

Capitolul VII. Strategii de dezvoltare durabilă în turism

7.1. Strategia europeană de dezvoltare durabilă în turism.

Sosirile internaționale în Uniunea Europeană se ridică la 60% din totalul mondial, Uniunea grupând 3 din primele 4 destinații turistice naționale : Franța (poziția 1), Spania (poziția 2) și Italia (poziția 4). În spațiul comunitar, turismul reprezintă principala activitate de servicii, cu o contribuție de 6% la realizarea PNB, 6% din locurile de muncă (9 milioane doar de ocupații directe), peste 30% din fluxurile comerciale externe de servicii și peste 2 milioane de întreprinderi (95%, întreprinderi mici și mijlocii).

Dinamica schimbărilor în economia europeană deschide noi perspective industriei turismului, apreciindu-se că volumul afacerilor în turism se va dubla în următorii 20-25 de ani, cu o creștere a fluxurilor turistice internaționale la aproximativ 720 de milioane sosiri anual, de la 403 milioane în prezent. Turismul va contribui cu 12% la realizarea PIB-ului comunitar în perspectiva anului 2016 și va genera aproximativ 3,8 milioane de locuri de muncă suplimentare (ocupații directe și indirecte), în condițiile în care unul dintre obiectivele prioritare ale procesului de integrare îl constituie creșterea gradului de ocupare.

În plus, în mod specific pentru economiile europene, turismul își aduce un aport esențial la procesul de integrare. Intensitatea fluxurilor turistice reciproce stimulează cunoașterea reciprocă, creează sentimentul de apartenență la un spațiu comun de valori, contribuie la dezvoltarea identității europene și, prin toate acestea, la conturarea cetățeniei europene. Prin gradul ridicat de internaționalizare a producției contribuie la amplificarea schimburilor intra-comunitare și la integrarea piețelor europene. Nu în ultimul rând, eforturile de promovare turistică a Uniunii pe piețele externe susțin imaginea unei unități a patrimoniului ca element cheie al unității europene.

Poziția relativă a Uniunii în turismul internațional este, însă, în scădere (58% în 2000, față de 64,8% în 1985). Activitatea se sprijină, în general, pe fluxuri intra-comunitare (88%), generând, mai curând, transferuri de venit dintr-o regiune membră în

alta, cu valoare netă redusă pentru ansamblul comunitar. Rata anuală de creștere se află sub media mondială, încasările medii pe turist sunt mai mici decât cele americane sau est-asiatice, iar încetinirea creșterii economice va afecta contribuția potențială a turismului la dezvoltarea economiilor europene.

Așa se explică de ce, începând cu a doua jumătate a deceniului trecut, turismul a intrat pe agenda de lucru a Comisiei Europene de o manieră mai sistematică, într-un context mai favorabil din punct de vedere instituțional, creat de Tratatul de la Maastricht. Fără să atribuie Comunității responsabilități specifice în domeniul turismului, Tratatul prevede totuși că pot fi luate măsuri în domeniul turismului, în scopul realizării obiectivelor de coeziune economico-socială, creștere și ocupare, dezvoltare durabilă.

7.2. Turismul în politicile europene. Aplicarea principiului subsidiarității.

Turismul nu intră în categoria competențelor exclusive sau a celor împărțite în sistemul de guvernare multinivel al Uniunii Europene. Prin urmare, nu putem vorbi de existența unei politici turistice comunitare, implicarea Comisiei realizându-se în baza articolelor privind libertatea serviciilor. După 1992, Tratatul de la Maastricht a introdus posibilitatea Comunității de a lua măsuri de sprijin în domeniul turismului, în condiții de unanimitate și conform cu aplicarea principiului subsidiarității (articolul 3-1-u). Intervenția comunitară nu era propusă, însă, cu scopul de susține dezvoltarea industriei turistice în sine, ci, mai curând, ca mecanism de integrare pozitivă, în scopul optimizării contribuției potențiale a turismului la realizarea obiectivelor de coeziune și de dezvoltare durabilă.

Ulterior, atât Comisia europeană, cât și Parlamentul, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor au recunoscut importanța turismului în economia europeană și au susținut ideea promovării unei largi dezbateri, pentru a analiza oportunitatea unei politici europene în domeniul turismului. Primul pas a fost făcut prin „Cartea Verde” a Comisiei Europene din 1995, dar momentul cel mai important îl constituie, cu siguranță, lansarea în 1999, la Consiliul european de la Luxemburg, a procesului „Tourism and Employment”. Rezultatele dezbaterilor care au avut loc la

nivelul grupurilor de lucru din cadrul procesului pe cele cinci arii tematice prioritare - informare, formare/ocupare, calitate, noile tehnologii și durabilitate.

Comisia, reprezentând interesele generale ale Comunității, are obligația:

- să prezinte periodic Comitetului consultativ pentru turism o notă asupra tuturor inițiativelor legislative și a măsurilor cu impact potențial asupra turismului și să asocieze Comitetul la luarea măsurilor de aplicare a strategiei de dezvoltare a turismului;

- să favorizeze dialogul între sectorul public, industria turistică și alți actori implicați, în cadrul unui Forum european anual pentru turism;

- să culegă și să difuzeze informații necesare, pentru a susține promovarea unui turism accesibil, durabil, de calitate și competitiv și să faciliteze schimbul de informații legislative între statele membre, în special, cu privire la mediul de întreprindere și condițiile de acces la profesiunile turistice;

- să faciliteze crearea unei rețele de organisme regionale, naționale și internaționale specializate în studii pentru turism;

- să informeze periodic actorii publici și privați din turism asupra instrumentelor comunitare (financiare, legislative, de cooperare, etc.) puse la dispoziția regiunilor și întreprinderilor turistice;

- să susțină definirea indicatorilor durabilității în turism și să promoveze utilizarea indicatorilor de calitate în evaluarea destinațiilor turistice și a impactului economic al turismului, în baza unui Ghid european aprobat de toate statele membre.

Statele membre trebuie să-și asume rolul:

- de a participa la aplicarea unei strategii de cooperare între agenții turistici, prin metoda coordonării politicilor și acțiunilor;

- de a susține organismele specializate în studiile privind turismul și să încurajeze crearea unei rețele a acestora la nivel european;

- de a promova utilizarea instrumentelor comunitare de sprijin a sectorului turistic;

- de a stimula aplicarea unei statistici armonizate, în baza unei metodologii europene comune;

- de a furniza informațiile juridice și statistice necesare utilizării sistemului de indicatori armonizați în evaluarea integrată a activităților turistice la nivel comunitar;

- de a favoriza utilizarea indicatorilor durabilității în turism;
- de a participa la schimbul de informații legislative privind mediul de întreprindere și accesul la profesiunile turistice, în scopul difuzării „bunelor practici” și a stimulării libertăților de circulație.

Cât privește **industria turistică europeană**, ea este chemată:

- să participe la eforturile Comisiei și ale statelor membre de a întări accesibilitatea, competitivitatea și calitatea turismului european;
- să asigure reprezentarea intereselor lor la nivelul structurilor comunitare.

În concluzie, putem spune că politicile europene de dezvoltare durabilă a turismului au la bază următoarele **principii**:

- **integrare prin cooperare**, dezvoltând un larg parteneriat public-privat la toate nivelurile de decizie și de acțiune, accentul căzând pe voluntariat;
- **subsidiaritate**, cu rol esențial revenind pe orizontală, pieței și pe verticală, statelor membre; politicile europene vor fi, astfel, mai adaptate cerințelor pieței și condițiilor de dezvoltare a turismului din fiecare țară membră ;
- **aplicarea metodei de armonizare** prin coordonarea politicilor și acțiunilor;
- asigurarea condițiilor de **participare a turismului la aplicarea strategiei comunitare a dezvoltării durabile**;
- asigurarea cadrului **necesar aplicării principiilor durabilității în industria turistică**.

O direcție prioritară în politicile europene va fi **aplicarea principiului integrării**, folosit deja în domeniul politicii de mediu, în esență, principiul presupune o adaptare a politicilor europene complementare, a căror aplicare generează un impact semnificativ asupra turismului, la obiectivele și principiile dezvoltării turismului. Dificultatea vine din faptul că foarte multe politici comunitare au influență asupra turismului, mai ales, din perspectiva orientării durabile, făcând foarte dificil procesul de armonizare și de coordonare a diverselor obiective și instrumente. Dincolo de politicile sectoriale în domeniile care oferă bunuri și servicii pentru producția turistică (transport, energie, agricultură), intervin în spațiul european o serie de politici cu acțiune orizontală,

importante nu doar pentru atingerea obiectivelor în turism, ci și a obiectivelor strategice de integrare. Este vorba, în principal, de: concurență, piață internă, mediu și sănătate, protecția consumatorilor, politică de coeziune, politică socială, justiție și afaceri interne, relații externe și de securitate, educație și formare profesională.

Ca perspectivă, este greu de presupus că turismul european va beneficia de aplicarea unei politici comunitare. **Tratatul constituțional** *include turismul în categoria domeniilor în care Uniunea își asumă doar rolul de sprijinire și de coordonare, eventual, de adoptare a unor măsuri complementare*. Articolul III-281 fixează foarte clar rolul Uniunii la cel de acțiune complementară politicilor statelor membre, în special, „pentru promovarea competitivității întreprinderilor turistice, prin încurajarea creării unui mediu favorabil dezvoltării industriei turistice și favorizarea cooperării între statele membre”. Deși, încă neratificat în toate statele membre, Tratatul indică orientarea strategică privind aplicarea subsidiarității în politicile turistice. Nivelul de integrare al politicilor naționale va rezulta din utilizarea „metodei deschise de coordonare”, adoptată la Consiliul european de la Lisabona în martie 2000. Metoda presupune stabilirea, la nivel european, a unor obiective generale, lăsând statelor membre libertatea de a acționa de o manieră specifică la nivel național, bazat și pe o largă participare a colectivităților locale și regionale, a partenerilor sociali și a societății civile.

7.3. Obiectivele și principiile durabilității în turismul european.

Turismul în Uniunea Europeană este confruntat, în prezent, cu dificila armonizare a celor trei dimensiuni ale dezvoltării durabile: economica, socială și de mediu. Luând în considerare analizele precedente ale impactului turismului asupra destinațiilor turistice și ale strategiei Uniunii de orientare către un model al dezvoltării durabile, pot fi definite următoarele coordonate majore ale **aplicării principiului durabilității în dezvoltarea turismului european**:

A. Din punct de vedere economic:

- utilizarea factorilor endogeni de dezvoltare, în condițiile ameliorării calității acestora (îndeosebi, a resurselor funcționale);

- implicarea predominantă a actorilor locali;
- crearea unui mediu de afaceri stimulativ pentru întreprinderile mici și mijlocii;
- creșterea competitivității industriei turistice și dezvoltarea de rețele.

B. Din punct de vedere al protecției mediului:

- stimularea practicilor ecologice de consum și de producție;
- măsuri de conservare și ameliorare a resurselor naturale;
- introducerea criteriilor de mediu în proiecte și programe de investiții;
- asigurarea echilibrului între dimensiunea fluxurilor și capacitatea de încărcare turistică a zonei receptoare.

C. Din punct de vedere al progresului social:

- lărgirea accesului la turism;
- ameliorarea calității forței de muncă în turism, concomitent cu îmbunătățirea condițiilor de muncă și de acces la cariere profesionale;
- asigurarea egalității de șansă;
- creșterea veniturilor reale;
- repartizarea echitabilă a beneficiilor între actorii locali și cei externi;
- respectarea valorilor sociale și culturale ale mediului receptor;
- creșterea contribuției turismului la realizarea coeziunii sociale.

Diversele acțiuni ale Comunității în domeniul turismului au debutat în anii '80, dar nu au condus decât relativ recent la conturarea unei abordări strategice din perspectiva dezvoltării durabile, fără ca totuși să se fi ajuns la o Agenda 21 în turism. Primul document de lucru în acest sens a fost lansat dezbaterii de către Comisia europeană în decembrie 2003 și este rezultatul grupului D al procesului „Tourism and Employment”. Concluziile studiului au fost ulterior transpuse în Comunicarea Comisiei din noiembrie 2003 „**Basic orientations for the sustainability of European tourism**” [COM(2003) 716 final].”

Conform acestor două documente, **realizarea durabilității în turismul european presupune:**

- A. crearea de către Comisie, în cooperare cu statele membre și actorii privați, a unor

mecanisme privind ameliorarea integrării obiectivelor turistice specifice în politicile și inițiativele comunitare complementare;

B. întărirea rolului Comitetului consultativ în domeniul turismului;

C. promovarea unei interfețe mai eficace între diversele grupuri de interes;

D. întărirea interacțiunii între diverșii actori implicați la nivelul destinațiilor turistice și sprijinirea parteneriatelor;

E. punerea în rețea a diverselor servicii necesare industriei turistice pentru a facilita accesul la informații privind oportunitățile oferite de politicile și acțiunile comunitare;

F. facilitarea accesului la instrumentele comunitare de sprijin;

G. sprijinul statelor membre și a industriei în aplicarea Sistemului Conturilor Satelit pentru Turism și Călătorii;

H. promovarea dezvoltării durabile, prin definirea și aplicarea unei Agende 21 pentru turism;

I. promovarea cunoașterii în domeniul turismului prin elaborare de studii, colectare și diseminare de informații, promovarea exemplor de bune practici etc.;

J. elaborarea și diseminarea de instrumente și metodologii de evaluare a gestiunii integrate a calității destinațiilor și serviciilor turistice.

Principiile majore care vor condiționa realizarea acestor obiective vor fi: integrarea considerentelor ecologice și sociale; principiul prevenției; principiul precauției; principiul subsidiarității, principiul cooperării și al parteneriatului; principiul voluntariatului în asumarea responsabilității sociale a actorilor publici și privați; principiul proximității, principiul coerenței.

Diversitatea turismului european, funcționarea Uniunii conform principiului subsidiarității și absența unor prevederi instituționale privind asumarea de către Comisie a unor responsabilități specifice în domeniul turismului vor limita însă **intervenția comunitară** la un număr relativ redus de măsuri cu caracter complementar, vizând:

- asigurarea coerenței politicilor europene și a condițiilor de participare a diverselor instrumente existente la dezvoltarea turismului;

- promovarea cooperării și parteneriatului la nivel internațional;

- promovarea principiilor buneii guvernări;
- sprijinirea actorilor publici și privați în asumarea responsabilității sociale.

În adoptarea acestor măsuri, Uniunea va trebui să ofere un răspuns **principalelor provocări și limite** pe care turismul european le prezintă astăzi din perspectiva dezvoltării durabile.

- lipsa mâinii de lucru calificate pentru anumite profesii și condițiile sociale și profesionale inadecvate oferite de industria turistică;
- impactul negativ al transportului asupra mediului;
- efectele economice și sociale negative asupra economiei locale (creșterea prețurilor, a costului vieții, degradarea autenticității etc.);
- riscurile de mediu;
- nivelul ridicat de dependență în unele regiuni de activitatea turistică și riscurile legate de acțiunea unor factori de reorientare a fluxurilor;
- tendința către concentrare și integrare verticală în industria turistică, afectând funcționarea pieței și competitivitatea firmelor mici și mijlocii;
- nivelul relativ scăzut de integrare a noilor tehnologii, în special, la nivelul IMM-urilor.

În concluzie, asigurarea durabilității turismului european este esențială în dezvoltarea durabilă a Uniunii și a lumii, fiind percepută ca un important element de valoare adăugată nu doar pentru industria turistică, ci și pentru procesul de integrare în ansamblul său. Principalele provocări sunt legate, pe de o parte, de actualele modele de consum (dominanta cantitativă, concentrarea ridicată în timp și în spațiu), dar și de modelele de producție favorizând un turism de masă, agresiv asupra mediului economic și social receptor. Un comportament responsabil al turiștilor, asumarea responsabilității sociale de către industria turistică și buna guvernare vor fi axele strategice prioritare în asigurarea premiselor unei dezvoltări durabile în turismul european.

7.4. Strategia de dezvoltare rurală în județul Caraș-Severin – AXA IV LEADER

Inițiativa Leader a fost concepută pentru încurajarea apariției și testării de noi abordări pentru dezvoltare integrată și durabilă, completarea și revigorarea politicii de

dezvoltare rurală în Comunitatea Europeană. Inițiativa Leader a avut o experiență în cadrul a trei etape de program (din 1991 și până în 2006): Leader I, Leader II și Leader +, aceasta atingând un nivel de maturitate ce permite autorităților competente și Grupurilor de Acțiune Locală din statele membre să treacă la implementarea abordării Leader pe plan extins în programul de dezvoltare rurală. Din acest motiv, Regulamentul Consiliului nr. 1698/2005 privind Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR), pentru perioada 2007-2013, conține o a patra axă denumită AXA LEADER.

Întrucât abordarea Leader nu mai reprezintă o inițiativă comunitară rămâne la latitudinea statului membru să-și definească rolul strategic în politica de dezvoltare rurală, având în vedere Liniile directoare strategice (Decizia j Consiliului 2006/144/CE din 20 februarie). Implementarea inițiativei LEADER se va face în două mari etape:

Prima etapă: 2007-2009 - în această perioadă se vor selecta primele GAL-uri (Grupuri de Acțiune Locală) pilot, care vor sprijini procesul de instruire în vederea selectării celui de-al II-lea grup de GAL-uri înainte de 2010. Se va pune baza construcției instituționale și dobândirii de aptitudini pentru:

- formarea de parteneriate de dezvoltare locale reprezentative;
- elaborarea de strategii integrate de dezvoltarea locală;
- finanțarea cercetărilor/studiilor teritoriilor (zonelor) rurale și pregătirea aplicațiilor pentru sprijin.

Grupurile de acțiune locală joacă un rol important în reuniunea tuturor organizațiilor publice, private și ale societății civile care își desfășoară activitatea ' într-un teritoriu dat și care creează treptat metode și practici de lucru împreună, pentru scopuri comune.

A doua etapă: 2010-2013 - vizează implementarea strategiilor de dezvoltare integrate prin:

- implementarea strategiilor elaborate în cadrul primei etape;
- proiecte de cooperare;
- funcționarea grupurilor de acțiune locală dobândirea de aptitudini și animarea

teritoriului.

Sprejrinul acordat de axa Leader oferă posibilitatea, în contextul elaborării, strategiilor de dezvoltare locală pe baza nevoilor locale și a punctelor forte, de a combina toate cele trei obiective - competitivitate, mediu și calitatea vieții / diversificare. Abordările integrate ce implică fermieri, silvicultori și alți actori din spațiul rural pot proteja și îmbunătăți patrimoniul local și cultural, asigură creșterea conștientizării asupra mediului, stimularea investițiilor și promovarea serviciilor de specialitate, turism și resurse regenerabile pentru energie.

Autoritățile responsabile de implementarea axei LEADER în România sunt:

- Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale - Autoritate de Management pentru PNDR;
- Direcțiile pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală - reprezentanții Autorității de Management la nivel județean;
- Agenția de Plăți pentru Agricultură și Dezvoltare Rurală - Autoritate pentru implementarea tehnică și financiară a măsurilor;
- Grupul de Acțiune Locală - responsabil pentru elaborarea strategiei de dezvoltare locală și selecția proiectelor.

Leader este un instrument care permite dezvoltarea unei abordări teritoriale la nivel microregional și are în vedere diversitatea zonelor rurale. Avantajul real al abordării Leader rezidă în abilitatea ridicată a acestuia de a cuprinde complexitatea sistemului teritorial, respectiv infrastructura rurală, bunurile comune, patrimoniul local, capacitatea organizațională, transferul de cunoștințe, îmbunătățire culturală.

Fig. 8. Analiza diagnostic a spațiului rural din Vârșeț pentru dezvoltarea agroturismului și a turismului rural

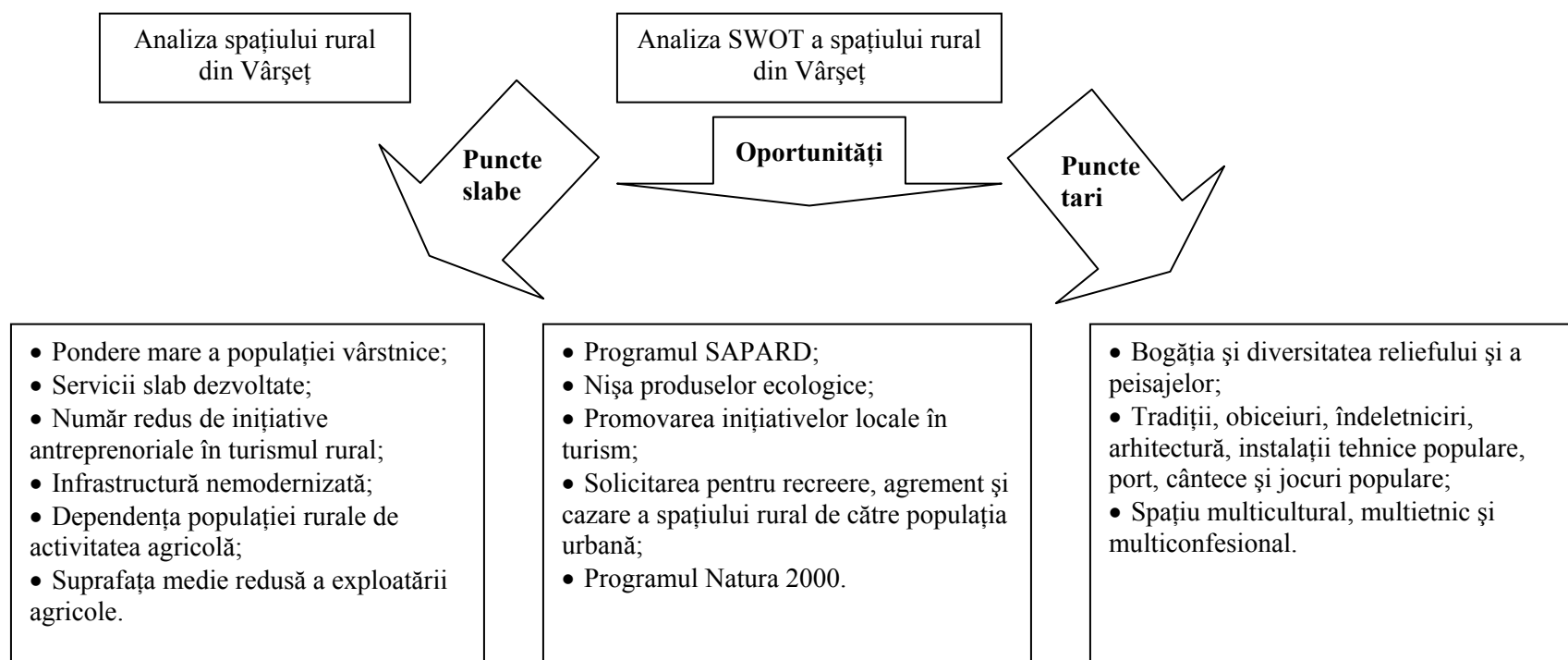
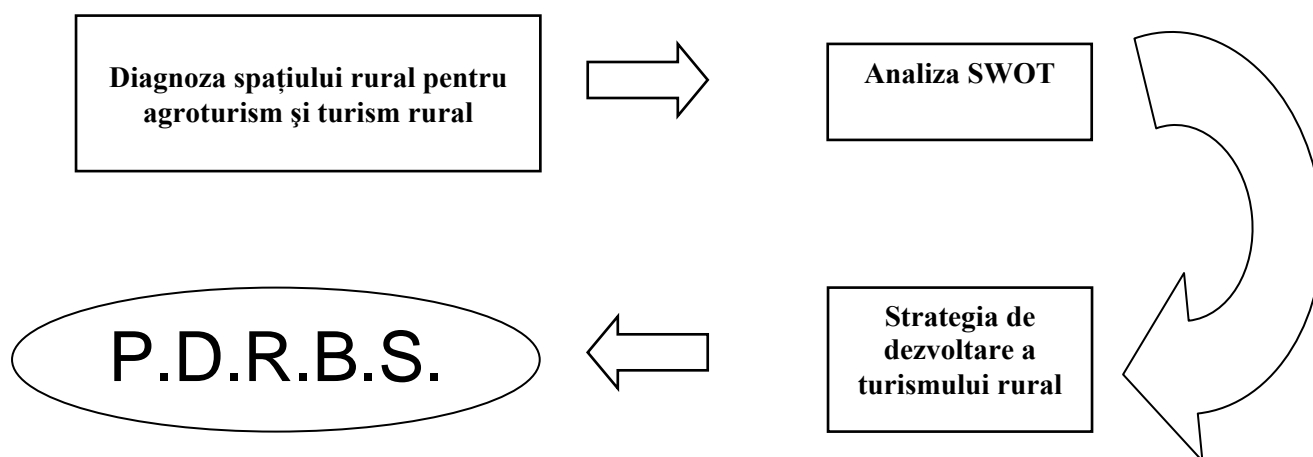


Fig. 9. Etape pe care trebuie să le parcurgă microregiunea Vârșeț pentru elaborarea Planului de Dezvoltare Rurală



P.D.R.B.S. – Planul de Dezvoltare Rurală în Vârșeț.

7.5. Coeziunea teritorială în turismul din Caraș-Severin.

Coeziunea teritorială este prezentată ca fiind:

- utilizarea mai bună a potențialului turistic regional și a resurselor teritoriale turistice, a diversității culturale;
- poziționarea mai bună a regiunilor turistice, atât prin întărirea poziției lor cât și prin cooperare transeuropeană;
- promovarea coerenței politicilor UE în domeniul turismului cu impact teritorial.

Prin urmare, se disting trei componente ale coeziunii teritoriale cu impact pozitiv asupra dezvoltării turismului și atragerii de fluxuri turistice internaționale:

- **Calitatea teritorială:** standarde de viață compatibile și acces la servicii și informații turistice și nu numai;

- **Eficiență teritorială:** eficiență în utilizarea resurselor turistice, competitivitate și acces;
- **Identitate teritorială:** capital local, viziune comun agreată, avantaje competitive;
- Valorificarea calităților existente și potențiale precum peisajul natural, patrimoniul cultural și istoric urmărind o distribuție optimă și susținând identitatea regională și locală. Dezvoltarea portului fluvial Moldova Veche la Dunăre și combinarea cu un *port de agrement*.

Utilizarea de noi căi de acces către facilitățile de agrement pentru a extinde sau a adăuga noi areale naturale.

- Regenerarea unor trasee de căi ferate și gări părăsite de pe traseul: Anina-Oravița-Jam (1854) – întrerupere – Jasenovo – ramificație – Bela Crkva (Biserica Albă) – (din nou în România) până la Baziaș (desființată), revenind la Bela Crkva – prin Jasenova se ajunge la Vârșeț și de aici din nou în România până la Timișoara, de la Timișoara sau Voiteg (1858) – Berzovia – Oravița, încheind circuitul.

- Stabilirea poziției în relațiile cu cele două coridoare de transport pan europene și cu viitoarea zonă metropolitană a Timișoarei (care are un aeroport internațional), în termeni de conectare sau izolare.

7.6. Rețele regionale ale instituțiilor de pregătire în sectorul ospitalității.

Pentru a satisface cererea viitoare de personal calificat și de forță de muncă competentă pentru sectorul Ospitalității integral dedicate, care să ofere programe de pregătire profesională instituționalizată pe etape, prin recrutarea studenților din regiune și prin implicarea activă a acestora în sectorul ospitalității și turismului din aceste regiuni.

Pentru zona Banat în Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007 – 2026 sunt propuse două centre: *Timișoara și Băile Herculane*, ultimul cu specificația „atunci **când** această stațiune va fi renovată și modernizată în viitor”.

Noile institute de pregătire în domeniul ospitalității ar putea fi înființate prin transformarea complexelor hoteliere existente sau cele care nu mai sunt în funcțiune.

Cursuri de pregătire pentru managementul de nivel mediu și de nivel sejur.

Pentru a pregăti resursa umană în sectorul ospitalității și turismului, pentru a corespunde standardelor moderne europene și internaționale în servicii de performanță și pentru a crește nivelul de competitivitate.

- Pregătirea ghizilor în turism;
- Pregătirea aptitudinilor de informare turistică.

Instituții de învățământ mediu și superior care pregătesc specialiști în domeniul turismului din Banat.

- Universitatea „Eftimie Murgu” – Reșița.
 - specializări: - Marketing;
 - Turism Servicii.
- Universitatea de Vest din Timișoara.
 - specializări: - Marketing;
 - Management;
 - Turism Servicii;
 - Geografia turismului. -
- Universitatea Agronomică Banatul - Timișoara.
 - turismului rural;
- Universitatea Creștină „D. Cantemir” – Timișoara.
 - specializări: - Management turistic și comercial;
- Universitatea „M. Eminescu” – Timișoara.
 - specializarea: Management turistic, comercial și hotelier.
- Universitatea Europeană Drăgan – Lugoj
 - specializări: Turism.
- Licee economice Reșița și Timișoara.

7.7. Strategia și oportunitățile de dezvoltare a produselor

Crearea unei strategii de dezvoltare a turismului legată de o gamă largă de produse turistice se poate realiza cel mai bine prin crearea unui sistem de zone de dezvoltare turistică (ZDT) pe baza unor zone cu caracter separat și distincte. În fiecare din aceste ZDT trebuie să existe o poartă principală sau un centru cu o rețea de regiuni turistice și circuite turistice, în fiecare din cazuri susținute de un proiect sau atracție reprezentativă.

Este necesară o abordare strategică pe care să se bazeze dezvoltarea turismului:

1 . pe orașe sau alte locații care au o infrastructură, căi de acces și puncte de interes turistic corespunzătoare, pentru acționa drept „porți” sau „centre” pentru o regiune mai mare;

2. centre, atracții și facilități din regiune în jurul „porții” sau „centrului” care sunt prezentate pe piața turistică drept „zonă turistică” și sunt vizitate sub forma unui "circuit".

Se prevede că turismul cultural / de patrimoniu din zone precum Banatul Montan și Vârșeț, se va dezvolta printr-o serie de „porți” și „circuite”. Turistul poate apoi alege un singur circuit sau poate combina două sau mai multe circuite. De exemplu, „porțile” și circuitele asociate pot fi înființate în Reșița, Caransebeș, Băile Herculane, Bozovici, Anina, Oravița, Vârșeț și în întreaga regiune, permițând turiștilor să opteze pentru o vizită scurtă sau lungă.

Procesul CIDA

Marketingul și promovarea oricărui produs sau serviciu parcurge etape care pot fi denumite procesul *CIDA* - *Conștientizare* - *Interes* - *Dorință* - *Acțiune*, în etapa inițială, potențialii clienți trebuie să fie informați cu privire la oferta, apoi interesul acestora trebui să fie susținut pentru a le crea dorința de a afla mai multe și în final dorința de a cumpăra produsul/de ase bucura de acesta.

Fiecare etapă din procesul CIDA necesită un mix de marketing diferit și metode diferite de promovare, în care relațiile publice sunt mai importante în fazele inițiale și promovarea este îndreptată către încurajarea cumpărării ca obiectivul principal al

„acțiunii" la sfârșitul spectrului.

Consultanții concluzionează că focalizarea activității de marketing și promovare pe piețele internaționale în următorii câțiva ani trebuie să se facă pe componentele A și ale principiului CIDA - adică pe conștientizarea privind resursele turistice ale regiunii, atracțiile și facilitățile create prin dezvoltarea brandului și a imaginii, toate conducând la creșterea interesului pentru vizitarea județului Caraș-Severin și a microregiunii Vârșeț.

Brandul turistic poate fi definit drept: „Crearea, dezvoltarea și menținerea unei relații reciproc avantajoase între județul Caraș-Severin (și comerțul turistic) și o serie de consumatori de produse turistice (piețe țintă) cu un mesaj convingător care să fie transmis constant în timp".

Formarea brandului implică identificarea, crearea și comunicarea componentelor identității care sunt favorabile anumitor grupuri țintă: se adresează emoțiilor, actelor introspectiv și constant, are mai multe aspecte, se referă la active/valori, cu sentimente și ia în considerare preferințele. Destinațiile întâmpină probleme specifice în crearea de branduri deoarece acestea nu pot schimba resursele de bază și istoria țării.

În definirea brandului, pentru a obține beneficii maxime în dezvoltarea turismului este imperios necesar să se aleagă cu atenție elementele definatorii - cum ar fi natura, oamenii, valorile, tradițiile, aptitudinile, realizările - care pot fi în combinație prezentate într-un mod coerent și convingător.