

## STRATEGIA DE TURISM A MUNICIPIULUI SUCEAVA

*Un mare înțelept spunea că Dumnezeu a lăsat oamenilor locuri binecuvântate pentru a le reaminti că raiul există. Veniți în Bucovina și veți pleca spunând: “Cu adevărat există!”.*

Resedința a județului cu același nume, municipiul Suceava este situat aproximativ în centrul Podisului Sucevei, pe drumul european E 85, la o distanță de 432 km față de capitala României, București și la 60 km de granița cu Ucraina.

Localizare geografică - 47gr40'38" latitudine nordică și 26gr19'27" longitudine estică.

Relief - orașul este situat pe două trepte principale de relief - platoul cu altitudinea maximă în Dealul Zamca de 385 m; lunca și terasele joase ale râului Suceava cu altitudinea sub 330 m. Solurile din zona orașului cuprind și roci utile, argile folosite din vechime pentru olărit, calcare și nisipuri pentru construcții.

Clima -temperată continentală, cu temperaturi medii anuale de 8,2 grC (iulie 18 C, ianuarie -6 C). Cantitatea medie de precipitații este de 538 mm, cu maximă în iunie și minimă în februarie. Condițiile de climă, sol și relief au permis dezvoltarea pădurilor de foioase, care, în trecut, ocupau întreaga zonă din împrejurimile Sucevei

Situat pe malul drept al râului cu același nume, orașul Suceava este o așezare locuită din timpuri străvechi (paleolitic; în sec. II-III, vatră a dacilor liberi). Aflat pe calea unor importante drumuri comerciale care legau Europa Centrală și de Nord cu Marea Neagră, Suceava a fost un important centru meșteșugăresc și comercial în

sec. XIV-XVIII. A fost atestată documentar pentru prima dată în 1388, ca și capitală a Moldovei, funcție pe care a îndeplinit-o din timpul domniei lui Petru Mușat (1374-1391) și până în 1566 când Alexandru Lăpușneanu mută capitala la Iași.

Epoca de glorie a Sucevei avea să fie în timpul domniei lui Ștefan cel Mare, când devine o cetate vestită și un târg prosper. Cetatea Sucevei a fost înconjurată de aureola invincibilității, nici una din armatele care au asediat-o nu au reușit să o ocupe, deși una dintre aceste armate a fost condusă chiar de Mahomed al II-lea, cuceritorul Constantinopolului.

Prin aspectul său de astăzi, Suceava este un oraș plăcut și interesant, un important obiectiv turistic, în special prin vechile monumente ce amintesc de glorioasa Cetate de scaun a domnilor Moldovei precum și prin numeroasele manastiri și biserici de secol 14 -15 unele dintre ele fiind incluse în patrimoniul UNESCO.

Cadrul natural deosebit și patrimoniul cultural recomandă Suceava ca o destinație turistică importantă pentru N-E României.

În contextul economic mondial actual când dezvoltarea unor regiuni este selectiv orientată către acele ramuri economice fezabile pentru caracteristicile zonelor respective Primăria Suceava își propune o implicare mai activă în promovarea și susținerea unor domenii economice de interes local, național și mondial .

În concluzie adoptarea unor măsuri pentru promovarea la nivel național și internațional a orașului Suceava precum și identificarea unor surse de finanțare sau a unor parteneri externi pentru dezvoltarea turismului reprezintă una dintre prioritățile Primăriei Municipului Suceava .

In vederea structurarii unei strategii de dezvoltare a turismului a fost realizata **Analiza Swot**, rezultatele fiind urmatoarele:

### **PUNCTE TARI:**

#### **Generale:**

- imaginea externa a României s-a îmbunătățit, dar este necesara continuarea eforturilor în acest sens;
- numărul turiștilor străini sosiți în România înregistrează un trend pozitiv;

#### **Potențialul natural :**

- natura intactă, favorabilă dezvoltării unui turism ecologic și în natură;
- cadru natural deosebit;
- bogat potențial cultural.

#### **Componenta de cazare :**

- serviciile de cazare sunt acceptabile;
- prestatorii de servicii sunt amabili și ospitalieri.

#### **Turismul cultural:**

- potențialul cultural este foarte bun, dar ar trebui cunoscut și exploatat mai mult;
- este apreciat în mod special potențialul cultural al Bucovinei ;
- oferta culturală este foarte diversificată.

#### **Calitatea personalului din turism :**

- angajații din turismul sucevean se disting prin amabilitate
- buna pregatire profesională.

### **Gastronomia românească**

- de multe ori depășește așteptările ;
- mâncarea și băutura sunt acceptabile din punct de vedere al calitatii – în special în restaurante, mai puțin în hoteluri și pensiuni.

### **Ospitalitatea:**

- este caracterizată ca fiind foarte bună oriunde în țară;
- este evidențiată de toți turiștii ca un punct tare ;
- foarte apreciată de turiști și de ghizii străini în egală măsură.

### **Activitatea tour operatorilor:**

- este apreciată ca fiind bună și foarte bună;
- tour-operatorii se implică activ în relația cu partenerii externi;
- cei mai mulți clienți s-au declarat mulțumiți;
- îmbunătățirea calitatii este un proces continuu .

### **PUNCTE SLABE**

#### **Generale :**

- infrastructura
- sezonul estival este prea scurt;
- in opinia turiștilor străini nu toate componentelor prezentate în oferte se regăsesc și la fața locului (componenta etica a ofertantilor din turism);
- raportul pret calitate nu este intotdeauna corect;
- deficiente ale infrastructurii turistice;

- lipsa magazinelor de suveniruri (articole sportive, suveniruri, harti ghiduri, pliante);
- starea de conservare și de curățenie a unor monumente;
- lipsa semnalizării turistice;
- insuficienta ofertă de agrement;
- numărul redus al centrelor de informare turistică; lipsa materialelor promoționale de tipul broșurilor oferite gratuit în cadrul unităților de cazare, lipsa unor ghiduri culturale din care turistul să poată afla activitățile și evenimentele culturale ce se desfășoară pe parcursul sejurului său;
- lipsa evenimentelor care pun în evidență tradițiile și obiceiurile din regiune.

#### **Potențialul natural :**

- trebuie îmbunătățit aspectul spațiilor verzi ;
- trebuie controlată poluarea unor ape și a unor zone de interes turistic.

#### **Componenta de cazare :**

- nu toate hotelurile respecta condițiile standardelor afișate;
- hotelurile de trei stele sunt insuficiente;
- părerile turiștilor străini legate de cazare nu sunt tot timpul optime: standardele de curățenie nu corespund, serviciile sunt proaste, micul dejun nu este tot timpul corespunzător;
- standardele oferite sunt caracterizate de unii turiști ca fiind simple, adesea cu un “farmec estic”;
- indicele de ocupare a capacității de cazare este redus (cca 30%).

#### **Turismul cultural:**

- insuficiente masuri de protejare și conservare a monumentelor culturale;

- punere în valoare a acestora (iluminare, semnalizare) este deficitară;
- promovarea și valorificarea unor monumente culturale este insuficientă.

### **Calitatea serviciilor :**

- slaba calitate a serviciilor turistice;
- lipsa de pregătire și de motivare a resurselor umane din turism;
- personalul din hotelurile clasate sub 4 stele nu au tot timpul pregătire de specialitate .

### **Componenta gastronomică:**

- servirea este slab-calitativa, turistii trebuie sa astepte mult pentru a fi serviti, muzica este uneori prea tare, iar mancare adusa este adesea rece;
- lipsa unor meniuri vegetale și lipsa produselor proaspete;
- mâncare internațională în exces, în detrimentul mâncărurilor tradiționale;
- necesitatea de produse locale (de ex. sucuri naturale de fructe locale);
- vinurile românești tradiționale nu sunt cunoscute suficient, in detrimentul soiurilor de vin internaționale produse în România;
- timpul de așteptare până la preluarea comenzii și până la servire este adesea prea mare.

### **Activitatea tour operatorilor**

- comunicarea necesita imbunatatiri semnificative;
- metodele de lucru utilizate nu sunt foarte dinamice și creative.

### **Serviciile publice și de transport :**

- slabe, cu excepția serviciilor prestate de parteneri (agenții de turism);

- infrastructura pentru biciclete trebuie îmbunătățită considerabil, în unele localități ea lipsind cu desăvârșire;
- perturbarea transportului datorită stării căilor de acces, a infrastructurii precare, lipsa indicatoarelor și a semnalizării corespunzătoare.

### **Alte componente:**

- insuficiența materialelor de promovare (pliante, afișe mari, pliante ale unităților hoteliere și ale pensiunilor și slabă calitate a acestora);
- instabilitatea prețurilor;
- lipsa unei hărți tematice pentru programe de turism pe biciclete și lipsa posibilităților de a transporta cu trenul bicicletele dintr-o localitate în alta;
- lipsa de comunicare și de coeziune între comunitățile umane pentru realizarea unor obiective de interes comun; lipsa de respect față de mediul natural și, uneori, față de patrimoniul cultural;
- interes scăzut pentru investiții.

### **OPORTUNITATI**

- România și implicit Suceava este percepută ca o destinație sigură;
- există legislația minimă necesară;
- există organizații și fonduri pentru ariile protejate și preocupări pentru valorificarea biodiversității;
- tour operatorii străini vor introduce noi destinații în programele lor turistice printre care se include și Bucovina (Suceava ar trebui să profite de interesul turistilor pentru zona Bucovinei)
- tour operatorii străini sunt interesați de info-toururi (dintre toți tour-operatorii intervievați cei mai mulți sunt interesați de Delta Dunării, de Maramureș și **Bucovina**, de Porțile de Fier și Banat, de zonele de drumeție, de turism cultural și de turism activ)

- opinia turiștilor care au vizitat Bucovina este mai bună decât imaginea pe care o are România în exterior. Se apreciază în mod special ospitalitatea, natura, peisajele, traseele propice drumețiilor montane, ospitalitatea;

### **AMENINTARI**

- creșterea în însemnătate a unor alte destinații turistice ce oferă produse similare (Bulgaria)
- nu ar trebui încercată neapărat imitarea standardelor din vest, dar ar trebui să se păstreze specificul propriu și autenticitatea ofertei turistice.
- scepticismul turiștilor străini în privința României.

Destinația turistică Bucovina este inclusă în aproximativ 80 % din circuitele turistice din România, însă, în general, este considerată o zonă de tranzit, durata medie a șederii turiștilor aici fiind de 1,5 nopți.

Prezenta strategie își propune să identifice măsurile, acțiunile și direcțiile care trebuie urmate în vederea îndeplinirii unor obiective pe termen mediu și lung.

Premisele care determină administrația locală să intensifice eforturile pentru promovarea locală și dezvoltarea turismului sunt :

- schimbările majore intervenite în structura industriei locale determină reorientarea atât a investitorilor, capitalurilor cât și a forței de muncă;
- cadrul natural, istoric, monumentele arhitectonice și religioase creează baza necesară pentru dezvoltarea turismului la nivel local ;
- concurența existentă la nivel mondial impune îmbunătățirea serviciilor, promovarea și corelarea eforturilor tuturor factorilor la nivel local .

Obiectivele acestei strategii la nivel local sunt :

- dezvoltarea produsului turistic și stimularea cererii pentru produsele turistice locale ;



- cresterea veniturilor din turism, stimularea investitiilor si crearea de noi locuri de munca in acest sector ;
- cresterea competitivitatii produselor turistice locale pe pietele externe actuale si potentiale ;
- dezvoltarea bazei materiale (hoteluri, restaurante, divertisment) si a infrastructurii (transport, comunicatii, servicii publice) ;
- imbunatatirea activitatii de marketing si promovare locala.

Trebuie sa precizam de la bun inceput ca aceasta strategie se doreste a fi doar un document care sa stabileasca in mod generic politicile si actiunile la nivel legal, urmand ca fiecare dintre acestea sa fie detaliate si implementate de autoritatile locale si operatorii de turism local.

Scopul final al acestei strategii este atragerea unui numar cat mai mare de turisti in municipiul Suceava.

Investitiile realizate in ultimul an mai ales in domeniul infrastructurii rutiere , a managementului deseurilor, materialelor informative si in actiunile de infrumusetare a municipiului Suceava reprezinta o dovada in plus a eforturilor prin care Primaria Suceava intelege sa contribuie la efortul general de promovare a valorilor locale in vederea dezvoltarii turismului in acesta regiune a Romaniei.

In acest sens intentinam sa avem o colaborare permanenta cu toate institutiile, societatile si organizatiile care au ca obiect de activitate turismul in vederea unificarii eforturilor de promovare a orasului Suceava si de dezvoltare a turismului local, pentru ca Suceava sa devina orasul european pe care ni-l dorim cu totii, cunoscut in lume pentru valorile lui si pentru ca mai bine pentru Suceava inseamna mai bine pentru fiecare dintre noi.

In vederea promovarii si dezvoltarii turismului, Primaria Suceava isi propune derularea, impreuna cu toti factorii locali implicati in activitatile care au legatura directa sau conexa cu turismul, unor actiuni atat la nivel local cat si international :

### **1. Infiintarea unui compartiment de turism in cadrul institutiei**

Incepand din prima jumătate a anului 2006, in cadrul Serviciului Integrare Europeana si Strategii de Dezvoltare va fi organizat un compartiment de turism. Rolul personalului angajat in acest compartiment (personal care trebuie sa aiba obligatoriu atat studii cat si experienta in domeniu) va fi acela de coordonare a activitatilor de promovare turistica a municipiului Suceava.

### **2. Parteneriate de tip public – privat in vederea organizarii unor evenimente locale care vor fi promovate pe plan national si international**

In acest moment exista urmatoarele tipuri de colaborari :

1) Intre agentiile de turism si hoteluri, pensiuni, case de vacanta, restaurante, prin organizare de diferite manifestari gazduite de Municipiul Suceava cu diferite ocazii : cazare, masa, mese festive; manifestari gastronomice;

2) Intre agentiile de turism si ansamblurile folclorice locale prin organizarea de prezentari ale portului popular local, a diferitelor cantece si dansuri populare din zona;

3) Intre agentiile de turism si artizanii locali prin organizare de prezentari ale traditiilor si mestesugurilor locale mostenite :demonstratii ale lucru pe razboiul de tesut; pe roata olarului; tesut pe panza; pictura pe oua cu diferite culori din plante, uleiuri sau cu ceara si margele;

4) Intre agentiile de turism si Primaria Municipiului Suceava pentru organizarea diferitelor festivaluri locale, manifestari, spectacole, demonstratii artizanale si ale portului popular; serbari ale orasului.

5) Intre agentiile de turism si Complexul Muzeal Bucovina.

6) Intre Primaria Municipiului Suceava si Complexul Muzeal Bucovina, ansambluri folclorice, artizani locali, hoteluri.

O condiție esențială a elaborării și implementării **Programului de Marketing și Promovare a Sucevei** o reprezintă crearea cadrului organizatoric adecvat – de tip partenerial – între organe ale administrației centrale și locale de stat, agenți economici, asociații și organizații profesionale, cu statut propriu de organizare și funcționare.

Este necesar crearea unui organism de promovare zonala care ar da posibilitatea ca orice turist care intenționează să efectueze un voiaj în Bucovina sa poata obține informații și sa efectueze rezervări apelând la serviciile acestui centru, cu sediul în Suceava și filiale în principalele destinații turistice ale Bucovinei. În plus, considerăm că este benefică o colaborare cu celelalte centre de informare turistică din România pentru a promova realizarea unor circuite care să lege zonele turistice vecine (de exemplu, un circuit în nord-estul României va include în itinerar Neamțul, Bucovina și Maramureșul).

Deasemenea, aceasta colaborare ;a nivel local va deveni functionala si in cazul organizarii de evenimente locale (culturale, sociale, distractive ) tocmai pentru a asigura atat calitatea necesara in derularea acestui gen de evenimente, cat si promovarea lor.

In acest sens, Primaria Suceava urmeaza sa semneze parteneriate tip cu toti operatorii de turism interesati intr-o colaborare, urmand ca prevederile foarte generale ale acestor acorduri sa fie detaliate in functie de fiecare eveniment/ actiune/ activitate in parte. In acest fel va fi creat **Grupul local de promovare a turismului** , din care vor face parte reprezentanti ai autoritatilor publice locale , institutii de invatamant , operatori de turism , firme de media , agentii ne

guvernementale , mass media , unii dintre acestia contribuind activ la prezenta strategie de turism .

### **3. Editarea de materiale informative ( pliante, harti turistice ) care vor contine detalii despre obiectivele turistice locale precum si **afisarea de harti turistice pe panouri luminoase in locuri publice****

Aceste materiale informative vor fi publicate in parteneriat cu agenti economici locali, avand drept scop promovarea valorilor locale impreuna cu promovarea turistica.

Materialele informative vor fi distribuite sub forma gratuita in retelele de hoteluri, restaurante, agentii de turism, statii de distributie carburanti.

Deasemenea, aceste publicatii vor constitui suportul informativ pentru promovarea locala in cadrul participarii membrilor grupului local de initiativa in domeniul turismului la manifestari ce permit promovarea turismului sucevean la nivel national si international.

Pentru a facilita informarea vizitatorilor din Suceava cu privire la locațiile atracțiilor considerăm că este indispensabilă crearea unei **rețele de semnalare turistică**. În aceste sens, trebuie definite:

- informațiile ce trebuie oferite (hărți, vizualizarea locațiilor obiectivelor turistice și structurilor de primire, adresele de contact direct cu acestea etc.) și limbile în care vor fi furnizate;
- nivelurile de informație (intrarea în teritoriu, apropierea de zonele menționate); amplasările exacte ale punctelor de informare turistică;
- estetica panourilor, normele grafice și materialele utilizate;
- organizarea punerii în practică și întreținerea acestor panouri.

**4. Includerea orasului Suceava in oferta de circuite turistice care cuprinde obiective din nord-estul Romaniei** precum si colaborarea cu alte institutii ale administratiei publice judetene pentru definirea unei strategii unitare de promovare a turismului la nivelul judetului Suceava .

In acest sens, Primariei Suceava ii revine sarcina de a se implica in refacerea infrastructurii rutiere la nivel local, prioritate având cele care asigură accesul spre punctele de interes turistic, de regulă frecvent căutate, precum si colaborarea cu celelalte unitati ale administratiei publice locale pentru crearea unei strategii de actiune unitara la nivel judetean.

Deasemenea, este necesara consolidarea relațiilor de parteneriat între toți operatorii turistici din zonă.

Obiectivul principal, pe termen scurt, al acestei activitati este acela de promovare reciproca intre orasele din zona Bucovinei, tinand cont de faptul ca turistii sunt atrasi in principal de programe care includ circuite (cat mai complexe din punct de vedere al ofertei, continutului, tematicii).

In acest sens trebuie concepute și promovate programe turistice care să combine vizitarea obiectivelor turistice din Bucovina cu cele din Maramureș, Neamț sau de exemplu realizarea unui circuit Dracula care să includă Bucovina și Bistrița (Castelul Dracula din Pasul Tihuța);

In acelasi context, un accent deosebit va fi axat pe promovarea la nivel international prin intermediul relatiilor de parteneriat si/sau colaborare in domeniul administrativ/ educational si economic.

Astfel, atat Primaria Suceava (prin protocoalele de parteneriat semnate cu orasele Sosnowiec-Polonia si Cernauti-Ucraina) cat si celelalte institutii publice si agenti economici prin relatiile de cooperare in toate domeniile de activitate vor deveni factori activi in promovarea turismului la nivel international.

## **5. Organizarea anuala de evenimente culturale**

Actiunea aceasta presupune realizarea unui calendar anual al evenimentelor (targuri, expozitii, festivaluri, etc) care urmeaza a fi promovat in vederea permanentizarii derularii cu o anumita periodicitate a acestor manifestari.( Prima varianta a acestui calendar este anexata acestui document ) . Acest lucru poate determina, la randul sau, o periodicitate in programul turistic de vizitare a Sucevei de amatorii de astfel de evenimente, atat la nivel national, cat mai ales la nivel international.

Calendarul va cuprinde atat evenimentele clasice ( Zilele Sucevei, Targul Mesterilor Populari), cat si celelalte actiuni organizate in parteneriat cu agentii de dezvoltare la nivel local ( de ex. Camera de Comert, Industrie si Agricultura), actiuni ce presupun participarea agentilor economici si, implicit, a oamenilor de afaceri.

Actiunile din acest calendar vor fi atat periodice/clasice, dar vor apare si altele noi in fiecare sezon, intentia fiind aceea de a avea o oferta diversificata de evenimente la nivel local, care sa determine o dezvoltare a turismului in municipiul Suceava.

Din acest calendar vor face parte, printre altele, urmatoarele evenimente: Zilele Sucevei, Festivalul de Arta Medievala, Targul Mesterilor Olari, Festivalul international al cantului si portului popular “ Intalniri Bucovinene”, Festivalul Berii, Festivalul Vinului – Zilele Recoltei.

O oportunitate bună de a atrage turiștii în Suceava ar putea s-o reprezinte organizarea unui festival (de exemplu, un festival de muzică religioasă sau Festivalul pop-rock „Cetatea”), care să aibă ecouri pe plan intern, urmând ca, ulterior, să aibă repercusiuni și pe plan extern. În momentul de față, cel mai mare aflux de turiști în Suceava se înregistrează cu ocazia „Târgului meșterilor olari” din

luna august și cu prilejul „Zilelor Sucevei” pe data de 24 iunie, atunci când este „Slujba de Hram” de la Mănăstirea Sf. Ioan cel Nou de la Suceava.

Pentru viitor se urmărește organizarea unui număr mai mare de festivaluri locale cu caracter bucovinean, de exemplu: Festivalul sarmalelor, Festivalul cartofului, Festival anual gastronomic, Festivalul portului popular, Festivalul Tradițiilor și Obiceiurilor Bucovinene – organizat de 2 ori pe an cu ocazia sărbătorilor de Paște și de Crăciun.

## **6. Organizarea unor evenimente, conferințe, seminarii, stagii de pregătire cu participare internațională**

În contextul politico-economic mondial actual, noțiunea de “oras european” trebuie definită și prin participarea municipiului Suceava la proiecte, programe, acțiuni internaționale care să asigure promovare și mediatizare, concomitent cu politici de dezvoltare locală.

În acest scop, prezenta strategie își propune ca obiectiv pe termen lung organizarea unor evenimente, conferințe, seminarii, stagii de pregătire cu participare internațională. Acest fel de evenimente oferă pe lângă posibilitatea oferită de schimbul de experiență în domenii diverse, și o oportunitate de a organiza circuite turistice, vizite culturale, în vederea promovării turistice a Sucevei între participanți, fie ei români sau din alte țări.

Pentru realizarea acestui obiectiv este necesară însă dotarea structurilor de primire cu **săli pentru conferințe și seminarii**, precum și cu infrastructura aferentă, deoarece afacerile se numără printre motivațiile principale ale turiștilor de a reveni în Bucovina și de a cunoaște zona.

## **7. Participarea alaturi de partenerii din sectorul privat la targuri internationale de turism**

Prezenta unor reprezentanti ai autoritatilor locale sau a unor modele de promovare realizate in cooperare cu autoritatile locale la astfel de evenimente confera credibilitate, ideea de transparenta si cooperare la nivel local si, in special, incredere atat in promovarea in sine cat si in luarea deciziei privitor la vacante si/sau calatorii de afaceri.

Astfel, in masura posibilitatilor financiare, Primaria Suceava isi propune participarea sau sprijin financiar si logistic pentru reprezentanti ai operatorilor locali la targuri nationale si internationale, pentru a asigura promovarea municipiului la un nivel cat mai reprezentativ.

Dacă avem în vedere concurența acerbă de pe piața turistică internațională, credem că se impune participarea cu stand propriu la cât mai multe **târguri și expoziții internaționale**, atât în cadrul pavilioanelor naționale, cât și în cadrul saloanelor specializate pe teme turistice, unde produsului turistic Bucovina trebuie să i se realizeze o promovare agresivă.

O campanie promoțională care vizează Suceava ca destinație turistică considerăm că este indicat să țină seama de următoarele aspecte:

- dacă publicitatea care se realizează în favoarea Sucevei nu este corespunzătoare, impresia pe care o va face asupra potențialilor turiști clienți va fi și ea necorespunzătoare;
- un turist nu va parcurge mii de kilometri pentru a vedea ceva ce poate găsi în țara sa; ca urmare, publicitatea trebuie să prezinte ceva unic;
- publicitatea trebuie să suscite în spiritul aceluia care o citește sau o vede - o imagine de neuitat a destinației turistice Suceava;
- mesajele publicitare trebuie exprimate într-o limbă vie, interesantă, renunțând la clișeele convenționale.



Cel mai eficient mijloc de promovare a turismului, în general în România și în particular în Suceava, îl constituie publicitatea realizată de turiștii care ne-au vizitat zona și care au fost satisfăcuți atât de obiectivele turistice, cât și de calitatea serviciilor de care au beneficiat. Ideal este ca turiștii satisfăcuți să recomande și cunoștințelor vizitarea zonei, respectiv apelarea la acea agenție de turism sau unitate de cazare care s-a ridicat la înălțimea exigențelor acelor clienți.

## **8. Montarea unor indicatoare rutiere care sa faciliteze accesul catre principalele obiective turistice locale si promovarea unor trasee turistice principale**

Actiunea va fi aplicata in concordanta cu cea de elaborare a materialelor informative, in vederea crearii unui cadru unitar la nivel local, in privinta obiectivelor turistice.

Se va tipari o harta a municipiului Suceava pe care vor fi marcate traseele turistice cu durata diferita, obiectivele turistice importante; iesirile din oras catre diferite obiective turistice importante din judet.

Dintre traseele propuse in prima faza, mentionam urmatoarele:

- A. Biserica Sf. Dumitru → Curtea Domneasca → Biserica Domnitelor → Biserica Mirauti → Manastirea Sf. Ioan → Muzeul National al Bucovinei → Curtea Domneasca
- B. Manastirea Zamca → Biserica Turnu Rosu → Observatorul astronomic Planetariu → Casa Simion Florea Marian → Muzeul Satului Bucovinean → Cetatea de Scaun – Platoul Cetatii
- C. Manastirea Dragomirna → Biserica Sf.Cruce din Patrauti → Biserica Sf Nicolae a Manastirii Probota

## **9. Amenajarea unui centru de informare turistica la nivel local ( posibil in sediul Primariei) si a unor centre de informare in unitatile de cazare, spatii publice**

Acesta va trebui să pună la dispoziția vizitatorilor informații și materiale publicitare (ghiduri, broșuri, atlase, pliante, prospecte, hărți, casete video, CD-uri) cu privire la atracțiile turistice (obiective naturale, culturale etc.), circuitele posibile și posibilitățile de cazare, masă, transport, agrement, tratament din județul Suceava. Aceste materiale promoționale trebuie să fie diversificate, de o calitate grafică, artistică și informațională deosebită și oferite în mod gratuit.

Crearea unui astfel de centru are scopul de a promova turismul din zonă prin intermediul unor acțiuni care să ajute și să informeze pe turiști despre locurile pe care Bucovina și împrejurimile sale le poate oferi. Aici trebuie să fie oferite informații utile fiecăruia dintre călătorii, sosiți cu trenul, autoturismul, autocarul sau avionul în Suceava. Intenția finală este aceea de a promova municipiul Suceava ca poartă spre Bucovina.

**Locul** în care urmează a fi amplasat acest centru trebuie să fie vizibil, cu un aflux ridicat de turiști, accesibil acestora. Indiferent de locul amplasării centrului, acesta urmează să fie înscris în toate ghidurile turistice, promovat la toți operatorii din turism, precum și prin panourile indicatoare, precizându-se adresa și cum se poate ajunge la acest centru. Indicatoarele urmează să fie amplasate pe traseu, începând cu porțile de intrare în municipiu, respectiv, aeroport, gară, stații de autobuz care efectuează curse județene și interjudețene.

De asemenea, informații cu privire la existența acestui centru și datele pe care le poate oferi urmează să fie publicate în ghiduri internaționale sau pagini web în care au apărut deja capitole despre România, unde sunt incluse și hărți ale Sucevei.

Complementar acestui centru este necesară realizarea unui **punct electronic stradal de informare turistică pe baza unei aplicații soft de promovare turistică.**

Acest punct de informare pilot trebuie situat într-un loc de maxim tranzit (de exemplu, în centrul orașului Suceava – loc în care afluența de turiști este maximă). Punctul va furniza informația necesară oricărui turist care intenționează să viziteze județul Suceava, într-o prezentare inedită, simplă și cu maxim impact, care să concentreze toate informațiile necesare turiștilor.

Aplicația trebuie să fie spectaculoasă (va atrage turistul), bilingvă (română și engleză) și va prezenta datele cele mai importante (căi de acces, oferte de cazare, alimentație etc.) într-un mod cât mai simplu și mai ușor de reținut. Ea va fi concepută într-o manieră modernă (animație, efecte speciale, sunet), având o durată de aproximativ 15-20 minute.

Cd-rom-ul de promovare a turismului din Bucovina poate conține această aplicație multimedia și celelalte site-uri de prezentare turistică a județului Suceava, furnizând informații complete despre orice punct de interes turistic.

O altă propunere cu privire la promovarea turismului în Bucovina constă în amplasarea unor puncte de informare turistică (info-desk-uri semnalizate printr-un indicator cu internaționalul ”I” deja cunoscut) în cadrul unităților de cazare. Aici turiștii pot afla informații despre atracțiile zonei, calendarul evenimentelor culturale (festivaluri, târguri meșteșugărești, obiceiuri populare), destinații, unități de cazare, masă, agrement, tratament, muzee, centre culturale etc. Tot aici pot fi expuse produse specifice, locale/regionale, de artă populară: ceramică, ouă încondeiate, măști populare, linguri de lemn și alte obiecte de artizanat, care să fie și comercializate.

**10. Punerea la dispozitie a unor spatii de afisaj in sediile institutiilor publice si in locuri publice special amenajate** pentru a permite derularea unor actiuni de promovare locala si informare turistica

**11. Facilitarea accesului direct de pe pagina de internet a Primariei pentru site-uri care sunt destinate promovarii locale si dezvoltarii turismului**

Pagina de web a Primariei Suceava va fi finalizata nu mai tarziu de luna aprilie 2007. Astfel, ea va asigura accesul direct catre site-uri destinate promovarii locale si dezvoltarii turismului.

Aceasta facilitate face parte din politica de promovare derulata de Primaria Suceava si deasemenea este rezultatul acordurilor de parteneriat care vor fi incheiate cu operatorii de turism la nivel local.

**12. Identificarea unor surse de finantare europene pentru proiecte comune de promovare a valorilor locale si dezvoltare a turismului**

Derularea unor campanii de promovare care includ si editarea de materiale promotionale presupune costuri care pot fi acoperite din fonduri nerambursabile. In acest context, Primaria Suceava va colabora cu parteneri locali pentru derularea unor proiecte finantate partial sau integral din surse externe.

**13. Actiuni de ecologizare in zona monumentelor istorice si in parcurile de pe teritoriul orasului**

Strategia de promovare locala se doreste a fi realizata avand drept pion central monumentele de arhitectura, istorice si cadrul natural local. In acest scop, ne propunem continuarea actiunilor desfasurate in prezent, in colaborare cu unitati de invatamant si Agentia de Protectie a Mediului, actiuni care privesc ecologizarea si conservarea monumentelor istorice si a spatiilor verzi din municipiul Suceava.

#### **14. Amenajarea in parcul dendrologic Sipote a unui centru turistic multinational cu spatii de cazare, restaurante si activitati de divertisment**

Transferul parcului Sipote in administrarea Primariei Suceava este un obiectiv de importanta majora, avand in vedere locatia, potentialul si istoricul acestui parc.

In cadrul actiunilor de promovare a turismului la nivel local, Parcul Sipote reprezinta un imens potential ce trebuie valorificat in interesul comunitatii locale si al mediului de afaceri.

Schita de proiect a municipalitatii pentru acest parc presupune amenajarea unui centru turistic multinational, cu restaurante, facilitati pentru sport, spatii de cazare si agrement, spatii de cultura (teatru in aer liber).

Astfel, ne dorim ca acest parc, care actualmente se afla intr-un stadiu avansat de degradare sa devina o oaza de verdeata, un spatiu de recreere perfect, dar si o sursa de venituri pentru administratia locala si operatorii de turism.

In vederea dezvoltarii acestei zone, Primaria Suceava isi propune crearea unui parteneriat public-privat in care proprietarul terenului, respectiv Consiliul Local, va oferi facilitati pentru cei interesati sa investeasca in aceasta zona cu potential turistic imens, dar din pacate nevalorificat la ora actuala.

#### **15. Organizarea de evenimente in zona Cetatii de Scaun a Sucevei si in incinta Muzeului Satului Bucovinean**

In vederea valorificarii potentialului turistic al Cetatii de Scaun, aceasta emblema a Sucevei, pe langa actiunile de promovare si semnalizare traseistica, ne propunem organizarea unor evenimente in zona si/sau incinta Cetatii.

Astfel, in anul 2005 a demarat Festivalul de Arta Medievala, acesta urmand sa figureze de acum in calendarul evenimentelor din Suceava.

Intentia este aceea de a include Cetatea de Scaun in programul fiecarui eveniment organizat la nivel local, indiferent daca tematica acestuia este culturala, .... sau economica.

Muzeul Satului Bucovinean reprezinta deasemenea un obiectiv al carui potential turistic trebuie valorificat la capacitate maxima.

In viitor vom organiza manifestari folclorice care sa promoveze aceasta zona culturala si, asemeni Cetatii de Scaun, vom introduce acest obiectiv in ofertele de trasee turistice in categoria obiectivelor reprezentative pentru Suceava.

## **16. Organizarea de campanii de promovare a Sucevei in România si în străinătate**

Obiectivele și strategiile privind promovarea pe piață a produsului turistic Suceava vor fi implementate printr-un **Program de Marketing și Promovare a Sucevei**, care va cuprinde acțiuni cu adresabilitate la nivelul profesioniștilor din turism și/sau al potențialilor turiști.

Programul va fi revizuit și adaptat periodic (de preferință anual) de grupul local de initiative in domeniul turismului și va cuprinde:

- evaluarea rezultatelor activității de turism;
- analiza activității de promovare desfășurate;
- analiza tendințelor cererii turistice;
- analiza serviciilor și produselor oferite;
- identificarea de noi produse și servicii ce pot fi oferite cu succes pe piață;
- stabilirea cheltuielilor necesare pentru implementarea programului;
- stabilirea cadrului organizatoric de realizare;
- evaluarea impactului pe care îl va avea aplicarea programului propus asupra pieței turistice interne (număr de turiști, venituri din turism).

Programul de promovare a orașului Suceava va avea în vedere două obiective principale: prezentarea într-un mod cât mai atrăgător a avantajelor vizitării de către turiști a zonei și crearea unei bune reputații pentru serviciile turistice din această regiune.

### **17. Sprijinirea și stimularea operatorilor de turism în vederea promovării turismului local**

În momentul de față, în Suceava nu par să existe agenții de voiaj locale care să fie recunoscute ca **agenții receptoare** („ground operator”) de către societățile de turism naționale și europene.

Agențiile de turism locale (ca, de altfel, majoritatea celor din România) preferă să desfășoare o activitate de outgoing (trimiterea turiștilor români în străinătate), prestând o activitate de detașiști pentru tur-operatorii din București sau alte orașe mari din țară.

Ca urmare, o oportunitate deosebită a agențiilor de voiaj locale o constituie dezvoltarea activității de incoming, constând în atragerea turiștilor străini în Suceava. În acest sens, este necesară colaborarea cu marii tur-operatori internaționali precum TUI, Thomson, American Express, Thomas Cook etc.

În acest domeniu, operatorii din turism au semnalat problemele care apar uneori în relația între agențiile de turism și unitățile de cazare, comunicarea dintre acestea fiind uneori defectuoasă.

În viitor, printr-o politică unitară la nivelul întregului municipiu, se propune realizarea unei comunicări eficiente între operatorii de turism și autoritățile publice pentru coordonarea acțiunilor la nivel local.

## **18. Stimularea turismului de afaceri ca sursa semnificativa de venituri la nivel local**

În ultimul timp se acordă o atenție deosebită segmentului de piață turistică a călătoriilor de afaceri, congrese și reuniuni. Importanța acestui gen de turism constă în faptul că se poate desfășura pe tot parcursul anului, indiferent de sezon. Oamenii de afaceri se deplasează de mai multe ori pe an și cheltuiesc în medie, într-un voiaj, de două ori mai mult decât turiștii obișnuiți.

Pe plan local se constată o tendință de creștere a numărului călătoriilor de afaceri congrese și reuniuni. Studii recente evidențiază faptul că principalele motive pentru care turiștii români aleg ca destinație orașul Suceava sunt:

- delegație, afaceri – 65,1%
- întruniri, simpozioane – 19%
- turism (propriu zis) – 11,1%

Turiștii străini au, în schimb, ca motivație principală turismul, 69,9%, și doar 15,4% sosesc aici în scop de afaceri.

Zona urbană dispune de un potențial semnificativ în acest sens, insuficient exploatat pentru moment. Oferta se limitează la buna desfășurare în condiții optime a întrunirilor, conferințelor și reuniunilor în cadrul spațiilor special amenajate de pe lângă principalele hoteluri sucevene. Hotelul Continental este cel mai bine pregătit pentru astfel de acțiuni.

Hotelurile Clasic și Central-Suceava, nu dispun de spații special amenajate dar, în situații excepționale, pun la dispoziția celor interesați sălile de mese ale restaurantelor. De asemenea, pot fi utilizate pentru astfel de evenimente: Sala mare – 730 locuri, Sala mică – 150-180 locuri sau Sala de expoziții – 100 locuri din incinta Casei de Cultură și respectiv aula din corpul A al Universității Ștefan cel Mare.



Finalizarea proiectului „Centru Economic Bucovina” Suceava se înscrie în strategia națională de promovare și dezvoltare a turismului, în speță a turismului de afaceri, reuniuni și congrese. La finalizarea lucrării, „Centrul Economic Bucovina” va cuprinde următoarele pavilioane:

- *centru expozițional* – spațiu special amenajat pentru expoziții, conferințe, prezentări traininguri, mese festive și restaurante, dispus pe trei nivele, în suprafață de 5760 m<sup>2</sup>

- *zonă pentru activități productive*- 3600 m<sup>2</sup>.

- *incubator de afaceri* – spații pentru sedii de firme cu toate facilitățile specifice, 1800 m<sup>2</sup>.

Astfel rolul Primăriei Suceava în acest context este acela de a oferi pe cât posibil sprijin logistic și financiar după caz în derularea acestor acțiuni ce privesc stimularea turismului de afaceri .

La realizarea acestui material au colaborat:

- Lector univ. dr. CARMEN CHASOVSKI - Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava;
- Lector univ. dr. CARMEN NASTASE – Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava;
- Conf.univ.dr. ALEXANDRU MIRCEA NEDELEA - Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava;
- ROXANA PĂDURARIU – Director Agenție “Instant Travel& Tours” Suceava;
- CLAUDIU BRĂDĂȚAN – Director executiv Asociația pentru Turism Bucovina;
- AURORA TINTILA – Patronatul IMM Suceava;
- preparator univ. PAVEL STANCIU – Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava;
- LUCIA ROSCA – studentă în cadrul Universității „Ștefan cel Mare” Suceava.