

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



PROIECT DIGIPARKS «CREAREA UNUI PRODUS TURISTIC INTEGRAT INOVATOR ÎNTRE PARCUL NATURAL «VRACHANSKI BALKAN» ȘI «PORTI DE FIER».

ROBG-378

PROGRAMUL DE COOPERARE TERITORIALĂ EUROPEANĂ INTERREG V -A
«ROMÂNIA – BULGARIA» , CONTRACT Nr 64582/09.05.2019

STRATEGIA DE DEZVOLTARE ȘI IMPLEMENTARE A PRODUSELOR TURISTICE

PLAN DE ACȚIUNE

RAPORT FINAL



Vratsa, aprilie 2021

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



PARTEA ÎNTÂI

INTRODUCERE

Acest raport are ca obiect pregătirea și prezentarea unei Strategii de dezvoltare și implementare a unui produs turistic și a unui Plan de acțiune necesar implementării Proiectului DiGiPARKS «Crearea unui produs turistic integrat inovator între parcurile naturale «Vrachanski Balkan» și „Porțile de Fier”, numit mai jos „Proiect” și acoperă cerințele Autorității Contractante – Direcția Parcul Natural Vrachanski Balkan.

Studiul a fost atribuit Antreprenorului și corespunde **Poziției specifice Nr. 2:** Întocmirea unei Strategii de dezvoltare și implementare a unui produs turistic și a unui Plan de acțiuni din contractul de servicii nr. ROBG378/8 între Direcția Parc Natural " Vrachanski Balkan". În timpul licitației dezvoltării, echipa de experți s-a referit la toate cerințele Autorității Contractante.

Echipa de experți care a elaborat Strategia își exprimă mulțumirile tuturor celor care au asistat la implementarea acesteia.

IMPORTANT!

Evoluția actuală nu va ține cont de tendințele și datele în dezvoltarea sectorului „Turism” în perioada martie 2020 - martie 2021 din cauza situației pandemice de COVID -19 !

Acest raport reflectă opinia Antreprenorului conform Termenilor de Referință prezentați de Autoritatea Contractantă și nu reflectă în niciun caz opinia și poziția Uniunii Europene!

1. Scopul studiului

Scopul postului specific este dezvoltarea unui sistem de instrumente pentru dezvoltarea și poziționarea corectă a produsului turistic transfrontalier și marketingul acestuia, prin

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani " și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



elaborarea unei Strategii de dezvoltare, implementare și dezvoltare a unui produs turistic transfrontalier și a unui Plan de acțiune.

2. Subiectul studiului

Dezvoltarea unei strategii de marketing și a unui plan de acțiune pentru dezvoltarea și implementarea inovației ce vizează produsul turistic transfrontalier este o necesitate activitate în teorie și practică de turism și marketing. Strategia va conține toate atributele necesare . eu voi fi determinat interesat țări , vizate grupuri și finite beneficiarii . eu voi urma o descriere a produsului, a pieței , o strategie de promovare, implementare și poziționare a produsului. eu voi fi concepute dezvoltate pentru branding , publicitate materiale , participare la schimburi , relații publice etc. O parte importantă a strategiei voi să fie un Plan de acțiune pentru implementarea și dezvoltarea produsului , un Plan de durabilitate după încheierea proiectului și un Sistem de monitorizare și control .

3. Domeniul studiilor

Stabilirea domeniului de aplicare a studiilor a fost discutată la diferite niveluri deja în procesul de atribuire a contractului. Aceeași problemă a fost discutată între parteneri la diferitele etape de aplicare și implementare a proiectului. În urma discuțiilor, s-a ajuns la un acord că, atâta timp cât proiectul nu specifică ieșirea obiectelor în afara teritoriului parcului (ci în zona țință), este în general permisă includerea acestora în documentele strategice pentru dezvoltarea și oferta unui produs turistic. În acest sens, sfera actualelor dezvoltări sunt teritoriile Parcurilor Naturale „Vrachanski Balkan” și „Zhelezni vrata” și teritoriile înconjurătoare ale acestora , care se încadrează în regiunea transfrontalieră dintre Republica Bulgaria și Republica România - subiectul programului.

4. Domeniul și conținutul studiilor

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Pe parcursul executării comenzii au fost respectate integral cerințele Angajatorului formulate în Caietul de sarcini, care includ următoarele:

- Definirea obiectivelor și a rezultatelor așteptate;
- Identificarea părților interesate, a grupurilor țintă și a beneficiarilor finali;
- Descrierea teritoriilor țintă și a potențialului turistic;
- Descrierea produsului și a pieței;
- Dezvoltarea unei strategii de promovare, implementare și poziționare a produsului;
- concepte de branding , materiale publicitare, participare la burse, relații publice etc.;
- Elaborarea unui Plan de acțiune pentru implementarea și dezvoltarea produsului;
- Elaborarea unui Plan de Sustenabilitate după încheierea proiectului și a unui Sistem de Monitorizare și Control.

PARTEA A DOUA

MEDIUL DE DEZVOLTARE A TURISMULUI (PROFIL DE MARKETING) ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ

Ultimele decenii au demonstrat că turismul a apărut ca un fenomen global care vizează diferite grupuri de utilizatori și libera circulație a acestora în diverse destinații turistice. O expresie a acestei tendințe de lungă durată sunt ratele de creștere durabilă a călătoriilor turistice (internaționale și interne).

Crearea și menținerea unui anumit mix de marketing (produs, preț, imagine, distribuție, promovare, comunicare, impresii etc.) este esențială pentru dezvoltarea semnificativă a destinației turistice. Acest lucru depinde în întregime de entitățile locale publice și private interesate și de strategiile și politicile create de acestea pentru realizarea turismului durabil în regiunea respectivă. Construcția infrastructurii și regulile de implementare a activității turistice sunt în mainile sectorului public. Sectorul privat se concentrează pe construirea suprastructurii turistice în destinație în apropierea resurselor turistice prin care le

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



comercializează. Prezența unui marketing și management eficient al destinației este o condiție prealabilă serioasă pentru funcționarea cu succes a acesteia.

Principalele componente care alcătuiesc imaginea de sistem a destinației turistice se referă la:

- Concentrarea teritorială a resurselor turistice.
- Disponibilitatea unei baze materiale (infrastructură turistică și suprastructură).
- Atractivitatea individuală, atractivitatea și imaginea destinației turistice.
- Interesat sectorul public și privat.
- Activitatea autorității locale a bisericii.
- Industria turismului (și non-turismului).
- Resurse de intrare (personal turistic, investiții, antreprenoriat, flux turistic, așteptări turistice etc.)
- Segmente de piață țintă.
- Mixul de marketing al destinației.
- Servicii si bunuri turistice.
- Teritoriu pentru crearea unui produs turistic total.
- Inseparabilitatea producției turistice de consumul turistic în cadrul destinației.
- de transport limitată păstrând atractivitatea destinației turistice.
- Ciclul de viață specific (fazele de dezvoltare ca urmare a modificărilor survenite) destinației.

Ca regiune transfrontalieră pe partea bulgară, vom lua în considerare părțile din teritoriile municipiilor Vratsa, Mezdra și Varshets, care se încadrează pe teritoriul PP „Vrachanski Balkan” și teritoriile din jurul parcului, inclusiv orașele. ele însele, centre ale municipiilor.

Pe partea română, ca sfera transfrontalieră a dezvoltării, vom avea în vedere acea parte din teritoriul Parcului Natural „Porțile de Fier”, care se încadrează în regiunea transfrontalieră, și anume părți din județele Dolj și Mehedinți .

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



1. Cadrul de dezvoltare strategică

Proiectul corespunde pe deplin obiectivelor **Strategiei Regionale de Dezvoltare a Regiunii Vrața pentru perioada 2014-2020** și anume Obiectivul strategic 3: Îmbunătățirea și dezvoltarea sustenabilității teritoriale și a conectivității municipiilor din regiune - Prioritatea 3.4. Dezvoltarea cooperării teritoriale. Sunt specificate în document

- Măsura 3.4.1. Îmbunătățirea conexiunilor de infrastructură, dezvoltarea activităților economice, sociale și culturale comune, managementul comun al riscurilor și protecția mediului.
- Măsura 3.4.2. Elaborarea documentelor de planificare strategică integrată pentru managementul și dezvoltarea teritoriilor de frontieră și mecanisme eficiente de coordonare regională.
- Măsura 3.4.3. Activarea contactelor transfrontaliere și extinderea cooperării pentru realizarea unei dezvoltări economice, sociale și teritoriale integrate a regiunilor de frontieră învecinate.
- Măsura 3.4.4. Crearea și extinderea parteneriatelor și colaborărilor internaționale cu părțile interesate din regiunea fluviului Dunărea pentru implementarea priorităților Strategiei Dunării.

Tot ceea ce s-a citat până acum în documentul administrației regionale a Vraței arată o legătură directă cu scopurile și activitățile prezentului proiect.

Planul de Dezvoltare Integrată a Municipiului Vratsa 2021-2027 prevede:

Prioritatea 1. Dezvoltare economică accelerată

Obiectiv specific 1.3. Crearea și promovarea produselor turistice integrate (inclusiv regionale și transfrontaliere).

Masuri:

1. Dezvoltarea de produse și trasee turistice integrate.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



2. Crearea de canale si mijloace promotionale pentru produse - marketingul integrat si prezentarea digitala a produselor si traseelor turistice dezvoltate.
3. Crearea unei aplicații specializate pentru turiști și călători, care să ofere un nou tip de experiență și de prezentare a obiectivelor turistice, a obiectivelor turistice și a fenomenelor naturale din Vrața.

Acest lucru îndeplinește pe deplin obiectivele Proiectului DiGiPARKS și prezentei Strategii și va crea condiții pentru îmbunătățirea rezultatelor proiectului.

Strategia de Dezvoltare a Raionului Mehedinci pentru perioada 2014-2020, unde Prioritatea 4, Măsura 4.2 prevede „... Dezvoltarea unui produs turistic transfrontalier bazat pe caracteristici naturale și culturale și care vizează Turiști români și străini „Pe partea românească , **Strategia de dezvoltare a turismului pe teritoriul Parcului Natural „Porțile de Fier”** are o importanță deosebită în partea strategică, care spune „... Prin patrimoniul său natural și potențialul istoric și cultural remarcabil, Parcul Natural Porțile de Fier este un spațiu deschis pentru turismul organizat, ecologic, oferind vizitatorilor combinația de activități recreative și de agrement, cu instructiv-educativ, percepția mediului și conservarea resurselor istorice naturale și culturale. .” În acest sens, scopul principal pentru dezvoltarea turismului în parc este „... Promovarea tuturor formelor durabile de turism alternativ cu accent pe ecoturism în utilizarea și prezentarea corespunzătoare a bogatului patrimoniu natural și cultural al parc.” Acest lucru îndeplinește pe deplin obiectivele proiectului actual și activitățile sale și rezultatele așteptate.

DEFINIȚIA PĂRȚILOR INTERESATE, GRUPURI ȚINTĂ ȘI BENEFICIARI FINALI

Pentru implementarea eficientă a Strategiei, implicarea părților interesate și interacțiunea dintre acestea este de cea mai mare importanță. Părțile interesate sunt aceia ale căror interese ar trebui să se reflecte în dezvoltarea unui produs turistic integrat comun, bazat pe moștenirea

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



celor două parcuri. În elaborarea acestei Strategii se acceptă definiția părților interesate ca organizații, instituții, structuri sau persoane ale căror interese ar putea fi afectate (în sens pozitiv sau negativ) de Strategie, sau cei care pot avea interacțiuni și influență asupra rezultatelor. și consecințele implementării Strategiei.

Pe baza datelor din sondajul preliminar și din analiza părților interesate efectuată, această strategie este dezvoltată cu înțelegerea clară că este esențială identificarea acelor persoane, grupuri și organizații care au interese semnificative legate de utilizarea durabilă a patrimoniului natural protejat. în scop turistic. La început, se pune condiția ca înțelegerea rolului potențial și a contribuției diferiților participanți să fie o condiție de bază pentru vitalitatea noului produs turistic. O condiție prealabilă pentru succes este consultarea părților interesate în timpul studiului atât în România, cât și în Bulgaria. S-a obținut astfel o mai mare transparență ca unul dintre principiile importante ale bunei gestionări a procesului de pregătire a documentelor. Asigurând că părțile interesate au posibilitatea de a-și exprima opiniile cu privire la dezvoltarea și comercializarea unui produs turistic integrat în regiunea transfrontalieră România-Bulgaria, procesul decizional a fost mai bine informat, mai precis și mai responsabil. Părțile interesate au fost chestionate și intervievate la diferitele etape de lucru ale proiectului, ținând cont de opinia lor asupra punctelor importante pentru dezvoltarea Strategiei.

La identificarea părților interesate s-au aplicat Standardele de desfășurare a consultărilor publice ale Consiliului de Miniștri (2009). A fost întocmită o listă care include diferitele instituții, organizații, grupuri și persoane care pot avea o relație și/sau impact asupra principalelor politici și/sau asupra cărora implementarea acestor politici poate avea impact.

Identificarea părților interesate în această analiză include:

- determinarea părților care vor fi afectate direct sau indirect, pozitiv sau negativ de implementarea Strategiei;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- gradul de impact al fiecăreia dintre aceste părți asupra procesului de elaborare, implementare și evaluare a Strategiei.

În scopul analizei, a fost utilizat un formular standard pentru identificarea părților interesate prin evaluarea și aranjarea următoarelor elemente:

Cine sunt potențialii beneficiari?

Cine sunt afectați negativ?

Cine are capacitatea de a sprijini activitățile planificate?

Ce părți interesate pot fi afectate negativ?

Principalele principii în determinarea părților interesate aflate deja în etapa de cercetare preliminară au fost: incluziunea, relevanța și egalitatea. În cadrul întâlnirilor desfășurate în cele două parcuri au fost identificate următoarele părți interesate:

- Ministerul Turismului;
- Ministerul Mediului și Apelor;
- Agenția Executivă pentru Apă;
- Primarii municipiilor din regiunea transfrontalieră - 2 județe din România

(Mehedinti , Dolj) si 2 regiuni din Bulgaria (Montana, Vratsa);

- Primarii așezărilor din cele două parcuri și teritoriile învecinate ;
- Direcțiile parcurilor naturale;
- Inspecții regionale de mediu și apă;
- guvernatori regionali;
- ONG-uri legate de turism sau protecția naturii ;
- Săli de lectură etc. instituții de cultură din satele din teritoriile celor două parcuri;
- Asociații turistice;
- Tour-operatori și agenții de turism;
- Proprietari de hoteluri și restaurante;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Afaceri locale - animații, îndrumare,
- de informare și vizitare ;
- Cluburi turistice și sportive;
- Turiști actuali și viitori.

Analiza intereselor a fost realizată prin metoda PRES (Presiunea Analiza). În analiză sunt incluse doar acele grupuri care au resurse reale și mobilizabile care ar putea fi utilizate în procesul de elaborare și implementare a Strategiei, precum și în conformitate cu interesele grupurilor.

Analiza se concentrează pe două elemente cheie:

- a) interesul pe care îl au în legătură cu implementarea Strategiei, și
 - b) cantitatea și tipurile de resurse la care se pot mobiliza
- afectează rezultatele.

grup	Interese de grup în problemă/produs	Resurse	Potențial de mobilizare a resurselor
Autoritățile centrale	Răspunzător de politicile naționale pentru regionale și locale dezvoltare.	Ei determină cele financiare rame.	Utilizarea națională buget; Folosind resurse europene.
Regional Autoritățile	Răspunzător de cele strategice directii ale regionale și raionale nivel.	Răspunzător de național priorități ale nivel regional. Ei pot a atrage european fonduri prin specific proiecte.	Din bugetul national. Folosind europene și alte resurse.
Autoritățile locale	Ei sunt responsabili pentru local	Ei au fonduri de la	Utilizarea municipalității

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



	dezvoltare.	cel municipal buget. Ei pot a atrage european fonduri prin specific proiecte.	buget; Folosind europene și alte resurse.
Afaceri	Interesat în posibilitatile pentru reducerea costurilor si programe pentru stimulare. Interesat în creșterea ocupării forței de muncă si venituri.	Nu se separă suficient fonduri pentru dezvoltare	În funcție de disponibilitate a organizațiilor de ramură.
Structuri ale cel civil societate (ONG)	Interesat în disponibilitatea proiectelor pentru dezvoltare.	Cunoștințe și prezența public rețelelor.	Scăzut - nu au fonduri.
Direcțiile Naturale Parcurile „Vrachanski Balkan” și „Porțile de Fier”.	Direct interesat de Dezvoltarea și implementarea produsului și implementarea politicilor pentru management durabil și salvați salvați de moștenire.	O mare resursă în cunoștințe, capacitate și lucru pe proiecte. Resurse financiare reduse.	Lipsa fondurilor, dar disponibilitatea capacității și a expertizei.

În contextul dezvoltării Strategiei de Marketing și Promovare în cadrul proiectului, părțile interesate sunt:

- cei ale căror interese sunt afectate de documentele normative și/sau strategice municipale și de politicile implementate pentru dezvoltarea turismului de natură în regiunea transfrontalieră România - Bulgaria;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- cei care au informațiile, resursele și competențele necesare pentru a efectua evaluarea impactului, formularea politicilor și implementarea acestora;
- cei care controlează instrumentele relevante pentru implementarea acestuia.

Analiza intereselor s-a realizat prin aplicarea principiului „de jos în sus”, i.e. a nevoilor părților interesate și a condițiilor specifice din regiunea transfrontalieră. Vor fi create condiții pentru identificarea potențialilor parteneri pentru dezvoltarea turismului. Aceasta va analiza interrelațiile și va evalua impactul asupra aspectelor transversale - dezvoltare durabilă, șanse egale și nediscriminare, protecția și impactul mediului, inovarea și elaborarea politicilor.

Evaluarea corectă a atitudinii, semnificației și gradului de influență a părților interesate este esențială pentru includerea acestora în consultarea, pregătirea și implementarea ulterioară a Strategiei de Marketing și Promovare a produsului transfrontalier. Alinierea intereselor părților interesate individuale cu interesele stabilite în Strategie este un punct cheie pentru succesul viitor al documentului.

La efectuarea analizei au fost luați următorii indicatori semnificativi de presiune și influență:

- Puterea și statutul - politic, social și economic;
- Controlul asupra resurselor strategice;
- Influență informală;
- Gradul de organizare;
- Relații de putere cu alte părți interesate;
- Importanța pentru rezultatul și succesul Strategiei.

În urma analizei părților interesate, conform metodologiei de selecție a părților interesate cheie, au fost determinate următoarele persoane juridice și fizice specifice:

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel :: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



GRUPUL PĂRȚILOR INTERESATE

Autoritatea centrală

Bulgaria

Ministerul Dezvoltării Regionale și Lucrărilor
Publice

Ministerul Turismului

Ministerul Mediului și Apelor

România

Autoritatea Națională de Turism (ANT) din
cadrul Ministerului Economiei

Autoritățile regionale

Bulgaria

Consiliile de Dezvoltare Regională

Consiliile Regionale de Coordonare

Guvernatorii regionali

România

Agentii de Dezvoltare Regionala

Autoritățile locale

Bulgaria

Administrațiile municipale

Consiliile municipale

România

Administrațiile raionale

Administrațiile orașului

Operatori de turism de afaceri

Agenti de turism

Hotelieri

Restauratori

Afaceri locale - îndrumare, animație

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier
Poarta „, naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională
Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Structuri ale

ale societății civile (ONG)

de folos public

Asociații de folos public
Grupuri de inițiativă locală
Asociații filiale ale întreprinderilor
Organizații ale angajatorilor
Companii de turism
Asociații turistice

Parcuri naturale

Direcțiile parcurilor naturale

Proprietarii de obiecte și teritorii protejate.

Muzee locale și regionale

Reprezentanții religiilor

II . DESCRIEREA TERITORIILOR ȚINTĂ ȘI A POTENȚIALULUI TURISTIC

Principalele teritorii țintă ale strategiei sunt părțile din teritoriile a două parcuri naturale - Parcul Natural „Vrachanski Balkan” și Parcul Natural Porțile de Fier. Teritoriile țintă ale dezvoltării ar trebui să includă și teritoriile parcurilor din jur ale celor două parcuri, precum și orașele etc. așezări, în măsura în care în ele se află obiecte de patrimoniu natural și cultural, care au un potențial, atractivitate și atractivitate turistică ridicate.

1. Parcul natural „Vrachanski Balkan”

Parcul natural „Vrachanski Balkan” este situat în nord-vestul Bulgariei, în muntele Vrachanska și masivul stâncilor Lakatnish. Vrachanska Planina se ridică la sud de polul Vrachansko, ocupând un loc intermediar între lanțul prebalcanic și principalul Staroplaninska. Parcul a fost declarat prin Decretul nr. 1449/21.12.1989. pe

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Comitetul de atunci pentru Protecția Mediului Natural. Suprafața PP „Vrachanski Balkan” este de 28.803,9 ha. Din punct de vedere administrativ, parcul cuprinde teritorii din trei districte administrative - Sofia, Montana și Vratsa și cinci municipii - Vratsa, Mezdra, Krivodol, Varshets și Svoge.

Din teritoriul parcului, cea mai mare suprafață este ocupată de teritorii forestiere - 21.325,3 ha., urmate de terenurile agricole - 7.404,3 ha.

Formele carstice de suprafață precum văi, cuvinte, doline, acoperite la periferia lor cu uriașe păduri de fag, ocupă suprafețe vaste ale teritoriului parcului. Grosimea calcarului este de aproximativ 1300 m. În limitele Parcului Natural „Vrachanski Balkan” se află unele dintre cele mai interesante peșteri și prăpastii - aproximativ 600. Combinația specifică a factorilor abiotici - climă, soluri, relief, ape , etc., determină specificul elementelor vii ale naturii din Parcul Natural „Vrachanski Balkan”, deosebit de puternic exprimat în diversitatea biologică a zonei. Aspectul general al învelișului vegetal este determinat de pădurile naturale, de origine primară, în principal de fag și stejar. De un interes fitocenotic deosebit sunt ecosistemele macklena , nukul, fagul, pinul negru, pinul Keller. centranthus și cele care implică arțarul Hyrcanian , teiul cu frunze de argint etc. Șaisprezece dintre habitatele stabilite pe teritoriul parcului sunt reglementate de Legea privind diversitatea biologică din Bulgaria și de Directiva Habitats a Uniunii Europene, care determină semnificația lor națională și paneuropeană.

Tipice pentru zona parcului sunt: vegetația chasmofită pe versanții de stâncă calcaroasă, izvoarele cu apă tare și formațiunile de tuf, țâșurile calcaroase și țâșurile calcaroase, lacurile naturale eutrofice cu vegetație, pădurile de fag de diferite tipuri, pădurile de stejar păros, pădurile de foi de argint tei etc.

„Vrachanski Balkan ” are o importanță deosebită pentru protecția a 1082 specii de plante superioare, 103 specii de licheni, 185 specii de ciuperci, 186 specii de mușchi și 178 specii de alge. Există 37 de specii de plante superioare cu statut internațional de conservare a naturii, 35 de specii sunt protejate de Legea privind biodiversitatea. Pe teritoriul parcului sunt

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



distribuite șase endemice bulgare : clopotolița lui Iordan , clopotul lui Kellerer. centranus , Rozhets , Kovachev Zanovets , Velchevo pluskovich , etc.

Toate sunt de distribuție limitată în țară. Site-ul Kellererului centranus este aproximativ o secundă din populația globală a acestei specii și siturile welch 50% din populația națională a speciei este ținută în parc .

Endemismele balcanice și speciile relictate consacrate sunt: șoricelul de stâncă, chimenul grecesc, nebunia de laur, măslinul etc. În limitele parcului au fost stabilite 343 de tipuri de plante medicinale și 184 de tipuri de plante purtătoare de miere.

Plantele pe cale critică de dispariție de pe teritoriul parcului sunt: țâșul solz, planta kellererului centranus , fierarul Zanovets , ienupăr cazac, cremă galbenă de munte, Velchevo pluskaviche si traunsteneira globulara .

Pe teritoriul parcului au fost stabilite 1507 specii de animale, inclusiv 276 de vertebrate și 1231 de nevertebrate. Vrachan Balkan este un important loc de cuibărit pentru 120 de specii de păsări, dintre care unele au densități mari de populație: barza neagră, coada albă. sopir , vultur auriu , chirciș comun , purcel , ciocănitoare verde, ciocârlă de câmp, sturz de stâncă, cu spate roșu magpie etc. Peste 170 de specii sunt de importanță europeană pentru conservare, iar 157 de specii sunt protejate de Legea privind biodiversitatea. Unul dintre rutele europene de migrare a păsărilor – Via – trece prin parc Aristotel .

În ceea ce privește fauna mamiferelor, Parcul Natural „Vrachanski Balkan” se remarcă printr-o bogăție relativ mare de specii. Există în total 36 de specii de mamifere, dintre care unele sunt: dormitorul de pădure, ariciul cu sânul alb , bursucul, vidra, dihorul negru, pisica sălbatică, căpriorul etc. Pădurile vechi de foioase ale parcului sunt cel mai important habitat. pentru rarul Bechsteinov bufniță de noapte și liliac cu urechi lungi . Până în prezent, pe teritoriu sunt cunoscute 22 de specii de lilieci dintr-un total de 33 de specii stabilite pentru Bulgaria.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Teritoriul Parcului Natural „Vrachanski Balkan” face parte din Rețeaua Ecologică Națională „Natura - 2000”, ca arie special protejată conform Directivei Păsări 2009/147/UE și arie protejată conform Directivei Habitate 92/43/UE . .

Parcul natural balcanic Vrachanski este una dintre zonele importante pentru fluturi din Bulgaria.

Parcul are o moștenire culturală unică reprezentată în numeroase monumente, mănăstiri, cetăți etc. dintre care unele sunt de importanță națională.

Cele mai semnificative obiecte naturale și culturale identificate pentru digitalizare în cadrul proiectului în urma sondajului efectuat sunt:

1. Podul lui Dumnezeu, satul Lilyache, municipiul Vratsa
2. Ledenika, orașul Vratsa
3. Ritlite, sat Luti Brod, regiunea Mezdra
4. Potea ecologică Vrața , municipiul Vrața
5. Traseul forestier al basmelor, municipiul Vratsa
6. Mănăstirea Cherepishki , municipiul Mezdra
7. Mănăstirea Sf. Ivan Pusti, municipiul Vratsa
8. Turnul Kurtpas , Vratsa
9. Turnul Meshchii , orașul Vratsa
10. Monumentul lui Hr. Botev, orașul Vrața
11. Complex arhitectural Kaleto, Mezdra
12. Baia veche si noua, orasul Varshets
13. Comori Mogilan și Rogozen , ROMA - Vratsa
14. Biserica Sf. Nikolay, satul Tsarevets, municipiul Mezdra
15. Complexul Dyado Yotso, satul Ochin dol , municipiul Mezdra

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



2. Parcul Natural Poartile de Fier

Parcul a fost declarat prin Legea 5/2000, Legea pentru aprobarea Planului Teritorial Național - Secțiunea a III-a - Arii Protejate și are o suprafață de 115.655 ha. Este situat în partea de sud-vest a României, iar spațiul său aparține județelor Karaș-Severin și Mehedinți . Limitele parcului natural sunt reprezentate de canalul navigabil Dunărea la sud, râul Nera la vest, bazinul hidrografic al râurilor afluate direct la Dunăre în nord (parțial) și o linie sinuoasă care începe în aval de Gura Văii spre Muntele Matorat în est.

Obiectivul său principal este conservarea și conservarea peisajelor create prin interacțiunea armonioasă a activităților umane cu natura de-a lungul timpului.

Obiectivele Parcului Natural Poartile de Fier sunt: conservarea elementelor de peisaj , a diversității biologice, a valorilor etno-folclorice și culturale, dezvoltarea relațiilor armonioase între natură și societate prin promovarea activităților fără impact asupra mediului, precum și cooperarea internațională pentru conservarea diversitate biologică unică în bazinul Dunării.

Teritoriul Parcului Natural Poartile de Fier este o zonă cu o mare varietate de peisaje impuse de varietatea factorilor naturali care determină aspectul acestora (geologie, geomorfologie, climă, hidrografie, vegetație, așezări umane).

Geomorfologic, Parcul Natural Poartile de Fier se suprapune parțial Carpaților Meridionali și Podișului Mehedinți și este un adevărat muzeu geologic în aer liber.

Activitățile economice specifice teritoriului sunt din perioada romană: agricultură, pescuit, exploatare forestieră și minerit. Aceste activități se păstrează până în perioada actuală, dezvoltarea lor de-a lungul istoriei a dus la creșterea numărului de așezări și locuitori de pe teritoriul parcului.

Având rolul de a stabili legături între centrele de producție și consumatori și de a facilita circulația locuitorilor, căile de comunicație se desfășoară în principal în apropierea Văii Dunării.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Defileul Dunării este principalul culoar de legătură între Câmpia Panonică și Câmpia Română, astfel că teritoriul Parcului Natural Porțile de Fier este o zonă de convergență pentru flora și fauna acestor două regiuni.

Relieful divers și diversitatea elementelor naturale, la rândul lor, susțin menținerea unui număr foarte mare de specii de floră și faună , făcând din Parcul Natural Porțile de Fier una dintre regiunile cu cea mai mare biodiversitate din România. Important este nu atât numărul mare de specii, cât faptul că multe dintre ele sunt importante pentru știință.

Parcul Natural Porțile de Fier are o biodiversitate impresionantă: există 1.668 taxoni de plante (numai plante mai înalte), dintre care 28 sunt endemice (*Dianthus spiculifolius* , *Pinus nigra* ssp . *Banatica* - relictă endemică - *Minuartia cataractarum* , *Timus comosus* , *Stipa danubialis*) și 14 dintre aceste specii își au habitatul strict doar aici, în culoarul Dunării (*Pragnos carinata* , *Rubus Banaticus* , *Orobancha valahica* , *Lalea Hungarica* , *Cephalaria uralensis* ssp *multifida*).

Vegetația Parcului Natural Porțile de Fier este compusă în principal din păduri, tufișuri și pajiști, iar distribuția acestora este determinată de caracteristicile fizico-chimice ale substratului. Pădurile acoperă aproximativ 75% din suprafața parcului și sunt aproape în întregime foioase.

Lumea animală este la fel de diversă, cu peste 5.200 de specii identificate până în prezent. Majoritatea speciilor de reptile, amfibieni și păsări prezente în zona parcului sunt protejate la nivel național și internațional.

Au fost identificate 205 specii de păsări, inclusiv multe specii acvatice, care demonstrează rolul important al lacului de acumulare în timpul iernii.

În zona parcului au fost identificate 34 de specii de mamifere. Specii de liliaci (*Myotis bechsteinii* , *Vespertilio murinus* , *Rhinolophus euryale*). Carnivorele sunt prezente atât la speciile mari, precum ursul (*Ursus arctos*), lup (*Canis lupus*), râs (*Lynx lynx*), precum și specii mici: pisica sălbatică (*Felis silvestris*).

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Cele mai spectaculoase sectoare ale Defileului Dunării se găsesc acolo unde râul străbate depozitele groase de calcar. Rezistența acestor roci la impact mecanic și, în același timp, vulnerabilitatea lor la agresivitatea chimică a apei, a condus la individualizarea versanților abrupti ai Văii Dunării, la prezența a numeroase forme carstice supraterane.

Alte elemente impresionante ale peisajului sunt date de relieful vulcanic și structural. Relieful vulcanic este reprezentat de gâtul vulcanic al lui Trescovăț , care este de fapt o lavă consolidată pe craterul unui fost vulcan, subliniind în morfologia zonei abrupte de 400 m.

Parcul este o zonă propice așezărilor umane, oferind condiții deosebit de favorabile pentru așezarea așezărilor rurale. Cele mai vechi urme ale populației umane datează din paleoliticul superior. Prima mențiune documentată a unei așezări umane în zonă datează din anul 106 î.Hr. și se referă la așezarea dacică de la Dierna . Ulterior, romanii au construit mai multe castre de-a lungul Dunării, îndeplinind în același timp o serie de amenajări cu funcții diferite (căi de comunicație, minereuri). Ulterior, datorită rolului strategic al defileului Dunării, au fost construite cetăți cu rol de apărare și control al traficului maritim.

În prezent, pe teritoriul parcului locuiesc peste 52.000 de oameni, dintre care aproximativ 20.000 locuiesc în mediul urban.

Suprafața mică a terenului agricol subliniază natura existenței agricole în această zonă. Terenurile agricole ocupă circa 28% din suprafața totală a parcului, cu cea mai mare pondere în partea de vest a parcului, iar cea mai mică în zonele muntoase, cu un relief aspru.

În majoritatea așezărilor din parcul natural au loc anual manifestări tradiționale legate de diverse evenimente religioase sau laice: Mărțișor Bal (Ilovița - 28 februarie), Izmenelor Bal (Ilovița - 28 februarie), Sii satului (Ilovița - ultima duminică a lunii iulie), Festivalul Smochinului, Festivalul de muzică minoritară, Festivalul minoritar, Balul strugurilor, Festivalul Satului Dunărean etc.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Cele mai semnificative dintre ele, identificate în studiul privind digitizarea obiectelor din partea românească, sunt:

Muzeul Cetatii Drobeta si Poștile de Fier din Drobeta Turnu Severin, in afara parcului, dar in zona programului patrimoniului cultural

2. Insula Banului (Banului Insula) - patrimoniu cultural și natural.

Manastirea " Vodita " - patrimoniu cultural.

4. Rezervatia paleotologica " Ilovita " (Ilovita) - patrimoniu natural.

5. Mănăstirea „Sf. Ana” – patrimoniu cultural.

6. Catedrala Catolică din „ Orshova ” - patrimoniu cultural.

7. Biserica din Eșelnița (Eșelnița) – patrimoniu cultural.

8. Cazane mari si mici - Cheile Dunarii - patrimoniu natural.

9. Sculptură Decebal - patrimoniu cultural .

Muntele Ciucaru Mare (Ciucaru Mare) – patrimoniu natural.

11. Peștera „Veteranii” (Veteranii) - patrimoniu natural și cultural.

12. Satul Eibenthal - patrimoniu cultural .

Cetatea Tricule (Tricule) - așezare culturală .

14. Fenomenul de cicatrice " Cioaca Bori" (Cioaca Borii) – patrimoniu natural.

15. Patrimoniul geologic al „ Sviniței ” - patrimoniu natural.

16. Fenomenul rock Trescovat .

III . DESCRIEREA PRODUSULUI TURISTIC

Cele două parcuri naturale - „Vrachanski Balkan” și „Poștile de Fier” păstrează o diversitate biologică și peisagistică unică și se numără printre cele mai importante zone Natura 2000 din țările lor. Moștenirea culturală și istorică din parcuri include obiecte de importanță mondială, națională și locală. Printre cele mai semnificative situri se numără bisericile antice și medievale, mănăstiri, cetăți antice, multe monumente etc.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani " și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Cele două administrații lucrează în aceeași direcții, iar dezvoltarea turismului durabil este una dintre sarcinile lor prioritare. Problemele pe care le întâmpină în activitatea lor în această direcție sunt și ele asemănătoare, principala fiind legată de discrepanța dintre potențialul bogat de resurse din parcuri și lipsa atracțiilor dezvoltate, expuse conform tendințelor moderne în cererea de servicii turistice. Obiectele teritoriului sunt puțin cunoscute, aproape că nu există pachete turistice, serviciile turistice nu sunt de bună calitate și țările interesate de ecoturism nu au capacitatea și dorința de a oferi în comun produse și servicii. Este nevoie de a oferi un nou tip de produs general, care să crească atractivitatea și completitudinea ofertei, prin saturarea acesteia cu opțiuni suplimentare și prin utilizarea mijloacelor tehnologice moderne.

Proiectul DiGiParks își propune să creeze un produs turistic inovator integrat, bazat pe bogatul patrimoniu cultural și natural și să promoveze imaginea pozitivă comună reînnoită a două parcuri naturale prin tehnologii moderne. Tehnologiile moderne 3D pentru digitizarea și expunerea ulterioară a siturilor de patrimoniu cultural și natural vor fi folosite pentru a crea produsul.

În cadrul proiectului, modelele digitale tridimensionale ale parcurilor naturale vor fi digitizate și produse cu mare acuratețe și la scări adecvate. Vor fi digitizate toate siturile semnificative de patrimoniu natural și cultural din cele două parcuri identificate în sondajele preliminare din cele două parcuri și indicate mai sus - cetăți, biserici, mănăstiri, fenomene rupestre, peșteri, trasee interpretative etc.

În centrele de vizitare ale celor două parcuri vor fi dotate și mobilate săli moderne de demonstrații digitale, unde vor putea fi expuse obiectele digitizate. Tehnologiile moderne vor permite „zborul” deasupra parcurilor, „vizionarea” peisajelor interesante, selectarea și „vizitarea” obiectelor specifice ale patrimoniului cultural și natural în realitate virtuală, „plimbarea” de-a lungul unui traseu turistic specific etc.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Va fi creat un web-portal digital inovator cu o plimbare video virtuală prin siturile naturale și culturale din cele două parcuri, o expoziție virtuală a muzeelor din zonă, o bază de date cu exponate digitalizate, o prezentare a tradițiilor și obiceiurilor oamenilor din zonă. regiune transfrontalieră. Portalul va avea capacitatea de a descărca o aplicație de captură 3D pentru dispozitive mobile și capacitatea de a încărca imagini 3D digitalizate .

Pe baza tuturor acestora se va obține un produs turistic unic, competitiv, contribuind la creșterea eficienței economice a turismului. Pe parcursul dezvoltării și implementării produsului turistic, se vor dezvolta trasee cultural-turistice mostre în combinație cu situri naturale, care vor fi expuse în săli și portal web.

Vizitatorii vor avea posibilitatea de a vizualiza în detaliu obiecte digitizate 3D specifice ale bogatului patrimoniu cultural - biserici, mănăstiri, cetăți antice și medievale etc. Modelele 3D ale acestor obiecte vor fi însoțite de scrieri digitizate etc. surse - icoane, evanghelii etc. Separat, va exista posibilitatea de a vizualiza peisaje semnificative în realitate virtuală - chei, fenomene de stâncă, cascade, peșteri (inclusiv din interior). Se vor putea „vizita” trasee turistice atractive - eco-trasee , trasee cognitive etc.

Potențialii turiști de pe ambele părți ale graniței vor avea o oportunitate unică de a-și face o imagine completă a atracțiilor turistice din cele două parcuri, de a le asambla și combina. Produsul va fi integrat cu alte tipuri de turism în contextul teritorial mai larg: ecologic, sportiv, pelerinaj, vacanță, vară, eveniment etc.

Modelele 3D „tipărite” ale obiectelor specifice patrimoniului cultural – biserici, mănăstiri, cetăți, monumente, artefacte – vor fi prezentate în expoziții specifice la prezentarea produsului și a rezultatelor proiectului.

Ca urmare a tuturor acestora, va avea loc o creștere semnificativă a conștientizării bogăției naturale și culturale a celor două parcuri și o creștere semnificativă a celor care doresc să îl viziteze în scop turistic. Saturația site-urilor prezentate prin digitalizare va permite planificarea atât a pachetelor de weekend, cât și a călătoriilor mai lungi, ceea ce va prelungi

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



șederea turiștilor și beneficiile economice ale acesteia. Creșterea preconizată a vizitelor turistice în cele două parcuri este de minim 15% în primii doi ani de la implementarea proiectului, cu o prognoză de creștere durabilă, care va duce la revitalizarea economică a zonelor celor două parcuri și posturi socio-economice pentru locuitorii locali.

Popularizarea patrimoniului cultural-istoric și natural prin metodele digitizării 3D este încă în progres la nivel european și național. Promovarea inovatoare a atracțiilor turistice în ambele țări și noul produs turistic comun preconizat nu este posibilă fără cooperarea transfrontalieră. Noul produs va contribui la creșterea deplasărilor turistice, atât peste graniță, cât și la creșterea turiștilor interni.

Dobândirea de noi cunoștințe și experiență prin schimbul de bune practici și inițiative comune va contribui, de asemenea, la creșterea capacității atât a administrațiilor, cât și a persoanelor și organizațiilor legate de protecția resurselor culturale și naturale și de utilizarea durabilă a acestora. Toate acestea vor aduce un plus de valoare atractivității celor două parcuri, ceea ce va contribui la dezvoltarea turismului durabil al acestora.

IV . PIATA TURISTICA

Factorii care au legătură cu direcționarea fluxului turistic către o anumită destinație au un rol decisiv în transformarea unui loc într-unul turistic. Ele pot fi rezumate astfel:

- motivația și nevoia de călătorie, luarea deciziilor, planificarea și efectuarea călătoriilor;
- concentrarea resurselor turistice. Resursele turistice reprezintă forța de atracție pentru turiști într-o anumită destinație și reprezintă o condiție importantă pentru întreprinderea și efectuarea unei călătorii. Zonele transfrontaliere se caracterizează printr-o varietate de resurse turistice care atrag turiști, dar nu sunt încă exploatate pe deplin;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



- atitudinea critică a consumatorilor față de fals (imitație), obiecte artificiale este în creștere, motiv pentru care dorința de a vizita obiecte autentice care umple o persoană cu o experiență psihologică și emoțională profundă este în creștere;
- fiecare călătorie turistică este un mijloc de acumulare de noi experiențe și de realizare a viselor;
- atitudinea conștientă tot mai mare a turiștilor față de ei înșiși, preocuparea pentru sănătatea spirituală (versus stresul din viața de zi cu zi) influențează alegerea și întreprinderea unei călătorii în locuri sfinte, de ex.;
- un factor deosebit de important este accesibilitatea la situl turistic vizitat;
- o trăsătură caracteristică a călătoriilor turistice este dependența de dezvoltarea transportului. Infrastructura rutieră neîntreținută sau lipsă și indicatoarele către mănăstiri creează inconveniente extreme;
- mobilitatea tot mai mare care duce la excursii turistice individuale (de familie) organizate sau neorganizate;
- dependența predominantă de suprastructura turistică construită în locul turistic. Face ca sosirea și șederea turiștilor în destinație să merite. Baza materială existentă pentru turism în regiunea transfrontalieră este concepută pentru un anumit număr de turiști, depășirea capacității va crea dificultăți suplimentare;
- disponibilitatea populației locale de a primi turiști. Acest factor este legat de personalul și asigurarea economică a turismului în teritoriul receptiv ;
- turiștii mulțumiți vizitează din nou destinația turistică (întorc din nou) pentru a descoperi altceva – nou și necunoscut pentru ei;
- asigurarea personalului turistic de înaltă calificare cu studii profesionale, oferind servicii de înaltă calitate turiștilor din destinația turistică.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



1. Tipuri de turism legate de formarea produsului turistic

Turismul orientat spre natură este acum cunoscut în diferite varietăți, cu diferite accente. Iată principalele care au legătură cu produsul transfrontalier, subiectul strategiei de marketing și vor fi utilizate în scopurile produsului transfrontalier. Acestea au fost formulate de Asociația Bulgară pentru Turism Alternativ.

Turism alternativ

Formele alternative de turism combină pachete turistice sau servicii turistice separate, care sunt definite ca o alternativă la produsul turistic de masă în ceea ce privește oferta, funcționarea și resursele umane implicate. Acestea sunt: rurale, ecologice, montane, de aventură (drumeții cu bicicleta, călare, cu schiuri și rachete de zăpadă, plimbări cu barca, scufundări, intrare în peșteri neluminate, traversare trasee alpine cu ghid), tematice - legate de patrimoniul cultural și istoric, turism legate de religie, vin, bucătărie tradițională, etnografie și muzică și meșteșuguri tradiționale.

Ecoturism

Acesta este turismul în locuri puțin afectate de om, care ar trebui să contribuie la protecția naturii și la bunăstarea populației locale. Se bazează pe observație și reprezintă o nouă etapă de dezvoltare care necesită lucrul în parteneriat între operatori de turism, agenții de găzduire, comunități locale, asociații care gestionează ariile protejate, comunități științifice. Toți se angajează să minimizeze impactul asupra teritoriilor vizitate, să informeze călătorii despre regulile și reglementările locale, să participe la orice program regional de protejare a mediului natural și a locuitorilor acestuia, să gestioneze orice formă de vizită în zonă . Cele mai multe și mai diverse programe de ecoturism se regăsesc în țări cu o mare biodiversitate, unde natura

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



are dimensiuni impresionante, parcuri naționale și comunități locale care și-au păstrat tradițiile. Caracterul educațional și educațional – în ecoturism este un element cheie care îl deosebește de alte părți ale turismului orientat spre natură, făcându-l astfel recunoscut. Educația și interpretarea mediului natural (inclusiv educația pentru mediu) sunt instrumente importante în crearea unei experiențe ecoturistice plăcute, semnificative și împlinitoare.

Turism de aventură

Este un set de practici turistice dominate de comunicarea cu natura și participarea activă cu un anumit angajament fizic pentru turiști. Acest grup de tururi, diferit din punct de vedere al sezonului și al mediului, își are cei mai mari susținători în rândul tinerilor și al persoanelor care lucrează într-un mediu stresant, pentru care comunicarea cu natura și combinarea acesteia cu o anumită activitate sau sport este extrem de importantă. Cel mai adesea este vândut la pachet cu servicii care sunt esențial turism rural, și are caracteristicile turismului durabil.

Sunt acceptate astfel de activități/sporturi: yachting, safari subacvatic și arheologie subacvatică, canotaj pe apă și râu, rafting (deplasare cu barca gonflabilă în ape rapide), aventură, ciclism montan și rutier, drumeții cu cai, cățărare cu ghid montan, drumeții montane în diferitele lor dimensiuni de dificultate etc.

Turismul rural

Ruralul și agroturismul sunt varietăți de turism alternativ. Se caracterizează printr-un sejur în mediu rural (o casă sau un camping în apropiere, o altă bază de cazare), contact cu gazda, acces la ferma. El poate apărea ca trecător, i.e. ședere ca parte a unei călătorii dus-întors sau ca un weekend sau chiar o săptămână. În ambele cazuri, turiștii se așteaptă să se implice în viața de zi cu zi a gospodăriei: culegând fructe și legume, ierburi, pregătirea mâncărurilor tradiționale, implicarea în obiceiurile și festivalurile din zonă, observarea sau învățarea despre meșteșugurile locale, folclor și tradiții agricole. . Aceste activități sunt de obicei completate

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



de diverse tipuri de turism activ sau cultural (plimbare, ciclism , călărie, vizitarea mănăstiri, muzee, obiective arheologice și de altă natură, școală de meserii) și cel mai adesea este un amestec al tuturor acestora.

Turism sustenabil

Turismul durabil este un concept nou și este o continuare a conceptului de dezvoltare durabilă lansat la conferința de la Rio în 1992. Este rezultatul îngrijirii acordate pentru a proteja zonele amenințate ale planetei în general și pădurile tropicale în special. În același timp, însă, tratează și zonele urbanizate, satele, moștenirea culturală și arhitecturală - prin urmare are un cadru mai larg decât ecoturismul.

Turismul durabil urmărește nu numai să minimizeze impactul asupra mediului biologic, ci și să modeleze punctele de vedere ale turiștilor înainte și în timpul călătoriei lor, precum și să inducă practici turistice prietenoase cu mediul în faza de concept în piețele turistice emitente. Toate activitățile din zona de primire trebuie să fie în concordanță cu capacitatea limită a resurselor naturale, de ex. să respecte principiul utilizării cât mai economice a resurselor.

Produsul transfrontalier are toate calitățile turismului alternativ, eco, de aventură, rural și durabil, combinând o paletă largă de biodiversitate, infrastructură turistică , diversitate culturală și conexiuni transfrontaliere pentru a împărtăși moștenirea naturală comună a Dunării.

De exemplu, ambele maluri ale Dunării oferă trasee care, pe lângă drumeții, oferă și observarea păsărilor și alte activități pentru a atrage turiști.

Ecoturism cu caracter educativ

Parcurile naturale oferă în prezent și acest tip de serviciu turistic, atât pentru grupuri organizate, cât și pentru turiști individuali. Cel mai adesea, pachetele de o zi sau de weekend sunt folosite de studenți ca supliment la procesul lor de turism educațional.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



V. _ FLUXURI TURISTICE

În scopul analizei, este necesar să se rețină definiția turismului pe care Eurostat o folosește: „Turismul este activitatea vizitatorilor care călătoresc către o destinație principală în afara mediului obișnuit, pentru mai puțin de un an, pentru orice scop principal, inclusiv afaceri, agreement sau alt scop personal, alt sejur datorat angajării la locul de muncă”.

Se pot distinge trei tipuri de turism, în funcție de originea și destinația vizitatorilor:

- „turism intern” înseamnă vizite în țară ale vizitatorilor, care sunt rezidenți în această țară.
- „turism receptiv” înseamnă vizite în țară ale cetățenilor care nu o fac sunt rezidenți ai acestei țări.
- „turism de ieșire” înseamnă călătoriile efectuate de cetățeni din afara țării a ei.

În analiza strategiei de marketing și promovare a produsului transfrontalier nu se examinează turismul outbound, nefiind un grup țintă. Teritoriul raioanelor Vrața și Montana pe partea bulgară și raionul Mehedinci pe partea română este cel mai puțin dezvoltat teritoriu din punct de vedere al atractivității turistice pentru ambele țări. După cum reiese din multitudinea de arii protejate reprezentând o mare parte din suprafața totală a regiunii transfrontaliere, teritoriul este documentat ca bogat în

habitate și specii de plante pe cale de dispariție prin prevederile legislației europene, dar acest potențial este foarte slab reprezentat în ceea ce privește utilizarea lui pentru dezvoltarea regiunii prin promovarea bogăției naturale și atragerea acelu grup specific de turiști care apreciază și sunt preocupați de conservarea acestora. .

Monitorizarea statistică, reglementată în UE conform Regulamentului 692/2011 al Parlamentului European și al Consiliului privind statisticile europene în domeniul turismului, acoperă datele privind toate unitățile de cazare clasificate și funcționale cu 10 sau mai multe

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



paturi și înnoptările și înnoptările naționale și cetățenii străini, numărul de paturi, camere și noți-pat , veniturile din înnoptările cetățenilor naționali și străini, ca unitate statistică sunt considerate loc de cazare. Astfel, este adoptat pentru a contabiliza și monitoriza fluxurile turistice. În analiza locației produsului turistic din punct de vedere al fluxurilor turistice, statisticile oficiale ale fluxurilor turistice de turism internațional și intern în cele două țări, precum și în special în regiunea transfrontalieră de-a lungul fluviului Dunărea, au fost luate în considerare.

Pe scurt, mai mult de jumătate din toate călătoriile turistice efectuate de rezidenții statelor membre ale UE în 2015 au fost în străinătate. Acesta este cazul pentru Luxemburg, Belgia, Malta și Slovenia (precum și Elveția). Cu toate acestea, în România, Spania și Portugalia, 10% sau mai puțin din călătorii au fost în străinătate. Aceste valori par să fie influențate atât de dimensiunea, cât și de locația geografică a statelor membre (rezidenții din țările mai mici și nordice tind să fie mai înclinați să călătorească în străinătate).

Pentru Bulgaria și România s-a înregistrat o tendință pozitivă și în fluxurile turistice, măsurate în numărul de înnoptări. Turismul receptiv în ambele țări a cunoscut o creștere în ultimii 5 ani, cu o preponderență semnificativă a numărului de înnoptări ale străinilor în Bulgaria față de cele din România.

Figura 1: Numărul de înnoptări înregistrate pe an de către străini (nerezidenți);

Sursa: Eurostat

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

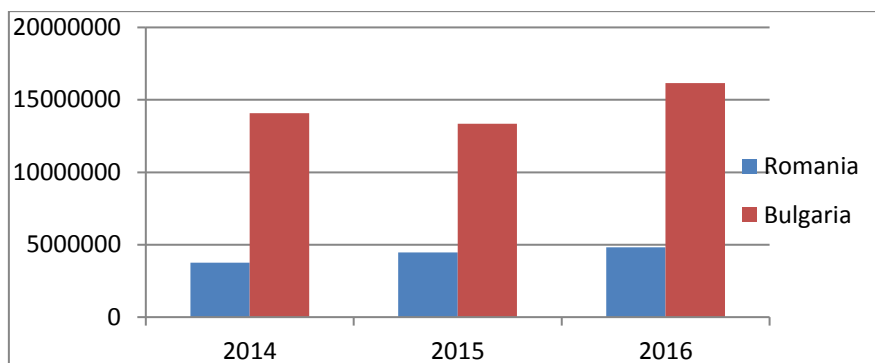
*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „, naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



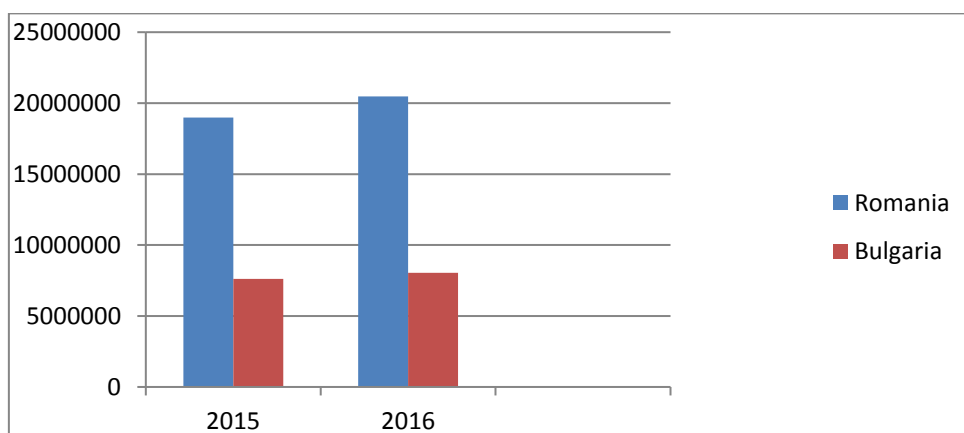
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Statisticile privind turismul intern nu sunt așa, unde România domină cu siguranță în ceea ce privește înnoptrările înregistrate. Aceasta arată cât de mult mai dinamică este piața autohtonă de turism turistic în România față de Bulgaria.

Figura 2: Numărul de înnoptrări înregistrate de rezidenți - turism intern

Sursa: Eurostat



<http://interregrobg.eu/bg/>

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



În ceea ce privește valoarea absolută a fluxurilor turistice în ambele țări, România înregistrează de peste două ori numărul de înnoptări în total din turismul incoming și intern. În ambele țări, turismul intern predomină ca pondere a fluxurilor turistice. Nu trebuie ignorat faptul că România are mai mult de două ori teritoriul țării decât Bulgaria și mai mult de două ori populația, ceea ce pe un principiu teritorial general este comparabil în ceea ce privește înnoptările înregistrate față de întinderea teritorială a țării (238.391 km² pentru România îndeplinește aproape 111.000 km² pentru Bulgaria). În UE-28, în 2016, au fost realizate aproximativ 2,5 miliarde de înnoptări în timpul călătoriilor turistice în străinătate. Cetățenii Germaniei și Marii Britanii călătoresc cel mai mult în străinătate (rezidenții acestor două state membre au petrecut mai mult de jumătate (50,7%) din numărul total de nopți petrecute în străinătate), urmați de Franța și Țările de Jos. Luând în considerare dimensiunea țării în ceea ce privește populația sa, locuitorii Luxemburgului au petrecut cele mai multe nopți în străinătate pe cap de locuitor (23,2 nopți în medie în 2015), urmați de Cipru (18,1 nopți) . Cetățenii României, Bulgariei și Greciei călătoresc cel mai puțin (au petrecut în medie mai puțin de o noapte în străinătate în 2015).

Teritoriul regiunii transfrontaliere din cadrul proiectului este cel mai puțin vizitat în ambele țări. Repartizarea înnoptărilor pe județe pe întreg teritoriul României arată cea mai mică pondere a înnoptărilor de pe teritoriul Deltei Dunării (Lacul Razim), și cea mai mare din așa-numita Riviera Română - stațiunile de pe litoralul românesc al Mării Negre, fără orașul Constanța însuși (doar județul Constanța). Riviera Romaneasca s-a stabilit ca cea mai atractiva destinație din Romania din punct de vedere turistic în scopul vizitelor - vacante și excursii. Înnoptările realizate pe partea bulgară a traseului turistic reprezintă 14,41% din totalul înnoptărilor realizate în țară pentru anul 2015.

În 2015 și 2016, în raionul Mehedinți au fost realizate în medie circa 300.000 de înnoptări . Pentru aceeași perioadă, în regiunea Vratsa se realizează în medie 250.000 de înnoptări pe an, adică datele sunt complet comparabile. Spre comparație, însă, în regiunea transfrontalieră

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



(fără stațiunile de pe litoral), înnoptările pentru aceeași perioadă în regiunea Veliko Tarnovo sunt de 1,8 milioane pe an.

Adică cele două parcuri și teritoriile adiacente acestora, precum și cele două regiuni administrative în care se află, sunt printre cele mai puțin dezvoltate din punct de vedere turistic din țările lor respective. Tocmai aceasta este marea ambiție a actualului proiect, care urmărește să schimbe această situație.

VI . ANALIZA PRODUSULUI TURISTIC

1. Potențialele și participarea zonelor țintă

Unul dintre cele patru obiective principale ale noii politici europene de turism, luate în considerare de Comisia Europeană, este promovarea dezvoltării durabile și responsabile a turismului de înaltă calitate. Gestionarea durabilă a destinațiilor este crucială pentru dezvoltarea turismului , în special prin planificarea spațială eficientă și controlul dezvoltării și prin decizii de investiții pentru infrastructură și servicii. Acest lucru necesită implicarea tuturor părților interesate regionale și locale și o structură eficientă în cadrul căreia parteneriatul și conducerea eficientă sunt facilitate (Comisia Europeană, 2007). Fluviul Dunărea este al doilea cel mai lung fluviu din Europa după Volga și singurul care îl traversează de la vest la est. Asemănările dintre cursurile superioare și inferioare ale râului sunt justificate de natural și potențial, în timp ce diferențele sunt justificate de nivelul de dezvoltare. Deși potențialul de turism cultural și urban există peste tot de-a lungul Dunării, numărul de turiști care vizitează Viena sau Budapesta nu poate fi comparat cu cei din, de exemplu, Belgrad, ca să nu mai vorbim de partea România-Bulgaria. Funcția turistică a produsului oferit este luată în considerare în contextul resurselor disponibile, care reprezintă factori externi - în ceea ce privește politica internațională și dezvoltarea economică (neluați în considerare pentru strategia de marketing), și factori interni - identificarea elementelor naturale și culturale (tangibile). și necorporale), de infrastructură fizică și de resurse umane.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Potențialul resurselor turistice naturale selectate în regiunea transfrontalieră este evaluat după mai multe criterii: capacitatea de dezvoltare a resurselor; grad de impact/influență – se evaluează nivelul de atractivitate/atractivitate; gradul de schimbare (ca urmare a turismului) – evaluarea utilității/valorii/semnificației atracției turistice.

Criteriile selectate pentru evaluarea potențialului de atragere a turistilor sunt aplicate în scopul strategiei de marketing a produsului, ținând cont de poziția (punctul de vedere) atracției turistice specifice și de posibilitățile de utilizare practică a rezultatelor cercetării. . Metodologia selectată analizează starea existentă a funcției turistice a traseului, gradul de asimilare și posibilitatea formării produselor turistice finite, evaluarea infrastructurii (accesibilitatea la transport) și asigurarea personalului și comercializarea destinațiilor ca factori de atragere a fluxului turistic. . Nu în ultimul rând, sunt analizate pozițiile persoanelor interesate (persoanele intervievate) pentru a culege suficiente informații pentru a trage o concluzie dacă produsul turistic specific are potențialul de a atrage turiști.

Bulgaria și România au o mare varietate de resurse turistice. În documentele strategice bulgare pentru dezvoltarea turismului, disponibilitatea resurselor turistice culturale și istorice este evaluată în primul rând (aproximativ 40 de mii - conform acestui indicator, țara se află printre primele 10 din Europa) și a doua ca importanță. Grup de resurse pentru Bulgaria sunt resursele turistice naturale . Densitatea acestora este foarte mare, mai ales acolo unde sunt desemnate teritorii cu statut special de protecție a naturii în sensul Legii ariilor protejate și/sau locuri sunt desemnate prin rețeaua ecologică „Natura 2000”.

Pentru România, potențialul natural este definit ca un factor conducător pentru dezvoltarea turismului în documentele strategice naționale. În zona zonei turistice transfrontaliere au fost identificate peste 100 de situri cu statut de protecție conform legislației naționale și europene de protecție a naturii. Se poate spune că o mare parte a fluviului Dunărea din regiunea transfrontalieră a produsului are un patrimoniu natural extrem de bogat și conservat, supus protecției în diferite grade conform legislației naționale și europene.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*



CMN Projects

РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ



PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Infrastructura turistică existentă pe teritoriul litoralului bulgar al Dunării este concentrată în principal în mai multe zone cu destinații turistice stabilite. Această particularitate în localizarea mijloacelor de adăpostire și cazare și a unităților de alimentație și divertisment este determinată de amplasarea teritorială a resurselor turistice disponibile.

În ambele părți ale regiunii, este disponibilă o capacitate suficientă și o categorie de infrastructură turistică, iar comparativ cu celelalte regiuni, aceasta are cel mai mic procent, atât din punct de vedere al frecvenței, cât și al angajării.

Durata șederii turiștilor este preponderent pe termen scurt, ceea ce reprezintă o tendință europeană și globală. În termeni procentuali, datele în ambele țări sunt similare, cu o ușoară preponderență a reședințelor de lungă durată în România. Acest lucru se datorează faptului că România pune foarte mult accent pe turismul de sănătate și balnear, care oferă pachete pe termen lung, dar acest lucru nu se aplică zonei țintă a proiectului.

Principala sursă de informații despre călătorii este internetul. Aproape 64% dintre cei care au călătorit în Bulgaria în ultimul an au folosit internetul într-o anumită etapă a călătoriei lor (pentru cei care au călătorit în străinătate, această pondere a fost de 82%). Balanța de plăți în domeniul turismului în Bulgaria și România este diferită. În ciuda numărului mai mic de înnoptări înregistrate în Bulgaria, balanța de plăți în domeniul turismului a fost pozitivă pe o perioadă de 5 ani până în 2015.

Valorile sunt însă mult sub cele ale UE - 28. Nu este cazul în România - cheltuielile de călătorie depășesc veniturile și reprezintă o valoare negativă în balanța de plăți conform datelor Eurostat. Pentru România, turismul este încă un sector în pierdere, care are nevoie de reforme mai radicale.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



2. Pozițiile pe piață și potențialul de piață al produsului turistic

2.1 Metodologia de cercetare a potențialului de piață al produsului turistic.

Metodologia utilizată în cercetarea potențialului pieței este metoda subiectivă, care analizează informații despre piața internă și externă și caracteristicile generale: dimensiunea pieței; tipuri preferate de turism; aspecte economice ; structura călătoriilor etc. În pregătirea analizei s-au folosit surse oficiale de informare (documente ale Ministerului Turismului, date INS, de la primării etc.), precum și rezultatele unui sondaj realizat în rândul operatorilor de turism și centrelor de informare turistică. Au fost analizate informații despre resursele disponibile, tendințele de dezvoltare a turismului, profilul turistului și preferințele acestuia și un sondaj în rândul operatorilor turistici și părților interesate din zona traseului.

Analiza avantajelor competitive comparative ale produsului turistic.

La alegerea avantajelor competitive ale traseului folosind un traseu de comparație „eșantion” „Donausteig ” (Bavaria - Austria), au fost folosite o serie de criterii și întrebări de evaluare. Scopul este de a evidenția aceste diferențe în cadrul analizei comparative, care pot fi folosite ca avantaj atunci când se oferă un tip similar de produs.

Semnificația produsului: O combinație de multe situri cu o formă ridicată de protecție și importanță internațională a naturii, precum și diverse situri naturale situate pe un teritoriu relativ mic conduc la o evaluare pozitivă a semnificației produsului.

Specificitatea produsului: Unește situri sub egida patrimoniului natural și cultural național în și în jurul a 2 Parcuri Naturale - extrem de important pentru turiștii de nișă specific .

Superioritatea produsului față de trasee similare: Granița de apă a fluviului Dunărea între Bulgaria și România este zona cel mai puțin dezvoltată din punct de vedere turistic față de restul fluviului. Această limitare poate fi folosită ca avantaj competitiv față de alte produse turistice. de-a lungul fluviului Dunărea, care sunt deja dezvoltate și cunoscute iubitorilor de natură.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



cel mai important avantaj competitiv al produsului se bazează pe prezentarea sa unică – sub forma digitalizării 3D atât a teritoriilor, cât și a obiectelor în sine.

Protectabilitatea produsului: Prezența ecosistemelor unice cu habitate unice este, de asemenea, semnificativă pentru dezvoltarea acestui tip de produs turistic. Unul dintre obiectivele strategiei de marketing este de a propune o sarcină pentru formularea unei mărci unificate a produsului transfrontalier. Acest lucru se va întâmpla într-un dialog constructiv cu autoritățile naționale responsabile cu politica de dezvoltare a turismului și cu toate părțile interesate.

Unicitatea produsului: Produsul turistic integrat oferă unic

situri ale patrimoniului natural protejat de pe ambele maluri ale fluviului Dunare - natural situri, rezervații, parcuri naturale și floră și faună diversă din rețeaua europeană Natura 2000. Pe de altă parte, vizitarea ariilor naturale protejate este o oportunitate de a face cunoștință cu diverse obiective culturale și istorice, evenimente tradiționale și obiceiuri ale gazdelor cu stiluri de viață diferite. și culturi, cu o locație geografică cheie - distanță apropiată de Europa, Asia și Orientul Mijlociu.

Eficiență: Eficiența produsului va fi atinsă în ceea ce privește strategia de preț. Costuri de producție mai mici, prețuri finale mai mici pentru consumatori în comparație cu țările din Europa de Vest și Centrală datorită standardului mai scăzut din Bulgaria și România. Preturi mici pentru cazare baza suficientă pentru cazare în teritoriile din jurul traseului. Prețul este unul dintre factorii atunci când alegeți o excursie pentru turiști.

În strategia actuală de marketing și promovare a produsului turistic, abordarea diferențiată este utilizată în alegerea avantajelor competitive ale produsului, subliniind unicitatea, specificitatea, semnificația și excelența acestuia.

2.2.Rezultatele unui studiu parțial al potențialului de piață al produsului turistic.

Analiza potențialului de piață al produsului turistic.

Potențialul de piață al zonei este parțial explorat în ceea ce privește resursele sale disponibile, tendințele cererii și comportamentul turistic și determinarea unui profil al turistului care să

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vrachanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



vizeze strategia de marketing a produsului. **Resurse naturale:** Produsul transfrontalier este compus din multe atracții naturale cu caracter diferit și oferă situri unice de patrimoniu natural protejat în două parcuri naturale. Resursele naturale pentru România sunt cea mai atractivă resursă pentru dezvoltarea turismului, iar pentru Bulgaria a doua resursă ca importanță după patrimoniul cultural și istoric.

Facilități de cazare turistică: Din punct de vedere al aprovizionării, estimările indică faptul că în 2015 au funcționat peste 6.900 de unități de cazare de diferite categorii în România, iar în Bulgaria 3.200. Acestea sunt date agregate pentru întreaga zonă transfrontalieră, dar cu suficientă siguranță se poate spune că ambele țări (bulgară și română) au suficientă suprastructură turistică pentru a găzdui turiștii la stadiul actual al dezvoltării turismului din regiunea transfrontalieră. Locurile de cazare nu sunt ocupate cu suficientă intensitate, ceea ce se poate explica prin lipsa unei oferte suficiente de produse turistice pentru a atrage turiști. Tendințele în ceea ce privește cazarea turistică sunt legate de mai multe nopți și de sejururi mai scurte.

Tendințe: În ultimii ani, în general, s-a observat o tendință de creștere a numărului de nopți petrecute în unitățile de cazare turistică și de scădere a duratei șederii. După declinul înregistrat ca urmare a crizei financiare și economice din 2008 și 2009, în 2010 numărul înnopțărilor a crescut cu 4,7% iar această tendință pozitivă a continuat cu o creștere de 3,3% în 2011, 4,4 % în 2012, 2,2% în 2013 și 1,5% în 2014. În 2015, numărul de înnopțări în spațiile de cazare turistică din UE-28 a atins un vârf de 2,8 miliarde de înnopțări, ceea ce reprezintă o creștere de 3,8% față de 2014.

În 2015, s-a observat o tendință pozitivă în ceea ce privește participarea populației din diferite țări la excursii turistice. Bulgaria și România se află pe ultimul loc în acest clasament – mai puțin de 30% din populație participă la excursii turistice.

Vizite turistice

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Pentru România, numărul de înnoptări în zonele turistice înregistrează o creștere constantă, cea mai mare pondere a călătoriilor turistice recazându-se pe turismul intern, reprezentând aproape 73% din ponderea totală a turiștilor. Numai în 2017, creșterea turismului intern a fost de 6%, a turismului străin de 15%. Potrivit datelor Institutului Național de Statistică, numărul înnoptărilor a fost de 1693,9 mii. În ceea ce privește repartizarea vizitelor turistice pe județe, produsul nu are date specifice, dar în general se poate spune că înnoptările acolo, inclusiv cele făcute de străini, sunt semnificativ mai mici decât cele ale bulgarilor.

Profilul turistului

Caracteristicile turiștilor realizate în Strategia Națională pentru Durabilitate dezvoltarea turismului în Republica Bulgaria, 2014-2030 (versiunea actualizată 2017, p. 45-48) privind turiștii bulgari și străini dă următoarea descriere:

Turistul bulgar este din capitală sau din regiunea de planificare Sud-Vest, persoană activă înalt sau moderat, care caută un preț mai mic al serviciului, siguranța și securitatea personală, natura conservată în destinație și posibilitatea de odihnă (relaxare) sunt important pentru alegerea unei destinații, preferă litoralul , cultural, montan și în general – turismul de sănătate (balneo , wellness și spa). Alegerea tipului de turism depinde de vârsta și nivelul de activitate al călătorului. Numărul persoanelor legate de natură și de modul ecologic de viață este în creștere, cu cerințe pentru utilizarea adecvată a resurselor naturale și practicarea unui turism durabil. Informează despre călătoriile de pe Internet.

Costul mediu al unei călătorii este de 189 BGN. Durata medie a călătoriilor este de 1-3 zile. Profilul turistului bulgar determinat de sondaje: arată interesul pentru fluviul Dunărea ca fiind cel mai mare avantaj al regiunii transfrontaliere în ceea ce privește atractivitatea turistică, împreună cu prezența ariilor protejate (Natura 2000) și bogatul patrimoniu cultural și istoric. Îi place destinațiile mai puțin populare și tinde să plătească pentru servicii turistice, dar în limita salariului zilnic mediu pentru țară

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



(aproximativ 20 BGN), deși nu există o evaluare bună pentru serviciile turistice din zonă. Accesibilitatea la transport, atracțiile naturale, patrimoniul cultural-istoric și infrastructura turistică accesibilă din situri sunt evaluate ca fiind bune. Preferă formele individuale de turism, turismul organizat de grup cu ghid și turismul individual cu ghid.

Turistul străin vizitează în principal țara în vacanță. Cei mai importanți factori pentru alegerea unei destinații sunt condițiile de cazare și servicii, clima, natura și curățenia sau cel puțin ideea acestora, securitatea, posibilitatea de a vizita obiectivele turistice. Influențat de reclame atunci când alegeți o destinație. Sejurul strainilor este între 5 și 6 nopți vara și 4-5 în celelalte anotimpuri. Turiștii străini sunt activi – combină experiențele și profită la maximum de fiecare vacanță. Ei cheltuiesc în medie 906 BGN pe vizită. Principalele constatări ale profilului turistului din România realizate în Masterplanul Național de Turism al României 2007-2026 pot fi rezumate astfel: tineri cu vârsta între 20 și 29 de ani și turiști cu vârsta între 30 și 39 de ani, informați prin prieteni, anunțuri turistice și internet. , persoane active care cheltuiesc între 25 – 85 de euro pe zi.

Tendențele de dezvoltare a turismului sub aspect european și global arată o activitate susținută a călătoriilor europene în străinătate, în special a rezidenților din Irlanda, Țările de Jos, Danemarca, Finlanda, Marea Britanie, Germania, Austria, Belgia, Estonia. Acestea sunt, de asemenea, țări cu un nivel de trai mai ridicat. Dintre țările balcanice, Croația, Cehia, Slovacia, Letonia și Polonia sunt mai active în călătoriile turistice. Acestea sunt și potențialele piețe turistice externe pentru produsul subiect al strategiei de marketing.

Caracteristicile turiștilor realizate în Strategia Națională de Dezvoltare Durabilă a Turismului în Republica Bulgaria, 2014-2030 (versiune actualizată 2017, p. 45-48) privind turiștii bulgari și străini oferă următoarea descriere:

- Printre piețele tradiționale pentru turismul bulgar se numără bulgarii înșiși.
- Printre piețele externe tradiționale ale Bulgariei se numără țările balcanice, Polonia, Ungaria, Germania și Rusia.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- În 2015, Bulgaria a atras cei mai mulți vizitatori din România, Grecia și Germania.

Piețele țintă

La alegerea pietelor tinta pentru produsul turistic integrat catre care vor fi indreptate obiectivele de marketing se acorda prioritate turistilor cu urmatorul profil:

- Europa de Vest – turiști cu putere de cumpărare mare, intensitate mare a călătoriilor în străinătate și un buget mai mare decât turistul mediu pe țară (ex. Marea Britanie, Germania și Suedia).
- Europa de Est - țările fostului bloc socialist - înregistrează o apropiere istorică și o memorie a pieței turistice bulgare, în ciuda puterii lor de cumpărare mai reduse. Țările din Blocul de Est au un interes reciproc pentru piețele lor turistice, culturile, limbile și religiile apropiate. - Piața segmentată către forme specifice de turism - iubitori de natura, ciclism , speleontologie , educative si stiintifice, care imbina experientele naturale cu cele culturale si emotionale - adresata iubitorilor de natura, persoanelor responsabile si curioase de natura, aventuroase si cu minte exploratoare pentru a cunoaste cel mai putin parte populară pe Dunăre și nu pretențioasă la calitatea înaltă a serviciilor turistice.
- Piața națională - atrage iubitorii de natură care sunt: oameni activi de toate veniturile, cu interes pentru tururi educaționale, iubitori de ciclism , sporturi nautice, observarea păsărilor, peisaje rurale și cazare de categorie inferioară.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



PARTEA A TREIA ANALIZA SITUAȚIEI

I.GENERAL

Strategia de dezvoltare și implementare a unui produs turistic integrat între parcurile naturale „Vrachanski Balkan” și „Zhelezni vrata” o încercare de a formula viziunea, de a determina obiectivele, sarcinile, instrumentele, resursele, parteneriatele și indicatorii pentru implementarea cu succes a politicii turistice a acestei părți din regiunea transfrontalieră pentru perioada 2021-2027. Strategia oferă un cadru prin care administrațiile celor două arii protejate, autoritățile locale și de stat, organizațiile culturale, educaționale, sociale și neguvernamentale și companiile de turism și afaceri locale, precum și voluntarii, pot lucra împreună pentru atingerea obiectivelor comune.

Strategia de implementare a unui produs turistic integrat transfrontalier se bazează pe o analiză actualizată a mediului turistic, care ține cont de particularitățile și potențialul de dezvoltare al regiunii.

1. Principii și metodologie pentru dezvoltarea strategiei

În esență, Strategia de Marketing Integrată este un proces de planificare care va permite părților interesate să-și concentreze resursele în jurul obiectivelor cheie ale proiectului, prin Planul de Acțiune inclus în aceasta. Abordarea dezvoltării strategiei se bazează pe analiza și formularea unui set de instrumente de lucru pentru promovarea teritoriilor celor două parcuri naturale ca destinație turistică de succes, luând în considerare specificul regional, starea și perspectivele obiectivului turistic specific și posibilități de finanțare a diverselor intervenții, legate de desfășurarea acesteia. Punctele de plecare în elaborarea strategiei de promovare a celor două parcuri ca destinație turistică sunt legate de luarea în considerare a principiilor de

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



bază pentru dezvoltarea și implementarea politicilor de dezvoltare locală. Elaborarea și implementarea strategiilor și măsurilor de dezvoltare a turismului la nivel regional și, în general, crearea și implementarea politicilor publice de dezvoltare este un proces care necesită participarea activă a tuturor părților interesate. Mai jos ne vom opri în detaliu asupra celor interesați, dar în măsura în care își găsesc un loc aici, ar trebui să spunem că administrațiile celor două parcuri naturale sunt primele dintre acestea, urmate de autoritățile locale.

În măsura în care documentele strategice municipale, regionale și ale parcurilor de pe ambele părți ale graniței sunt legate de dezvoltarea unui produs turistic transfrontalier și au fost elaborate în conformitate cu principiile transparenței și parteneriatului, legătura strategiei de marketing cu întregul sistem de documente strategice este de o importanță cheie pentru recunoașterea lui de către principalii participanți la procesul de planificare și implementare a proiectelor de dezvoltare a municipiului și în special a celor legate de dezvoltarea turismului. Nu în ultimul rând, poziționarea strategiei de marketing în ierarhia documentelor de program pentru perioada 2021-2027 este de o importanță primordială pentru furnizarea de resurse a acesteia.

Analizele de bază necesare pentru planificarea activităților de marketing sunt rezultatul unui studiu al dezvoltărilor strategice naționale, regionale și municipale, al analizei datelor statistice, al studiului documentelor și al interviurilor, elaborat și realizat de experți contractanți în perioada ianuarie - martie. 2021. cu experți și directori locali cheie.

Elaborarea Strategiei de Marketing se realizează în etapa inițială a dezvoltării teritoriilor celor două parcuri ca destinație turistică comună și atracție turistică. Până în prezent, nu au fost efectuate cercetări și analize ale fluxului turistic către fiecare dintre ele din cealaltă parte și invers. Nu există observații sistematice ale experților cu privire la numărul, caracteristicile și opiniile vizitatorilor site-urilor. În această situație, în sensul strategiei actuale, vor fi analizate informații secundare elaborate de diverse proiecte publice de promovare a dezvoltării turismului la nivel național și regional.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Analiza situațională a fost elaborată pe baza informațiilor statistice și analitice disponibile și colectate special în scopul Strategiei de Marketing. Sarcina acestei analize este de a descrie și analiza atât procesele și tendințele de dezvoltare a turismului la nivel național și regional, cât și specificul local, punctele forte și punctele slabe ale teritoriilor celor două parcuri naturale ca destinație turistică. Scopul este plasarea Strategiei de Marketing într-un context suficient de clar, care să permită luarea unor decizii informate cu privire la oportunitățile de dezvoltare, resursele și utilizarea acestora la impunerea produsului turistic, obiectul strategiei.

Analiza produsului turistic integrat transfrontalier include descrierea acestuia, istoricul, perspectivele pentru acesta, modul în care a fost realizată poziționarea acestuia, identificarea principalilor săi concurenți, avantajele acestuia față de aceștia. Evaluarea elementelor de mai sus este o condiție prealabilă pentru luarea deciziilor în cunoștință de cauză la implementarea Planului de marketing prevăzut în strategie.

Strategia de dezvoltare a produselor este un instrument în care acestea sunt luate în considerare și luate

luând în considerare posibilitățile tuturor factorilor: administrațiile celor două parcuri, administrația publică centrală și locală, subiecții economici, societatea civilă, progresul economic, social și cultural al teritoriului adiacent, posibilitățile de atragere de finanțare etc. Strategia arată evoluția de la starea actuală până la obiectivele proiectului prin implementarea unei secvențe de măsuri și analize.

Principiile generale care stau la baza unei Strategii de Marketing sunt Principiile Analizei Produsului, Principiul Evaluării Influențelor Produselor Concurente, Principiul Evaluării Oportunităților de Atragere a Finanțelor, Consecvența Măsurilor de Marketing Oferite și Extragerea Beneficiului Maxim pentru Produs din potențial . Bugetul de marketing, evaluarea corectă a canalelor pentru a ajunge la consumatori, care contribuie și la maximizarea beneficiului bugetelor disponibile și, de asemenea, posibile inițiative locale pentru impunerea produsului turistic.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



II . TOCILAR ANALIZĂ

Puncte forte

1. O nouă zonă relativ necunoscută și nedescoperită ca destinație turistică în ambele țări.
2. O mare varietate de situri naturale și culturale protejate și atracții turistice naturale.
3. Potențial de gestionare descentralizată a produsului comun transfrontalier în parteneriat cu toate părțile interesate.
4. Disponibilitatea unei infrastructuri turistice relativ bine dezvoltate în ambele țări.
5. Disponibilitatea unei rețele rutiere bine dezvoltate și a legăturilor transfrontaliere între Bulgaria și România.
6. Disponibilitatea unei piețe de turism natural (eco) deja consacrate, cu potențial de vizite repetate de către turiști în ambele parcuri.
7. Sunt incluse situri populare cu valoare naturală și culturală ridicată, care reprezintă partea principală a produsului.
8. Prețuri competitive ale produselor turistice în Bulgaria și România.
9. Experiența bună a partenerilor în domeniul dezvoltării turismului în zona transfrontalieră și relațiile de parteneriat stabilite cu alte organizații turistice reprezintă o resursă extrem de valoroasă care va fi folosită în impunerea noului produs comun pe piață.
10. Existența strategiei actuale, care conține tot ceea ce este necesar pentru impunerea, poziționarea și promovarea produsului turistic.

Puncte slabe

1. Absența în momentul omogenității clar exprimate a destinației.
2. Lipsa unei imagini clare a regiunii transfrontaliere în acest moment.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



3. Restricții privind dezvoltarea turismului în ariile protejate.
4. Dezechilibru permanent între suprastructura și infrastructura turistică în ambele țări.
5. Calitatea slabă a infrastructurii turistice (categorie scăzută pentru înnoptări, accesibilitate, alimentare cu apă, îngrijire medicală.)
6. Cooperare transfrontalieră durabilă încă nedezvoltată (numai pe bază de proiect).
7. Promovarea nesemnificativă a regiunii în ansamblu în ambele țări.
8. Competitivitate scăzută a ofertelor turistice în ambele țări.
10. Probleme demografice, economice și sociale în regiunea transfrontalieră.
11. Lipsesc informații rezumate din proiectele implementate și produse turistice create de-a lungul Dunării - trasee, strategii, studii etc.

Oportunități

1. Oportunitate mare pentru dezvoltarea „turismului verde” în cele două parcuri.
2. Extinderea programelor de cooperare transfrontalieră ca o oportunitate pentru noi proiecte.
3. Disponibilitatea cererii de produse și atracții „noi” din partea turiștilor din ambele țări.
4. Posibilitatea de a beneficia de vasta experiență a țărilor din vestul Dunării.
5. Sprijin financiar din partea UE pentru rezolvarea problemelor de infrastructură din ambele țări.
6. Interesul mass-media pentru inovația proiectului și a produsului.
7. Marketing, publicitate și promovare a turismului activ la nivel național și regional.
8. Construirea unui brand recunoscut al produsului turistic transfrontalier.
9. Îmbinarea turismului natural cu cel cultural și istoric în cadrul produsului.
10. Strategia planificată pentru dezvoltarea digitalizării în cele două parcuri după finalizarea proiectului.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Amenințări

1. Apariția unui potențial conflict între diferitele organizații care reprezintă părțile interesate în produs.
2. Incertitudine politică sau economică în regiune.
3. Consecințele schimbărilor climatice (inundații etc. în zona turistică)
4. Lipsa sau insuficiența resurse financiare în administrațiile celor două parcuri pentru întreținerea tehnicii și platformei, precum și finanțarea digitizării obiectelor viitoare, pentru includerea în produs.

III . VIZIUNE PENTRU DEZVOLTAREA PRODUSULUI TURISTIC

1. Definirea viziunii

Viziunea este o parte importantă a oricărei strategii. Ea reflectă rezultatul final dorit într-o perspectivă pe termen lung, a cărei realizare face obiectul Strategiei în curs de elaborare în sfera prezentului ordin. Conform „Metodologiei de planificare strategică în Republica Bulgaria”, viziunea ar trebui să fie: **inspiratoare** - clară și provocatoare; **focalizarea** - dă scop și direcție; **orientat spre viitor** - ține cont de lucrurile bune din trecut; **îndrumare** - oferă linii directoare, fără a limita, dar adresate depășirii problemelor semnificative din punct de vedere social evidențiate în analiza sectorului; **durabil** - oferă o perspectivă pe termen lung'. Opțiunea finală a fost selectată, testată și aprobată cu participarea Autorității Contractante . Pentru definirea viziunii de dezvoltare a produsului a fost efectuată o trecere în revistă a anumitor viziuni din documentele strategice actuale la nivel european, național, regional și transfrontalier. În urma revizuirii, au fost propuse Autorității Contractante două variante ale unei viziuni definite, care au fost adaptate specificului specific al produsului, precum și avantajelor competitive ale acestuia. Viziunea este o scurtă descriere a ideii de dezvoltare a turismului, în special a combinației dintre turismul natural și cultural în regiunea transfrontalieră România-Bulgaria.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Viziunea de dezvoltare a produsului: Dezvoltarea produsului turistic pe baza patrimoniului natural și cultural al celor două parcuri naturale are ca scop crearea recunoașterii acestor arii protejate de ambele părți ale graniței și transformarea lor într-un loc preferat pentru turismul natural și cultural, prin construirea a unei legături emoționale între destinație și consumatori. Impunerea produsului se va alătura eforturilor administrațiilor celor două parcuri și va atrage sprijinul tuturor părților interesate pentru maximizarea efectelor socio-economice pentru populația locală. Dezvoltarea produsului turistic trebuie să se bazeze pe respectul pentru mediu, protecția biodiversității și utilizarea durabilă a resurselor naturale din ariile protejate.

Principalul tip de turism – o combinație de turism eco și cultural, natural, pietonal și ciclist, în conformitate cu restricțiile existente ale ariilor protejate;

Tip complementar de turism - turism durabil cu atitudine responsabilă față de resursele naturale și culturale.

Această viziune se bazează pe înțelegerea că combinația dintre turismul natural și cultural este cea mai logică opțiune pentru dezvoltarea regiunii transfrontaliere. Încurajarea acestei simbioze va duce, de asemenea, la a deveni o forță motrice economică pentru protecția capitalului natural și cultural.

Viziunea garantează că vizitarea ariilor protejate se va desfășura într-o manieră responsabilă, creând o oportunitate pentru activitatea economică a populației locale. Urmărirea viziunii poate dezvolta și tipul complementar de turism prin crearea de valoare adăugată atracțiilor naturale, prin includerea de obiecte cu semnificație culturală și istorică. Totodată, va fi stimulată dezvoltarea regională și crearea de locuri de muncă permanente.

Ca o justificare a formulării viziunii mai sus descrise, se poate adăuga rezultatul interviurilor standardizate și al sondajului cu chestionare în procesul de elaborare a Strategiei, conform căruia turismul eco, cultural, pietonal și organizat este definit ca fiind cel mai potrivit pentru

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



regiunea transfrontalieră. Respondenții definesc și turismul cu bicicleta ca fiind potrivit , deoarece îmbină sportul cu grija pentru mediu și cunoașterea naturii.

Viziunea actuală se referă și la viziunea formulată în 2011 de ziua fluviului Dunărea - 29 iunie, când miniștri și reprezentanți ai delegațiilor din România, Bulgaria, Serbia și Croația în cadrul „Conferinței plutitoare a Dunării” a „Săptămânii Albastre” au prezentat primii pași în realizarea viziunii despre cum s-ar putea dezvolta Dunărea de Mijloc și de Jos: *O regiune cu atracții turistice diverse, cazare de toate categoriile, infrastructură dezvoltată, o rețea largă de piste pentru biciclete și sporturi nautice dezvoltate, o regiune pe care toată lumea și-ar dori s-o facă. vizitați și descoperiți natura sa nealterată și atracțiile cultural-istorice (DCC, 2011).*

2. Definirea obiectivelor de marketing

Obiectivele actuale de marketing detaliază viziunea Strategiei. Sunt formulate obiective pe termen lung, mediu și scurt. Pe termen lung sunt legate de strategia, alocarea și redistribuirea resurselor; pe termen scurt este în mare parte tactică, în timp ce pe termen mediu se va concentra pe utilizarea eficientă a resurselor.

Obiective pe termen lung

- Creșterea gradului de conștientizare a regiunii transfrontaliere Bulgaria - România și, în special, a patrimoniului natural și cultural al Parcurilor Naturale „Vrachanski Balcani” și „Porțile de Fier”;
- Dezvoltarea și impunerea unui brand regional pentru cele două parcuri și regiune, ca loc preferat pentru practicarea turismului natural combinat cu cultural într-o zonă bogată în patrimoniu natural și cultural;
- Creșterea calității serviciilor existente și dezvoltarea de noi servicii prin formarea de ghizi turistici, animatori și personal turistic;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Să integreze ariile protejate și să fie conectat funcțional cu zonele turistice care permit utilizarea pentru turism și alte activități durabile;
- Să atragă destui turiști care să ajute la reanimarea economiei locale, menținând în același timp echilibrul care păstrează statutul protejat al teritoriilor.

Obiective pe termen mediu

- Să implementeze Strategia de digitalizare completă a siturilor naturale și culturale și a unor părți din cele două parcuri pentru extinderea sferei de aplicare a produsului turistic;
- Promovarea ecoturismului ca forță economică pentru conservarea capitalului natural. Să integreze abordările de management și conservare a naturii;
- Să fie atractiv și eficient pentru populația locală și părțile interesate să le includă în dezvoltarea produsului în general și a punctelor acestuia care sunt apropiate de soluționarea lor în special;
- Încurajarea căutării unei varietăți de mecanisme financiare care să promoveze măsuri de protecție a mediului;
- Să creeze un Certificat de Calitate care să identifice regiunea și să garanteze o calitate minimă a serviciilor, comunicând în același timp marca regională.

Obiective pe termen scurt

- Sa pozitioneze produsul pe piata si sa formuleze principalele mesaje catre grupurile tinta;
- Crearea de parteneriate de lucru cu agențiile de turism pentru a atrage turiști din alte zone ale Bulgariei și României, precum și din alte țări.

Selecția obiectivelor s-a realizat în conformitate cu documentele strategice existente, atât la nivel european, cât și național, cât și pe baza documentelor strategice existente la nivel

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



regional, referitoare la regiunea transfrontalieră România - Bulgaria, Vrața și Montana. regiuni și districtul Klarash .

Formularea obiectivelor de marketing se bazează pe o analiză a bunelor practici din țările din Europa de Vest și Centrală. Această analiză a evidențiat unele tendințe generale în managementul patrimoniului natural protejat și în special, dezvoltarea turismului durabil.

Obiectivele de marketing se bazează pe o cunoaștere aprofundată a stării și a tendințelor din mediul intern și extern. Acestea sunt în concordanță cu poziționarea pe piață a produsului turistic integrat, avantajele sale competitive, resursele financiare, managementul, profitabilitatea și responsabilitatea socială. La definirea obiectivelor de marketing s-a căutat un efect sinergic cu toate cele existente, nou oferite etc. instrumente pentru dezvoltarea turismului natural în regiunea transfrontalieră România – Bulgaria.

Obiectivele de marketing aderă la principiile de bază pentru dezvoltarea ecoturismului combinat cu turismul cultural, ideea fiind că implementarea lor va duce la maxime beneficii sociale și economice pentru comunitățile locale și un impact negativ minim asupra mediului.

VI. DEZVOLTAREA STRATEGIILOR ȘI CONCEPTELOR PENTRU PROMOVAREA, IMPLEMENTAREA ȘI POZIȚIONAREA PRODUSELOR

1. Mix de marketing - strategii

Mixul de marketing este un cadru care urmărește să acopere produsul turistic specific în ansamblu, și nu la nivelul obiectelor specifice care alcătuiesc traseul turistic. Pentru dezvoltarea sa s-a folosit modelul extins al mixului de marketing cu 7-P, care este utilizat în turism: 1. Produs; 2. Preț; 3. Locul; 4. Publicitate; 5. Oameni (cadre); 6. Procese; 7. Mediul fizic. Acest mix analizează tot ceea ce oferă produsul turistic și stă la baza creării strategiei de marketing și promovare.

Mixul de marketing este un instrument puternic pentru gestionarea anumitor elemente ale planificării sistemului turistic. Instrumentele mixului de marketing sunt utilizate diferit în

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



diferite faze ale ciclului de viață al produsului. Fiecare fază impune un amestec (combinație) diferit de elemente pentru a influența sau menține un anumit ritm de realizare a produsului specific. Instrumentele mixului de marketing sunt folosite pentru a influența consumatorii (turiștii), în special pentru a-i motiva să cumpere sau să consume produse turistice specifice (programe, pachete) la prețuri atractive pentru aceștia (cu diverse tipuri de bonusuri și reduceri), prin diverse forme. de distribuție (plasament). Inclusiv prin intermediari direcți sau indirecti bazați pe o politică echilibrată de comunicare (promoțională și publicitară).

1. Produs – în cadrul Strategiei pot fi create diverse produse turistice, adaptate atât site-urilor de digitizare, cât și rutelor secundare. Produsele trebuie adaptate posibilitatilor de cazare în asezările respective. Din studiul preliminar reiese că în momentul de față nu există suficiente produse complexe bine dezvoltate, dar există potențial de dezvoltare a turismului natural organizat și independent. Regiunea are potențial pentru turism de nișă legat de observarea păsărilor, cercetarea florei și faunei. Oportunitățile pentru turismul cu bicicleta , precum și ecoturismul , combinate cu o vizită la monumente culturale și istorice, nu sunt de neglijat.
2. Pret - abordarea preturilor produselor turistice oferite trebuie diferentiată în funcție de grupul tinta către care se adresează produsul.
3. Locul – amplasarea traseului turistic are un mare potențial deoarece se află într-o regiune transfrontalieră cu natură unică. Cu toate acestea, accesibilitatea, locația fiecărui sit și infrastructura disponibilă trebuie luate în considerare la proiectarea produselor.
4. Publicitate - Va fi dezvoltată o platformă unificată de comunicare digitală - un site comun al regiunii transfrontaliere, care va demonstra toate posibilitățile sale. Modelele digitale 3D ale celor două parcuri, precum și obiectele digitizate, vor fi încărcate pe site. Se urmărește creșterea gradului de conștientizare a ofertei turistice din cele două

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



parcuri și promovarea acesteia, atât pe piața internă, cât și pe cea externă. Se recomandă creșterea participării la târguri și expoziții de turism.

5. Oameni (personal) - utilizarea corectă a potențialului uman este de cea mai mare importanță atunci când se dezvoltă un nou produs turistic. În acest caz, în dezvoltarea și promovarea produsului turistic, este important să existe o bună interacțiune între administrațiile parcului, populația locală și turiști. Angajarea resurselor umane după populația locală poate duce la dezvoltarea unor servicii noi, suplimentare, precum dezvoltarea meșteșugurilor tradiționale locale. Creșterea pregătirii generale și specifice a tuturor persoanelor din regiune implicate sau care intenționează să se angajeze în turism și servicii pentru clienți va duce în mod natural la o creștere a numărului de locuri de muncă în rândul populației locale.
6. Procese - conducerea procesului de implementare a strategiei de marketing pentru promovarea produsului turistic va duce la rezultate care sunt legate de dezvoltarea generală a regiunii. Standardizarea comunicării, atragerea operatorilor de turism și creșterea fluxului turistic în regiunea transfrontalieră va duce la creșterea investițiilor și la îmbunătățirea infrastructurii.
7. Mediul fizic - în regiunea transfrontalieră, mediul fizic necesită unele îmbunătățiri, începând cu creșterea activității centrelor de informare existente, trecând prin montarea și repararea semnelor și plăcuțelor de identificare , și terminând cu asigurarea posibilității de acces prin transport la unele dintre site-uri. Nu trebuie neglijate obiectele greu accesibile, dar atractive și ar provoca interes turistic.

Instrucțiuni de previzualizare a produsului

- Să fie de identitate clară;
- Autenticitatea păstrată;
- Memorabil, recunoscut și distins de alții;
- Valoros pentru anumite segmente de piață;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Cauzarea de emoții pozitive potențialilor utilizatori.

Ghid de dezvoltare a mărcii

Un brand de succes este un produs, serviciu, loc recunoscut, poziționat și prezentat în așa fel încât prin achiziționarea acestuia, consumatorul să primească valoare suplimentară care își satisface nevoile mai bine decât concurenții. Un brand puternic și distribuția și recunoașterea sa mai largă în rândul clienților ar contribui la atingerea mai multor utilizatori ai serviciilor turistice. Un brand creează o identitate clară, un aspect atractiv, autentic. Este o promisiune, o cerere pentru ceva valoros, memorabil, de recunoscut, diferit de alții.

Cerințe pentru aplicarea unei mărci comune

- Brandul trebuie să fie prezent în fiecare act al activităților de marketing;
- Brandul trebuie să fie accesibil tuturor celor care lucrează și dezvoltă afaceri în regiunea transfrontalieră.

2. Strategia de produs

Scopul strategiei de produs este de a defini produsul turistic comun integrat și inovator ca un produs durabil care urmează să fie oferit pe piața turismului. Turismul natural combinat cu turismul cultural în marile arii protejate are un mare potențial de dezvoltare, iar aceasta este o condiție prealabilă pentru a se impune pe piața turistică nu doar în România și Bulgaria, ci și la nivel internațional.

Pe parcursul elaborării strategiei de produs se precizează activitățile specifice legate de crearea unei bune imagini a produsului, legată de menținerea unei calități ridicate a serviciilor care sunt oferite; conservarea bogăției naturale și culturale și întreținerea infrastructurii turistice adiacente.

În ciuda caracteristicilor sale naturale și culturale incontestabile, interesul pentru regiunea transfrontalieră este mult mai slab decât ar putea fi. Eforturile strategiei de comunicare a traseului turistic în ansamblu ar trebui să vizeze creșterea marketingului și vânzării pachetelor turistice și stabilirea unui focus clar. Pe termen scurt, cel puțin în primii 3 ani, s-ar justifica ca

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



un efort și cheltuială de fonduri să se concentreze asupra piețelor tradiționale și a piețelor din imediata apropiere a Bulgariei și României, care generează până acum cea mai mare parte a overnight. rămâne în regiune. Vor fi necesare investiții semnificative în evenimente legate de atragerea vizitatorilor de pe piețele învecinate, iar acestea ar trebui combinate cu oferte speciale din partea hotelurilor, mai ales în legătură cu sărbători oficiale naționale și locale sau evenimente atractive. De asemenea, fluxul de turiști nu trebuie limitat la marile orașe din regiune, ci ar trebui încurajată dezvoltarea așezărilor mai mici. Strategia de produs se bazează pe ideea creării de valoare adăugată din expunerea caracteristicilor naturale și transformarea lor practică într-un obiect de valoare turistică, ceea ce duce la crearea produselor și serviciilor specifice . Există, de asemenea, posibilitatea de a lega produsul turistic integrat cu traseele turistice existente și stabilite în cadrul regiunii transfrontaliere. Destinațiile turistice recunoscute, precum și site-urile turistice familiare, oferă o oportunitate pentru poziționarea suplimentară a produsului pe traseu.

Angajamentul față de așa-numitul „subsite-urile” care se încadrează în vecinătatea opțiunii de traseu turistic aleasă vor crește oportunitățile de penetrare pe piață a produsului.

Strategia de produs are în vedere dezvoltarea următoarelor tipuri de turism:

- Turism natural;
- Turism Cultural;
- Natură - cercetare turism - birdwatching, cercetare faunică și florei;
- Turism cu bicicleta ;
- Drumeții;
- Turism sportiv;

Deja în stadiul cercetării preliminare și a discuțiilor inițiale cu părțile interesate, s-a folosit o abordare pragmatică, unde traseul principal face legătura între siturile ecoturistice prioritare prin legături rutiere de clasa întâi și clasa a doua, deoarece cea mai importantă condiție prealabilă pentru vizitarea de către turiști este aceea că site-urile sunt ușor accesibile. Urmează

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



logica conform căreia obiectele naturale ar trebui să fie sincronizate cu prezentarea de ansamblu a potențialului turistic al regiunii. Opțiunile site-urilor pentru digitizare sunt și ele supuse acestei logici.

Prezența fenomenelor naturale ca obiecte în produs este o garanție a atractivității acestuia și va atrage interesul turiștilor. Acest lucru face posibilă combinarea produselor turistice, ceea ce înseamnă a oferi o varietate de pachete combinate. Pachetele turistice ar trebui să aibă durate diferite , astfel încât să satisfacă cerințele turiștilor individuali (neorganizați) și ale celor care folosesc serviciile agențiilor de turism și ale altor organizatori. Aceasta este legată și de posibilitatea turoperatorilor și vânzătorilor de pachete turistice de a-și organiza și coordona activitățile cu transportul turiștilor.

Durata pachetelor turistice poate fi:

- excursii de o zi,
- de mai multe zile
- weekenduri scurte și lungi.

De asemenea, produsele sunt împărțite în excursii turistice neorganizate sau organizate legate de diferitele tipuri de turism, pe baza unor vacanțe charter cu avionul de o săptămână, organizate pentru o singură locație sau pentru programe de itinerarii turistice.

Pe scurt, strategia de produs se bazează pe dezvoltarea ecoturismului, ceea ce înseamnă „vizitarea responsabilă a zonelor naturale, susținând în același timp mediul și bunăstarea populației locale, și bazată pe interpretare și educație”. Aceasta este o definiție a Societății Internaționale pentru Ecoturism (The International Ecoturism Societate - TIES) - un program a cărui misiune este de a defini standarde, instrumente, linii directoare și asistență tehnică pentru dezvoltarea ecoturismului (TIES, 2016). În același timp, TIES oferă și un set de principii de bază atașate conceptului, care se referă la:

- Minimizarea impactului fizic, social, comportamental și psihologic;
- Dezvoltarea conștientizării și respectului pentru mediu și culturile locale;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Oferirea unei experiențe pozitive atât pentru vizitatori, cât și pentru gazde;
- Generarea de beneficii financiare atât pentru populația locală, cât și pentru industria privată;
- Oferirea de experiențe memorabile vizitatorilor care vor putea crește gradul de înțelegere a specificului țării gazdă din punct de vedere al politicii, mediului și aspectelor sociale;
- Planificare, construcție și exploatare cu mijloace cu un nivel scăzut de impact asupra mediului;
- Recunoașterea drepturilor și credințelor spirituale ale populației locale în propriile comunități și cooperarea cu aceasta pentru a crea în parteneriat oportunități de împuternicire a acestora;
- Introducerea unor mecanisme financiare diverse și complementare, inclusiv sprijin direct pentru măsurile directe de conservare, compensarea beneficiilor pierdute în reglementarea utilizărilor și plăți bazate pe piață pentru serviciile ecosistemice .

Prin definirea profilului turistului și a avantajelor competitive ale produsului, strategia de marketing și promovare a produsului turistic direcționează părțile interesate către consumatori și explorează interesele acestora. Operatorii și agenții de turism, precum și cluburile de turism, sunt cei care stau cel mai aproape de utilizatorii rutelor turistice ale tuturor părților interesate. Activitatea lor de afaceri vizează în principal generarea de profit din vânzarea serviciilor turistice. În Bulgaria și România, statisticile oficiale nu urmăresc dezvoltarea turismului pe tipuri (specializare), ci mai degrabă pe regiuni, iar de acolo se fac concluzii despre tipurile de turism dezvoltat (de exemplu, mare, balnear, vânătoare). Lipsa acestui tip de informare regulată nu oferă o oportunitate de a planifica acțiuni specifice, de exemplu, pentru a atrage noi grupuri de turiști, care vizează produse potențial competitive. Studii similare au fost realizate de-a lungul timpului (de exemplu pentru ecoturism) ca urmare a unor proiecte specifice, dar aceste studii se referă la o anumită perioadă de timp și nu pot oferi o imagine

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



fiabilă a situației existente în regiuni. Orientarea spre piață a produsului în acest moment este clară, ținând cont de descrierea tipurilor de turism, de avantajele competitive ale produsului, de bune practici și tendințe în dezvoltarea turismului la nivel mondial. Dar până nu se lansează o ofertă specifică a produsului de către operatorii/agenții/cluburile turistice și alte părți interesate și până la realizarea unui studiu al stării pieței specific ecoturismului din zonă nu există date cu care să se compare. orientarea spre piață a produsului. Această activitate va fi desfășurată de către administrațiile de management de produs ale celor două parcuri, după lansarea comercializării produselor turistice și implementarea unei părți din activitățile de marketing.

Sugestie de indicatori eșantion pentru cercetarea și analiza de piață:

- cercetarea și analiza utilizatorilor, satisfacția acestora, nevoile și dorințele actuale și viitoare, rolurile în decizia de cumpărare, beneficiile căutate ale vizitei traseului sau a unor părți din acesta;
- cercetarea și analiza agenților de turism, satisfacția acestora, obiectivele, compatibilitatea strategiei, tipul de servicii pe care le oferă ca furnizor, cooperarea în activități de marketing și logistică;
- cercetarea și analiza concurenților, determinarea punctelor forte și punctele slabe ale concurenților, studiul soluțiilor de marketing ale acestora, cercetarea strategiilor de poziționare a concurenților;
- și monitorizarea și analiza mediului și a tendințelor europene și mondiale în dezvoltarea turismului de natură.

În ceea ce privește ciclul de viață al traseului, datorită caracterului sezonier al turismului de natură, precum și respectării interdicțiilor specifice din ariile protejate, acesta este definit categoric ca o curbă cu ciclu repetat.

Ciclul de viață al produsului este un concept care are în vedere dezvoltarea produsului din momentul apariției acestuia din el și până la retragerea lui din el. Ca orice produs, acesta va fi

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



prezentat în scopul poziționării sale rapide și permanente pe piața ca produs inovator și competitiv încă de la introducerea. Ca urmare a activităților de promovare și comunicare ale strategiei de marketing, se va strădui să ajungă mai rapid la așa-numitul stadiu de maturitate la care să se realizeze un consum optim. De menționat că ecoturismul în ariile protejate are un prag de saturație, care dacă este depășit, ca urmare a activităților de publicitate, este de natură să dăuneze mediului și, în consecință, să ajungă rapid la o scădere a consumului. Urmărirea corectă a acestor etape va fi una dintre sarcinile viitorului management și monitorizare a produselor.

Strategia de diferențiere aleasă în determinarea avantajului competitiv al produsului determină segmentul de piață către care va fi direcționat produsul și selectează strategia de focalizare ca fiind cea mai potrivită direcționare a unui grup țintă restrâns care oferă prețuri relativ scăzute ale produsului, dar menține o calitate bună pentru a menține piața. .

Strategia de diversificare este acceptată ca fiind cea mai activă strategie de inovare. Activitatea de inovare conduce la noi domenii strategice de activitate, atât ca soluții tehnologice, cât și ca soluții de produs. Termenul de diversificare totală este adecvat aici. Spre deosebire de strategia de intrare intensivă sau largă, strategia de intrare selectivă (diversificată) pe piață este o strategie de marketing selectiv , care este asigurată prin menținerea unor prețuri accesibile și stimulente limitate de preț.

Variația de produs pentru produsul specific se va reduce la oferirea unei combinații de diferite tipuri de turism, o combinație transfrontalieră de trasee turistice care conțin obiecte de valoare naturală și atractivitate diversă, ceea ce duce la modificarea proprietăților inerente ale produselor comercializabile. . Varietatea bogată de site-uri și specificul acestora face posibilă oferirea de pachete adaptate cererii și specificului turistului, reprezentând o variație de produs. Cel mai scăzut grad de variație a produsului se realizează prin strategia de diversificare a tehnicilor de marketing în afara mixului de produse, adică. aceleași produse să fie oferite pentru segmentele individuale de piață cu o dezvoltare specifică a mixului de marketing. În

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



esență, segmentarea se face. Acesta este exemplul oferirii de trasee pentru observarea păsărilor, ciclism , drumeții sau vizitarea atracțiilor naturale mai organizate din punct de vedere al infrastructurii (ex. peșteri, fenomene de stânci etc.).

Cel mai înalt grad de variație a produsului este strategia de diferențiere. În diferențierea produselor, pe piață sunt oferite diferite variante de produse dintr-un grup. În principiu, diferențierea creează variante de produs care derivă din produse deja stăpânite și mixul de produse se dezvoltă în profunzime. Acesta va fi unul dintre rolurile părților interesate, în special ale operatorilor de turism, agenților și cluburilor. Aceștia vor putea oferi diferite opțiuni de turism natural, oferind diferite tipuri de experiențe de neuitat pentru turist.

3. Strategia de stabilire a prețurilor

Strategia de pret este orientativa, definește cadrul general de oferit persoanelor interesate care vor desfasura efectiv activitatea turistica, de exemplu tourooperatori, cluburi turistice, proprietari de hoteluri. Strategia de prețuri este legată și de factorii mediului extern și intern. Mediul extern este determinat de factori concurențiali, interesul potențialilor turiști, serviciul și calitatea cazării. Factorii interni sunt disponibilitatea populației locale de a oferi un serviciu de calitate și competitiv, de a asigura forța de muncă pentru serviciile turistice de bază și suplimentare.

La alegerea avantajelor de preț ale unui produs, este necesar să se elaboreze o strategie de gestionare a costurilor de producere a unui produs sau serviciu pentru a obține un echilibru pozitiv al vânzărilor. În ceea ce privește segmentul de piață către care este îndreptat produsul, se pregătește o strategie de focalizare către un grup țintă restrâns, care asigură prețuri relativ mici ale produsului, dar menține o calitate bună pentru a păstra piața. Întrebarea rămâne cât de îngustă este piața țintă și cât de sustenabilă poate fi aceasta în timp.

Strategia de ansamblu vizează un grup de nișă de turiști – iubitori de natură, cărora să le ofere următoarea strategie de preț: calitate acceptabilă la prețuri acceptabile. Este adaptat

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



avantajelor competitive ale traseului turistic și tendințelor în cererea și oferta de servicii turistice.

Strategia oferă opțiuni pentru posibilele tipuri de turism identificate în procesul de analiză, care sunt o gamă largă de soiuri de turism în natură, combinând turismul cu bicicleta , turismul natură - cercetare - observarea păsărilor, cercetarea faunei și florei, drumeții și turismul sportiv.

Turismul este industria în care majoritatea intervievaților din etapele anterioare ale activității proiectului văd multe oportunități neexploatare de a dezvolta potențialul regiunii transfrontaliere. Se impunea însă o diferențiere puternică și o segmentare precisă a produselor și respectiv prețurilor acestora. Ideea strategiei de preț este să fie realistă, să nu respingă potențialii turiști și să încurajeze localnicii să dezvolte activități antreprenoriale. Iată care sunt serviciile de turism care ar putea fi surse de venit pentru populația locală:

- Servicii tour operator – organizare logistică și îndrumare etc.;
- Cazare în hoteluri, pensiuni și pensiuni;
- Servicii de transport;
- de divertisment și divertisment cultural pentru a asigura un sejur plăcut;
- de ghidare și vizitare a obiectivelor turistice ;
- Vânzarea de alimente și băuturi produse locale;
- Vânzare de suveniruri;
- Capacitatea de a oferi diferite tipuri de turism permite o mare varietate de combinații de produse/servicii și atragerea de grupuri țintă diferite;
- Oferind trasee comune pe un tip de situri situate pe ambele maluri ale Dunării.

Pentru ce grupuri de turiști ar trebui să li se formeze oferte de preț diferite:

- Intern în regiune (români și bulgari) și extern (rezidenți din alte țări);
- Din diferite grupe de vârstă - studenți, vârstă activă și vârstnici;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Turisti de familie (cu si fara copii) si individuali;
- Manifestarea interesului pentru diverse tipuri de servicii turistice;
- Insolvenți (tineri și pensionari) și persoane cu venituri mari;
- de nișă interesați de aspecte specifice ale turismului natural – observarea păsărilor, cercetarea florei și faunei;
- Bicicliștii .

Atunci când se face referire la Strategia de Promovare și se utilizează părți din aceasta în viitoarele prețuri, este important să se clarifice activitățile turistice, calitatea și rolul turistului în economia locală și dezvoltarea pe termen mediu și lung a așezării. Numai așa pot fi lansate inițiative cu impact real asupra comunității. Există un potențial de dezvoltare în această direcție în cooperarea dintre autoritățile locale, administrațiile ariilor protejate și proprietarii de locuri de cazare.

4. Strategia de publicitate

Strategia de publicitate este de o importanță capitală pentru a face produsul turistic să fie recunoscut de către numărul maxim de turiști. Pentru aceasta sunt vizate atât piețele naționale bulgare și românești, cât și piețele internaționale . Strategia de publicitate oferă diverse canale și instrumente de publicitate a traseului, care la rândul lor vor promova obiectele și așezările individuale care fac parte din acesta. Cadrul strategiei de publicitate definește posibilele canale prin care pot fi interacționate potențialele grupuri țintă . Determinarea canalelor este rezultatul nevoilor identificate, în funcție de popularitatea și poziționarea publică a obiectelor individuale care alcătuiesc traseul turistic. La definirea produsului turistic inovator s-a realizat mai întâi definirea axei sale principale, care face legătura între siturile, care fac parte din patrimoniul natural și cultural protejat, care sunt identificate în cadrul studiului preliminar cu cel mai mare potențial de dezvoltare a turismului natural și cultural.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Baza campaniei de publicitate va fi construirea brandului regiunii printr-un concept unificat și platformă de comunicare. Brandul nu este doar un logo și identitate vizuală, ci și un semn recognoscibil încărcat de sens, care poate fi folosit ca valoare adăugată în orice activitate ulterioară de marketing a elementelor individuale ale traseului turistic. Brandul produsului turistic inovator va sprijini în principal dezvoltarea turismului local și va sprijini inițiativa antreprenorială locală.

Prezentarea oportunităților regiunii în toată diversitatea ei printr-o abordare unificată și sub un singur brand este mai profitabilă și datorită optimizării costurilor de publicitate. Brandul unificat va juca rolul de verigă de legătură în activitățile de promovare ale fiecărui sit turistic, municipiu, parc natural sau individual.

Primul pas în lansarea unei campanii de publicitate este dezvoltarea și alimentarea cu informații pe platforma de pe Internet, care va fi platforma principală a proiectului și promovarea separată a acesteia.

Instrumentele și canalele de publicitate adecvate pentru promovarea produsului turistic:

- Dezvoltarea unui brand (logo, mesaj) pentru a determina forme de publicitate de succes sau tipuri de medii publicitare;
- Un eveniment special pentru mass-media și părțile interesate pentru a face publice crearea produsului;
- Platformă online de informații turistice 3D;
- Un calendar de evenimente al municipiilor, parcurilor naturale și altor părți interesate, care să fie folosit ca bază pentru ofertele de specialitate din domeniul turismului;
- PR, materiale informative și publicitare și publicații în media regională, națională și europeană;
- Participarea la targuri si expozitii turistice;
- Marketing direct - e-mail - si cu un mesaj personalizat si posibilitatea de a te abona la un newsletter electronic regulat;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Reviste de specialitate - articole si pagini de publicitate cu posibilitate de vizare precisa a publicului tinta;
- Publicitate prin broșuri și pliante;
- Publicitate exterioară în locații cu trafic intens - rețea rutieră de primă clasă;
- Publicitate radio în mass-media locală;
- Banner publicitar pe site-uri si portaluri turistice specializate;
- Dezvoltarea unui canal YouTube cu materiale video educaționale;
- Crearea și dezvoltarea de profiluri în rețelele de socializare și bloguri, care sunt combinate cu succes cu alte canale digitale și activități de comunicare;
- Campanii de informare în rețelele sociale; partajare video și fotografii, posibilitatea de a partaja conținut de către vizitatorii rutei
- Articole, interviuri, comentarii și analize, comentarii „terți”, informații despre produse.

Caracteristicile pieței sunt cele care determină atât furnizarea, cât și sincronizarea (integrarea) canalelor de comunicare adecvate. Există multe tipuri și mijloace de comunicare (canale de comunicare). Domeniul posibilei lor de utilizare în scopuri de comunicare comercială este extrem de larg și rezultă că grupul sau grupurile țintă, precum și caracteristicile produsului, indică care dintre toate mediile ar trebui utilizat, pentru cât timp și cu ce intensitate. În funcție de nevoile speciale ale fiecăruia dintre ei, se pregătește forma adecvată a mesajului. În funcție de modul în care este prezentat mesajul, mijloacele de comunicare pot fi în principal clasificate ca: tipărite, electronice, interpersonale sau informale. De asemenea, este important să aveți o prezență în reviste comerciale, buletine informative, cataloage și broșuri.

Mesajele publicitare ar trebui să fie intrigante din punct de vedere emoțional și vizual, oferind în același timp suficiente informații pentru a atrage potențiali turiști. Poziționarea are ca scop crearea unei imagini a obiectului în percepțiile grupurilor țintă, care este asociată cu anumite trăsături pozitive care îi sunt inerente. Ele pot să nu fie distinctive și unice pentru el, dar pot

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



fi comunicate și cimentate în mintea consumatorilor ca atare. Din analizele făcute asupra potențialului regiunii transfrontaliere și din studiul aprofundat, s-a constatat că sunt trei aspecte care intrigă și care ar putea sta la baza poziționării acesteia: caracterul unic; impopularitatea regiunii; natura transfrontalieră care aduce valoare adăugată produsului și, în același timp, îl face foarte accesibil.

După dezvoltarea platformei de internet și adoptarea strategiei de publicitate, trebuie trimise invitații către administrațiile locale, centrele de informare turistică și agențiile de turism pentru a-și dezvolta produsele turistice în conformitate cu rutele desemnate.

5. Strategie de comunicare

Strategia de comunicare include abordări de comunicare cu mesaje cheie, mijloace de comunicare, informare, implicare și interacțiune cu grupurile țintă. Determinarea canalelor eficiente de comunicare a mesajelor exacte este rezultatul analizelor efectuate în partea de cercetare a activităților anterioare. Se dorește să aibă o atitudine deosebită în comunicarea cu tour-operatorii și agențiile de turism, care reprezintă un canal important pentru că au în continuare cea mai mare influență pe piața turistică.

Strategia de comunicare a produsului turistic inovator urmărește definirea canalelor de distribuție a produsului turistic și asigurarea recunoașterii acestuia la nivel național, transfrontalier și internațional. În practica de marketing, realizarea fiecărui produs trece prin comunicarea acestuia către publicul țintă, provocând participarea activă a acestora. Acest lucru creează angajament, care este cheia pentru a conduce acțiunile ulterioare pe piață.

O abordare de bază a comunicării este formularea unui mesaj simplu și la obiect. Mesajele pot fi audio și scrise (vizuale). Strategia actuală de comunicare are în vedere ambele abordări. Caracteristicile pieței sunt cele care determină furnizarea și calendarul canalelor de comunicare adecvate. Există multe tipuri și mijloace de comunicare (canale de comunicare). Domeniul posibilei lor de utilizare în scopuri de comunicare comercială este extrem de larg și

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



rezultă că grupul sau grupurile țintă, precum și caracteristicile produsului, indică care dintre toate mediile ar trebui utilizat, pentru cât timp și cu ce intensitate. În funcție de caracteristicile fiecăruia dintre ei, se pregătește forma adecvată a mesajului. În funcție de modul în care este prezentat mesajul, mijloacele de comunicare pot fi în principal clasificate ca: tipărite, electronice, interpersonale sau informale. De asemenea, importantă este prezența în reviste de comerț/industrie, buletine informative, cataloage și broșuri.

Primul și cel mai important obiectiv al eforturilor de comunicare este conștientizarea consumatorilor cu privire la existența regiunii transfrontaliere România-Bulgaria și a celor două parcuri naturale, ca o singură ofertă turistică cu caracteristici și oportunități unice. Această conștientizare ar trebui să vizeze atât potențialii utilizatori, cât și așa-numiții „publicul intern” care reprezintă părțile interesate. Principalul lucru despre produsele legate de anumite teritorii geografice este unicitatea lor ca resurse naturale, caracteristici culturale și capital uman. În cazul proiectului transfrontalier, există o defalcare a conceptului de regiune „geografică” în sensul său de teritoriu blocat în granițele proprii. Suma teritoriilor celor două parcuri face ca proiectul să fie supranațional, pe deplin în spiritul valorilor și politicilor europene, dar semnificativ și legat de resurse, ceea ce îl face interesant și cu potențial serios, în măsura în care condițiile dintre cele două țări implicate în ea se poate realiza un efect final sinergic . În ceea ce privește turismul, „gruparea” diferitelor oportunități pentru diferite tipuri de turism natural și cultural va aduce mai multă valoare utilizatorilor și partenerilor decât dacă ar vizita doar unul, două sau trei locuri (orașe, situri culturale, sportive sau naturale) fără conexiune organizată între ele și fără a oferi mai multe informații și implicare a vizitatorilor la obiectele și activitățile din zonă. Produsele turistice de succes sunt cele care asigură nivelul maxim de experiență în locul/locurile respective în funcție de posibilitățile de timp și spațiu, prin combinații de activități, menținerea interesului cu evenimente, activități, priveliști, trasee specifice. Și, desigur, scopul unificator al eforturilor în cauză este ca același vizitator să fie suficient de mulțumit pentru a se întoarce măcar o dată și/sau a-și împărtăși experiența cu alte

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



persoane din jurul său, adică. cu potențiali noi utilizatori. Din punct de vedere al marketingului, practica a arătat că niciun produs nu poate fi perceput de public ca unic dacă nu este prezentat ca atare, ceea ce presupune o integrare și consecvență în mesajul acestuia, sistemul de comunicare al întregului proiect, precum și disponibilitatea fiecărei unități din sistemul intern de a livra ceea ce s-a promis în comunicare. În această logică, nu trebuie uitat că turismul este mult mai mult un serviciu decât bazat pe produsul fizic.

Dezvoltarea produsului turistic este imposibilă fără creșterea educației și capacității resurselor umane. Se presupune că acest lucru va crea o nouă perspectivă pentru populația locală, care va fi motivată să continue să lucreze în regiune, să adauge valoare economică și să creadă că întregul proiect funcționează în favoarea lor.

Mesaje cheie:

- Cele două parcuri naturale și atracțiile lor oferă oportunități de turism netradițional cu valoare adăugată ridicată;
- În acestea, vizitele turistice ar trebui să fie în concordanță cu măsurile restrictive ale dezvoltării durabile și cu caracteristicile exemplarelor protejate de natură vie și nelivie;
- În teritoriile protejate nu sunt permise activități contrare cerințelor de protecție a obiectelor naturale specifice și a peisajelor supuse protecției;
- Vizitatorii din regiunea transfrontalieră au ocazia să comunice cu natura într-un mediu natural;
- O mai bună înțelegere, apreciere și satisfacție a contactului cu natura și a experienței asociate;
- Ecoturismul urmărește să aibă un impact negativ minim asupra mediului;
- Turiștii au o contribuție directă la protecția naturii a teritoriului;
- Sunt oferite beneficii directe comunității locale;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*



CMN Projects

РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ



PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Prezența elementelor culturii locale în produsele oferite, adică respectul pentru cultura locală;
- Atitudine responsabilă și adecvare la așteptările utilizatorului, de ex. îngrijire dovedită pentru clienți.

Trebuie comunicat clar că, având în vedere statutul specific al unei mari părți a teritoriilor parcului natural și a siturilor incluse, vizitele turistice trebuie să respecte:

- Regimul specificat în ordinele de declarare a teritoriului protejat relevant;
- Mișcarea ar trebui organizată și numai pe traseele, traseele și destinațiile turistice desemnate;
- În nici un caz nu trebuie permisă interferența cu diversitatea biologică - colectarea materialului sămânță, a plantelor și animalelor sălbatice, precum și introducerea de specii de plante și animale care nu sunt originare din zonă;
- Acoperă numai activitățile care nu pot perturba starea naturală sau nu pot reduce valoarea estetică a siturilor protejate;
- Nu permiteți poluarea apelor și a terenurilor cu deșeuri ca urmare a bivacuului , odihnei și a altor activități turistice;
- Pentru speciile de animale protejate, aceasta include interzicerea persecuției și perturbării, în special în timpul perioadelor de reproducere, creștere, iernare și migrație;
- Pentru speciile de plante protejate, include interzicerea culesului, adunării, tăierii, smulgerii sau distrugerii în alt mod, deținerea, cultivarea, transportul, transportul, exportul în străinătate, comercializarea și punerea în vânzare sau schimb.

Strategia de comunicare include și comunicarea proactivă și eficientă cu reprezentanții operatorilor de turism. De asemenea, este necesară crearea unor relații de durată și **activarea centrelor de informare turistică** . Participarea la expoziții internaționale și târguri de turism ca produs de sine stătător sau parte a prezentărilor naționale este, de asemenea, cheia

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;

ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



dezvoltării comunicării produselor. Este necesar să se înființeze un Comitet general care să includă reprezentanți ai tuturor părților interesate. Comitetul va fi desemnat de participanții săi și va crea o astfel de formă organizatorică încât să poată lua decizii flexibile fără a neglija interesele vreuneia dintre părțile interesate.

Comitetul va fi reprezentativ și legitim pentru toate organizațiile externe cărora li se va atribui o parte din activitățile de implementare a strategiei de marketing și promovare. Ar fi de dorit să fie incluși reprezentanți ai autorităților regionale și naționale, care să garanteze angajamentul celor două regiuni, precum și al României și Bulgariei prin reprezentarea lor, pentru realizarea scopurilor comune și a viziunii comune pentru dezvoltarea crucii. -regiune de frontieră.

PARTEA A PATRA

OBIECTIVE STRATEGICE, PRIORITĂȚI ȘI MĂSURI

Măsurile propuse reprezintă activități specifice care au scopul de a obține rezultatele dorite în legătură cu realizarea obiectivelor specifice ale strategiei de marketing și promovare a produsului turistic transfrontalier.

Obiectivul strategic 1: Dezvoltarea produsului turistic inovator ca destinație recunoscută și atractivă pentru turismul natural și cultural

Măsura 1.1 Dezvoltarea unui brand de produs turistic și introducerea managementului integrat al mărcii.

O marcă ca nume, semn sau simbol este folosită pentru a identifica produse sau servicii și pentru a le distinge de concurenți. Este un set de percepții în mintea consumatorului și include tot ceea ce cred și simt consumatorii despre un produs sau serviciu. Brandul se află în mintea unui consumator și se referă la aspecte legate de produs: experiență proprie de utilizator, stil de viață, sfaturi de la rude sau lideri de opinie, apariții publicitare, accesibilitate, ușurință în

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



utilizare. Adică, împreună cu indicarea distincției față de concurență, marca este capabilă să creeze preferințe ale consumatorilor și să construiască loialitate față de o anumită marcă.

Toate gândurile și sentimentele pe care consumatorul le asociază cu produsul pot fi atribuite mărcii, chiar dacă nu au nicio legătură directă cu consumul real sau dorit.

Marca traseului ar trebui să se bazeze pe principalele caracteristici ale destinației: natură, peisaj, oameni, cultură și istorie. Brandul este definit de modul în care aceste atribute sunt percepute de potențialii vizitatori și de valoarea emoțională pe care o poartă. Brandul trebuie să fie aliniat cu identitatea reală a destinației, iar instrumentele de marketing trebuie să fie alinate cu aceasta. Un brand puternic duce la un efect economic mai bun al activității turistice. Scopul principal în dezvoltarea unui brand puternic este creșterea competitivității și atractivității regiunii transfrontaliere incluzând teritoriile celor două parcuri naturale ca destinație turistică și ca turiștii să o prefere în comparație cu alte destinații similare . Acest lucru va contribui la creșterea efectului economic și social al turismului pentru toate părțile interesate.

Există doi pași cheie pentru realizarea activității:

1. Dezvoltarea mărcii – include analiza situației, determinarea focalizării, dezvoltarea elementelor și arhitecturii mărcii și promovarea valorilor sale de bază. Determinarea unui focus este legată de efectuarea cercetărilor pe piețele prioritare pentru a rezuma așteptările potențialilor turiști.
2. Managementul integrat al mărcii – include consistența și coordonarea la toate nivelurile, angajamentul pe termen lung față de dezvoltarea mărcii, managementul portofoliului de mărci și monitorizarea dezvoltării mărcii.

Managementul mărcii trebuie să includă un set de activități, dintre care următoarele trebuie să fie obligatorii:

- Realizați o dată pe an un sondaj de marketing în rândul unui eșantion reprezentativ de potențiali turiști de pe piețele țintă, inclusiv interne și străine. Studiul va urmări

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



creșterea vizitelor turistice, atitudinea turiștilor față de destinație și dezvoltarea afacerii antreprenorilor locali an de an;

- Efectuarea unui sondaj de marketing o dată pe an în rândul populației locale din regiunea transfrontalieră a celor două parcuri naturale pentru a urmări dacă există o schimbare în dezvoltarea economică a comunităților și bunăstarea locuitorilor;
- Procentul de implementare a strategiilor de comunicare și publicitate. Creșterea investițiilor în activități de publicitate și comunicare;
- Măsurători la nivel de produs: măsurătorile clasice la nivel de produs se fac prin compararea prețului unui produs similar fără marcă cu prețul unui produs de marcă echivalent. Toate celelalte lucruri fiind egale, diferențele de preț se datorează valorii mărcii;
- Măsurători la nivel de consumator: această abordare își propune să cartografieze mințile consumatorilor și să dezvăluie ce asociații de mărci au consumatorii în minte. Abordarea urmărește să măsoare familiaritatea (familiaritatea și înțelegerea spontană) și imaginea mărcii (asociațiile generale pe care marca le evocă). Este un indicator al măsurii în care rezultatele cercetării coincid cu obiectivele stabilite anterior în documentele strategice.

Măsura 1.2 Implementarea activităților strategiei de publicitate.

Strategia de publicitate oferă diverse canale și instrumente de publicitate a traseului, care la rândul lor vor promova obiectele și așezările individuale care fac parte din acesta. Cadrul strategiei de publicitate va determina posibilele canale prin care să interacționăm cu potențialele grupuri țintă . Instrumentele și canalele de publicitate adecvate pentru promovarea produsului turistic sunt:

- PR, materiale informative și publicitare și publicații în media regională, națională și europeană; Publicații regulate despre beneficiile produsului pe parcursul perioadei de

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



dezvoltare; Invitații către jurnaliști de a vizita și de a raporta; Segmentarea mass-media și evaluarea celor mai potrivite în care să se publice informații;

- Participarea la târguri și expoziții turistice împreună cu standurile naționale din Bulgaria și România, în principal la târguri turistice europene;
- Marketing direct - E-mail - si cu un mesaj personalizat si posibilitatea de a te abona la un newsletter electronic regulat; Folosirea serviciilor unei agenții de marketing specializate pentru a avea o bază de date și a realiza marketing direct;
- Reviste de specialitate - articole si pagini de publicitate cu posibilitate de vizare precisa a publicului tinta;
- Publicitate prin broșuri și pliante - distribuție către unitățile de cazare din ambele țări ale regiunii transfrontaliere. Limbi folosite: engleza, germana, franceza, romana si bulgara;
- Publicitate exterioară în locații cu trafic intens - rețea rutieră de primă clasă; Accent pe cele două poduri de Dunăre și legăturile cu feribotul dintre Bulgaria și România;
- Publicitate radio în mass-media locală; Scopul este de a promova turismul intern și de a genera interes din partea populației din regiunea transfrontalieră;
- Banner publicitar pe site-uri si portaluri turistice specializate;

Pozitionare digitala in randul potentialilor turisti;

Poziționarea principală va fi pe portalul/platforma digitală construită, precum și pe site-urile celor două parcuri naturale.

Sunt recomandate site-uri precum www.booking.com; www.Airbnb.com ;
<http://bulgariatravel.org/>, <http://romaniatourism.com/>, <https://www.roughguides.com/>,
<http://www.lonelyplanet.com/>, <https://www.viator.com>, <https://www.tripadvisor.com/>,
precum și pe site-urile municipalităților pe teritoriul cărora se află obiectele produsului.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Măsura 1.3 Implementarea activităților de strategie de comunicare

Strategia de comunicare a produsului turistic inovator definește canalele de distribuție și promovare a produsului turistic și asigură recunoașterea acestuia la nivel național, transfrontalier și internațional. Scopul activităților de comunicare este conștientizarea utilizatorilor cu privire la existența regiunii transfrontaliere inclusiv a teritoriilor celor două parcuri naturale, ca o singură ofertă turistică cu caracteristici și oportunități unice. Această conștientizare ar trebui să vizeze atât potențialii utilizatori, cât și așa-numiții un „public intern” care reprezintă părțile interesate.

Canalele de comunicare adecvate pentru promovarea produsului turistic sunt:

1.3.1 Eveniment special pentru mass-media și părțile interesate pentru a promova crearea produsului - în timpul creării produsului, se recomandă organizarea unui eveniment special pentru reprezentanții atât ai presei române, cât și bulgare, precum și ai mass-media europene. La acest eveniment va fi prezentat produsul turistic inovator, strategia de dezvoltare și promovare a acestuia, iar aceștia vor avea ocazia să viziteze o parte din acesta, incluzând situri atât din România, cât și din Bulgaria. Experiența de primă mână va ajuta la prezentarea mai bună a beneficiilor traseului și va face din jurnaliști ambasadorii săi naturali.

1.3.2 Dezvoltarea portalului/platforme digitale 3D – acesta este un software online care are ca scop promovarea, sistematizarea și catalogarea serviciilor turistice pe teritoriul regiunii transfrontaliere. Platforma este un sistem de management al conținutului (Content management System), care permite reprezentanților locali ai industriei turismului să adauge, editeze, dezvolta și promovează în mod autonom site-urile lor turistice, indiferent de tipul lor, complet gratuit. Scopurile software-ului sunt de a oferi acces gratuit la funcționalități înalt specializate care să permită gestionarea proceselor din sfera turismului, precum - dezvoltarea paginilor web ale hotelurilor, pensiilor, restaurantelor, muzeelor, galeriilor și altele, care sunt de obicei extrem de costisitoare . și reprezintă o dificultate de investiție pentru proprietarii și

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



administratorii de astfel de obiecte. În același timp, acestea sunt extrem de importante, întrucât canalele de informare în acest moment, precum și de a ajunge la utilizatorul final, se desfășoară exclusiv într-un mediu online. Sistemul va fi dezvoltat pe principiul unei rețele sociale care este susținută de utilizatorii săi. Suportul administrativ va fi intervenția minimă a operatorului în ceea ce privește eliminarea oricărui cod rău intenționat care ar putea apărea, precum și pur și simplu în ceea ce privește moderarea în ceea ce privește comentariile agresive, recenziile neloiale etc.

1.3.3 Calendarul de evenimente al municipiilor, parcurilor naturale și altor părți interesate, pentru a fi folosit ca bază pentru ofertele de specialitate din domeniul turismului;

1.3.4 Articole, interviuri, comentarii și analize, comentarii „terți”, informații despre produse.

1.3.5 Dezvoltarea unui canal Youtube cu materiale video educaționale; oferind turiștilor posibilitatea de a încărca ei înșiși conținutul video al călătoriei în cadrul traseului către canal. Posibilitatea de a partaja videoclipuri pe alte rețele sociale;

1.3.6 Crearea și dezvoltarea de profiluri în rețelele sociale și bloguri care sunt combinate cu succes cu alte canale digitale și activități de comunicare.

Angajarea vedetelor și a personalităților populare pentru a deveni ambasadori ai mărcii pentru produs - în acest scop este bine să atragem personalități celebre nu doar din regiunea transfrontalieră, ci și pe cele cu influență în țările care reprezintă piețele țintă . Plimbarea traseului în ambele parcuri sau părți ale acestuia și împărtășirea experienței în rețelele de socializare, materiale publicitare și emisiuni de televiziune vor contribui, fără îndoială, la construirea cunoștinței pozitive a traseului și contribuie la creșterea intenției potențialilor turiști de a-l vizita. Infuzarea unei imagini pozitive din partea celebrităților ar fi un truc viabil care ar consolida alte instrumente de marketing.

1.3.7 Campanii de informare în rețelele sociale; partajare video și fotografii, posibilitatea de a partaja conținut de către vizitatorii celor două parcuri. Alocarea unui buget pentru sponsorizarea conținutului astfel încât să ajungă la cea mai largă audiență posibilă.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Obiectivul strategic 2: Creșterea calității serviciilor existente, dezvoltarea altora noi și crearea conectivității funcționale a teritoriilor turistice

Măsura 2.1 Instruirea părților interesate cu privire la tendințele moderne de a oferi produse de eco-turism - pentru hoteluri, restaurante și TIC pentru a atrage părțile interesate pentru a fi instruite cu privire la modul de realizare a pachetelor turistice.

Măsura 2.2 Informarea industriei turistice despre dezvoltarea mărcii și propuneri de pregătire a pachetelor turistice pe baza strategiei de preț.

Măsura 2.3 Îmbunătățirea calificărilor și dobândirea de noi competențe a localnicilor interesați să se dezvolte în afacerile turistice - formarea ghizilor turistici, animatorilor, limbi străine.

Măsura 2.4 Traininguri pentru îmbunătățirea calității și includerea afacerilor locale în certificarea regională pentru serviciul de turism – pentru a le instrui cu privire la beneficiile și avantajele certificării voluntare. Pentru cerințele pe care trebuie să le îndeplinească pentru a primi un certificat.

Măsura 2.5 Întocmirea pachetelor turistice de către operatorii și cluburile turistice.

Cu obiectivul strategic 3: Îmbunătățirea calității infrastructurii fizice și turistice de pe teritoriul celor două parcuri de dezvoltare a produsului

Măsura 3.1 Investiții în infrastructura turistică;

Măsura este legată de două linii de lucru:

- activitățile administrațiilor celor două parcuri privind întreținerea și dezvoltarea infrastructurii turistice a parcului - tematică, atractivă, turistică, educațională, interpretativă etc. traseul, mobilierul parcului și elementele arhitecturale - zone de recreere, adăposturi, panouri informative și indicatoare etc.;
- activitățile altor părți interesate în construcția și întreținerea infrastructurii turistice - autorități locale, ONG-uri din domeniul turismului și sporturilor în aer liber, afaceri private etc.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Măsura 3.2 Optimizarea activității TIC ca infrastructură informațională existentă.

Cele două săli de digitizare pentru prezentarea produsului turistic vor avea sediul în centrele de vizitare ale celor două parcuri, care combină și centre de informare turistică. Acest lucru în sine va multiplica vizitele turistice la ei. Totuși, coordonatorii acestor centre ar trebui să creeze condiții care să satisfacă interesul vizitatorilor. Pe de o parte, aceasta este legată de oferirea de informații mai cuprinzătoare și mai actualizate și, pe de altă parte, de a oferi oportunități participanților la formarea produsului turistic de a obține oportunități de prezentare.

PARTEA A CINCEA

PLANUL DE IMPLEMENTARE A STRATEGIEI

Planul strategic reprezintă măsuri și activități legate logic, fiecare dintre acestea fiind necesară pentru atingerea obiectivelor de marketing. Obiectivele specifice unesc grupuri de măsuri care vizează promovarea traseului, îmbunătățirea și dezvoltarea serviciilor turistice, îmbunătățirea infrastructurii fizice și managementul traseului. Obiectivul îmbunătățirii infrastructurii fizice este orizontal, legat direct de comercializarea traseului turistic, și are scopul de a provoca angajament din partea unora dintre părțile interesate, în ale căror capacități și competențe se adresează acest obiectiv - municipalități, administrații de stat , ministere. Comercializarea unui produs turistic depinde în mare măsură de infrastructura fizică, dar poate fi aplicată și în afara acestor măsuri, de exemplu. aceste nevoi identificate pot fi considerate indirecte activității specifice.

Bugetul orientativ pentru realizarea obiectivului general al strategiei de marketing si promovare este impartit in trei obiective specifice. Suma totală pentru perioada 2023-2030 a strategiei este de 350.000 de euro. Cea mai mare resursă financiară este asigurată pentru activitățile de marketing, inclusiv crearea și gestionarea unui brand în teritoriu, certificarea

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



regională a calității. Pentru creșterea capacității și calității serviciilor, precum și îmbunătățirea infrastructurii fizice turistice, ca parte integrantă a strategiei. , 160 000 euro.

Bugetul indicativ pentru Planul de Acțiune este atașat acestei strategii.

PARTEA A șasea

SISTEMUL DE MONITORIZARE, EVALUARE ȘI DURABILITATE

Însuși cuvântul „monitorizare” înseamnă monitorizarea unui proces dat, iar în planurile și programele de monitorizare, monitorizarea urmărește să stabilească conformitatea sau neconformitatea rezultatelor cu cele planificate inițial.

În sensul prezentei strategii, „monitorizarea” este definită ca activitatea de colectare, analiză și utilizare sistematică și continuă a informațiilor obiective în scopul controlului gestiunii, identificării și luării de acțiuni corective în implementarea măsurilor avute în vedere pentru realizarea obiectivelor strategiei de marketing și promovarea unui produs turistic inovator pe teritoriile celor două parcuri naturale „Vrachanski Balkan” și „Zhelezni vrata”.

Evaluarea implementării strategiei are ca scop stabilirea în ce măsură rezultatele obținute în urma implementării planului strategic corespund așteptărilor părților interesate. Evaluarea, de regulă, se bazează pe informații colectate și analizate special. Informațiile din monitorizare (și în special informațiile din indicatorii de performanță de monitorizare) pot ajuta la identificarea acelor domenii în care este necesară o analiză mai profundă și o îmbunătățire a implementării documentului de strategie. Cu ajutorul acestor informații, este posibil să se evalueze ce obiective și activități ar trebui să fie supuse unei evaluări amănunțite și, dacă este necesar, unei actualizări. Rapoartele de evaluare a strategiei de marketing și promovare a produsului turistic pot face recomandări către administrațiile celor două parcuri pentru a întreprinde acțiuni concrete pentru îmbunătățirea procesului și atingerea rezultatelor scontate.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Monitorizarea Strategiei are ca scop acumularea de date în vederea întocmirii rapoartelor și evaluărilor de monitorizare curente și etapizate. Ar trebui să ofere feedback de încredere cu privire la starea sectorului turistic pentru luarea deciziilor corecte de management. Procesul de monitorizare este raportat prin întocmirea rapoartelor anuale de monitorizare , care descriu activitățile desfășurate în cursul anului și rezultatele imediate ale acestora.

Monitorizarea se realizează la toate nivelurile activității administrative, accentul putând fi pus pe:

- Resursele/mijloacele utilizate (monitorizarea resurselor investite);
- Activitățile planificate și/sau procesele implementate (monitorizarea performanței);
- Rezultatele finale/imediate obținute (monitorizarea rezultatelor).

Indicatorii trebuie definiți clar și cantitativ, pe baza cărora vor fi evaluate modificările ulterioare din cadrul Strategiei și al planului strategic general.

Condițional, indicatorii sunt împărțiți în trei grupuri principale:

- Indicatori de rezultate – în sistemul de indicatori ar trebui stabiliți indicatori care să permită raportarea rezultatelor obținute. Indicatorii de rezultate reprezintă efectele directe și imediate generate de implementarea unor proiecte specifice.
- Indicatori de produs - pentru a urmări implementarea activităților planificate, în vederea luării în considerare a efectului sinergic . Indicatorii de ieșire se referă la activități.
- Indicatori de impact – acești indicatori ar trebui să prevadă posibilitatea de raportare ulterioară a durabilității rezultatelor obținute.

Pot fi definite două concepte de impact - specific și general.

Impacturile specifice apar după o perioadă de timp cunoscută, dar sunt direct legate de acțiunile întreprinse. Impacturile agregate sunt efecte pe termen lung care afectează un grup larg de populație. Măsurarea celui de-al doilea tip de impact este complexă și este adesea dificil să se stabilească relații cauzale clare.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și ” Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Indicatorii sunt un instrument pentru măsurarea cantitativă a realizărilor unei anumite intervenții. Aceștia verifică eficacitatea și coerența măsurilor planificate, pe de o parte, precum și progresul înregistrat în atingerea obiectivelor pe care aceste măsuri și le-au stabilit, pe de altă parte. În timpul implementării Strategiei, o bună măsurare cantitativă servește ca bază pentru monitorizarea și evaluarea eficientă a realizărilor și oferă o idee clară despre care sunt obiectivele strategiei și ce trebuie atins prin prioritățile individuale.

Monitorizarea și evaluarea implementării Strategiei trebuie să îndeplinească următoarele aspecte cheie ale evaluării documentelor strategice:

- Economie a activităților desfășurate pentru implementarea strategiei evaluate în conformitate cu bunele principii administrative și practici de management;
- Eficiența resurselor utilizate - resurse financiare, umane, tehnice și alte resurse;
- Eficacitate în atingerea obiectivelor strategiei și evaluarea rezultatelor și impacturilor reale în comparație cu cele așteptate.

Monitorizarea este un proces continuu și raportează realizările și progresul față de obiective predeterminate prin măsurarea valorilor indicatorilor generali și specifici. Datorită naturii sale continue, măsurarea poate servi ca un sistem de avertizare timpurie și un mijloc de îmbunătățire a responsabilității. Monitorizarea urmărește dinamica obiectivelor, măsurilor și activităților evaluate și chiar a proiectelor.

Structura organizatorica si modalitatile de colectare a informatiilor

Conducerea strategiei de marketing și promovare a produsului va fi un angajament al administrațiilor parcurilor naturale „Vrachanski Balkan” și „Zhelezni vrata”, în calitatea lor de inițiatori pentru crearea produsului transfrontalier și parteneri în proiectul DIGIPARKS „Crearea unui produs turistic integrat inovator între parcurile naturale „Vrachanski Balkan” și „Porțile de Fier”. Managementul strategiei de marketing presupune participarea părților interesate de ambele părți ale graniței, care împreună planifică, implementează și actualizează,

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



dacă este necesar, activitățile specifice și succesiunea implementării, ținând cont de resursele disponibile, angajamentul partenerilor și mediul politic.

Recomandăm ca, cu participarea partenerilor, să se constituie un Comitet de Management și Monitorizare a Strategiei, care să includă, pe lângă reprezentanți ai:

- administrațiile celor două parcuri;
- reprezentanți ai afacerilor din industria turismului (turoperatori, hotelieri);
- ale municipiilor pe teritoriul cărora se află obiectivele turistice;
- cluburi turistice;
- reprezentanți ai autorităților regionale responsabile cu dezvoltarea turismului din Bulgaria și România;
- reprezentanți ai ministerelor responsabile cu teritoriile protejate din Bulgaria și România;
- ONG-uri de mediu;
- mass-media locală și națională (inclusiv electronică).

În administrațiile celor două parcuri naturale există experți care ar trebui să lucreze direct în implementarea Strategiei și monitorizarea acesteia. Aceștia sunt experții „Turism” și coordonatorii Centrelor de Informare Turistică ale parcurilor naturale. În plus, cele două administrații de parc au experți în relații publice și programe educaționale. Toți acești experți ar trebui să fie însărcinați cu activitățile pe care le vor organiza și coordona la nivel operațional.

Experți în turism și coordonatori TIC:

- Dezvoltarea unui brand de produs turistic integrat și introducerea managementului integrat de brand;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*



CMN Projects

РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ



PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA



GOVERNMENT OF BULGARIA



- Informarea industriei turistice despre dezvoltarea mărcii, despre certificare, și propuneri de pregătire a pachetelor turistice pe baza strategiei de preț;
- Investiții în producerea și amplasarea de panouri unificate și panouri informative pentru ambele părți ale traseului (Bulgaria și România), ca parte a brandului regional;
- Certificare regională;
- Intocmirea pachetelor turistice de către operatori și cluburi turistice;
- Optimizarea activității TIC ca infrastructură informațională existentă;
- Training-uri pentru părțile interesate privind tendințele actuale în oferirea de produse ecoturistice - pentru hoteluri, restaurante și TIC pentru a atrage părțile interesate pentru a crea cum să facă pachete turistice.
- Îmbunătățirea calificărilor și dobândirea de noi abilități ale localnicilor care sunt interesați să se dezvolte în afacerile turistice - formarea de ghizi turistici, animatori, limbi străine;
- Traininguri pentru îmbunătățirea calității și includerea afacerilor locale în certificarea regională pentru serviciul turistic.

Experți în PR

- Calendarul evenimentelor municipalităților, parcurilor naturale și altor părți interesate;
- Articole, interviuri, comentarii și analize, comentarii „terți”, informații despre produse;
- Dezvoltarea unui canal Youtube ;
- Creare și dezvoltare de profiluri în rețelele de socializare și bloguri;
- Campanii de informare în rețelele sociale;
- Crearea și dezvoltarea unei platforme/portal 3D inovatoare;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și “ Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



- Un eveniment special pentru mass-media și părțile interesate pentru a face publice crearea produsului;
- PR, materiale informative și publicitare și publicații în media regională, națională și europeană; Publicații regulate despre beneficiile produsului pe parcursul perioadei de dezvoltare; Invitații către jurnaliști de a vizita și de a raporta; Segmentarea mass-media și evaluarea celor mai potrivite în care să se publice informații;
- Participarea la târguri și expoziții turistice împreună cu standurile naționale din Bulgaria și România, în principal la târguri turistice europene;
- Marketing direct - E-mail - si cu un mesaj personalizat si posibilitatea de abonamentul la un buletin informativ electronic regulat; Folosirea serviciilor unei agenții de marketing specializate pentru a avea o bază de date și a realiza marketing direct;
- Reviste de specialitate - articole si pagini de publicitate cu posibilitate de vizare precisa a publicului tinta;
- Publicitate prin broșuri și pliante - distribuție către unitățile de cazare din ambele țări ale regiunii transfrontaliere. Limbi folosite: engleza, germana, franceza, romana si bulgara;
- Publicitate exterioară în locații cu trafic intens - rețea rutieră de primă clasă; Accent pe cele două poduri de Dunăre și feriboturi relațiile dintre bulgari și România;
- Publicitate radio în mass-media locală; Scopul este de a promova turismul intern și de a genera interes din partea populației din regiunea transfrontalieră;
- Banner publicitar pe site-uri si portaluri turistice specializate;
- Pozitionare digitala in randul potentialilor turisti;

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*

PARCUL NATURALI „VRACHANSKI BALKAN”

Vratsa , Kopana zona mogila , pobox 241 tel .: +359 9189 22 66 , e -mail : vratchanskybalkan@abv.bg



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE!



Considerăm că activitățile propuse mai sus, precum și implementarea altor activități după finalizarea proiectului, inclusiv Strategia de digitizare a noilor site-uri, sunt extrem de potrivite ca bază pentru dezvoltarea unui nou proiect în cadrul Crucii. -Programul de Cooperare la Frontieră „România – Bulgaria pentru următoarea perioadă de programare 2021-2027

Surse de colectare a informațiilor

Monitorizarea Strategiei acoperă următoarele surse de informare:

1. Informații din implementarea activităților de către echipa operațională (informații interne).
 - rapoarte privind activitățile finalizate;
 - rapoarte privind rezultatele realizate;
 - situațiile financiare.
2. Informații privind părțile interesate, informații statistice și anchete (informații externe).
 - informații de la părțile interesate în legătură cu activitățile Strategiei;
 - date de la institutele naționale de statistică și Eurostat privind vizitele turistice anuale în zona traseului;
 - date din sondaje, vizite ale site-urilor web etc. produse bazate pe online.

----- <http://interregrobg.eu/bg/> -----

*„ Crearea un inovatoare și integrat transfrontalier turist produs între „ Vrachanski Balcani ” și " Fier Poarta „ naturală parcuri ” este cofinanțat de cel european Uniune prin Dezvoltarea Regională Europeană Fond sub cel Interreg VA Romania-Bulgaria Programe ;
ROBG -378, Contract Nr 64582/09.05.2019*