

# DanubeHIKE



*Ghid de realizare practică și îmbunătățire/  
poziționare a turismului de drumeție  
de-a lungul Dunării*

Ghidul de realizare practică și îmbunătățire a turismului de drumeție de-a lungul Dunării face parte din proiectul DanubeHIKE și implică participarea unor parteneri din Austria, Germania, Slovacia, Serbia și Bulgaria. Obiectivul general al proiectului este de a crea fundamente solide pentru dezvoltarea și recunoașterea turismului de drumeție în zona Dunării și de a integra zonele propice drumețiilor situate de-a lungul Dunării.

Ghidul oferă diferite idei, recomandări și bune practici nu doar pentru realizarea și îmbunătățirea calității infrastructurii necesare drumețiilor și a ofertei de produse turistice de-a lungul Dunării, ci și în vederea unei strategii comune de marketing pentru întreaga regiune a Dunării. Conținutul ghidului se bazează pe analiza situației infrastructurii necesare drumețiilor, pe studii de marketing și de imagine, precum și pe cercetări privind oferta existentă în domeniul turismului de drumeție în toate țările dunărene.

**Scopul** ghidului este de a răspunde la întrebări generale privind dezvoltarea și marketingul turismului de drumeție ca produs, precum și de a transmite idei și informații între diferitele părți interesate. De asemenea, oferă o succintă vedere de ansamblu asupra produselor turistice de drumeție create până în prezent de-a lungul Dunării. Ideile și recomandările se bazează pe probleme și obstacole concrete, fiind menite să diversifice turismul de drumeție în regiune.

**Primul capitol** cuprinde o descriere succintă a raportului privind turismul de drumeție întocmit de către Naturrefriends International și WGD Tourismus Ltd. în 2011. În el se oferă informații despre infrastructura necesară drumețiilor de-a lungul Dunării, creionându-se aspectele care trebuie îmbunătățite în viitor.

Al **doilea capitol** prezintă două studii (întocmite de Oficiul Național de Turism din Austria și de Centrul Dunărean de Competență) în care sunt evaluate tendințele în materie de turism și sunt analizate piața și imaginea regiunii Dunării, putând servi drept cadru pentru elaborarea unor ghiduri, strategii de marketing și criterii de calitate în viitor.

Al **treilea capitol** descrie succint grupurile țintă, piețele și profilul excursioniștilor.

Al **patrulea capitol** abordează două teme esențiale: crearea și îmbunătățirea ofertelor turistice de drumeție și stabilirea unor criterii de calitate adecvate. Aici se oferă idei, recomandări și exemple de bune practici pentru cinci grupuri țintă: managerii de destinație, operatorii de turism, zonele naturale protejate, unitățile de cazare și furnizorii de servicii de transport.

**Ultimul capitol** evidențiază obiectivele de marketing menite să îmbunătățească imaginea regiunii Dunării ca destinație pentru turismul de drumeție. Se prezintă diferite măsuri de marketing (de exemplu publicitatea, marketingul electronic și mijloacele de socializare, evenimentele de promovare etc.), precum și măsura în care acestea se aplică necesităților regiunii Dunării.

Părțile interesate din domeniul turismului pot folosi îndrumările pentru a-și îmbunătăți ofertele existente și/sau pentru a crea oferte noi, menite să vină și mai mult în sprijinul excursioniștilor și să stimuleze turismul durabil de-a lungul Dunării. Pentru o înțelegere mai aprofundată, putem oferi un atelier suplimentar dedicat operatorilor de turism, iar pentru mai multe informații puteți contacta partenerii DanubeHIKE.



# Cuprins

Rezumat .....	2
Prefață/Cuvânt înainte .....	4
1 Analiza situației .....	5
2 Tendințe și studii .....	6
2.1 Oficiul Național de Turism al Austriei: „Tendințe pentru vara anului 2012” .....	6
2.2 Centrul Dunărean de Competență (CDC): „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspectiva pieței și a imaginii” .....	6
2.3 Cercetarea pieței în viitor .....	7
3 Grupuri țintă și piețe țintă.....	8
4 Conceperea și realizarea ofertelor de excursii .....	9
4.1 Crearea unei infrastructuri de calitate înaltă .....	9
4.1.1 Aspecte generale .....	9
4.1.2 Etape de planificare .....	9
4.1.3 Îndrumări pentru crearea traseelor .....	10
4.1.4 Indicații privind calendarul și costurile.....	10
4.2 Crearea ofertelor și a pachetelor turistice .....	11
4.2.1 Infrastructură și oferte existente.....	11
4.2.2 Idei și recomandări pentru crearea unor oferte și pachete turistice noi .....	11
4.2.3 Idei și recomandări pentru destinații.....	12
4.2.4 Idei și recomandări pentru operatorii de turism.....	13
4.2.5 Idei și recomandări pentru parcurile naturale .....	16
4.2.6 Idei și recomandări pentru unitățile de cazare .....	17
4.2.7 Idei și recomandări pentru transportul în comun.....	18
4.3 Îndrumări privind criteriile de calitate .....	19
4.3.1 Criterii de calitate pentru traseele de drumeție.....	19
4.3.2 Recomandări pentru marcaje.....	21
4.3.3 Criterii de calitate pentru cazare .....	22
4.3.4 Criterii de calitate pentru furnizorii de servicii (operatori de turism, oficii de turism, restaurante).....	23
4.3.5 Criterii de calitate pentru transportul în comun și furnizorii de servicii de transport .....	24
4.4 Crearea unor structuri de management profesioniste .....	26
5 Obiective de marketing.....	27
5.1 Dezvoltarea produsului.....	27
5.2 Îmbunătățirea imaginii „drumețiilor în întreaga regiune a Dunării” .....	27
5.3 Creșterea numărului de nopți de cazare și excursioniști de o zi .....	27
5.4 Rezultate obținute prin proiectele de acțiune subsecventă (UE) .....	27
5.5 Măsuri de marketing .....	27
Concluzie.....	33

## Prefață / Cuvânt înainte

Turismul de drumeție capătă o importanță din ce în ce mai mare. În cadrul lui, sportul și activitățile recreative se combină cu petrecerea timpului în natură, concepte foarte populare atunci când vine vorba de petrecerea timpului liber. Deoarece oamenii le face plăcere și să își petreacă timpul lângă malul apelor, zona Dunării prezintă un potențial semnificativ pentru turismul de drumeție. De aceea, toate țările limitrofe Dunării ar trebui să își intensifice eforturile în vederea dezvoltării și promovării traseelor pentru drumeții de-a lungul fluviului, nu doar la nivel național sau regional, ci la nivel internațional. Ghidul de față ar putea fi interpretat ca o colecție de îndrumări în sprijinul eforturilor de marketing dedicate promovării traseelor de drumeție în regiunea Dunării.

Prezentul ghid trebuie considerat, însă, ca fiind doar o schiță generală. El nu conține planuri de aplicare sau de finanțare a ideilor prezentate, scopul său fiind acela de a pune laolaltă diferite idei nu doar în vederea unei strategii comune de marketing pentru întreaga regiune a Dunării – în special pentru „drumețiile de-a lungul Dunării” –, ci mai ales pentru realizarea și îmbunătățirea calitativă a infrastructurii necesare acestor drumeții.



# 1 Analiza situației

În 2011, Naturefriends International și WGD Tourismus GmbH au întocmit un raport privind infrastructura necesară drumețiilor și ofertele de drumeții de-a lungul Dunării.

S-a constatat că toate țările au în comun atracții turistice, peisaje naturale încântătoare și o cultură de interes în regiune, acestea meritând crearea unui traseu pentru drumeții de-a lungul Dunării. În ceea ce privește traseele existente, gradul de dezvoltare a acestora diferă foarte mult de la o țară la alta. Germania și Austria exploatează deja potențialul turismului de drumeție de-a lungul Dunării, fie integrând comunitățile din apropierea acestuia, fie oferind infrastructura necesară pentru drumeții, croaziere și ciclism. Dar există potențial și în țări precum Ungaria, Slovacia și Serbia, care pot exploata căările europene de lung parcurs. În ceea ce privește marcajele, în fiecare țară se găsesc diverse trasee marcate diferit. De aceea, utilizarea unor marcaje similare sau identice ar fi un avantaj care ar facilita cooperarea transfrontalieră. Când privește hărțile și broșurile, baza existentă depinde în mare măsură de gradul de utilizare în scopuri turistice a zonelor limitrofe Dunării. În majoritatea țărilor analizate, sunt puse la dispoziție hărți doar pentru anumite părți ale regiunilor dunărene. Doar Austria și Germania acoperă cea mai mare parte a infrastructurii existente în regiunea Dunării în țările lor. Aceasta ar putea motiva și alte țări dunărene să își combine eforturile de marketing pentru a promova regiunea Dunării prin informații, hărți și broșuri mai detaliate. Toate țările oferă cazare, Germania și Austria dispunând chiar de unități de cazare speciale care respectă anumite criterii de calitate pentru excursioniști. Însă majoritatea unităților de cazare din regiunea Dunării nu sunt dedicate în mod deosebit excursioniștilor. Referitor la circuite și pachete turistice, trebuie menționat faptul că drumețiile formează oferta de bază a numeroși operatori de turism la nivel național și internațional, și profesia de ghid face obiectul unor asociații naționale de drumeții. Faptul că, în cadrul European Rambler's Association (Asociația europeană de turism pedestru), traseele internaționale sunt date în întreținere asociațiilor naționale de drumeție ar putea prezenta un mare potențial pentru crearea unui traseu de drumeție comun de-a lungul Dunării.

Majoritatea țărilor au declarat că sunt motivate să colaboreze la nivel transfrontalier și dornice să îmbunătățească infrastructura necesară drumețiilor. În acest sens, colaborările existente între țări – precum ruta Donausteig sau proiectele lansate de Uniunea Europeană, de exemplu programul transfrontalier IEVP – au potențialul de a integra drumețiile transfrontaliere de-a lungul Dunării.

Pe scurt, toate aceste aspecte reflectă faptul că există un mare potențial de stabilire a unui obiectiv comun – extinderea ofertei și crearea de standarde care să se aplice drumețiilor transfrontaliere în toate țările dunărene, pentru a asigura o calitate ridicată a infrastructurii și a ofertelor dedicate drumețiilor.

Capitolele următoarele încearcă să răspundă la întrebări esențiale precum:

- **DE CE** merită încurajate „Drumețiile de-a lungul Dunării” și de ce trebuie să se depună eforturi în vederea promovării, îmbunătățirii/realizării infrastructurii și a ofertei turistice? Ce tendințe și studii scot în evidență potențialul turismului de drumeție, în special în regiunea Dunării?
- **CINE** ar fi interesat de „Drumețiile de-a lungul Dunării”? Ce vârstă au/unde locuiesc aceste persoane ...?
- **CUM** pot fi îndeplinite obiectivele menționate mai sus? Ce parteneri sunt importanți pentru succesul acestor inițiative și ce demersuri trebuie avute în vedere în acest sens?
- **CE** este important când vine vorba de elaborarea unor pachete și oferte de turism interesante și de crearea unei infrastructuri de calitate? Care dintre ofertele turistice existente pot fi considerate exemple de bune practici?
- **CE** anume reprezintă baza marketingului în regiunea Dunării? Care sunt scopurile eforturilor comune de marketing?

## 2 Tendențe și studii

### 2.1 Oficiul Național de Turism al Austriei: „Tendențe pentru vara anului 2012”

Oficiul Național de Turism al Austriei (Österreich Werbung) a publicat în 2012 un studiu<sup>1</sup> privind cele mai importante tendințe în turism.

Au fost identificate următoarele tendințe ale celor aflați în vacanță:

- Refacere într-un mediu liniștit, în care se oferă servicii individuale (cu accent asupra gazdelor)
- Activități recreative în aer liber (de exemplu drumeții fără bagaje, trasee pentru drumeții de distanță lungă, drumeții cu ghid în cadrul unor circuite, parcuri naturale etc.)
- Vacanțe pe apă și pe malul apei (de exemplu drumeții prin defileuri)
- Vacanțe cu efect durabil (arta culinară și meșteșugurile regionale, mijloace de locomoție ecologice etc.)

Toate aceste tendințe scot în evidență potențialul regiunii Dunării ca zonă atrăgătoare pentru drumeții și subliniază eforturile depuse pentru a crea aici o infrastructură propice drumețiilor.

1 Österreich Werbung: TIP: „Sommertrends 2012 in den Märkten“, 2012

2 DCC: „Markt- und Imageanalyse der Länder der Mittleren & Unteren Donau“, 2011

### 2.2 Centrul Dunărean de Competență (CDC): „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspectiva pieței și a imaginii”

Centrul Dunărean de Competență (CDC), cu sprijinul GIZ (Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit) și al Ministerului Federal German pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (BMZ,) a demarat în 2011 o analiză a pieței și a imaginii țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării (Bulgaria, Croația, Moldova, România, Serbia și Ucraina).<sup>2</sup>

Principalele rezultate au constat într-o analiză a cererii și ofertei, o analiză a produselor pe piețele sursă și o analiză a perspectivei interne și externe.

În cadrul analizei, zona dunăreană a țărilor situate pe cursul mijlociu și inferior al fluviului este caracterizată drept un spațiu ce oferă o experiență atrăgătoare, cu potențial turistic extraordinar datorită atracțiilor naturale (bogăția și diversitatea faunei și a florei, numeroasele rezervații naturale etc.), patrimoniului cultural (orașe atrăgătoare, măturii istorice ale Imperiilor Bizantin, Otoman și Habsburgic, biserici, moschei, sinagogi, tradiții, festivaluri, evenimente moderne etc.), artei culinare (influențate de bucătăria cu specific habsburgic sau turco-otoman, cu specialități regionale și tradiționale) și unei game largi de activități (vizitarea obiectivelor turistice, drumeții, ciclism, croaziere pe apele fluviului, degustarea specialităților culinare regionale, vizitarea rezervațiilor naturale, echitație, ascensiuni montane, vâslitul în ambarcațiuni de tip caiac/canoe/rafting, navigație cu pânze).

Se preconizează că în următorii trei ani volumul vânzărilor de produse turistice în țările de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării va crește cu peste 60%, atât pentru operatorii de turism naționali, cât și pentru cei internaționali.

Ideea instituirii unei inițiative comune de marketing pentru regiunile situate pe cursul mijlociu și inferior al Dunării este considerată foarte interesantă de către cei care activează în domeniu (69%) și de către operatorii de turism (48%). Important este ca toate țările dunărene să acționeze împreună în această privință, fiind necesară o cooperare mai intensă cu țările situate pe cursul superior al Dunării.

Implicații strategice recomandate:

- profesionalizarea și extinderea cercetării de piață (colectarea standardizată a datelor din domeniul turismului în toate țările, aplicarea regulată a analizei de piață și a sondajelor în rândul vizitatorilor etc.)
- îmbunătățirea stării infrastructurii (analiza cadrului infrastructurii a fost realizată deja în proiectul „Drumeții de-a lungul Dunării” derulat de către WGD și NFI; îmbunătățirea accesibilității și a marcajelor, întreținerea obiectivelor istorice, obținerea de subvenții pentru extinderea și îmbunătățirea infrastructurii)
- consolidarea marketingului intern și stabilirea unor parteneriate strategice (cooperare la nivel local și internațional, CDC acționând ca interfață, cooperarea strategică dintre CDC, oficiile naționale de turism și municipalitățile orașelor dunărene, alianțe cu operatorii de turism)
- aplicarea unor standarde minime (îmbunătățirea calității furnizorilor de servicii, elaborarea unor standarde minime pentru regiunile situate pe cursul mijlociu și inferior al Dunării → în cadrul DanubeHIKE, oferirea de stimulente pentru companii)
- încurajarea calificărilor (stabilirea unei structuri profesionale de management al destinațiilor, consolidarea agențiilor de consiliere în domeniul marketingului, calificarea altor furnizori de servicii)

- crearea unor produse (transfrontaliere) inovatoare (punerea în valoare a caracteristicilor /autenticității locale, crearea și vânzarea unor pachete dinamice, care oferă experiențe unice)
- consolidarea marketingului extern (broșură cu imagini → elaborată în cadrul DanubeHIKE, material cartografic → adunat în cadrul DanubeHIKE, site internet central → creat de către CDC în cadrul DanubeHIKE, mijloace de socializare și relații publice → Conferința Internațională privind Turismul de Drumeție din noiembrie 2012 în cadrul DanubeHIKE, servicii ce pot fi rezervate online etc.)

Toate aceste tendințe indică potențialul ridicat al turismului de drumeție, precum și faptul că regiunea Dunării, cu diversitatea peisajelor sale naturale și culturale, cu arta sa culinară și cu Dunărea însăși, ce permite excursii pe malul său, este un loc cât se poate de potrivit pentru drumeții. În cadrul proiectului DanubeHIKE au fost îndeplinite deja anumite obiective secundare, însă mai sunt multe de făcut până la aplicarea unei strategii comune și profesioniste de marketing la nivelul întregii regiuni a Dunării.

### 2.3 Cercetarea pieței în viitor

Stimularea colectării standardizate de date în întreaga regiune a Dunării este foarte importantă pentru a facilita previzionarea de către actorii din turism a viitoarelor tendințe în materie de cerere și pentru a planifica activitățile de marketing. Datele statistice fie nu sunt disponibile, fie nu sunt comparabile, în special în țările de pe cursul mediu și inferior al Dunării. O metodologie standardizată de colectare a datelor statistice relevante, dar și monitorizarea permanentă a datelor colectate, analiza regulată a pieței și efectuarea de sondaje în rândul vizitatorilor par instrumente foarte importante, recomandate și în „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspective pieței și a imaginii” (CDC).



## 3 Grupuri țintă și piețe țintă

Conform studiului „Turismul de drumeție: o mega-piață”<sup>3</sup> întocmit de către Deutsche Wanderinstitut e.V., vârsta medie a excursioniștilor este de 49 de ani, preponderența femeilor și a bărbaților fiind aproximativ egală. Prezența persoanelor cu studii superioare și a celor cu venituri mai mari este din ce în ce mai intensă.

Prin urmare, promovarea turismului de drumeție de-a lungul Dunării trebuie să se axeze, în mod clar, pe persoanele cu vârsta cuprinsă între 30 și 60 de ani.

Întrucât este important ca nivelul de conștientizare a turismului de drumeție în regiunea Dunării să crească în primul rând în țările dunărene, traseele de drumeții de-a lungul fluviului trebuie promovate mai ales în cele ze-

ce țări dunărene (Germania, Austria, Slovacia, Ungaria, Croația, Serbia, Bulgaria, România, Republica Moldova, Ucraina).

Așadar, este necesară integrarea ofertelor de turism de drumeție sau a ofertelor combinate care promovează turismul durabil de înaltă calitate în cadrul eforturilor de marketing ale oficiilor locale și naționale de turism, ale organizațiilor de management al destinației etc.

Promovarea regiunii s-ar putea îndrepta în viitor și către piețele țintă din afara Europei, care ar recunoaște regiunea Dunării ca „destinație europeană” și ar percepe oferta turistică de drumeții de-a lungul Dunării drept un produs european.

<sup>3</sup> Deutsches Wanderinstitut e.V./Rainer Brämer: „Hiking: A Megamarket“, 2011





## 4 Conceperea și realizarea ofertelor de excursii

Întrucât grupul țintă și obiectivele strategiei comune de marketing pentru întreaga regiune a Dunării au fost deja definite în capitoul anterior, se pune acum problema cum se poate ajunge la îndeplinirea obiectivelor și cum pot fi întreprinse demersuri pentru îmbunătățirea imaginii regiunii Dunării ca potențială zonă destinată drumețiilor.

### 4.1 Crearea unei infrastructuri de calitate înaltă

Ghidul de față va fi distribuit partenerilor din țările dunărene (ministere, oficii naționale de turism, organizații de management al destinației etc.), care îl vor distribui mai departe părților interesate. Întocmirea ghidurilor este recomandată și în materialul „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspectiva pieței și a imaginii” (CDC) menționat mai sus.

Obiectivul pentru viitor este realizarea unui traseu continuu de-a lungul Dunării, cu marcaje și indicatoare standardizate, prin conectarea infrastructurii existente. Acest traseu poate consta și într-o combinație între modalități de transport diferite (drumeție, ciclism, croazieră, autocar etc.). Însă mai sunt multe de făcut. Pașii de mai jos indică ce anume trebuie avut în vedere în cadrul planificării și realizării unor trasee de drumeție noi, de înaltă calitate.

#### 4.1.1 Aspecte generale

- Cererea de trasee/oferte de drumeții într-o anumită regiune trebuie stabilită prin cercetări ale pieței și tendințelor.
- Trebuie verificate resursele, respectiv dacă regiunea este potrivită pentru turismul de drumeție și merită dezvoltată în acest sens.
- Trebuie definit și precizat grupul țintă.
- Municipalityțile care vor fi afectate de crearea noii infrastructuri trebuie contactate, informate și implicate, iar fiecărui partener de proiect trebuie să i se solicite să depună declarații scrise.

- Este necesar să se stabilească dacă traseul va fi un traseu principal în regiune și dacă ar trebui transformat în unul tematic.
- Traseul trebuie planificat și definit pentru a dispune de o bază pentru discuțiile viitoare. Prin urmare, trebuie avute în vedere nevoile excursioniștilor (precum plimbarea într-un peisaj frumos cu aer curat sau descoperirea naturii, mediul curat, bucuria mișcării etc.). Conceptul de marcarea a traseului și afișare a temei acestuia pe indicatoare, elemente de infrastructură, puncte de acces etc. este foarte important nu doar în vederea obținerii unui sigiliu al calității, ci și pentru a prezenta vizitatorilor traseul ca pe un întreg.

#### 4.1.2 Etape de planificare

- Trebuie alese cele mai frumoase trasee pentru drumeții, în care se regăsesc elemente specifice regiunii (de ex. rezervații naturale, parcuri naturale, obiective turistice, puncte de belvedere, faună și floră etc.).
- Trebuie stabilite conexiuni între cele mai atrăgătoare puncte de interes și infrastructura existentă (trasee marcate, unități de cazare, transport în comun).
- Trebuie să se garanteze o accesibilitate adecvată a traseului principal. Prin urmare, se recomandă organizarea unor ateliere în vederea planificării traseelor, ținând seama de punctele de interes naturale/culturale, la care să participe reprezentanți ai regiunilor, municipalităților, localităților afectate etc.
- De asemenea, este indicată conceperea unei sigle comune.
- Stabilirea unui plan detaliat privind costurile și, în continuare, efectuarea unor demersuri pentru asigurarea finanțării (de către UE, guverne, prin proiecte de finanțare etc.) sunt, de asemenea, foarte importante pentru dezvoltarea cu succes a unei infrastructuri de calitate necesară drumețiilor.

### 4.1.3 Îndrumări pentru crearea traseelor

Pentru a asigura trasee de calitate ridicată și a efectua o evaluare a acestora, trebuie avute în vedere următoarele aspecte recomandate și nerecomandate.

#### DE FĂCUT

- Trasee diversificate, bine integrate în zonă
- Împărțirea traseelor în etape ce pot fi parcurse într-o singură zi (20 km)
- Poteci, trasee prin natură și pe drumuri acoperite cu iarbă, trasee istorice (LIMES, defileuri etc.), trasee dedicate culturii contemporane (galerii, muzee inclusiv muzee de istorie naturală)
- Trasee care să urmeze direct cursul Dunării și al altor ape, să traverseze zone protejate, obiective turistice naturale și culturale etc.
- Scenariul traseului
- Posibilitatea de a se bucura de liniște
- Puncte de belvedere
- Popasuri pentru excursioniști
- Integrarea unei infrastructuri adaptate excursioniștilor

#### DE EVITAT

- Trasee în linie dreaptă care nu cuprind obiective naturale și culturale
- Trasee pe drumuri acoperite cu asfalt, beton sau piatră
- Trasee întrerupte
- Folosirea autostrăzilor sau a străzilor și a traseelor pentru biciclete foarte aglomerate
- Porțiuni nesigure sau periculoase pe traseu
- Zone exploatate intens (zone rezidențiale, parcuri industriale, centre comerciale, zone agricole exploatate intens etc.)
- Popasuri pentru excursioniști care nu sunt prevăzute cu mijloace de protecție împotriva intemperiilor

### 4.1.4 Indicații privind calendarul și costurile

Pentru a elabora planificări și proiecte privind traseele de calitate pentru drumeții, un termen de aproximativ doi ani este realist și ar trebui avut în vedere doar pentru faza de planificare și proiectare. Un proiect detaliat reprezintă un fundament solid pentru strângerea de fonduri. Nu este recomandat ca realizarea efectivă a infrastructurii să fie demarată înainte de a strânge fonduri.

Amenajarea unui km de traseu pentru drumeții, cu marcaje turistice, costă aproximativ € 2.000 – după trasa-rea parcursului (conform Alpines Wandermanagement, Austria).

## 4.2 Crearea ofertelor și a pachetelor turistice

### 4.2.1 Infrastructură și oferte existente

În Germania, traseul „Drumeții fără bagaje de-a lungul Dunării” cu pornire din Donaueschingen și sosire la Passau nu este în prezent semnalizat sau marcat în niciun fel. Însă diferite organizații (de exemplu Consiliul de turism din Bavaria de Est) au deja proiecte pentru marcarea traseului.

În Austria, există un proiect concret pentru a lega rutele Donausteig și Welterbesteig Wachau din regiunea Nibelungengau. Traseele au fost deja alese, iar realizarea traseului principal ar trebui să fie finalizată în primăvara anului 2013.

În țările situate pe cursul inferior al Dunării, colectarea datelor GPS care să acopere eventualele trasee și zone propice drumețiilor de-a lungul Dunării reprezintă un aspect foarte important. În cadrul proiectului DanubeHIKE au fost elaborate criteriile de calitate pentru datele GPS. Se vor colecta traseele cu acoperire GPS, pe baza cărora va fi creată o hartă interactivă pentru drumeții ce va fi încărcată pe internet și în care se vor găsi în viitor toate aceste trasee.

Există, însă, și aspecte care nu au fost abordate: în întreaga regiune a Dunării trebuie concepute produse transfrontaliere concrete pentru drumeții. Prin urmare, o analiză a situației reprezintă o bază pe care fiecare țară și fiecare regiune o poate folosi pentru a-și îmbunătăți infrastructura destinată turismului de drumeție.

### 4.2.2 Idei și recomandări pentru crearea unor oferte și pachete turistice noi

Pentru a spori interesul față de regiunea Dunării în rândul oaspeților, al operatorilor de turism și al părților interesate, trebuie create oferte și pachete turistice concrete.

Pentru moment, combinațiile între diferite mijloace de transport, inclusiv transportul în comun, sunt indicate pentru a asigura conexiuni între zonele și traseele pentru drumeție. Astfel, cooperarea cu operatorii de turism care oferă croaziere pe Dunăre sau cu asociațiile feroviare este posibilă și necesară.

Există operatori de turism care oferă deja astfel de pachete, în special prin combinația dintre ciclismul pe Traseul cicloturistic al Dunării cu croaziere sau circuite cu autocarul. Acești operatori de turism ar putea fi interesați și de combinația cu drumețiile și ar trebui contactați. Prin urmare, pentru ca ei să înțeleagă de ce regiunea merită vizitată și prezintă un potențial ridicat pentru pachete variate, este necesar să fie evidențiate și prezentate cele mai importante poteci pentru drumeții, obiectivele naturale și culturale și alte puncte de interes.

O idee pentru a combina croazierele cu drumețiile ar fi includerea unor oferte de drumeții cu durată de o zi, pe trasee și în zone unde se poate ajunge cu ușurință din locul de acostare a vaselor de croazieră. Astfel, pasagerii vaselor ajung să se bucure atât de fluviu, cât și de împrejurimile propice drumețiilor.

Fiecare partener la proiectul DanubeHIKE trebuie să promoveze comunicarea cu operatorii de turism, cu partenerii turistici relevanți, cu parcurile naționale etc. pentru a veni, în viitor, cu oferte atrăgătoare pentru turismul de drumeție. De asemenea, partenerii DanubeHIKE au responsabilitatea de a distribui ghidurile elaborate în cadrul proiectului tuturor partenerilor relevanți și tuturor punctelor de contact, ca bază pentru dezvoltarea în continuare a turismului.

Unele ghiduri au fost elaborate pentru a prezenta destinații, operatori de turism, parcuri naturale, unități de cazare și mijloace de transport în comun în regiunea Dunării, dar și pentru a armoniza nivelul calitativ al serviciilor și al ofertelor existente de-a lungul Dunării.

### 4.2.3 Idei și recomandări pentru destinații

În general, organizațiile de management al destinației elaborează programe de marketing, iar părțile implicate creează diferite produse turistice care să corespundă acestor programe. Astfel de programe devin ulterior instrumente de promovare, vânzare și consolidare a valorilor, culturii și patrimoniului destinației, atât pentru părțile interesate, cât și pentru vizitatori.

Recomandări:

- Crearea și menținerea unui birou de informare turistică (cu o amplasare bună, personal profesionist, materiale de informare suficiente – fie în versiune tipărită, fie sub formă de ecrane tactile/aplicații interactive)
- Organizarea unor campanii și evenimente (tematice) pentru promovarea destinației (festivaluri, expoziții, competiții sportive de aventură etc.)

- Introducerea evenimentelor locale (concerte, festivaluri) în pachetele turistice: „Drumeții și evenimente”
- Organizarea unor circuite de weekend pentru excursioniști, în care să viziteze zone și locuri monumentale, cu faună și floră specifică, inclusiv pentru a admira de aproape specii rare de plante și animale sau zone cu acces limitat/restricționat în mod obișnuit
- Organizarea unor activități tradiționale pentru excursioniștii care se cazează (pentru o perioadă de 1-2 zile) în case ale localnicilor (realizarea de produse tradiționale, istorisirea unor povești interesante ...)
- Programe specializate pentru copii și familii cu copii (inclusiv componente educaționale privind patrimoniul natural și cultural)
- Definirea prealabilă a entităților responsabile de întreținerea traseului, a intervalului la care este necesară reînnoirea programelor etc.

#### Exemple de oferte existente:

##### *Străzile Vinului din Serbia*

[www.serbia.travel/destinations](http://www.serbia.travel/destinations)

##### În oglinda Dunării – Strada vinurilor din Fruška Gora

Muntele Fruška Gora este renumit pentru vinurile sale, care pot fi degustate în oricare dintre cele 60 de crame private. Acest traseu tematic oferă informații despre crame, cazare, obiective turistice, restaurante și posibilitățile de transport din regiune. Traseul este promovat printr-o broșură tematică și prin site-ul Internet al Organizației Naționale de Turism.

**Bune practici:** descrierea detaliată și harta „Străzilor vinului”; traseul tematic – combinație între degustare de vinuri și drumeții (Strada vinurilor din Fruška Gora urmează cursul Dunării), informații despre cazare, restaurante, crame etc. (PDF)



##### *Donau Festival Ulm, Germania*

[www.donaubuero.de](http://www.donaubuero.de)

Festivalul Dunării, organizat de Donaubüro încă din 2004, cuprinde o gamă largă de genuri artistice. Concertele spectaculoase – de la folclor la muzică pop extraordinară, de la muzică clasică la hip-hop, dar și lecturile, dansurile și teatrul, toate acestea demonstrează marea diversitate culturală a Regiunii Dunării.

**Idee bună:** evenimentul poate fi inclus într-un pachet turistic.



#### 4.2.4 Idei și recomandări pentru operatorii de turism

Participanții la un itinerariu standard de drumeții se așteaptă să găsească un echilibru între activitatea fizică și experiența culturii/naturii, precum și posibilitatea de a explora zone în care accesul cu mașina sau trenul este dificil. Ar trebui să fie puse la dispoziție facilități pentru diferite tipuri de excursioniști (de exemplu împărțirea traseului de drumeție în etape, cu popasuri și unități de cazare). Pentru fiecare oprire ar trebui identificate servicii de cazare de niveluri diferite care să răspundă unor nevoi diferite, de la campinguri la hoteluri de categoria întâi. Traseele ar trebui să fie concepute astfel încât să ducă excursioniștii în zone izolate, cu turism redus.

Recomandări:

- Crearea unor produse integrate care să cuprindă posibilități de transport, cazare, masă, bilete la muzee, degustări de vinuri etc.
- Menținerea unui echilibru între experiența în natură și experiența culturală
- Integrarea altor activități în aer liber, precum ciclism, canotaj, excursii cu barca
- Combinarea drumețiilor cu croaziere sau alte tipuri de transport (drumeții fără bagaje)
- Crearea unor produse transfrontaliere prin includerea traseelor și serviciilor din țările vecine, însă cu menținerea unui ghid unic pentru întregul circuit (eventual un al doilea ghid local, dacă prezența acestuia este impusă prin lege)
- Crearea condițiilor pentru circuite autoghidate – punerea la dispoziția turiștilor a unui „set de informații” despre drumeții (exemple de itinerarii, asigurări, sugestii ale celor care cunosc zona, coordonate GPS, hărți, ghiduri tipărite, informații despre cazare, transport etc.)
- Organizarea a diferite trasee sau activități tematice de scurtă durată [In cooperare cu organizațiile locale (oficii locale de turism, parcuri naturale ...) și cu proprietarii unităților de cazare private
- Programe pentru grupuri țintă specifice – vârstnici, copii, tineri, familii

#### Exemple de pachete existente:

##### ***Croaziera turistică Wachau/Austria (Bilet combinat pentru transport cu vaporul + ciclism + picnic)***

[www.ddsg-blue-danube.at](http://www.ddsg-blue-danube.at)

Croazieră în zona Wachau, lungă sau scurtă, combinată cu un tur pe bicicletă și un picnic

- Servicii incluse: croazieră în zona Wachau, închiriere de biciclete, pachet pentru picnic (apă minerală, băutură răcoritoare, sandvișuri, fructe)
- Preț: € 30,- / € 40,-

**Idee bună:** acest tip de circuit ar putea fi adaptat și pentru drumeții, respectiv croazieră + drumeție + picnic



### ***Pachetul „Parcursul dunărean Passau-Linz – cu Dunărea mereu în fața ochilor” oferit de agenția de turism „OÖ Touristik” din Austria Superioară,***

[www.touristik.at](http://www.touristik.at)

Drumul vă conduce de-a lungul crestei deluroase a văii Dunării, de la Passau la Linz. Vă plimbați prin păduri umbroase, urcați până la ruinele impresionante ale cetății Schaumburg și vă opriți pentru o bine-meritată pauză la spectaculosul punct de belvedere Schlögener Blick. Hanurile și restaurantele tradiționale vă întâmpină cu specialități delicioase și must sau sucuri de fructe preparate pe loc – o adevărată revigorare pentru trup și suflet.

**Sosire:** zilnic, între 14 aprilie și 13 octombrie

**Servicii incluse:**

- 6 nopți cu mic dejun
- transferul bagajelor de la un hotel la altul, până la Linz (1 bagaj de persoană, inclusiv o garanție de maximum € 500,-)
- excursie cu barca de la Passau la Kasten
- degustare de băuturi în mănăstirea Engelszell și plimbare individuală în jurul bisericii
- transport cu trenul de la Eferding la Linz
- turul orașului cu Linz-City Express
- transport cu trenul de la Linz la Passau
- pachet pentru drumeție cu materiale informative și descrierea traseului, disponibil în fiecare cameră
- serviciu de asistență telefonică și în weekend

**Prețuri pe persoană și pe sejur:** € 419,- cameră dublă  
Sezonul C: 12.05.–31.08. € 559,- cameră single  
€ 129,- supliment pentru demipensiune

**Bune practici:** Drumeție fără bagaje; combinație între drumeție și excursie cu barca; echilibru bun între natură și cultură; pachet pentru drumeție cu materiale informative pentru tururi fără ghid



### ***Pachetul „Circuit: Viena – Bratislava – Viena” cu „Tour4U”,***

[www.tour4u.sk](http://www.tour4u.sk)

Explorați cu noi capitala Slovaciei – Bratislava, situată la o distanță de numai 60 km de Viena. Pe parcursul croazierei până la Bratislava și înapoi, aveți opțiunea fie de a urma cursul principal al fluviului la bordul unei ambarcațiuni de mare viteză ce traversează barajul Freudenu, fie de a descoperi Canalul Dunării într-un catamaran.

În Bratislava veți participa la un tur al orașului și veți servi masa de prânz, dar vă va rămâne suficient de mult timp pentru a simți atmosfera orașului pe cont propriu. În timpul croazierei, veți admira frumusețile naturale ale Dunării, ruinele castelului Devin, minunatul oraș Hainburg și, desigur, Bratislava și Viena.

**Sosire:** Catamaran 22.03.–03.11. – în fiecare zi/Barcă rapidă 24.04.–12.10./24.04.–29.09. – în zilele de miercuri, joi, vineri, sâmbătă și duminică/04.10.–12.10. – în zilele de vineri și sâmbătă

**Servicii incluse:**

- Croazieră pe Dunăre, de la Viena la Bratislava și retur
- Turul orașului Bratislava organizat de Presporacik Oldtimer
- Timp liber pentru plimbări individuale în oraș
- Masa de prânz în centrul istoric

**Preț:** € 125,-/persoană

**Bune practici:** Ofertă transfrontalieră ce cuprinde obiectivele turistice culturale și naturale situate de-a lungul Dunării



### ***Bulgaria și România – Natură sălbatică pe cursul inferior al Dunării***

[www.wandernbulgarien.eu](http://www.wandernbulgarien.eu)

Călătoria începe cu o drumeție în Parcul Natural Rusenski Lom, în care s-au conservat pitorești văi stâncoase, cu o varietate de specii de păsări, și importante monumente istorice precum bisericile din piatră de la Ivanovo (patrimoniul UNESCO). Pe drumul către Marea Neagră vom vizita zona protejată Malak Preslavets – paradisul nufurilor albi – și Rezervația Biosferei Srebarna – un lac minunat în care trăiesc aproximativ 150 de specii. Pe drumul către Varna, capitala litoralului bulgăresc, vom întâlni alte două monumente UNESCO – mormântul tracic de la Sveštari și basorelieful în piatră al Călărețului de la Madara. După ce vizităm orașul Constanța cu frumoasele sale plaje, ajungem în paradisul natural al Deltei Dunării, unde vom rămâne două zile pentru a admira peisajele naturale și a urmări păsările. La sfârșitul excursiei vom face un tur al orașului București.

**Durata:** 11 zile (Perioada cea mai bună: de la jumătatea lunii aprilie până la jumătatea lunii iunie)

**Servicii incluse:**

- 11 nopți de cazare în hoteluri mici; cameră dublă cu duș/toaletă
- 11 mic-dejunuri și 10 cene
- Transport cu autocarul
- Ghid vorbitor de limba germană/engleză

**Prețul:** Între 10 și 14 persoane: € 950,-  
Între 15 și 20 de persoane: € 850,-

**Bune practici:** circuit ce cuprinde drumeții cu ghid, organizat la nivel transfrontalier, echilibru bun între experiența naturii și experiența culturală, puncte de interes culturale și naturale (patrimoniul UNESCO), drumeții în parcuri naturale, cooperare între unitățile de cazare locale din Bulgaria și România



#### 4.2.5 Idei și recomandări pentru parcurile naturale

Circuitele cu ghid și alte servicii puse la dispoziție de parcurile naționale/naturale pot fi un avantaj suplimentar pentru dezvoltarea produselor turistice în regiune. Serviciile pot fi oferite direct vizitatorilor sau pot fi incluse în itinerariile stabilite de operatorii de turism. Pentru direcțiile de administrare a parcurilor, acest tip de servicii ar reprezenta un sprijin financiar și o ocazie bună de a spori, în rândul vizitatorilor, gradul de conștientizare asupra drumețiilor responsabile. Oferirea serviciilor pentru turiști îmbunătățește promovarea și imaginea parcurilor și susține scopurile și obiectivele direcțiilor de administrare a acestora.

Recomandări:

- Organizarea unor circuite cu ghizi profesioniști (ornitologi, botaniști etc.)
- Asigurarea echipamentelor necesare (bărci, biciclete, truse de prim ajutor, hărți etc.)
- Oferirea unor trasee tematice (de ex. „Fauna și flora”, trasee de basm pentru copii etc.)
- Crearea unei rețele care să cuprindă operatori de turism pentru a include circuitele în pachetele acestora

#### Exemplu de ofertă existentă:

##### Circuite cu ghid în Parcul Natural Kopacki Rit, Croația

[www.kopacki-rit.hr](http://www.kopacki-rit.hr)

**Circuitul 1** Programul de vizitare a Rezervației Zoologice Speciale și a complexului castelului Tikveš include taxa de intrare, o prezentare a parcului, o plimbare cu barca, vizitarea complexului Tikveš și un ghid profesionist

**Preț:** adulți 70,- kuna/copii 50,- kuna

**Circuitul 2** Programul ce cuprinde un scurt tur cu barca include taxa de intrare, prezentarea parcului, un tur prin Rezervația Zoologică Specială sau o plimbare pe alte cursuri de apă, într-o barcă mică – maximum 4 persoane

**Preț:** 100,- kuna (pe persoană/pe oră)

**Circuitul 3** Programul de vizitare a complexului castelului Tikveš și de parcurgere a traseului în natură „Ulmul cel bătrân” include taxa de intrare, o prezentare a parcului, vizita la complexul Tikveš și parcurgerea traseului „Ulmul cel bătrân” – 2500m cu ghid profesionist

**Preț:** adulți 50,- kuna/copii 40,- kuna

**Bune practici:** combinație între drumeție și excursie cu barca; echilibru între cultură și natură





#### 4.2.6 Idei și recomandări pentru unitățile de cazare

Unitățile de cazare pot să ofere excursioniștilor servicii suplimentare care să răspundă nevoilor acestora (precum servirea cinei la ore târzii, echipamente speciale de drumeție, ghiduri, hărți, transport către traseele pentru drumeții etc.). O idee bună este oferirea unor circuite ce cuprind drumeții/circuite culturale pentru turiști (inclusiv servicii oferite de ghizi locali, muzee, agricultori etc.) Circuitele ce cuprind drumeții oferite de unitățile de cazare pot fi promovate prin site-urile internet ale acestora, precum și prin agenții, organizații și oficii locale de turism.

Recomandări:

- Adaptarea calității serviciilor principale la nevoile excursioniștilor (posibilitatea de a se caza la ore târzii, posibilitatea de a spăla/usca haine, hrană sănătoasă etc.)
- Oferirea unor servicii suplimentare pentru drumeții (echipamente, ghiduri, hărți, informații privind traseele și obiectivele turistice, tururi cu ghid)

#### Exemple de oferte existente:

##### Austria – Landgasthof Donau-Traum-Blick

[www.eselgut.at](http://www.eselgut.at)

**Oferta:** Drumeție nocturnă la lumina torțelor de-a lungul Dunării

##### Serbia – Capetan Misin Breg (Donji Milanovac)

**Oferta:** picnic, plimbare cu barca, pescuit cu undița, înot, drumeție în zonele naturale protejate din Parcul Național Djerdap, observatul păsărilor, cules de ciuperci și fructe de pădure, cursuri despre bucătăria tradițională, sporturi acvatice, plimbări cu bicicleta, alpinism

##### Bulgaria – Hotelul de familie „Barza Neagră” (Nisovo)

[www.black-stork.com](http://www.black-stork.com)

**Oferta:** drumeții, plimbări cu bicicleta, itinerarii culturale în regiune, informații privind siturile culturale și tradițiile locale

#### 4.2.7 Idei și recomandări pentru transportul în comun

Transportul în comun este extrem de important pentru ofertele destinate turismului de drumeție, în special în cazul în care infrastructura necesară drumețiilor este insuficientă. Pentru ca serviciile de transport să răspundă mai bine nevoilor excursioniștilor, este importantă colaborarea cu oficiile și operatorii de turism. Combinațiile – precum cea între croaziere și drumeții – ar reprezenta pentru turiști o ocazie extraordinară de a merge pe jos pe parcursul întregii zile fără a fi nevoiți să transporte bagaje grele.

#### Exemple de oferte existente:

Recomandări:

- Afișarea unor informații suficiente privind serviciile de transport și orarul mijloacelor de transport în locurile esențiale (de exemplu în stațiile de autobuz, în gări, la oficiile de turism, pensiuni, hoteluri, restaurante etc.)
- Mijloace de transport rapide locale și posibilitatea de transport către parcuri naturale/trasee de drumeție (care vor fi stabilite împreună cu operatorii de turism și direcțiile de administrare a parcurilor)
- Circuite tematice oferite de către companiile de transport (de exemplu căi ferate care să traverseze defileuri înguste și păduri)
- Disponibilitatea mijloacelor de transport combinat, cu urcări/coborâri multiple sau pe baza sistemului de oprire și preluare a unui alt mijloc de transport precum bicicletă, ambarcațiune etc.

#### ***Bulgaria – Excursii de o zi cu autocarul***

[web.ovanesovi.eu](http://web.ovanesovi.eu)

Tur cu ghid, cu pornire din Ruse și sosire în Rezervația Biosferei Srebarna

- Servicii incluse:**
- Transport cu minibusul/autocarul
  - Ghid vorbitor de limba engleză

#### ***Ungaria – Calea ferată forestieră Gemenc***

[www.gemenczrt.hu](http://www.gemenczrt.hu)

Ecartament îngust (760mm), linie neelectrificată. Linia pornește din Pörböly (conexiune cu MÁV) și ajunge în Bányafok, însă majoritatea trenurilor își încheie traseul în Gemenc-Dunapart.

### 4.3 Îndrumări privind criteriile de calitate

Criteriile de calitate asigură, în primul rând, comparabilitate și recunoaștere. Din perspectiva turistului, criteriile de calitate pentru traseele de drumeție sau pentru furnizorii de servicii reprezintă o sursă de orientare atunci când își alege destinația. Pentru furnizorii de servicii – care sunt în principal unități de cazare, restaurante, companii de transport și oficii de turism –, criteriile de calitate pot servi drept instrumente de marketing și criterii de referință și pot fi luate în considerare în cadrul elaborării unor oferte și pachete care să răspundă mai bine cerințelor turistului.

Toate țările limitrofe Dunării au stabilit, de comun acord, obiectivul de a aplica criterii de calitate pentru turismul de drumeție de-a lungul Dunării. Acest lucru ar trebui să permită partenerilor să pună criteriile în aplicare pe termen lung.

Mai mult, dezvoltarea unui turism de drumeție calitativ de-a lungul Dunării ar trebui să contribuie la elaborarea unei strategii de marketing și a unui brand pentru acest tip de turism, dar și la realizarea practică a strategiei UE pentru regiunea Dunării.

Exemplu:

Scală: 1–5 puncte pentru fiecare criteriu (de exemplu practicabilitatea traseului)

1 = deloc/puține/într-o măsură redusă; 5 = în totalitate/multe/într-o măsură ridicată

1  2  3  4  5

Criteriile au fost stabilite cu ajutorul partenerilor Danube-HIKE pe baza unor criterii de calitate existente și ar trebui considerate îndrumări motivante și utile pentru realizarea concretă a traseelor și a serviciilor, în vederea atingerii unui standard de calitate ridicată similar la nivelul întregii regiuni a Dunării. Totuși, aceste îndrumări reprezintă doar o bază care trebuie adaptată situației locale.

#### 4.3.1 Criterii de calitate pentru traseele de drumeție

Evaluarea traseelor de drumeție se va face pe o scală de la 1 la 5, unde 5 va reprezenta punctajul maxim, iar 1 punctajul minim. Ideea esențială este de a evalua traseele pe baza unui punctaj mediu pentru a introduce informațiile privind calitatea traseului pe portalul internet dedicat drumețiilor, care va fi creat de către CDC în cadrul proiectului DanubeHIKE. Criteriile sunt împărțite în mai multe secțiuni: structura traseului, stare și întreținere, marketing și infrastructură. Propunerea de introducere a unor indicatoare comune este formulată în baza standardelor internaționale privind traseele, folosite deja în unele țări și regiuni dunărene, de exemplu în Austria Superioară. Scopul acestora este de a ajuta localitățile ce reprezintă destinații turistice să se concentreze asupra unui sistem comun de indicatoare și de asigurare a calității.

CRITERII DE CALITATE PENTRU TRASEELE DE RUMEȚIE	1	2	3	4	5
<b>Structura traseului</b>					
Practicabilitate (se va face distincția între un traseu cu întreruperi și un traseu ce poate fi parcurs în întregime)					
Siguranță					
Siguranță și practicabilitate în condiții de iarnă					
Obiective turistice naturale de-a lungul traseului					
Obiective turistice culturale de-a lungul traseului					
Puncte de belvedere unice de-a lungul traseului					
Accesibilitatea punctului de pornire/sosire (transport în comun)					
Nivel de dificultate					
<b>Stare/Întreținere</b>					
Întreținerea traseului					
Spațiul disponibil pentru traseu (larg, îngust)					
Indicatoare turistice (comune)					

CRITERII DE CALITATE PENTRU TRASEELE DE RUMETIE	1	2	3	4	5
Distanța între etapele traseului					
Accesibilitate pentru persoanele cu handicap fizic					
Popasuri atrăgătoare și marcaje (aflate într-o stare bună și amplasate într-un loc corespunzător)					
Panouri cu informații privind geologia, fauna și flora locală					
<b>Marketing</b>					
Denumiri autentice					
Disponibilitatea materialelor cu informații exacte (online, offline, hărți, broșuri, informații despre pachete)					
Promovarea prin oferte de drumeții (incluse în pachete)					
Prezența pe internet					
Informații disponibile în diferite limbi (cel puțin în engleză)					
<b>Infrastructură</b>					
Conexiuni cu alte trasee					
Conexiuni cu alte mijloace de transport, drumeții și ...					
Navigație (croaziere)					
Ciclism					
Acces cu mijloacele de transport în comun					
Popasuri de-a lungul traseului					
Surse de apă (izvoare) de-a lungul traseului					
Unități de cazare de-a lungul traseului					
Restaurante de-a lungul traseului					
Facilități disponibile de-a lungul traseului					
				Da	Nu
Secțiuni de traseu care traversează proprietăți particulare					
Se permite accesul în cazul în care traseul traversează proprietăți particulare?					
<b>Marcaje</b>					
Marcaje existente				Da	Nu
Materiale:					
Aluminiu					
Lemn					
Altele (precizați):					
Culoarea marcajului:					
Galben					
Verde					
Albastru					
Roșu					
Alta (precizați):					
Distanța:					
Peste 5 km				Da	Nu
Între 2 și 5 km					
Sub 2 km					

CRITERII DE CALITATE PENTRU TRASEELE DE RUMETIE	1	2	3	4	5
Starea:	1	2	3	4	5
Grad de dificultate					
	Da			Nu	
Destinație țintă					
Durată					
Pictogramă					
Limba – engleză					
Limba – altele					

Scala 1 – 5 este o scală preliminară, care încă face obiectul unor dezbateri. De asemenea, trebuie avută în vedere posibilitatea introducerii unei scale cu trei trepte, pe baza culorilor semaforului. Pe de altă parte, pentru asigurarea comparabilității este importantă identificarea traseelor de înaltă calitate, iar scala de evaluare ar trebui să fie aplicată și identificată cu ușurință de către toate țările și destinațiile limitrofe Dunării, indiferent de gradul de dezvoltare a infrastructurii necesare drumețiilor. În plus, au fost elaborate recomandări pentru a îndruma organizațiile din locurile de destinație și organizațiile de drumeții atunci când stabilesc trasee noi sau evaluează infrastructura existentă.

#### Exemplu de rețea existentă de trasee:

#### 4.3.2 Recomandări pentru marcaje

**Material:** aluminiu

**Dimensiuni:** Lungimea – min. 650mm, 60mm pentru săgeată, Lățimea – între 80mm și 200mm

**Litere:** 20mm destinația țintă, durata, dificultatea și pictograma, 15mm pentru numărul traseului; Corpul literelor: Arial, sans serif, normal – nu se folosesc litere mari sau cursive

**Culori:** Marcaj – galben (RAL 1023), litere – negre (RAL 9005)

**Cuprins:** Dificultate, destinația țintă, durata, pictograma, maximum 3 destinații

**Localizare:** la distanțe de maximum 2 km, la ramificațiile traseului

### *Austria – Donausteig*

[www.donausteig.com](http://www.donausteig.com)

Ruta Donausteig, 450km – de-a lungul ambelor maluri ale fluviului, de la Passau la Grein, traseul dunărean traversează peisaje naturale și culturale diverse.

- 41 de circuite Donausteig – de pe traseul principal se desprind nenumărate poteci care conduc către zonele de dincolo de maluri, permițând cunoașterea mai aprofundată a regiunii.
- Integrare optimă a transportului cu autocarul, feroviar și naval – facilitarea sosirii și a întoarcerii la punctul de plecare.
- Traseu dunărean ideal pentru: turiști care fac drumeții lungi sau scurte, excursioniști, familii etc.
- 165 de popasuri și puncte panoramice – Parcursurile oferă priveliști frumoase și ocazia de a cunoaște pitorescul ținut dunărean.
- Povești istorisite – pe indicatoare sunt afișate 120 de legende dunărene repovestite și ilustrate, ce creionează o altă fațetă a regiunii parcurse de traseul dunărean.
- 52 de gazde Donausteig – Experții locali în drumeții oferă sfaturi oaspeților și stabilesc criteriile de calitate pentru unitățile de cazare și masă.
- Pachete speciale – Împărțite în diferite categorii, aceste pachete au în vedere diverse tipuri de excursioniști, astfel încât oaspeții să își poată alege un pachet care să corespundă nevoilor proprii.
- Donausteig interactiv – O hartă interactivă a traseului și un planificator pentru călătorii le permit oaspeților să creeze profiluri individuale pe care să le tipărească în format PDF.

### 4.3.3 Criterii de calitate pentru cazare

Ca urmare a faptului că furnizorii de servicii de cazare respectă deja anumite standarde de calitate pentru serviciile lor generale, criteriile pentru unitățile de cazare „adequate pentru excursioniști” sunt menționate separat. Sunt posibile două opțiuni – da sau nu. În unele cazuri trebuie furnizate informații (precizate separat în cadrul criteriilor).

Exemplu:

Există personal profesionist capabil să ofere informații detaliate privind regiunile propice drumețiilor și infrastructura aferentă.

Da

Nu

CRITERII DE CALITATE PENTRU CAZARE	Da	Nu
<b>Servicii pentru excursioniști</b>		
Accesibilitate dinspre traseul de drumeție (la o distanță ce poate fi parcursă cu piciorul)		
Informații pentru excursioniști (hărți, broșuri, altele: buletine meteo, obiective turistice)		
Personal profesionist (cunoaște regiunile propice drumețiilor, limbi străine, oferă servicii personalizate)		
Servicii pentru excursioniști – echipamente pentru drumeții (centru de închiriere și/sau magazin)		
Truse de prim ajutor pentru excursioniști (unguente, plasturi etc.)		
Posibilitatea de spălare/uscare și depozitare a hainelor și a încălțăminte		
Serviciu de transport pentru excursioniști și bagaje		
Panouri de afișare a noutăților, puncte de contact pentru excursioniști		
Oferirea de activități în aer liber (circuite cu ghid, excursii cu barca etc.)		
<b>Servicii generale</b>		
Certificare (stele etc.) – (da/nu, precizați)		
Servirea micului dejun dimineața devreme, posibilitatea de cazare seara târziu sau de cazare de scurtă durată		
Hrană sănătoasă, mic dejun ușor, produse alimentare integrale		
Produse locale		
Prezența pe internet a unității de cazare		

#### Exemplu:

#### ***Bulgaria – Green Lodge***

[www.baatbg.org](http://www.baatbg.org)

Green Lodge® (Căsuța verde) este un certificat eliberat pentru pensiunile și hotelurile mici care respectă standardele de calitate ECEAT și Eurogites. Gazdele acestor case sunt localnici care acordă o atenție deosebită naturii și culturii din regiunea lor. Ei vor fi ghidul dumneavoastră către locurile și evenimentele interesante din împrejurimi, îmbogățindu-vă experiența călătoriei.

- Contribuție la protejarea naturii
- Accent asupra patrimoniului cultural
- Servicii de informații privind mediul pentru oaspeți
- Îmbunătățirea permanentă a performanței ecologice

#### 4.3.4 Criterii de calitate pentru furnizorii de servicii (operatori de turism, oficii de turism, restaurante)

Sunt posibile doar două opțiuni: da sau nu, iar în unele cazuri trebuie furnizate informații (precizate separat în cadrul criteriilor). Da  Nu

CRITERII DE CALITATE PENTRU FURNIZORII DE SERVICII	Da	Nu
Accesibilitate dinspre traseul de drumeție (la o distanță ce poate fi parcursă cu piciorul)		
Informații variate despre zonă, relevante pentru drumeție (hărți, broșuri, buletine meteo, obiective turistice, GPS)		
Informații despre:		
Restaurante adecvate pentru excursioniști		
Unități de cazare adecvate pentru excursioniști		
Transportul bagajelor		
Servicii regulate de transport rapid		
Transportul în comun		
Ghizi pentru drumeții		
Oferte/pachete speciale pentru drumeții		
Informații generale despre cursul de schimb, viză, țară, ambasade, spitale		
Prezența pe internet		
Prezența pe internet în mai multe limbi, cel puțin în engleză		
Canale de rezervare pentru oferte:		
Internet		
Fax		
Telefon		
Personal profesionist – cunoaște regiunile propice drumețiilor, limbi străine, oferă servicii personalizate		
Panouri de afișare a noutăților, puncte de contact pentru excursioniști		
Pentru restaurante: folosirea produselor regionale, ofertă de mese ușoare (adaptate pentru excursioniști)		
Pentru restaurante: Servicii adaptate pentru excursioniști, de exemplu prevederea de bandaje și articole conexe etc.		
Pentru oficiile turistice: centru de interes pentru toți furnizorii de servicii și toate regiunile; stimulează colaborarea între țări, oferind în special hărți cu trasee de drumeție și informații despre obiectivele turistice întâlnite de-a lungul traseelor		
Pentru operatorii de turism: promovarea ofertelor de drumeții la nivel transnațional, colaborarea cu alți furnizori de servicii care se axează pe turismul de drumeție		

**Exemplu:**

***Salix Tours, Ukraine***

www.salix.od.ua

Putem organiza tururi speciale care să răspundă cerințelor dumneavoastră, ale familiei sau ale prietenilor dumneavoastră. Indiferent dacă aveți la dispoziție o singură zi, un weekend prelungit sau o perioadă mai lungă, vă putem ajuta să vă planificați vacanța ideală, în orice perioadă a anului. Puteți fi siguri că vă vom oferi cazare confortabilă, mâncăruri delicioase, ghizi profesioniști, transport fiabil și orice alt sprijin de care aveți nevoie.

Vizitați paginile noastre despre natură și destinații pentru a vă forma o idee în legătură cu ceea ce puteți să vedeți și să faceți în Ucraina. Iată mai multe idei de activități în orașul Odessa și în împrejurimi:

- 1 aprilie este ziua Carnavalului umorului (Umorina) la Odessa: veniți să admirați parade uimitoare.
- 29 iunie este Ziua Dunării, sărbătorită în întregul bazin al fluviului – veniți alături de noi la evenimentele organizate în Deltă.
- 7 septembrie este Ziua înființării orașului Odessa: bucurați-vă de concerte în aer liber și de focuri de artificii.
- Perioada iunie – octombrie este excelentă pentru pescuitul de crap, știucă, somn și biban. Campați pe malurile Dunării și prindeți pește.
- Sau vedeți dacă vă pricepeți să pescuiți la copcă pe lac, în februarie: indiferent dacă aveți sau nu noroc, la sfârșitul zilei vă vor încălzi vinul fiert cu mirodenii și știuca umplută, special pregătite pentru dumneavoastră.
- Faceți o plimbare cu barca de-a lungul canalelor Dunării.
- Petreceți timp într-o comunitate locală și perfecționați-vă cunoștințele de rusă.
- Așezați-vă în fața unui șevalet și pictați peisaje fantastice.

**4.3.5 Criterii de calitate pentru transportul în comun și furnizorii de servicii de transport**

Sunt posibile doar două opțiuni: da sau nu, iar în unele cazuri trebuie furnizate informații (precizate separat în cadrul criteriilor).

Da       Nu

CRITERII DE CALITATE PENTRU TRANSPORTUL ÎN COMUN	Da	Nu
Companie publică de transport		
Companie privată de transport		
Accesibilitate dinspre traseul de drumeție (la o distanță ce poate fi parcursă cu piciorul)		
Companie de transport înregistrată		
Curse frecvente și orare transparente		
Servicii limitate la sezonul principal		
Servicii pe întreaga durată a anului		
Transfer de bagaje		
Limba – informații disponibile în limba engleză		
Limba – informații disponibile în alte limbi		



CRITERII DE CALITATE PENTRU TRANSPORTUL ÎN COMUN	Da	Nu
Posibilitatea de a transporta rucsacuri, de a depozita încălțăminte		
Informații despre zonele propice drumețiilor, unități de cazare adecvate pentru excursioniști		
Colaborare cu oficiile și operatorii de turism (pachete și oferte speciale)		
Serviciu de preluare a călătorilor		
Flexibilitate		
Canale de rezervare pentru oferte		
Internet		
Fax		
Telefon		
Informații despre alte mijloace de transport, puncte de legătură		
Prezentarea pe internet a unităților de cazare, în mai multe limbi, cel puțin în engleză		
Personal profesionist – cunoaște mai multe limbi, cunoaște nevoile excursioniștilor		
Tarife speciale pentru excursioniști		

### Exemplu:

#### *Căile Ferate Sârbe – Trenul turistic Romantika*

[www.serbianrailways.com](http://www.serbianrailways.com)

Trenul de epocă „Romantika” este un proiect pus în practică în 1996, având scopul de a da călătorilor impresia întoarcerii în trecut și de a-i face să se bucure de călătoria romantică însoțite de aburul locomotivei. Vagoanele de epocă, care datează din anii 1930 (există vagoane de clasa întâi, a doua și a treia, precum și un vagon restaurant), reprezintă o ofertă turistică adecvată.

- Trenul de epocă „Romantika” este format dintr-un vagon de clasa întâi, douăsprezece vagoane de clasa a doua, un vagon restaurant și un vagon pentru transportul bicicletelor.
- Oferta comercială este foarte variată, scopul Căilor Ferate Sârbe fiind de a veni în întâmpinarea tuturor nevoilor unor grupuri diferite de turiști.
- Pe lângă oferta comercială de bază și de destinațiile preferate, precum Sremski Karlovci, Palić, Vršac, Bela Crkva, Požarevac, Smederevo, Despotovac – Resavica, oferim clienților posibilitatea de a închiria trenul, ceea ce reprezintă o modalitate unică de a sărbători aniversări, a prezenta proiecte de afaceri sau a organiza prezentări ...
- Locomotivele cu aburi folosite pentru călătoriile cu trenul de epocă au aparținut Muzeului Căilor Ferate.
- Capacitatea trenului este de 420 de locuri.
- Pentru îmbogățirea călătoriei, se propun activități noi precum: vizitarea de târguri, podgorii, participarea la recoltatul strugurilor, la festivaluri, carnavaluri, meciuri și alte evenimente organizate de agențiile de turism din Serbia.

#### 4.4 Crearea unor structuri de management profesioniste

Conform studiului „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspectiva pieței și a imaginii” (CDC), un pas important către un marketing de succes pentru regiunea Dunării constă în îmbunătățirea sau, în unele locuri, instituirea unor structuri profesioniste de management al destinației, la nivel local și regional. CDC ar urma să susțină regiunile de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării în efortul de creare a unor structuri noi, dar și de îmbunătățire a celor existente. Întrucât aceste structuri sunt deja consacrate în regiunile de pe cursul superior al Dunării, țările respective ar trebui să ofere la rândul lor consultanță și sprijin.

Sprijinul oferit de CDC și de regiunile situate pe cursul superior al Dunării ar trebui să cuprindă, de exemplu: îndrumări și sfaturi tehnice în domeniul precum planificare, management, servicii, marketing și infrastructură, precum și asigurarea finanțării pe termen lung.

Stimularea creării de rețele și a cooperării cu alți parteneri regionali/naționali/internaționali, precum și cu CDC trebuie să reprezinte un obiectiv foarte important pentru fiecare organizație de turism.

ținând seama de faptul că sunt importante în egală măsură nu doar stabilirea și realizarea practică a infrastructurii necesare drumetiiilor, ci și întreținerea acestora (precum verificarea și reînnoirea marcajelor/indicatoarelor, păstrarea curățeniei popasurilor, repararea stricăciunilor etc.), structurile profesioniste de management trebuie să creeze o bază pentru a garanta o calitate ridicată nu doar la început, ci în permanență.

## 5 Obiective de marketing

Obiectivul principal este crearea unui brand pentru întreaga regiune a Dunării, incluzând aici toate țările limitrofe. Punerea la dispoziție a unor oferte de turism de calitate, prezentarea regiunii Dunării ca brand unic în cadrul comunicărilor, atragerea oaspeților din țară și din străinătate, precum și realizarea unor proiecte de turism durabil dincolo de granițe reprezintă ținte principale, ce trebuie îndeplinite prin măsuri de marketing adecvate.

### 5.1 Dezvoltarea produsului

Un prim pas către un marketing de succes pentru întreaga regiune a Dunării constă în stabilirea unei infrastructuri noi, precum și în crearea de noi oferte și pachete. Aceste teme principale vor constitui baza ofertelor de drumeții în regiune (a se vedea capitolul 4).

### 5.2 Îmbunătățirea imaginii „drumețiilor în întreaga regiune a Dunării”

Imaginea regiunii Dunării ca zonă perfectă pentru excursioniști poate fi îmbunătățită mai întâi prin dezvoltarea, apoi prin promovarea unei infrastructuri noi de înaltă calitate. În acest scop, ar trebui scoase în evidență propunerile unice de vânzare ale regiunii, în special cele legate de drumeții:

- fluviul ca punct de legătură între 10 țări/peisaje diferite etc.
- drumeții de-a lungul apei
- peisaje naturale și culturale diferite
- obiective și reperi turistice, orașe și sate, castele, ruine etc.
- parcuri naturale, parcuri naționale
- combinație între drumeții, ciclism și croaziere
- istoria fluviului
- corelarea cu programele deja existente care se axează pe temele menționate mai sus

### 5.3 Creșterea numărului de nopți de cazare și excursioniști de o zi

Ofertele de calitate reprezintă baza pentru atragerea unui număr mai mare de turiști în regiune. O platformă de marketing comună permite tuturor destinațiilor, regiunilor și părților interesate din domeniu, precum oficiile și operatorii de turism, agențiile de voiaj, unitățile de cazare, parcurile naturale și alți furnizori de servicii, să își promoveze ofertele și să atragă turiști din întreaga lume (a se vedea 5.5. Marketingul electronic și mijloacele de socializare, platforma de internet comună).

### 5.4 Rezultate obținute prin proiectele de acțiune subsecventă (UE)

Majoritatea concluziilor și rezultatelor DanubeHIKE sunt materializate în îndrumări care ar trebui să faciliteze misiunea eventualelor proiecte de acțiune subsecventă de a găsi parteneri și a strânge fonduri. O deosebită importanță o au temele precum dezvoltarea produselor în sectorul turismului de drumeție de-a lungul Dunării și marketingul în regiunea Dunării. Continuarea colaborării dintre țările limitrofe Dunării în vederea aplicării strategiei UE pentru regiunea Dunării va reprezenta un aspect esențial și în anii următori. În prezent, Grupul de coordonare a domeniului prioritar 3 din cadrul Strategiei UE pentru regiunea Dunării (turism, cultură și relații interumane) și-a propus să conceapă un brand turistic al Dunării pentru a poziționa regiunea pe piața mondială a turismului. Brandul ar trebui să fie construit pe baza brandurilor secundare existente la nivel național/regional și să fie susținut de o rețea a principalelor părți interesate din domeniul turismului, pentru a asigura o acțiune mai coordonată și a face schimb de cunoștințe.

### 5.5 Măsuri de marketing

#### Publicitatea

În cadrul proiectului a fost concepută o siglă DanubeHIKE. Aceasta ar trebui să fie folosită în viitor de către toți partenerii pentru orice activități legate de turismul de drumeție de-a lungul Dunării.

A fost elaborată broșura „DanubeHIKE”. Aceasta oferă o imagine de ansamblu asupra întregii regiuni a Dunării și abordează pe scurt teme precum istoria, obiectivele turistice, cultura, drumețiile, arta culinară, natura, accesul, transportul și cazarea. Broșura are rolul de a introduce cititorul în regiunea Dunării, ajutându-l să își formeze o primă impresie și crescând nivelul său de conștientizare asupra faptului că valea Dunării este o regiune propice drumețiilor.

Broșura nu se adresează clienților sau potențialilor oaspeți care aleg drumețiile, ci ministerelor, oficiilor naționale de turism, organizațiilor de management al destinațiilor, operatorilor de turism, asociațiilor de drumeții, jurnaliștilor și altor potențiali parteneri și părți interesate pentru a-i motiva să promoveze turismul de drumeție în regiune, să continue dezvoltarea infrastructurii, să creeze pachete turistice care să poată fi rezervate etc. Broșura ar trebui să fie distribuită de către partenerii DanubeHIKE, precum și de către ministerele și oficiile naționale de turism din țările dunărene. În continuare ar trebui realizate, de asemenea, broșuri cu imagini, fluturași publicitari, pliante, cadouri promoționale etc. destinate clienților și oaspeților care aleg drumețiile. Pentru a oferi hărți și materiale informative de calitate, unele edituri care publică ghiduri de drumeții ar putea fi abordate și informate despre infrastructura pentru drumeții existen-

tă în regiunea Dunării și despre traseul propus, cu toate punctele sale de interes (publicații comparabile cu ghidul „Bikeline” al editurii Esterbauer – [www.esterbauer.com](http://www.esterbauer.com), care prezintă Traseul cicloturistic al Dunării). Pentru a garanta succesul activităților de marketing comune întregii regiuni a Dunării, oficiile naționale de turism din fiecare țară dunăreană trebuie să susțină strategia de marketing și proiectul DanubeHIKE. Canalele de distribuție și comunicare ale acestora pot fi folosite și pentru promovarea ofertelor de drumeții în regiunea Dunării.

### Marketingul electronic și mijloacele de socializare

Conform studiului „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspectiva pieței și a imaginii” (CDC), canalul de informare preferat pentru viitoarele produse turistice din regiunea Dunării îl reprezintă site-urile internet (73%). Centrul Dunărean de Competență (CDC) elaborează un portal web internațional pentru regiunea Dunării ([danube.travel](http://danube.travel)) care va fi prezentat la ITB 2013. Pe acest site, care va reprezenta un portal cuprinzător pentru persoanele interesate să călătorească în regiunea Dunării, vor putea fi găsite informații turistice din toate țările dunărene. În plus, va fi întocmită o hartă interactivă pentru drumeții, ce va cuprinde date GPS privind toate traseele din regiunea Dunării și care va fi corelată cu site-ul internet.

Ilustrația 1 –  
Viitorul portal  
[www.danube.travel](http://www.danube.travel)





Ilustrația 2 –  
Descrierea traseelor  
de drumeție pe  
Danube.travel



Ilustrația 3 –  
Hartă interactivă pe  
Danube.travel

Pentru a crește popularitatea portalului dedicat Dunării atunci când acesta va fi online, ar trebui realizată o campanie clasică de marketing electronic (de exemplu anunțuri publicitare pe Google AdWords, optimizare pentru motoarele de căutare, pagini de destinație pentru link-uri, benzi publicitare, buletine informative ale partenerilor importanți etc.).

Platformele de socializare precum Facebook, Google+ etc. ar putea fi, de asemenea, un instrument important și eficient de marketing online. Ar trebui folosite, în egală măsură, și instrumente inovatoare de marketing – de

exemplu campanii pe Facebook, conceperea de jocuri, concursuri, aplicații mobile etc. În acest caz, este important ca astfel de instrumente să fie folosite în cadrul unei acțiuni comune a diferitelor organisme de marketing regionale, pentru a stimula colaborarea și a aduce beneficii reciproce din punct de vedere al distribuției. În ceea ce privește canalele de socializare, este foarte important să existe suficiente resurse de personal care să asigure prezența pe aceste canale într-o manieră corespunzătoare și regulată.

Alte exemple de bune practici pentru site-urile internet din regiunea Dunării:

Ilustrația 4 –  
Hartă interactivă  
realizată de  
ARGE Deutsche Donau  
[www.deutsche-donau.de](http://www.deutsche-donau.de)





Ilustrația 5 –  
Portalul  
www.donausteig.com



Ilustrația 6 –  
Portalul  
www.donau.com

Într-o fază ulterioară, site-ul CDC ar trebui conectat cu alte portaluri internet dedicate drumețiilor, pentru a crește nivelul său de popularitate – de exemplu:

[www.donausteig.com](http://www.donausteig.com)  
[www.danube.at](http://www.danube.at)  
[www.donau.com](http://www.donau.com)  
[www.tiscover.at](http://www.tiscover.at)  
[www.hrs.de](http://www.hrs.de),  
[www.bergfex.at](http://www.bergfex.at)  
[www.outdooractive.com](http://www.outdooractive.com)

[www.mmediu.ro/beta](http://www.mmediu.ro/beta)  
[www.rosilva.ro](http://www.rosilva.ro),  
[www.eco-romania.ro](http://www.eco-romania.ro)

[www.serbia.travel](http://www.serbia.travel)  
[www.stazeibogaze.rs](http://www.stazeibogaze.rs)  
[www.pss.rs](http://www.pss.rs)  
[www.npfruskagora.rs](http://www.npfruskagora.rs)  
[www.npdjerdap.rs](http://www.npdjerdap.rs)

[www.nptara.rs](http://www.nptara.rs)  
[www.jugoistocnasrbija.rs](http://www.jugoistocnasrbija.rs)  
[www.visitserbia.org](http://www.visitserbia.org)  
[www.kopaonik-online.net](http://www.kopaonik-online.net)  
[www.serbiatravelers.org](http://www.serbiatravelers.org)  
[www.explore-serbia.rs](http://www.explore-serbia.rs)  
[www.traveleastsrbia.org](http://www.traveleastsrbia.org)  
[www.istar21.rs](http://www.istar21.rs)

[www.slovakia.travel](http://www.slovakia.travel)  
[www.visit.bratislava.sk](http://www.visit.bratislava.sk)

[www.mvc.sk](http://www.mvc.sk)  
[www.regionnitra.sk](http://www.regionnitra.sk)

### Evenimentele de promovare

O idee de activitate de marketing comună este crearea unei Zile a drumețiilor de-a lungul Dunării, ce ar putea fi corelată cu „Ziua Dunării” existentă, pe care toate țările limitrofe Dunării o sărbătoresc anual pe 29 iunie, încă din 2004, prin diverse activități și festivaluri.

Așadar, în aceeași zi ar putea avea loc mai multe evenimente dedicate promovării drumețiilor în locuri diferite din regiunea Dunării. Toate aceste activități ar putea fi corelate într-un anumit mod (prin internet etc.).

### Relațiile publice

Conferința internațională pe tema drumețiilor (19–20 noiembrie 2012, Linz, Austria Superioară), ce a cuprins și o conferință de presă, a reprezentat primul eveniment dedicat prezentării rezultatelor proiectului DanubeHIKE și a potențialului regiunii Dunării pentru turismul de drumeție către un public mai larg.

Conform studiului „Analiza țărilor de pe cursul mijlociu și inferior al Dunării din perspectiva pieței și a imaginii” (CDC), pentru a asigura o publicitate eficientă în viitor este de dorit să se organizeze și alte activități de presă la nivel regional și internațional. Ar trebui creată și o identitate grafică, care să fie folosită constant în toate publicațiile. Ar fi indicat să existe un punct de contact central pentru mass-media (acesta ar putea fi CDC), care să transmită comunicate de presă consecutive, să organizeze conferințe și excursii de presă, să reprezinte regiunea Dunării la târguri internaționale (de ex. ITB din Berlin) etc.





## Concluzie

Ghidul și criteriile de calitate se bazează pe experiența tuturor partenerilor din proiect și au fost elaborate în cadrul discuțiilor dintre parteneri și alte potențiale părți interesate. Scopul exemplilor de bune practici este de a ilustra ce oferte au deja succes și de a permite schimbul de cunoștințe între partenerii aflați de-a lungul întregului fluviu.

Ghidul ar trebui să aibă rolul de a sprijini părțile interesate din domeniul turismului din regiunea Dunării să își îmbunătățească ofertele existente, infrastructura și instrumentele de marketing. Ghidul ar trebui să contribuie la crearea unor oferte inovatoare care să atragă turiști din țară și din străinătate și să ofere produse și servicii competitive, de înaltă calitate.

Din cauza timpului și resurselor limitate, acest proiect nu poate să asigure dezvoltarea infrastructurii și dezvoltarea intensă a produselor, reprezentând doar o bază comună pentru diferite activități subsecvente.

Fundamentul strategiei comune de marketing poate fi dezvoltat în continuare prin introducerea unor măsuri

de marketing pentru fiecare țară, precum și prin activități comune de marketing la nivel transfrontalier. Criteriile de calitate pentru stabilirea și îmbunătățirea ofertei de drumeții pot fi adaptate nevoilor specifice și stării infrastructurii pentru drumeții din fiecare țară. Totuși, oficiile naționale de turism și organizațiile de management al destinației ar trebui să tindă către standarde de calitate comune.

Ghidul de realizare practică și îmbunătățire/ poziționare a turismului de drumeție de-a lungul Dunării poate servi drept bază pentru organizarea unor ateliere, seminarii și schimburi de cunoștințe pe tema diversificării și îmbunătățirii ofertei de drumeții de-a lungul Dunării.

În plus, ghidul de față reprezintă un alt pas înainte către dezvoltarea turismului și consolidarea zonei, în concordanță cu obiectivele strategiei UE pentru regiunea Dunării.

În prezent, toți partenerii din proiect au fost rugați să distribuie ghidul pentru a asigura utilizarea acestuia de către părțile interesate din domeniul turismului de-a lungul întregului fluviu.



**Tipar:**

WGD Tourismus GmbH  
și  
Naturefriends International  
pentru proiectul DanubeHIKE



**NATURFREUNDE**  
**AMIS DE LA NATURE**  
**NATUREFRIENDS**  
**INTERNATIONAL**

**Contact:**

**Naturefriends International**  
1150 Vienna, Diefenbachgasse 36  
Austria  
[www.nf-int.org](http://www.nf-int.org)



**WGD Tourismus GmbH**  
4040 Linz, Lindengasse 9  
Austria  
[www.danube.at](http://www.danube.at)



Cu sprijinul  
financiar al:

