu Strategia Natională de Dezvoltare Regională, cu Planul National de Dezvoltare și cu Programul Sectorial din domeniul în care se poate încadra intervenția (evitarea suprapunerii și a dublei finanțări): Necesitatea asimilării principiilor de management modern, care să transforme instituția Primăriei într-un veritabil partener public al cetățenilor⁵.

1. Titlu proiect *Branding-ul orașului Iași*

Măsură strategică *O imagine unică, centrală a orașului Iași*

Proiect leader (Conducător de proiect) Primăria Iași

Argumentare și Parteneri de Proiect

a. argumentare (expunere rațională)

Toate deciziile noastre, incluzând decizia unui oraș de a-si procura produsele sau serviciile sale, de a face afaceri într-un loc anumit sau de a relocaliza o companie, sunt într-o oarecare măsură raționale și într-o oarecare măsură emoționale. Nici o activitate umană nu face excepție de la această regulă și imaginile mărcii (de brand) ale orașelor stau la baza părții emoționale a oricărei decizii legate de aceste orașe, care la rândul său afectează și determină partea rațională. Dacă lumea asociază orașul Milano cu cuvântul „stil”, iar orașul Barcelona este asociat cu „cultură”, este evident că brandurile acestor orașe sunt legate de istoria și funcționarea acestor orașe. În cadrul lumii globalizate de astăzi, fiecare localitate trebuie să concureze cu alte localități pentru cota sa pe piața consumatorilor, turiștilor, afacerilor, investițiilor, capitalurilor și a atenției în sursele de informare media. Orașele au devenit centrele de forță în economie și sunt din ce în ce mai mult în focarul competiției internaționale pentru faimă, talent și capital.

Modul în care orașul reușește să-și creeze o marcă (un brand) clar și să o comunice va fi decisiv pentru prosperitatea lui economică.

Într-o lume globală, localitățile sunt asemenea companiilor: orașele cu un brand puternic vor vinde produsele și serviciile lor mai ușor și vor atrage mai mulți oameni și mai multe investiții.

Prin urmare, un branding (promovare) adecvat al orașului Iași va fi crucial pentru implementarea reușită a strategiei acestuia și pentru garantarea unei dezvoltări economice și sociale prospere pentru locuitorii săi.

Este important de a nota faptul că o operațiune de promovare a brandului orașului este mai mult decât o simplă strategie de comunicare, distribuind sigle drăguțe și sloganuri mucalite, brandingul înseamnă mult mai mult. Branding-ul este un proces strategic de dezvoltare pentru un oraș a unei viziuni pe termen lung care este semnificativă și fascinantă pentru audiențele-cheie pe care orașul dorește să le atragă. În acest mod, acest proces de branding este îndeaproape legat de definiția strategiei generale a orașului Iași.

Brand-ul unui oraș reflectă ADN-ul autentic al orașului și indică prin ce se face o localitate diferită de celelalte. Pentru a defini și pentru a promova marca care este legată de orașul Iași și care va fi recunoscută de către cetățenii lui (identificare), investitorii și vizitatorii lui, este important să se implice o gamă largă de actori din cadrul orașului. Marca (brand-ul) trebuie să fie promovată de către toate forțele însuflite, active ale orașului la tot felul de evenimente și în diverse locuri. Alegerea mărcii va fi rezultatul unui consens.

b. *parteneri de proiect*

⁵ <http://www.primaria-iasi.ro/content.aspx?item=1831&lang=RO>

Pentru a identifica o marcă univocă și atrăgătoare, este important să fie interesați și implicați partenerii potriviți, ce posedă o bună percepere a procesului și a obiectivelor de dezvoltare a unei strategii de marcă.

În cadrul grupului-nucleu, actorii respectivi vor fi în mod activ implicați :

- Forțe economice: Camera de Comerț, Biroul de Turism al orașului, liderii în afaceri, consiliul pentru dezvoltarea economică.
- Forțe administrative: conducerea orașului, consiliile județene.
- Forțe politice: membrii consiliului municipal.
- Forțe ale cunoașterii: universitățile, studenții.
- Forțe ale comunicării: surse de informare media locale și regionale.
- Forțe sociale: ONG-uri, locuitorii, conducători civici.
- Forțe culturale: instituțiile de cultură și patrimoniu cultural.

Descrierea proiectului

A. Scop

Pentru a obține o identitate univocă și recunoscută pe plan internațional, este important ca orașul Iași să-și dezvolte marca lui proprie. O marcă poate fi percepută drept una dintre bazele orașului care face ca orașul să fie dorit ca amplasarea de afaceri, ca destinație pentru vizitatori sau ca o casă pentru locuitorii acestuia.

Această marcă trebuie să fie clară, unică, fascinantă și durabilă pe termen lung facilitând identificarea orașului Iași într-o junglă de centre urbane din toată Europa. Impactul acestei mărci se va oglindi în dezvoltarea socială, economică și turistică din cadrul orașului și va inspira toate acțiunile viitoare care vor avea loc în cadrul orașului, atât pe plan privat cât și public. De aceea acest proiect este de interes și de importanță generală.

Motivul cel mai important pentru ca un oraș să-și dezvolte o strategie de marcă este stimularea creșterii economice. O marcă puternică poate să schimbe percepția unei localități ce ar putea suferi de o imagine pură. Ea poate să creeze o viziune comună pentru viitorul comunității și poate să facă localitatea mai atrăgătoare.

B. Obiective

Pentru a stabili o marcă generală care corespunde strategiei orașului, este necesară realizarea următoarelor obiective:

- Obiectiv de cercetare: definirea rezultatelor care trebuie să se obțină din dezvoltarea și lansarea unei strategii de marcă. Pentru orașul Iași: este important să se cunoască dacă branding-ul tinde să atragă mai mulți vizitatori în oraș sau să schimbe percepția curentă a orașului, sau dacă alte rezultate sunt necesare. Importanța benchmarking-ului (compararea performanțelor) cu alte orașe de mărime medie din Europa.
- Obiectiv de cercetare : identificarea și analiza audienței țintă a operațiunilor de promovare; audiențele trebuie minimizate ca număr și prioritare pe baza importanței lor asupra efectului așteptat în urma operațiunilor de promovare.
- Obiectiv de cercetare: analiza imaginii/brand-ului existent al orașului (intern și extern). Pentru a fi în stare să se creeze o marcă, este important de a cunoaște ce sentimente au locuitorii, turiștii și străinii, în legătură cu orașul;
analiza surselor media: care este imaginea Iașului în presa locală, regională, națională și internațională;
- Obiectiv de identificare: pentru a institui o marcă durabilă a orașului este necesară identificarea acelor realizări care poziționează orașul pe harta internațională și îl fac interesant și atrăgător;
- Obiectiv de cercetare: o atenție specială poate fi acordată identificării poziției logistice actuale și de viitor a orașului Iași, în mod special în funcție de dezvoltarea Căii de Est la Vest (Odessa-Budapesta); forumul de discuție Iași: pe baza strategiei orașului și a realizărilor identificate, va fi important de a identifica un număr limitat de mărci care pot fi testate în forumurile de discuție mai vaste; același exercițiu trebuie să fie înfăptuit cu turiștii și străinii.

- Obiectiv de selecție: pe baza rezultatului strategiei, a activelor și platformelor de discuție, poziționarea mărcii produsului oraș și selectarea finală a mărcii generale a Iașilor trebuie îndeplinită; poziționarea și marca trebuie să fie credibile, fascinante și durabile.
- Obiectiv de valorificare : pentru a organiza comunicarea cu grupurile țintă într-un mod eficient, este important să se identifice influența poziționării alese a orașului și a mărcii acestuia asupra acestor audiențe; aceasta înseamnă că mesajele-cheie trebuie să fie selectate, precum și o povestire aferentă, pentru a influența percepțiile lor și pentru pentru a promova marca aleasă și poziționarea orașului.
- Obiectiv de management pentru a putea monitoriza procesul și de a implica toți partenerii semnificativi la momentul potrivit, este evidentă necesitatea organizării unei echipe manageriale inter-disciplinare. Sarcinile principale vor fi coordonarea tuturor pașilor aferenți procesului de dezvoltare a strategiei de promovare a municipiului Iași și monitorizarea rezultatelor acestui proces.
- Plan de implementare: la fel ca și strategia, va fi important ca acea marcă a orașului care se va alege să fie pusă în aplicare în toate inițiativele pe care orașul și locuitorii le vor întreprinde. Un plan de acțiuni clar trebuie întocmit pentru a garanta folosirea mărcii generale. Bugetele necesare trebuie găsite. Un organ de executare practică trebuie să fie stabilit.
- Organizarea comitetului de marca Iași: procesul de introducere a unei mărci generale a orașului trebuie evaluat în mod curent și de asemenea efectele mărcii alese trebuie măsurate regulat. Sarcina CPI (Centrul de Promovare Iași) este de a monitoriza introducerea și folosirea acestei mărci de oraș.

C. Input

Pentru a fi posibilă executarea acestui proces, vor fi necesare câteva elemente pentru organizarea acestuia, spre exemplu:

- strategia de dezvoltare a orașului;
- politica surselor de comunicare media;
- capacitatea de cercetare;
- o echipă de proiect puternică, capabilă să supravegheze întregul proces de selecție într-o manieră obiectivă și înegrată.

D. Rezultate

Prin executarea acestui proiect, următoarele rezultate pot fi obținute:

- o marcă univocă și transparentă pentru oraș, adecvată strategiei;
- recunoaștere îmbunătățită (pe plan intern și extern);
- acțiuni corelate dintre sectorul public și privat;
- creșterea forței de atracție a orașului;
- înființarea unei agenții de promovare profesionale, luând în considerare controlul utilizării brandului uniform.

Contribuția la strategia generală a orașului

Strategia generală tinde să definească o viziune clară a viitorului orașului. Unul dintre elementele cheie în cadrul acestei strategii este de a avea o marcă elocventă care convinge locuitorii și vizitatorii de calitatea și însușirile orașului lor.

Buget

* Luând în considerare diversele elemente din cadrul procesului, și considerând caracterul permanent al operațiunii, pentru a valorifica branding-ul Iașilor, un buget de 1.000.000 € poate fi prevăzut pentru următorii 4 ani, din care:

- costuri de cercetare 250.000 €;
- costuri de management 150.000 €;
- costuri de investiție 100.000 €;
- costuri de comunicare 500.000 €; principalele costuri se aplică costurilor pentru promovarea integrată în sursele media la nivel regional, național și internațional.

* oportunități financiare :

- D1: îmbunătățirea competitivității economice;
- D1: dezvoltarea capitalului uman;
- D1: programul operațional regional;

- D3: benchmarking internațional între orașele de mărime medie;
- D3: dezvoltarea unei poziționări și a unei mărci atractive a orașului.

2. Titlu proiect *Plan de dezvoltare turistică*

Măsurile strategice *Iași – capitala culturală și turistică a României*

Proiect leader (Conducător de proiect) *Primăria Iași*

Argumentare și Parteneri de Proiect

a. argumentare (expunere rațională)

Orașul Iași este un important centru istoric din România, cu multiple active culturale și de mediu.

Totusi, aceste active nu sunt exclusive pentru teritoriul românesc și mai mult de atât ele nu sunt foarte cunoscute în afara României. Cu alte cuvinte, orașul Iași deține un capital interesant și bogat, dar ascuns în comoara orașului. În prezent întrebarea este cum se poate valorifica acest capital pe cale durabilă. Una din metodele de valorificare a acestui capital al orașului poate fi dezvoltarea industriei turismului în oraș, aducând beneficii economice și sociale locuitorilor orașului.

Pentru ca Iași să devină (sau să rămână) o capitală culturală și turistică a României va fi important să se definească un plan de dezvoltare a turismului, privind atât dezvoltarea produselor turistice cât și promovarea turismului. Acest plan va identifica îndrumările pentru dezvoltarea turismului în interiorul orașului pe termen scurt, termenul mediu și pe termen lung. Acest plan de dezvoltare va fi transpus în câteva planuri de acțiune, pentru a stimula rezultatele cantitative și calitative: indicatorii se vor referi la investițiile turistice, numărul de nopți și cheltuielile turiștilor, calitatea și diversificarea serviciilor oferite.

Parteneri de proiect

Pentru a defini planul de dezvoltare a turismului este necesar implicarea următorilor parteneri în acest proces într-un mod activ:

- forțe economice: Camera de Comerț, uniunea meșteșugarilor, investitori străini, furnizori de servicii turistice, uniunea hotelurilor și restaurantelor, etc.;
- forțe administrative: administrația orașului, Consiliul Județean Iași, poliția, companiile de transport public;
- forțe sociale: firme de recrutare a forței de muncă, instituțiile de training pentru instruire profesională;
- forțe financiare: sectorul bancar, fonduri de investiții;
- forțe culturale: fundații de moștenire, organizații culturale etc.;
- populația locală a Iașului.

Descrierea proiectului

A. Scop

Orașul Iași trebuie să devină capitala turistică a României. Considerând activele sale și poziția sa istorică, această alegere este justificată și deja astăzi, o mulțime de activități turistice au fost dezvoltate, cu toate că nu într-un cadru legislativ clar, și numai din inițiativa sectorului privat. Aceasta nu este suficient pentru dezvoltarea sectorului de turism în oraș, cu impact major asupra creșterii economice, angajării forței de muncă și investițiilor structurale în oraș și regiune. Pentru a evita excese în sectorul turistic și dezvoltarea serviciilor și a promovării de calitate joasă pe de o parte, și pentru a crea sinergiile necesare dintre diverși actori, implicați în dezvoltarea turismului pe de altă parte, se va întocmi un plan de dezvoltare a turismului. Scopul unui asemenea plan nu este de definit un codice de condiții care să fie impuse oricărei dezvoltări în sectorul turistic al orașului, dar de a trasa un cadru general pentru turism în Iași și de a stabili câteva scopuri clare în obținerea calitatii, care pot să însotească viitorul proces de dezvoltare turistică în oraș. El va servi de asemenea administrației orașului pentru a face alegerile necesare atunci când trebuie luate deciziile pentru investițiile publice majore. Prin această elaborare se va obține un document dinamic, care va trebui actualizat la fiecare cinci ani, pentru a ține cont de dezvoltările recente în sectorul turistic al orașului și al regiunii și de a incorpora tendințele recente în industria internațională a turismului. În plus,

turismul poate deveni o forta majora pentru promovarea antreprizei și angajarii fortei de munca prost calificate.

B. Obiective

Pentru a defini planul de dezvoltare a turismului pentru orașul Iași următoarele obiective trebuie luate în considerare :

- Obiectiv de analiză: pentru a întocmi planul de dezvoltare a turismului, este importantă obținerea unei viziuni clare a situației actuale a turismului în orașul Iași. De aceea elementele ce vor fi analizate: identificarea tuturor activelor orașului, care pot fi valorificate la dezvoltarea turismului, inclusiv analiza statutului actual al valorificării activelor din oraș: de exemplu, dacă este posibilă vizitarea unor monumente culturale; când este posibilă vizitarea acestora; dacă există o infrastructură de întâmpinare organizată; etc.;

*identificarea calității și cantității infrastructurii turistice existente; de exemplu, care este oferta de paturi sau dacă există o calitate bine precizată a cazării B&B, etc.;

* identificarea și analiza accesibilității generale către orașul Iași;

* identificarea și analiza investițiilor existente în sectorul turistic al orașului.

- Obiectiv de cercetare: analiza sectorului de turism din orașul Iași și influența sa asupra economiei locale; identificarea numărului de vizitatori ai orașului și a numărului de turiști reali, originea vizitatorilor și a turiștilor, nevoile vizitatorilor și turistilor; identificarea modalităților de transport pentru a ajunge în Iași; identificarea perioadei de ședere a vizitatorilor și turiștilor; identificarea statisticilor privind vizitele către principalele monumente și puncte de atracție din cadrul orașului.

- Obiectiv de cercetare: analiza resurselor umane implicate în sectorul turistic din Iași și a aptitudinilor actual prezente în sectorul turistic al orașului; identificarea centrelor de instruire profesională pentru profesii legate de turism; prognozarea nevoii de resurse umane și de aptitudini necesare pentru a corespunde planului de dezvoltare a turismului.

- Obiectiv de cercetare: analiza produselor turistice existente în cadrul orașului Iași și respectiv a succesului lor; analiza produselor turistice existente în care orașul Iași este inclus (de ex. trasee prin România, vizitatorii străini, etc);

- Obiectiv de cercetare: analiza produselor turistice existente în cadrul orașului Iași și respectiv succesul lor; analiza originii locale, românească sau internațională;

- Obiectiv de cercetare: analiza promovării turistice existente în cadrul orașului Iași atât directe cât și indirecte, și analiza canalelor de promovare utilizate;

- Obiectiv de cercetare: analiza inovațiilor existente în sectorul și cercetarea din turism, legate de utilizarea tehnologiilor TIC în sectorul turismului municipiului Iași;

- Obiectiv de cercetare: analiza și identificarea infrastructurii de agrement în oraș și oportunitatea de a integra această infrastructură în dezvoltarea promovării și a produselor de turism adaptate; analiza valorii adăugate a infrastructurii în cauza pentru turiști și vizitatori;

- Obiectiv de cercetare: analiza SWOT a sectorului de turism din Iași.

- Obiectiv de management: sectorul de turism este foarte flexibil, care se dezvoltă foarte rapid; considerând masa de informații ce trebuie analizată și multitudinea actorilor care sunt implicați, va fi importantă desemnarea unei echipe manageriale foarte puternice care să poată facilita accesul tuturor actorilor semnificativi la activitățile din mun. Iași și să dea interpretarea corectă fluxului de informații.

- Obiectiv de definire a planului: pe baza tuturor cercetărilor și a strategiei relevante a orașului, va fi definit un plan pentru dezvoltarea turismului, incluzând recomandări foarte clare în domeniul infrastructurii de turism, serviciilor de turism, dezvoltării produselor de turism, promovării turistice și comunicării și a accesibilității turistice. Legat de fiecare dintre aceste capitole, un plan de acțiune special va fi întocmit. Fiecare din aceste planuri va fi prevăzut cu un set de indicatori, pentru a se putea monitoriza progresul și efectele implementării acestor planuri de către grupul managerial.

- Obiectiv de implementare: considerând interacțiunile multiple cu diferite agenții de consultanță și institutii de cercetare și cu actorii din sectorul de turism, va fi importantă definirea unor pachete de implementare foarte clare pentru care este necesară organizarea unor proceduri de licitație.

- Obiectiv de comunicare: luând în considerare strategia orașului de a deveni capitala turistică, participarea întreprinderilor locale, a vizitatorilor și a locuitorilor vor fi foarte importante pentru succesul de capitală turistică a municipiului Iași. În consecință, este important să se investească energia necesară în mobilizarea tuturor actorilor pentru a defini un plan univoc de dezvoltare a turismului. Mai mult o comunicare deschisă este necesară pentru a urma evoluția pe piața turismului din oraș și regiune.

C. Input

Pentru a defini strategia de dezvoltare a turismului vor fi incluse următoarele elemente:

- strategia orașului;
- planul de dezvoltare urbană
- planul orașului de dezvoltare social-economică;
- plan de moștenire;
- plan de dezvoltare culturală;
- plan de dezvoltare urbană;
- expertiza în analiza sectorului de turism;
- expertiza în antrepriza turistică;
- expertiza în promovarea produselor de turism;
- expertiza în promovarea turismului;
- expertiza în înființarea afacerilor;
- expertiza în angajarea forței de muncă în turism;

D. Rezultate

În orașul Iași, va fi definit un plan de dezvoltare a turismului, stabilind câteva indicații și recomandări pentru dezvoltarea ulterioară a turismului și sectoarelor aferente acestuia. Acest plan include planurile de acțiune necesare pentru stimularea dezvoltării ulterioare a sectorului de turism și pentru a majora influența pozitivă și durabilă a turismului asupra calității vieții din oraș.

E. Proiecte pilot și produse derivate

Pentru a conferi planului de dezvoltare a turismului mai multă consistență și o dimensiune deja mai practică, câteva inițiative pot fi luate pentru a consolida poziția orașului Iași pe piața turismului sau pentru a spori atractivitatea orașului pentru vizitatorii și locuitorii săi. Este evident că aceste acțiuni pot fi efectuate doar într-atât pe cât sunt inițiate cu respectarea deplină a cadrului stabilit de planul de dezvoltare a turismului și de indicatorii care sunt fie fixați de acest plan.

În acest context, următoarele proiecte pilot pot fi întocmite:

1. Analiza posibilității înființării unui parc de distracții și odihnă accesibilă și rentabil în orașul sau regiunea Iași:

- identificarea condițiilor necesare pentru crearea unui asemenea parc.
- identificarea valorii adăugate a unui asemenea parc în infrastructura turismului din România și Europa (ex. Parc Asterix, Disneyland, Park Pippy Langstrom etc.)
- impactul unui asemenea parc asupra turismului total din Iași.
- impactul asupra calității și cantității turismului din Iași.
- valoarea adăugată către planul de dezvoltare turistică și economică.
- valoarea adăugată în domeniul angajării forței de muncă.
- valoarea adăugată recreativă pentru locuitorii orașului.
- impactul asupra mobilității din interiorul orașului și a regiunii Iași.

2. Dezvoltarea unui centru major de wellnes și îngrijirea sănătății

- identificarea condițiilor și a resurselor necesare pentru dezvoltarea unui asemenea centru;
- identificarea unei locații în oraș de înaltă calitate, implicând resursele necesare și garantând un nivel acceptabil de accesibilitate și vizibilitate.
- benchmarking la nivelul României;
- identificarea valorii adăugate de acest centru dezvoltării turismului din oraș;
- impactul unui asemenea centru asupra dezvoltării academice în general, și analiza posibilităților de cooperare cu departamentele corespunzătoare universității și liceelor;

- impactul asupra calității și cantității turismului din Iași;
 - analiza pentru garantarea accesibilității necesare acestui centru pentru locuitorii orașului.
3. Îmbunătățirea infrastructurii de terenuri de joacă și a zonelor recreative din oraș.
- aprecierea cantității și calității terenurilor de joacă și a suprafețelor de agrement din oraș;
 - aprecierea infrastructurii;
 - aprecierea funcțiilor terenurilor de joacă și a suprafețelor de agrement din oraș;
 - analiza valorii adăugate de către terenurile de joacă și suprafețele de agrement existente la calitatea vieții din oraș și la dezvoltarea produselor de turism;
 - identificarea unor noi locații în interiorul și împrejurimile orașului pentru construcția terenurilor de joacă și a suprafețelor de agrement.

Contributia la strategia generală a orașului

Definirea unui plan de dezvoltare a turismului va contribui la imaginea și profilul orașului Iași, ca oraș al turismului. Aceasta va contribui la un sector de turism mai calitativ și mai cantitativ în oraș, cu o influență pozitivă asupra economiei locale.

Buget

* Considerând diversele procese de definire a planului de dezvoltare turistică, un buget de 600.000 € poate fi prevăzut pentru o perioadă de 2 ani.

Aceste costuri sunt legate de :

- managementul procesului : 100 000 €;
- cercetare și analiză: 200 000 €;
- consultanță: 150 000 €;
- costuri diverse: 150 000 €.

Prețul se referă la planul de acțiune general al proiectului și nu include proiectele pilot aferente.

* finanțare:

- D1: program operațional regional;
- D1: dezvoltarea capitalului uman;
- ESF : includerea socială a inițiativei pentru training profesional în sectorul turismului;
- D3: dezvoltarea economică și social;
- D3: benchmarking internațional și dezvoltarea produselor;
- D3: plasamentul turistic al unui oraș și adaptarea zonelor urbane la dezvoltarea orașului.

Bibliografie:

<http://www.primaria-iasi.ro/>

<http://www.iasi.insse.ro/main.php>

<http://www.turism.gov.ro/ro/>

<http://www.wttc.org/>

[http://www.wttc.org/eng/Tourism Research/Tourism Impact Data and Forecast Tool/](http://www.wttc.org/eng/Tourism%20Research/Tourism%20Impact%20Data%20and%20Forecast%20Tool/)

<http://www.turism.gov.ro/ro/proiecte-minister/2/master-plan/>