

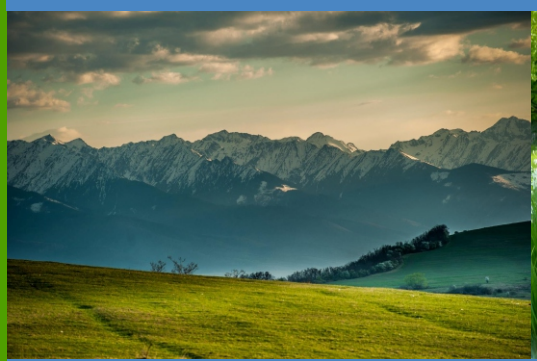








Strategia de dezvoltare a turismului în Țara Făgărașului













Asociația PROTURISM Țara Făgărașului - 2018

Sumar:

CAPITOLUL I - ANALIZA SITUAŢIEI ACTUALE 4
1.1 Obiectivele Strategiei de dezvoltare a turismului în Ţara Făgăraşului 4
1.2 Prezentarea zonei şi a resurselor pentru dezvoltarea turismului 5
1.2.1 Cadrul natural 6
1.2.2 Cadrul etnografic 8
1.2.3 Cadrul social 9
1.2.4 Cadrul demografic 10
1.2.5 Context turistic cultural și religios 11
1.2.6 Filiere turistice actuale 12
1.2.7 Identificarea avantajelor competitive ale destinației 13
1.3 Infrastructura şi economia turismului în prezent 15
1.3.1 Transport şi accesibilitate 15
1.3.2 Frecventarea şi capacitatea de cazare 16
1.4 Analiza SWOT 18
CAPITOLUL II - O DEFINIRE A POZIȚIONĂRII TURISTICE 19
2.1 Propunere de poziţionare: O destinaţie ecoturistică montană 19
2.1.1 Contextul național 19
2.1.2 Propunere de poziţionare 19
2.1.3 Precondiţiile minime pentru o destinaţie ecoturistică 20
2.2 Poziționarea marketing și segmente de clientelă țintite 23
2.2.1 Segment „prima dată în munți” 23
2.2.2 Segmentul „căutători de autenticitate și cultură” 24
2.2.3 Segment „wellness prin mișcare” 25
CAPITOLUL III - PLAN DE ACŢIUNI 26
Acţiunea strategică 1: Colaborarea cu Grupuri de Acţiune Locală (GAL) - finanţare PNDR 27
Acţiunea strategică 2: Transformarea Asociaţiei PROTURISM în Organizaţie de management al destinaţiei 34
Pași de urmat pentru a implementa un OMD 35
A. Planificarea strategică 35
B. Branding-ul destinației turistice 36
C. Crearea și dezvoltarea de produse/pachete turistice ale destinației turistice 36
D. Distribuția și vânzarea 36
E. Promovarea 36
F. Customer relationship marketing (C.R.M.) 37
G. Utilizarea tehnologiei și a mediului digital 37
Acţiunea strategică 3: Implementarea criteriilor ecoturistice pentru ca zona să devină o destinaţie turistică de excelenţă 38
Acţiunea strategică 4 : Crearea unui eco-label al Țării Făgărașului 40

Acţiunea strategică 5 : Crearea de infrastructuri / sisteme de informare turistică 41
Exemplu de sistem de interpretare pe circuite tematice / itinerarii 42
Înregistrarea şi prezentarea peisajelor naturale şi antropice specifice cu puncte panoramice 45
Acţiunea strategică 6: Crearea de circuite turistice tematice/active, pentru cele 4 anotimpuri 47
Turism pe bicicletă şi mountain biking 48
Trasee de drumeție 52
Acţiunea strategică 7: Crearea de produse turistice inovatoare, adaptate clientelei şi poziţionării 56
Unităţi de cazare tip pavilionar / camping 57
Pensiuni agroturistice 62
Centru de informare - interpretare turistică şi de închirieri echipamente 63
Centru educațional pentru copii şi adulți 65
Tabără de copii 65
Mini-zoo domestic 66
Stână turistică, magazine alimentare şi medicină tradiţională 67
Centru de echitaţie 68
Aventura Park pe stânci 68
Acţiunea strategică 8: Crearea de evenimente culturale şi sportive adaptate clientelei şi poziţionării 71
Festival de film şi documentar tematic 72
Zbor cu parapanta, deltaplan, balon 73
Acţiunea strategică 9: Promovarea zonei şi a atracţiilor sale in mediul on-line și prin alte acțiuni de promovare inovatoare 74
Concluzie 75
ANEXA 1: LISTA CU ZONELE PROTEJATE 77
ANEXA 2: REȚEAUA DE TRANSPORT 79
ANEXA 3: STUDIU DE CAZ PENTRU O INVESTIȚIE IN DOMENIUL TURISMULUI IN ȚARA FĂGĂRAȘULUI 84

CAPITOLUL I - ANALIZA SITUAŢIEI ACTUALE

1.1 Obiectivele Strategiei de dezvoltare a turismului în Ţara Făgăraşului

Asociaţia *PROTURISM Ţara Făgăraşului* doreşte prin acest studiu să asigure un cadru strategic pentru politicile publice şi parteneriatele public-private.

Avem în vedere creşterea **atractivităţii** şi a **frecventării** turistice în așezările din această zonă montană și depresionară, dar și **crearea unor produse turistice adecvate specificului și potenţialului clientelei turistice vizate.**

Studiul asupra brandului turistic al României a identificat ***turismul montan-natural*** **ca filieră turistică cu cel mai mare potenţial în România**, atât pentru piaţa internă cât, mai ales, pentru cea externă. Atât logo-ul cât şi motto-ul turistic al României sunt legate de natură şi de referinţa carpatină. ***Ţara Făgăraşului*** **deţine toate resursele necesare integrării perfecte în acest context**.

Așezată în centrul României, aceasta deține și atuul poziţionării la distanţe rezonabile de centre urbane emitente pentru turismul intern: Bucureşti, Braşov, Sibiu sau Cluj. Bucureştiul este şi principala poartă de intrare în România a turiştilor străini şi, prin populaţia de expaţi, reprezintă un segment potenţial de clientelă foarte important pentru turismul natural-montan şi agroturistic.

Țara Făgărașului este **o zonă naturală relativ bine conservată** şi poate beneficia de fonduri destinate promovării destinaţiilor ecologice şi montane ale ţării. Zona poate, astfel, deveni **un exemplu de dezvoltare ecoturistică durabilă unde supra-concentrarea de tipul celei de pe Valea Prahovei poate fi evitată.**

Totodată, având în vedere că un număr important de turiști atrași în prezent de Țara Făgărașului se îndreaptă către obiective de ordin cultural și religios (Cetatea Făgăraș, mănăstirile de la Sâmbăta, Șinca Veche, Berivoi, Abația Cârța, bisericile fortificate de la nord de Olt), **dezvoltarea turismului cultural și a celui religios** reprezintă un alt obiectiv important al strategiei.

Strategia de dezvoltare a turismului conţine următoarele **etape principale**:



1.2 Prezentarea zonei şi a resurselor pentru dezvoltarea turismului

Cunoscută în istorie şi ca *Ţara Oltului, Ţara Făgărașului* se întinde pe suprafaţa depresiunii omonime, delimitată la est de munții Perșani, la vest de depresiunea Sibiului, la sud de munții Făgăraș, iar la nord până la limitele nordice ale comunelor și localităților Cincu, Soars, Barcut, Selistat...

Depresiunea este drenată de la est la vest de râul Olt și de numeroșii săi afluenți, care formează aici cea mai densă rețea hidrografică din țară.

Regiunea este importantă şi din punct de vedere istoric, fiind recunoscută încă din timpul lui Mircea cel Bătrân ca unul dintre ţinuturile reper ale zonei cunoscute azi ca Transilvania, cu centrul în cetatea medievală a Făgărașului.

În 1876 teritoriul Țării Făgărașului a fost organizat în comitatul Făgăraș, unitatea administrativă precursoare a județului interbelic Făgăraș. Odată cu instaurarea regimului comunist în România, ținutul Făgăraș a fost împărțit între judeţele actuale Braşov şi Sibiu după ce, o perioadă, formase raionul Făgăraș din Regiunea Stalin, respectiv Brașov.

Prin drumurile ce o legau de Valea Hârtibaciului, Țara Bârsei şi depresiunea Homorodului, "Țara Făgărașului a fost mereu o punte de legătură între două ţări (n.n. Țara Românească și Transilvania), o poartă mereu deschisă pentru circulaţia dintr-o ţară în alta" (Ştefan Meteş).

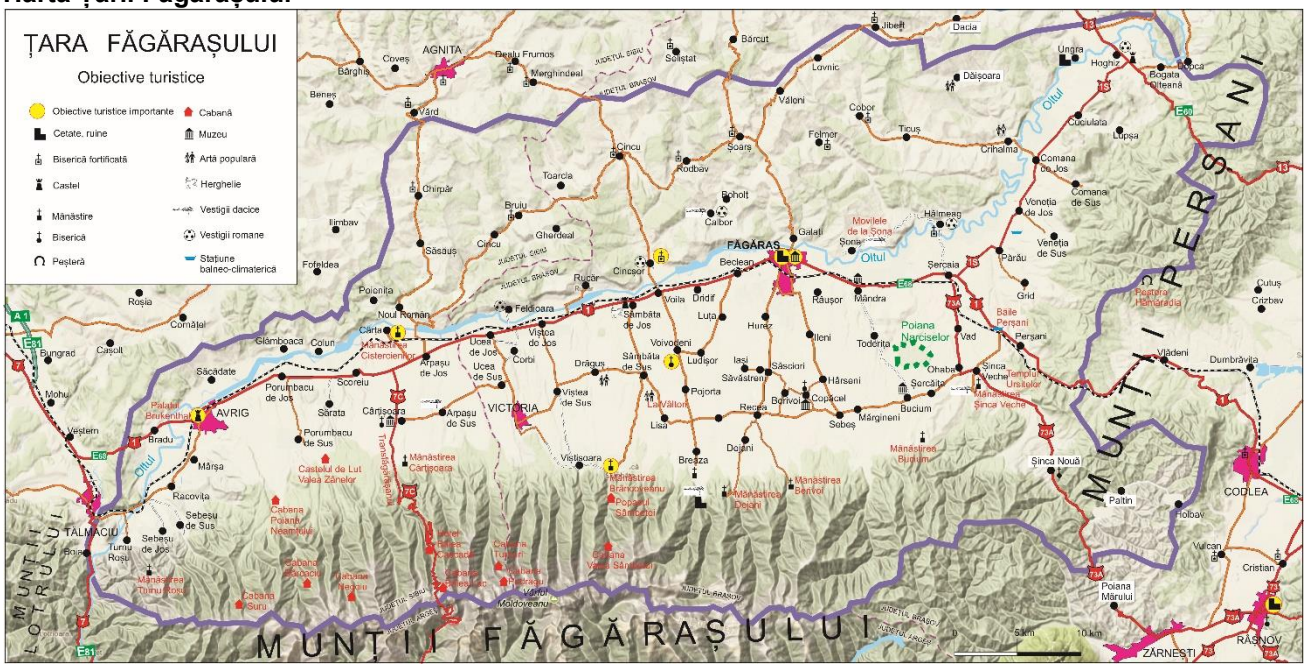
Din punct de vedere turistic, Țara Făgărașului se învecinează cu cunoscute repere turistice, ca Sibiu, Valea Oltului, Brașov și Râșnov, dar și cu două destinații ecoturistice: *Mărginimea Sibiului* și *Colinele Transilvaniei*. De cea din urmă, cu care este în strânsă colaborare, Țara Făgărașului este delimitată de râul Olt. Această vecinătate este benefică deoarece toate aceste destinații au deja o experiență în dezvoltarea turistică și pot fi utilizate drept exemple de bune practici.

Astăzi, viitoarea destinaţie turistică a Ţării Făgărașului acoperă suprafaţa a 17 comune, plus oraşul Făgăraş: Părău, Şercaia, Şinca, Şinca Nouă, Hârseni, Mândra, Beclean, Voila, Recea, Sâmbăta de Sus, Lisa, Viştea, Drăguş, Ucea, Arpaşu de Jos, Cârţişoara și Porumbacu de Jos. În total, e vorba de 62 de localităţi, cu o populaţie de circa 65000 persoane.

Informativ, următoarele sate fac deja parte dintr-o altă destinație ecoturistică: Colinele Transilvaniei:

- Satul Hălmeag, în comuna Şercaia
- Satul Șona, în comuna Mândra
- Satele Boholț și Calbor, în comuna Beclean
- Satul Cincșor, în comuna Voila
- Satul Rucăr, în comuna Viștea
- Satul Feldioara, în comuna Ucea
- Satul Nou Român, în comuna Arpașu de Jos
- Satele Colun și Scoreiu, în comuna Porumbacu de Jos

Harta Țării Făgărașului



Sursă: Hartă realizată de Bel Alpin

1.2.1 Cadrul natural[1]

Țara Făgărașului este străjuită spre sud de cel mai important și mai înalt masiv muntos al României, Munții Făgărașului, Alpii Transilvaniei, cu numeroase vârfuri de peste 2500 m; spre nord și est colinele Podișului Hârtibaciului și Munților Perșani (500 – 800 m) se înalță deasupra luncii Oltului. Depresiunea Făgărașului este, în mare parte, o câmpie piemontană etajată în trei trepte sub versantul nordic al Munţilor Făgăraş. Această câmpie făgărășeană se extinde de la altitudinea de aproximativ 700 m, către munte, până la aproximativ 400 m, cât măsoară în medie pe Valea Oltului.



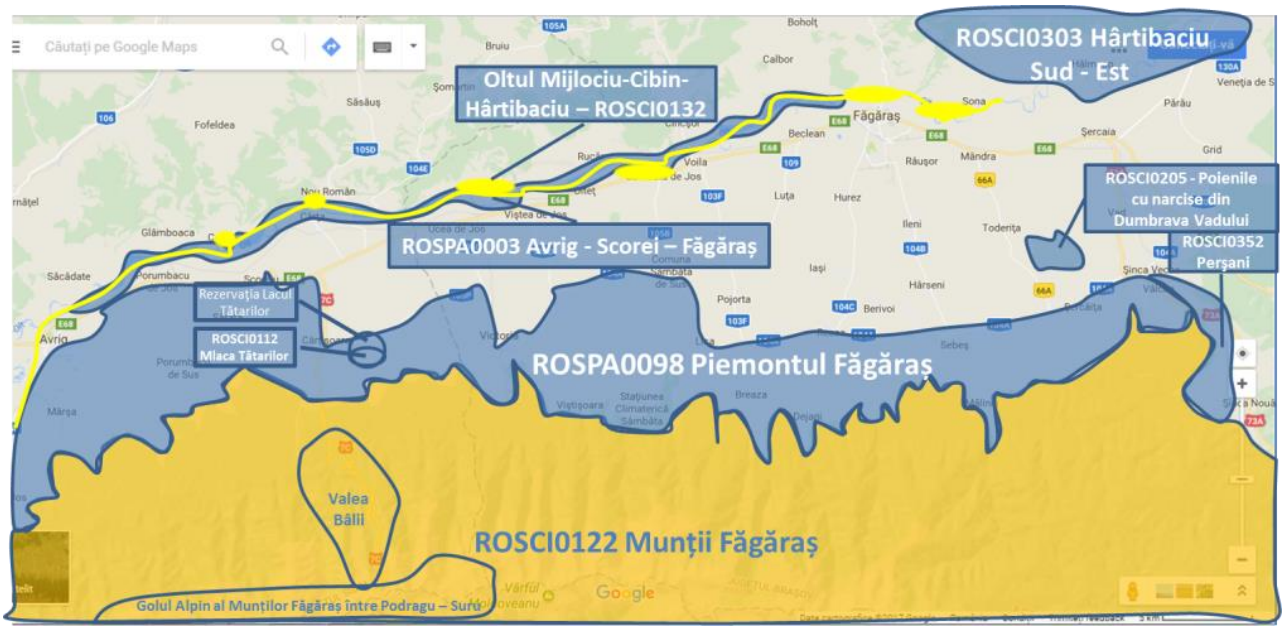
Relieful Țării Făgărașului reprezintă în sine o resursă turistică ce atrage deja mulţi turişti în zonă, pe de o parte datorită peisajului extraordinar, cât şi diversităţii tipurilor de relief existente. Aici turiștii vor fi fascinați de creasta principală a munților Făgărașului, lungă de 90 kilometri, de austeritatea crestelor nordice și căldărilor glaciare, dar și de coline domoale, zone de luncă și bălțile de pe malurile Oltului.

Un alt lucru mai puţin cunoscut și, din păcate, mai puțin vizibil despre Țara Făgărașului, legat de cadrul natural al regiunii, este faptul că zona era în proporţie covârşitoare acoperită cu păduri virgine de stejar, la fel ca şi podişurile situate la nord de Olt, cel al Hârtibaciului şi cel al Târnavei Mari.

[1] Sursă documentară: Wikipedia.

Treptat, pădurile au fost înlocuite de păşuni şi suprafeţe arabile cu o tendinţă crescândă de a mări acest tip de utilizare a terenurilor. Pericolul de dispariţie a pădurilor cu valoare biologică înaltă şi dorinţa de a proteja aceste resurse naturale unice au determinat desemnarea mai multor arii naturale protejate.

Monumente ale naturii, situri Natura 2000 (de protecţie de păsări sau de importanţă comunitară) și rezervaţii naturale[2]



În cazul sitului de importanţă comunitară Perșani, Asociația ProTurism Țara Făgărașului ar putea contacta APM pentru a afla condițiile ce trebuie îndeplinite pentru preluarea custodiei sitului. În aceeași măsură, este extrem de important ca Asociația Pro Turism Făgăraș să lucreze în strânsă legătură cu administratorii sitului Natura 2000, ROSPA0098 Piemontul Făgăraș, Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii. Aceasta ar putea chiar să găsească metode de a lua parte la deciziile legate de custodia sitului, în special pe sectorul turistic și de protejare a comunităților, aspecte prevăzute în planul de management al sitului.

Resursele hidrice din Țara Făgărașului aparțin în totalitate bazinului hidrografic Olt și sunt alcătuite din resurse de suprafață, dar și din resurse subterane. O serie de amenajări hidroenergetice au fost realizate pe Olt, la Voila, Vișteа, Arpaș, Scorei și Avrig.

Din păcate, în prezent, din cauza unei educaţii precare a populaţiei în legătură cu gestionarea deşeurilor, cumulată cu o ineficientă coordonare a colectării acestora din partea autorităţilor publice locale şi regionale, o parte dintre lacurile de acumulare/ baraje formate în aceste localităţi devin sufocate de cantitatea imensă de gunoaie, care riscă să colmateze ochiurile de apă. Acest lucru va distruge în timp biodiversitatea zonei, în special pe partea de specii de păsări, dar din păcate acest lucru se poate pierde în lipsa unor măsuri atât represive, cât şi preventive.

Țara Făgărașului se poate mândri şi cu lacuri naturale, nu numai cele artificiale, menţionate mai sus. Spectaculoase şi cu un mare potenţial turistic sunt lacurile de origine glaciară din munții Făgăraș: Urlea, Podragu, Podrăgel, Doamnei sau mult mai cunoscutul Bâlea.

[2] Sursă: Wikipedia, http://natura2000.eea.europa.eu, biodiversitate.mmediu.ro, Planul de management al ROSCI0122 Munții Făgăraș și ROSPA0098 Piemontul Făgăraș.



Istoria multietnică a Ţării Făgărașului este reflectată de monumente importante.

Arhitectura medievală se regăsește în orașul și Cetatea Făgăraș și în bisericile fortificate din satele de la nord de Olt – Cincu, Șoarș etc.

Alte monumente sunt legate mai ales de domnitorul Constantin Brâncoveanu și, mai recent, de rezistenţa anti-comunistă. Munţii Făgăraş erau un loc prielnic de refugiu pentru militanți și, de aceea, Cetatea Făgărașului a fost transformată de autoritățile comuniste într-unul dintre cele mai temute locuri de tortură pentru mai bine de 12 ani.

1.2.2 Cadrul etnografic

Din punct de vedere arhitectonic, cu câteva excepţii de inspiraţie saxonă, Ţara Făgărașului are un aspect unitar și specific. Arhitectura tradițională a dispărut în anii 50 – 60, fiind înlocuită de arhitectura actuală care are la bază inspirația unor meșteri locali.

Din punct de vedere estetic, se observă o tendinţă de pierdere a aspectului tradiţional al caselor, prin adoptarea unor stiluri, materiale şi aspecte care sunt sau care se doresc a fi moderne, în special în satele din apropierea oraşului Făgăraş şi a drumului DN1, ce leagă Braşovul de Sibiu.

Printre **ocupaţiile tradiţionale**, practicate încă din epoca medievală, se numără:

- păstoritul (sub forma transhumanţei, care acum nu mai este la fel de des întâlnită);
- agricultura (culturi de cereale: grâu, porumb, plante industriale - in, cânepă, floarea soarelui - sfeclă de zahăr, legume și cartofi);

- meşteşugurile, dezvoltate mai mult odată cu sosirea comunităţilor de saşi – în Țara Făgărașului se practica olăritul, ţesutul, cojocăritul şi, în mod specific, fabricarea sticlei şi pictura pe sticlă.

Ca o urmare firească a acestui gen de ocupaţii, **tradiţiile şi obiceiurile** au fost legate, încă din vechime, de acestea. Cel mai cunoscut obicei este unul destul de întâlnit în zona Transilvaniei, şi anume acela al cetelor de feciori care colindă de Crăciun, Sf. Nicolae sau Sf. Ion. Alte obiceiuri care se păstrează și în prezent sunt obiceiuri agro-pastorale: („cununa secerătorilor” – Viştea, Comăna, „plugarul” - Vad, „roata în flăcări”, „buzduganul” – Viștea de Sus, Dansul Ielelor – Cincu, în februarie - este unic în Transilvania) și religioase (orația de nuntă, „mărul mortului”).



1.2.3 Cadrul social

Pentru a evidenţia cadrul social al destinaţiei *Ţara Făgărașului*, vom face apel la rezultatele unui sondaj aplicat în 2015 pe 191 de persoane din teritoriul Țării Făgărașului, prin care s-a dorit cercetarea sentimentului de apartenență la regiune, a percepției persoanelor chestionate asupra întinderii spațiale a Țării Făgărașului și a modalității în care respondenții își denumesc regiunea în care locuiesc. Variabilele alese au fost reședința (unitatea administrativ-teritorială în care locuiește respondentul), sexul, ocupația și nivelul de educație, localitatea natală a respondentului, localitatea în care a copilărit respondentul, localitatea de origine a tatălui respondentului și localitatea de origine a mamei respondentului.

Rezultatele anchetei de teren relevă faptul că toți respondenții (100%) au auzit de „Țara Făgărașului”, iar 86% au declarat că se consideră locuitori ai acestei regiuni. Sentimentul de apartenență la spațiul regional este mai pregnant în cazul locuitorilor din comunele Arpașu de Jos, Beclean, Drăguș, Făgăraș, Hârseni, Lisa, Porumbacu de Jos, Recea, Sâmbăta de Sus, Șercaia,

Șinca, Șinca Nouă, Vișlea, Voila, Mândra, Părău, Cârța, Cârțișoara, Ticușu, Ucea și Victoria. Argumentele aduse de aceștia sunt de ordin etnografic (în cazul comunelor Drăguș, Mândra, Hârseni), de ordin administrativ și social (pentru comunele Sâmbăta de Sus, Cârța, Cârțișoara, Părău, Porumbacu de Jos, Șercaia, Șinca Nouă, Ticușu, Ucea și orașul Victoria), de ordin peisagistic (localizarea în depresiunea Făgărașului, apropierea de spațiul montan), de ordin economic (atracția exercitată de către orașul Făgăraș, spre care se deplasează cu anumite ocazii).

Din totalul respondenților, 56% (68 de persoane) au fost convinși că regiunea ar trebui să fie denumită Țara Făgărașului, 6% (7 persoane) au fost convinși că regiunea ar trebui să fie denumită Țara Oltului, iar 35% (43 de persoane) și-au exprimat încrederea că regiunii analizate i se potrivesc ambele denumiri.

Printre motivațiile pe bază cărora respondenții au ales denumirea de Țara Făgărașului se numără:

- ***rolul de centru polarizator*** pe care îl exercită orașul Făgăraș pentru regiunea analizată „Regiunea din care fac parte se numește Țara Făgărașului pentru că localitățile se află în jurul Făgărașului” (masculin, 42 de ani, studii liceale, Șinca);
- ***asocierea cu componente ale cadrului natural***, spre exemplu cu depresiunea Făgărașului „Se numește Țara Făgărașului pentru că este una dintre cele mai mari și mai bine individualizate depresiuni de contact ale Transilvaniei”;
- alte motivații: ***localizarea spațială diferită*** a Țării Făgărașului de Țara Oltului și ***confuziile*** generate de folosirea apelativului celui din urmă „Așa se vorbește, așa am auzit. Aici e Țara Făgărașului. Noi știm că Oltenia e peste munți” (feminin, 72 de ani, școala de arte și meserii, Mândra).

Denumirea „Țara Oltului” a fost cel mai adesea aleasă datorită asocierii cu componenta hidrografică majoră a regiunii, reprezentată de râul Olt „Îi putem spune Țara Oltului fiindcă râul Olt străbate regiunea” (masculin, 74 de ani, studii gimnaziale, Recea).[3]

1.2.4 Cadrul demografic

Comuna	Creștere demografică	Componenta etnică
Părău	-13%	români 87%, romi 8%, necunoscut 5%
Șercaia	-8%	români 81%, maghiari 10%, romi 4%, necunoscut 3%
Șinca	-4%	români 90%, romi 4%, necunoscut 5%
Șinca Nouă	6%	români 97%, necunoscut 3%
Hârșeni	-7%	români 92%, romi 5%, necunoscut 3%
Mândra	-6%	români 92%, romi 3%, necunoscut 5%
Făgăraș	-18%	români 84%, maghiari 3%, romi 4%, necunoscut 8%
Beclean	15%	români 84%, romi 10%, necunoscut 5%
Voila	-17%	români 87%, romi 6%, necunoscut 6%
Recea	-6%	români 92%, romi 4%, necunoscut 4%
Sâmbăta de Sus	4%	români 92%, romi 3%, necunoscut 5%
Lisa	2%	români 89%, romi 8%, necunoscut 3%
Vișlea	-5%	români 84%, romi 11%, necunoscut 5%
Drăguș	-2%	români 98%, necunoscut 2%
Ucea	4%	români 94%, romi 2%, necunoscut 4%
Arpașu de Jos	-12%	români 91%, maghiari 1%, romi 3%, necunoscut 5%
Cârțișoara	7%	români 96%, necunoscut 4%
Porumbacu de Jos	-6%	români 86%, romi 8%, necunoscut 5%

[3] Sursă: ȚARA FĂGĂRAȘULUI. STUDIU DE GEOGRAFIE REGIONALĂ – teză de doctorat Cimpoieș Paula Olivia – Universitatea Babeș Bolyai Cluj Napoca – Facultatea de Geografie - 2015

Din punct de vedere demografic, conform datelor oficiale ale recensământului din 2011, situaţia este similară cu cea la nivel naţional – se observă acelaşi fenomen generalizat de depopulare a satelor şi comunelor. În mod suprinzător, gradul cel mai mare de depopulare este înregistrat de oraşul Făgăraş (peste 18% scădere faţă de 2002), în timp ce comuna Beclean înregistrează cea mai mare creştere (+15%). O posibilă ipoteză pentru această stare de fapt este un mic fenomen de mişcări de populaţie dinspre Făgăraş spre Beclean, pe modelul centru-periferie/zonă rezidenţială - satelit, având în vedere proximitatea celor două localităţi (4 km).

1.2.5 Context turistic cultural și religios

Țara Făgărașului are o paletă de obiective turistice care pot fi vizitate. Pe lângă *atracţiile naturale*, destinaţia beneficiază şi de o serie de *obiective antropice*, unele dintre ele consacrate locuri de pelerinaj, mănăstiri ortodoxe de inspiraţie brâncovenească (Sâmbăta de Sus, Berivoi, Dejani, Breaza şi Bucium) și biserici (biserica în stâncă de la Şinca Veche, Biserica brâncovenească Sf. Nicolae din Făgăraș, Biserica Adormirea Maicii Domnului - una din cele mai vechi din Țara Făgărașului, aflată în satul Voivodeni).

Pe lângă acestea, cetatea Făgăraş atrage din ce în ce mai mulţi turişti și prin muzee şi colecţii muzeale de referinţă (muzeul mănăstirii Sâmbăta de Sus, muzeul “Badea Cârțan” - Cârţişoara, muzeul portului popular - Copăcel, muzeul de pânze şi poveşti – Mândra**,** colecția de port popular – Bucium), castelul Brukenthal şi herghelia de cai lipiţani de la Sâmbăta de Jos și celebrul Transfăgărăşan.

Calendarul de evenimente devine şi el mai bogat cu fiecare an. Evenimente cu tradiţie continuă să fie organizate şi să adune tot mai multă notorietate şi turişti. Un astfel de exemplu este “*Sărbătoarea Narciselor*”, festival de etnologie şi folclor, care se desfăşoară în fiecare an în satul Vad, comuna Șercaia, pe 21 mai, de sărbătoarea Sfinților Constantin şi Elena. Municipiul Făgăraş, prin implicarea actorilor locali, dar şi prin intensificarea fluxului de personal din unitatea militară Getica de la Cincu, îşi îmbogăţeşte calendarul de evenimentele cu activităţi muzicale (festivalul Murmur), culturale (spectacole de teatru), dar şi sociale (Gala Donatorilor, Bikeathon etc). Printre evenimentele tradiţionale care promovează cultura locală se numără Festivalul obiceiurilor de iarnă „Iată vin colindători”, Târgul de Sf. Ilie, Sărbătoarea Gospodarului, Festivalul cartofului, Festivalul de umor „Ceapa de aur”, Zilele Făgărașului (mijlocul lunii august) – cu dansuri și defilări de costume făgărășene, costume și lupte medievale, mâncăruri tradiționale.

1.2.6 Filiere turistice actuale

Filiera natură/turism activ-sportiv	• În ciuda potenţialului natural al zonei, această filieră rămâne slab exploatată în absenţa unor investiţii în amenajări specifice şi infrastructura de acces: trasee marcate, trasee tematice, indicatoare şi infrastructura de informare turistică. De asemenea, se remarcă lipsa ghizilor/ a ghidajului şi a prestatorilor de servicii turistice (ex.: centru de închirieri biciclete, rachete de zăpadă, etc.).
Filiera eco-turism / turism rural	• În zona sub-alpină, această filieră s-a dezvoltat doar marginal sub forma reşedinţelor secundare şi a mai multor pensiuni în principal **în zona Valea Sâmbetei**. Cu toate acestea, lipsesc initiaţivele de creare de produse turistice asociate acestei filiere (circuite pedestre sau de călărie, circuite cu bicicleta, evenimente tradiţionale deschise turiştilor, produse naturale-bio, echipamente de observare a faunei / a naturii - foişoare, etc.). Se constată, de asemenea, absenţa promovării comune şi a unui program comun de evenimente.
Filiera turism cultural	• Patrimoniul istoric, cultural și religios (inclusiv festivalurile și târgurile locale) nu este încă suficient pus in valoare prin crearea de produse turistice integrate (circuite culturale care să includă cazare și gastronomie locală). De asemenea, o serie de situri culturale rămân în afara frecventării turistice din lipsa promovării sau a infrastructurii de acces.
Filiera turism religios	Varietatea confesiunilor - ortodox, catolic, unitarian, reformist, luteran - creează, încă din Evul Mediu, o zonă de toleranță religioasă care ar putea duce la creșterea turismului extern. Cu toate acestea, fructificarea economică a acestor fluxuri de către actorii turistici locali nu a atins încă potențialul său maxim.

La momentul actual, aceste patru filiere sunt exploatate în absenţa unor strategii reale şi fără obiective precise.

De exemplu, din prima filieră, cel mai important “produs turistic” cunoscut în toată Europa este traseul crestei principale a munților Făgărașului. Aceasta este parcursă pe timpul verii de mii de turiști, dar este puțin profitabilă pentru agenții de turism locali. Exceptând unitățile de la Bâlea Lac, cabanele care deservesc traseul de creastă nu corespund necesităților actuale ale turiștilor, fiind rămase nemodernizate, unele într-o stare precară (Podragu, Valea Sâmbetei) sau chiar părăsite (Urlea). Ca urmare, majoritatea turiștilor parcurg traseul de creastă folosind cortul sau refugiile.

Prezenţa luncii largi a Oltului și relieful colinar format din dealurile submontane perșano-făgărășene, cu altitudini cuprinse între 500 și 800 m și adânc fragmentate, constituie principalele atracţii pentru clientela actuală a primelor două filiere.

Cea de-a treia filieră este atrasă de existenţa lăcaşurilor de cult ortodox (între care trebuie menţionate Mănăstirea "Brâncoveanu" de la Sâmbăta de Sus, Mănăstirea Rupestră și Schitul de la Șinca sau Mănăstirea Bucium și Mănăstirea de la Berivoi) şi de bisericile fortificate de la nord de Olt.

O importantă atracție turistică a zonei este patrimoniul religios: existența a mai multe mănăstiri importante atrage un flux cvasi-constant de vizitatori. Patrimoniul istoric, gastronomia locală, evenimentele culturale sunt, de asemenea, atuuri importante pentru dezvoltarea turistică a zonei. Toate aceste resurse pot sta la baza unui turism de scurt sejur cultural, care să fie utilizat prin integrare în produse turistice complexe alături de celelalte filiere: ecoturism sau turism activ.

În general, lipsa structurilor de agrement (observatoare pentru urmărirea faunei, plimbări pedestre sau cu bicicleta/ cu caii/ pe schiuri - iarna, băi termale sau SPA-uri etc.) limitează beneficiile economice locale şi nu permit fructificarea traficului turistic în niciuna din cele patru filiere. De asemenea, faptul că zona are un potenţial natural important şi este situată între Ţara Bârsei şi Sibiu şi traversată de Transfăgărăşan, atrage un turism de tranzit ale cărui beneficii nu sunt încă reţinute la nivel local şi care n-a permis crearea unei imagini de marcă pentru zonă, nici ţintirea unei clientele.

Inițiative private de dezvoltare turistică există: la Cincșor, Sâmbăta de Sus și Arpaș (complexul Albota), însă ele trebuie susținute prin mecanisme care să încurajeze dezvoltarea unei întregi rețele de astfel de servicii.

1.2.7 Identificarea avantajelor competitive ale destinației

Tabelul de mai jos trece în revistă resursele principale ale destinaţiei Țara Făgărașului. Conform metodei propuse de Pike, fiecare resursă este evaluată în funcţie de patru criterii prin punerea a patru întrebări cheie:

- Este resursa **valoroasă** în mod general?
- Este resursa **rară**? – există multe alte destinaţii concurente care să deţină această resursă?
- Este resursa **imitabilă**? – există posibilitatea, la nivelul altor destinaţii concurente, de a imita resursa care există în cadrul destinaţiei noastre, astfel încât şi destinaţia concurentă să poată utiliza această resursă turistică?
- Este destinaţia **organizată** pentru a utiliza această resursă? – există produse turistice puse pe piaţă sau există măsuri şi politici de marketing şi promovare care să fie construite pe baza sau în jurul aceste resurse?

Modelul VRIO					
Puncte tari	**Valoros**	**Rar**	**(Ne)imitabil**	**Organizat**	
Peisaj tradiţional	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Peisaj divers	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Pistă(e) de schi	Da	Nu	Nu	Da	Egalitate competitivă
Fructe de pădure şi plante medicinale	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Produse culinare tradiţionale	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Produse locale specifice	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Artizanat, meşteşuguri	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Obiective culturale, tradiţii şi folclor încă bine păstrate	Da	Da	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Obiective religioase	Da	Nu	Da	Da	Egalitate competitivă
Pescuit	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Posibilităţi de observare de păsări și faună acvatică de-a lungul Oltului și de dezvoltare pentru turism acvatic. Posibilități de observare faună specifică zonei montane (urs, capre negre, acvila etc.)	**Da**	**Da**	**Nu**	**Nu**	**Avantaj competitiv**

Posibilităţi de dezvoltare pentru: turismul de aventură şi călărie, schi, etc.	Da	Nu	Nu	Nu	Egalitate competitivă
Cel mai înalt masiv montan din România, cu un lanț de lacuri glaciare, într-una dintre cele mai mari arii protejate din România	**Da**	**Da**	**Da**	**Nu**	**<u>Avantaj competitiv neutilizat</u>**

Sursa: Pike 2008

Din tabelul analizat mai sus rezultă că destinaţia nu deţine niciun avantaj competitiv real. Ca şi în cazul altor destinaţii similare din România, cauzele principale ale acestei situaţii, evidenţiate prin utilizarea metodei lui Pike, sunt două:

- *Inexistenţa unor produse turistice competitive complete*, resursele rămânând, în mare parte, la stadiul de potenţial şi de elemente generale precum cadrul natural, posibilităţi de dezvoltare a turismului activ, etc.

- *Slaba dezvoltare a procesului de marketing al destinaţiei*. Cum procesul de organizare a destinaţiei este unul recent, nu există încă un impact vizibil asupra dezvoltării şi promovării de produse turistice complete care să atragă în mod eficace şi eficient clientele diverse.

Lipsa unor avantaje competitive se justifică, în primul rând, prin cele două elemente evocate mai sus: organizarea incipientă şi lipsa de produse turistice. Evocarea lor, însă, nu este suficientă. Combinându-le, se poate înţelege că o resursă competitivă nu poate exista doar ca simplu potenţial. **Competitivitatea unei resurse se poate manifesta doar pe piaţă**.

În condiţiile în care **produsele turistice propuse astăzi pe teritoriul Ţării Făgărașului** sunt fie **banale**, fie **slab dezvoltate** în ce priveşte resursele cu potenţial (activ, etc.), fie **slab conectate** (în principal datorită tocmai lipsei unui proces de administrare coerent la nivelul destinaţiei), **competitivitatea destinaţiei ca atare este una scăzută.**

De aceea, **este necesar ca Asociația Pro Turism Țara Făgărașului să devină un organism recunoscut de promovare a destinaţiei**, cu ajutorul operatorilor relevanţi de la nivelul destinaţiei şi pe baza unei politici de tip cuplu produs-clientelă.

În acest scop, Asociația va utiliza resursele brute cu potenţial competitiv (care nu sunt încă resurse competitive) pentru a reuşi să dezvolte o serie de produse care să conducă la dezvoltarea graduală a unei destinaţii turistice.

Resursa brută sau parţial dezvoltată **este cadrul natural al regiunii şi diversitatea lui între râul Olt şi munţi**. Aceasta oferă posibilităţi excelente de practicare a unor activităţi în aer liber, accesibile unei tipologii diverse de clientelă (posibilitatea de activităţi fizice solicitante sau uşoare în natură). Frecventarea în zona rurală şi în imediata proximitate a zonelor naturale cu statut de protecţie a destinaţiei este scăzută.

Pe lângă frecventare, trebuie menţionate diferențele majore în ceea ce priveşte capacitatea de cazare şi structura sa între hot-spot-urile ca Sâmbăta de Sus şi Cârţişoara şi restul destinaţiei.

În concluzie, se poate afirma că există o serie de resurse, în special cele legate de cadrul natural, care pot susţine produse competitive. Resursele valoroase trebuie astfel combinate în noi produse integrate care să ţintească eficient o clientelă mai largă.

Soluţia pare a fi legată de crearea de produse turistice în natură care să sublinieze efectul lor benefic asupra bunăstării fizice şi spirituale a turistului.

În acest sens, trebuie accentuat faptul că natura şi experimentarea ei sunt astăzi, oriunde în lume, elemente central-constitutive ale oricărui produs turistic de wellness care vizează menţinerea unei stări generale de bine, care include atât sănătatea fizică şi psihică, cât şi împlinirea spirituală. De altfel, la momentul actual, multe destinaţii turistice dezvoltă produse construite în jurul unor elemente naturale, perfect conectate cu un teritoriu de origine, iar experienţa turistică presupune deseori imersiunea şi descoperirea acestui teritoriu prin diferite aspecte ale sale. Multe oferte de wellness includ activităţi fizice intense/ sportive în aer liber, în cadrul natural pur al unei destinaţii, practici menite să asigure o stare de sănătate şi împlinire spirituală generală. Astfel, turismul de wellness este, oriunde în lume, parte integrantă a turismului în natură, valorificând în mod complet cadrul natural şi propunând experienţe în natură unei palete largi de clientelă.

1.3 Infrastructura şi economia turismului în prezent

Pentru elaborarea unui studiu solid legat de dezvoltarea destinaţiei turistice Ţara Făgărașului, primul pas este realizarea unui diagnostic corect şi realist al ofertei turistice în ansamblul ei.

Elementele ofertei turistice se referă la: spaţii de cazare şi alimentaţie, patrimoniu cultural, potențial natural şi antropic, obiective turistice existente şi potenţiale, infrastructura de acces şi cea de transport public uzual şi turistic.

În diagnosticul acesteia se va proceda la analizarea punctelor tari, a celor slabe, a oportunităţilor şi a ameninţărilor.

1.3.1 Transport şi accesibilitate

Destinaţia Țara Făgărașului este străbătută de la est la vest, pe toată lungimea sa, de una dintre cele mai importante căi rutiere internaţionale, anume drumul european E68 care leagă Ungaria de România: Szeged – Punct frontieră Nădlac – Arad – Deva – Sebeș – Sibiu – Făgăraş – Braşov, mai cunoscut la noi ca DN1 Braşov – Sibiu.



Drumurile publice, în cea mai mare parte, traversează localități, viteza de circulatie legală fiind redusă pe aceste sectoare. De asemenea, lăţimea platformei drumului nu este corespunzătoare, din cauza frontului îngust al limitei de proprietate.

Majoritatea drumurilor judeţene şi comunale nu asigură o suprafaţă de deplasare corespunzătoare pentru desfăşurarea unui trafic auto de călători şi de marfă în condiţii optime de siguranţă şi confort. Ele devin astfel o opţiune viabilă şi sigură, pe termen scurt şi mediu, pentru accesul cu bicicleta.

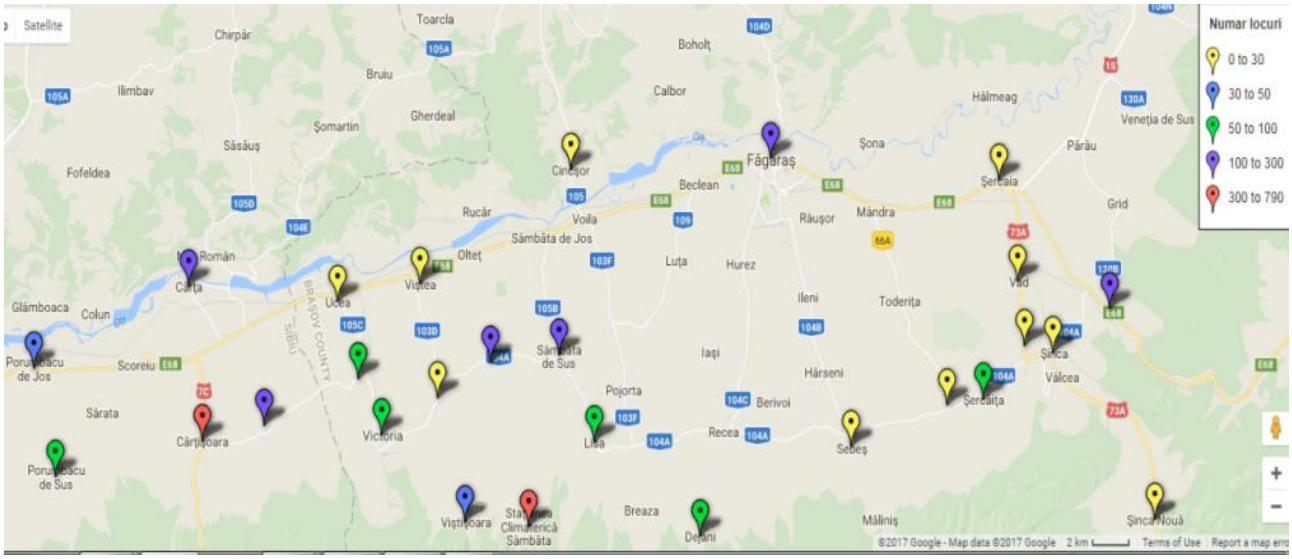
Pe de altă parte, **sectoarele de drum cu probleme**, importante pentru aceste comunităţi, sunt în mare măsură deteriorate de activităţile de exploatare din zonă, iar rezolvarea acestor probleme – **repararea, modernizarea - devine o prioritate mai ales pentru evitarea izolării rezidenţilor din**

comunităţile afectate. Inclusiv porțiuni din drumurile forestiere sunt degradate din cauza exploatărilor forestiere intensive pe multe din văi.

Drumurile comunale de pământ îngreunează accesul între centrele de comună şi satele aparţinătoare, cât şi accesul la drumurile naţionale şi judeţene, mai ales în perioadele când se înregistrează cantităţi mari de precipitaţii. În aceste cazuri, pe unele sectoare de drum se produc inundaţii şi alunecări de teren, ceea ce duce la îngreunarea circulaţiei în zonele respective, făcând cu atât mai necesare investiţiile pentru infrastructura rutieră sau/şi regularizări ale cursurilor de apă.

1.3.2 Frecventarea şi capacitatea de cazare

Din punct de vedere al infrastructurii de cazare, Țara Făgărașului este o destinaţie care are o bază de spaţii de cazare generoasă. Vorbim de peste 2900 de locuri în peste 175 de unităţi de cazare clasificate, de diferite tipuri: 4 hoteluri de 2 şi de 3 stele, 137 pensiuni turistice şi agroturistice de 2, 3 şi 4 flori, 14 cabane turistice, 4 spaţii de tip camping, bungalowuri şi căsuţe tip camping (cu 1 sau 2 stele), dar şi 20 de camere, apartamente şi vile de închiriat (de la 1 la 4 stele).



Sursa: Hartă Detente cu datele disponibile pe site-ul Ministerul Turismului - Lista structurilor de cazare clasificate (la data de 01 septembrie 2017)

La toate acestea, se adaugă peste 250 de spaţii de cazare neclasificate, de tip camere de închiriat. Repartizarea lor geografică depinde mult de polii de interes ai destinaţiei – în mod evident, oraşul Făgăraş şi staţiunile populare de la poalele munţilor (Sâmbăta de Sus şi Cârţişoara) ocupă primele locuri la numărul total pentru acest tip de spaţii.



Sursa: Hartă Detente cu datele disponibile pe site-urile de rezervări: booking.com, airbnb.com, turistinfo.ro

Practica de a avea o reşedinţă secundară - principală formă de contact între comunitatea locală şi exterior în multe zone montane şi colinare apropiate marilor centre urbane – **este aici slab dezvoltată**. Acest format, care poate crea premisele dezvoltării unui turism ecologic şi sustenabil, care să aducă beneficii economico-sociale pe termen lung locuitorilor zonei, se poate dezvolta în zonă cu condiţia ameliorării infrastructuri publice și dezvoltării de proiecte imobiliare de calitate.

În ceea ce priveşte structurile de alimentaţie publică autorizate şi clasificate, Țara Făgărașului deţine 27 de asemenea unităţi, dintre care 22 de restaurante, dar şi o pizzerie, un snack bar, cafenea sau bar de zi. Turiştii pot degusta produse tradiţionale şi pot servi preparate locale şi în alte spaţii şi la evenimente. Cu toate acestea, până la crearea cadrului legal care să reglementeze posibilitatea fermierilor şi producătorilor de a oferi mese în gospodăria proprie, acest potențial este imposibil de estimat şi evaluat. Inițiativa națională de stimulare a înființării de Puncte Gastronomice Locale, ce va fi lansată în 2018, pare a fi un pas înainte, dar rămâne de văzut dacă va avea efectele dorite, de promovare a produselor locale autentice.



Sursa: Hartă Detente cu datele disponibile pe site-ul Ministerul Turismului - Lista spațiilor de alimentație publică clasificate (la data de 01 septembrie 2017)

1.4 Analiza SWOT

Puncte forte

- Cel mai întins și măreț masiv muntos al țării, Munții Făgărașului
- Proximitate faţă de centrele urbane şi turistice importante, în special faţă de Braşov şi Sibiu
- Diversitatea patrimoniului natural (între Olt şi munţii Făgăraş): păduri virgine, biodiversitatea
- Patrimoniul cultural (mănăstiri, biserici, arhitectura tradiţională, vestigii medievale - Cetatea Făgăraș)
- Climă plăcută vara
- Nivelul bun de conservare a tradiţiillor locale şi a naturii zonei.
- Legătura cu Transfăgărăşan
- Potențial uman: școli profesionale în domeniu

Puncte slabe

- Accesibilitate defectuoasă între comunele din Țara Făgărașului şi între zonă şi principalele centre emitente de turişti (Bucureşti, Braşov,etc.): prin infrastructuri de transport public
- Echipare inegală în termen de structuri de cazare – zone cu foarte multe spaţii de cazare versus zone cu potenţial, dar fără infrastructură de cazare.
- Nivelul structurilor de cazare care există (lipsite de elemente autentice, lipsa facilităților de cazare mai mari de 3 stele etc.)
- Slaba punere în valoare a filierelor existente
- Lipsa identităţii de marcă turistică a zonei, zonă puţin cunoscută de turişti
- Lipsa evenimentelor recunoscute la nivel regional și național
- Lipsa unei oferte diversificate de produse turistice adecvate specificului zonei
- Efortul de promovare turistică este necoordonat (infopoints nefuncționale)
- Neaplicarea regulilor de urbanism și estetică în construcții

Oportunităţi

- Fonduri europene şi naţionale
- Posibilitatea de dezvoltare a unei destinaţii ecoturistice în apropierea Sibiului şi Braşovului, complementar cu o altă destinaţie ecoturistică deja existentă la nord de Olt - Colinele Transilvaniei
- O piaţă a turismului rural/ de relaxare în natură în plină dezvoltare
- Aglomerarea altor zone montane pentru sejururile de week-end (ex: Valea Prahovei)
- Crearea unor produse turistice cu grad înalt de specificitate, bazate pe patrimoniul local natural şi antropic : crearea de mărci locale (produse bio, produse bazate pe resurse locale, etc.)
- O poziționare pe Wellness
- Construirea aeroportului din Brașov

Riscuri

- Izolarea şi rămânerea în afara circuitelor turistice
- Adoptarea aceleiași poziţionări şi urmărirea aceluiași model nesustenabil de dezvoltare ca cea a Văii Prahovei
- Dezvoltarea ne-sustenabilă a unor zone rurale prin crearea de structuri de cazare mari şi ne-specifice zonei şi prin optarea pentru un model de dezvoltare urbanizat în detrimentul ofertei de turism rural şi a autenticităţii zonei.
- Adoptarea unei poziţionări turistice fără crearea unor produse care să îmbine tradiţiille cu patrimoniul local şi inovaţia. Rezultat: o promisiune turistică falsă sau ne-atingerea clientelelor ţintă.
- Tăierea pădurilor și distrugerea biodiversității
- Depopularea satelor și migrația forței de muncă și slaba pregătire a personalului

CAPITOLUL II - O DEFINIRE A POZIȚIONĂRII TURISTICE

2.1 Propunere de poziţionare: O destinaţie ecoturistică montană

2.1.1 Contextul național

Strategia de brand turistic a României a identificat **ca principale resurse turistice competitive pentru România natura şi spaţiul rural.** Aceste două resurse sunt cele care sunt identificate de către potenţialii turişti de pe principalele pieţe sursă din Europa de Vest şi America de Nord ca ***fiind cele în care România are cele mai multe avantaje competitive*** în comparaţie cu competitorii săi direcţi. România este percepută, înainte de toate, ca o destinaţie unde natura este încă neatinsă şi unde tradiţiille locale pot fi experimentate în direct şi în viața de zi cu zi a locuitorilor. Aceste atribute au dispărut sau sunt mai slab prezente în destinaţiile turistice competitoare ale României.

Rezumat al avantajelor competitive ale României pe produs

	Valoare mai mare		Eforturi mai reduse	
	Autenticitate / originalitate	Frumusețe naturală & atracții	Puritate / neatingere	Preț atractiv
Circuite	✓	✓		
Turism în mediul natural şi sălbatic	✓		✓	
Turism rural	✓	✓	✓	
Sănătate şi întreținere		✓	✓	✓
City breaks	-	-	-	-
Activ şi aventură	✓		✓	

THR & tns pentru Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului Pagina 31

Sursa: Strategia de Brand a României, THR & TNS pentru MDRT

Filiera sau tipul de produs turistic care reunește în mod armonios aceste resurse principale şi care asigură adaptarea lor la tendinţele actuale de consum de pe piaţa internaţională este cea a **ecoturismului**.

2.1.2 Propunere de poziţionare

Conform modelului VRIO propuse de Pike, **avantajele competitive ale destinației Țara Făgărașului sunt:**

- **Posibilităţi de observare de păsări și faună acvatică de-a lungul Oltului și de dezvoltare pentru turism acvatic (caiac, canoe etc.); Posibilități de observare faună specifică zonei montane (urs, capre negre, acvila etc.)**

- **Cel mai înalt masiv montan din România, cu un lanț de lacuri glaciare, într-una dintre cele mai mari arii protejate din România.**



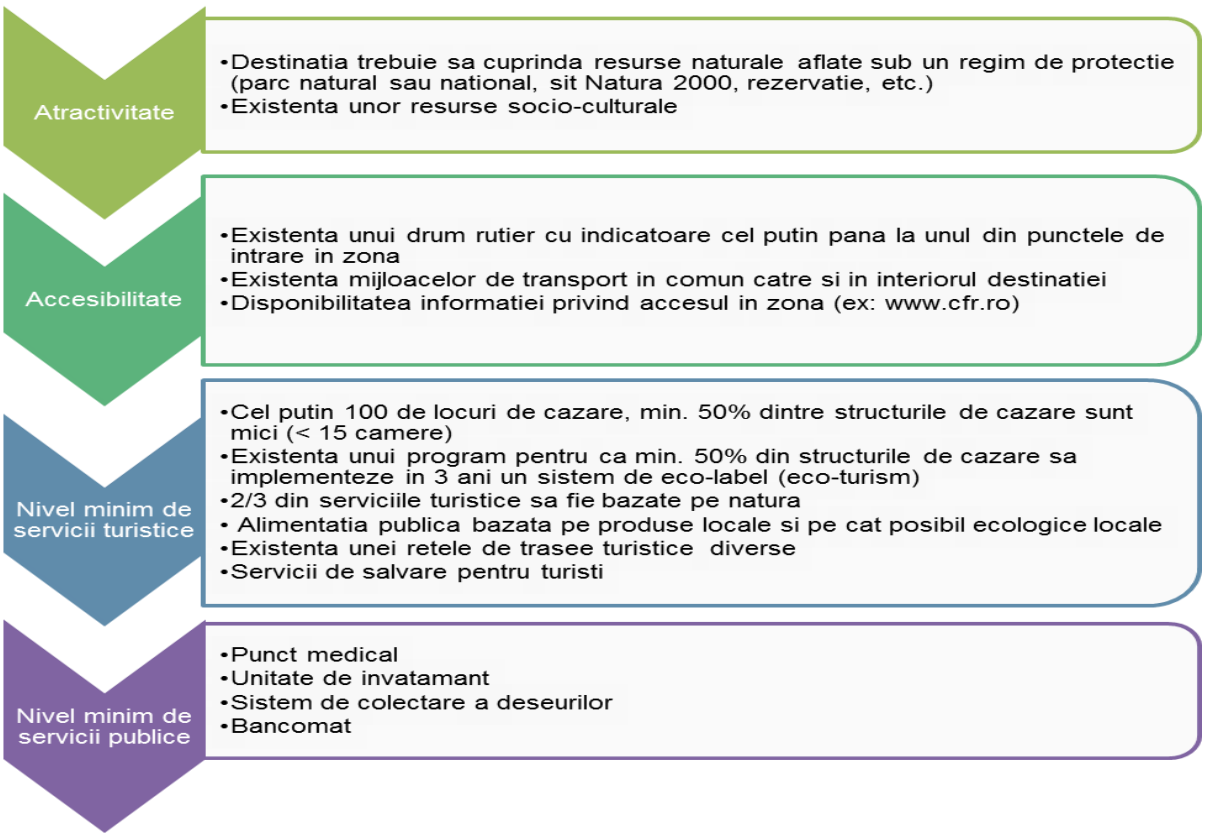

Așadar, **principalul punct/ aspect de atracţie turistică a zonei este** patrimoniul natural între Olt şi Munţii Făgăraş, în principal colinar şi montan, care oferă experiențe turistice autentice de turism activ-sportiv, de descoperire și de refacere într-un cadru natural diversificat și protejat.

În consecinţă, propunerea Strategiei este ca **zona Ţara Făgărașului să devină o destinaţie ecoturistică bazată pe resursele şi atracţiile naturale ale comunelor din Ţara Făgărașului**.

Iată, mai jos – în rezumat – atât precondiţiile minime, cât şi criteriile de evaluare pe care Ministerul Turismului le-a adoptat pentru destinaţiile care doresc să fie recunoscute ca ecoturistice.

2.1.3 Precondiţiile minime pentru o destinaţie ecoturistică

În 2011 şi 2012 Ministerul Dezvoltării Regionale şi Turismului a elaborat, împreună cu asociaţiile din domeniul turismului durabil şi cu sprijinul Asociaţiei Internaționale de Ecoturism, **lista criteriilor necesare recunoaşterii în România a destinaţiilor ecoturistice**. Mai jos, o scurtă prezentare a precondiţiilor şi a condiţiilor pe care trebuie să le îndeplinească o destinaţie pentru a fi recunoscută ca ecoturistică :



Criterii pentru obţinerea certificării ca Destinaţie Ecoturistică

	Grupul de criterii	Criterii
A.	**Managementul durabil**	Management care ia în considerare aspectele de mediu şi cele socio-culturale locale
		Reglementările naţionale şi internaţionale privind protecţia naturii şi conservarea ariilor protejate sunt respectate (este necesară obţinerea avizului de mediu pentru investiţii în infrastructură)
		Personalul administrativ este instruit constant cu privire la mediu şi la valorile socio-culturale ale zonei
		Satisfacţia clienţilor este evaluată şi se iau măsuri corective
		Marketingul destinaţiei este responsabil şi realist: promovează o imagine unitară şi ia în considerare natura locală
		Proiectarea şi construcţia de clădiri şi infrastructura trebuie să respecte : 1. Zonarea ariilor naturale sau construite protejate 2. Peisajul specific şi materialele/ tehnicile de construcţie tradiţionale (de inclus în PUG) 3. Accesul turiştilor la infrastructura turistică
		Existenţa unui sistem de informare cu privire la tehnicile de construcţie bio-climatice şi tradiţionale, reducerea consumului de apă, energie, colectarea selectivă a deşeurilor
		Furnizarea unor servicii accesibile persoanelor cu nevoi speciale
		Turiştilor le sunt oferite, la nivelul destinaţiei, informaţii şi o interpretare a mediului natural şi a patrimoniul cultural
		Activitatea turistică se desfăşoară cu respectarea Planului de Management a zonelor naturale protejate (activităţi de agrement interzise, etc.)
B.	**Maximizarea beneficiilor socio-economice ale comunităţilor locale şi minimizarea efectelor negative generate de dezvoltarea destinaţiei**	Existenţa initiaţivelor pentru implicarea comunităţii locale în dezvoltarea turistică durabilă: programe de sensibilizare şi conştientizare a importanţei naturii şi culturii locale, participarea cetăţenilor la procesul de decizie administrativă cu privire la turism
		Ocuparea forţei de muncă locale: 1. Cel puţin 50% din angajaţii din turism sunt localnici, 2. Cel puţin 50% din operatorii turistici activi în zonă au sediul social în cadrul destinaţiei
		Există programe de susţinere : 1. A producătorilor / artizanilor tradiţionali şi ecologici locali 2. Certificării ecologice a produselor şi serviciilor din zonă 3. A punerii pe piaţă a acestor produse şi servicii
		Destinaţia promovează utilizarea produselor şi serviciilor locale în cadrul activităţilor turistice (inclusiv prin promovare on-line)
		Dezvoltarea turistică nu pune în pericol furnizarea serviciilor publice de bază către comunitatea locală: alimentarea cu apă/energie electrică, colectarea corectă a deşeurilor în sezon, siguranţă, etc.

C.	**Maximizarea beneficiilor pentru patrimoniul cultural şi minimizarea efectelor negative**	Existenţa unui cod de comportament pentru vizitarea obiectivelor şi siturilor culturale şi istorice sensibile la nivelul destinaţiei: 1. Sistem de informare al turiştilor cu privire la cod 2. Personal instruit pentru ghidare 3. Sistem de monitorizare a comportamentului turiştilor
		Sunt implementate măsuri active de protecţie a siturilor istorice / arheologice / culturale / religioase fără ca acestea să împiedice accesul rezidenţilor.
		Cultura şi gastronomia tradiţionale locale sunt incluse în produsele turistice ale destinaţiei cu respectarea dreptului de proprietate intelectuală.
		La nivelul destinaţiei sunt luate măsuri de încurajare a tradiţiilor şi obiceiurilor locale: învăţarea de meserii populare, festivaluri tradiţionale, etc.
		Există un cod de conduită turistică la nivel local elaborat şi acceptat împreună cu comunitatea locală: cod de comportament pentru turişti, capacitate de primire a comunităţii (nr. maxim de locuri de cazare).
D.	**Maximizarea beneficiilor pentru mediu şi minimizarea efectelor negative**	La nivelul destinaţiei sunt implementate politici de achiziţii ecologice publice sau private, acordându-se prioritate materialelor de construcţie, alimente, consumabile: 1. din producţia locală 2. reciclabile, refolosibile
		Există o politică de reducere a utilizării bunurilor de unică folosinţă şi a reciclării acestora.
		Există o politică de reducere şi eficientizare a consumului de energie electrică.
		Există o politică de reducere şi eficientizare a consumului de apă. Activitatea turistică nu are un impact semnificativ asupra rezervelor de apă pentru comunităţi şi ecosisteme.
		Există o politică de reducere a emisiilor de gaze şi de promovare a mijloacelor de încălzire şi transport alternative.
		La nivelul destinaţiei apele uzate sunt colectate fie de o reţea locală de tratare fie de reţele proprii ale unităţilor turistice.
		Existenţa unui plan de gestionare a deşeurilor : 1. monitorizare, colectare şi transport 2. reducere a cantităţilor de deşeuri ne-reciclabile 3. reutilizare prin compost a deşeurilor organice.
		Se implementează un program de reducere a utilizării substanţelor chimice (pesticide, fertilizanţi chimici) şi de înlocuire cu produse ecologice.
		Se implementează un program de reducere a poluării atmosferice, fonice, luminoase şi de contaminare a solului.
		Speciile de floră şi faună sunt protejate, iar utilizarea / recoltarea / vânarea lor nu afectează populaţiile acestora şi este strict reglementată pentru o utilizare durabilă.

D.	**Maximizarea beneficiilor pentru mediu şi minimizarea efectelor negative**	Pe raza destinaţiei nu sunt ţinute în captivitate specii de animale sălbatice.
		La nivel local, peisajul este protejat: 1. Sunt identificate elementele unice şi specifice de peisaj 2. Activităţile care pot altera aceste elemente sunt descurajate 3. La nivel local sunt utilizate doar specii locale pentru amenajarea teritoriului.
		Planul local de dezvoltare şi PUG evidenţiază zonele protejate, iar sectorul public şi privat sprijină şi susţin direct protejarea biodiversităţii în aceste zone.
		Se implementează un program strict al vânătorii (dacă nu e limitată complet), pescuitului şi al interacţiunii între turişti şi animalele sălbatice.

2.2 Poziționarea marketing și segmente de clientelă țintite

Având în vedere evoluțiile observate atât în ceea ce privește promovarea, cât și consumul turistic din zonele rurale și montane, este necesară o nouă poziționare marketing, mai mult orientată spre așteptările clienților (Afinity Marketing). Aceasta se realizează printr-o segmentare care **distinge cele mai comune centre de interes**. O astfel de abordare a marketingului de afinități implică depășirea criteriilor clasice de segmentare utilizate până acum (profilul socio-demografic), pentru a favoriza tipologiile comportamentale ale consumatorilor.

Au fost astfel identificate **trei segmente prioritare de clienți,** ale căror interese sunt **în conformitate cu promisiunea pe care o poate oferi Țara Făgărașului:**

1. **Segment "prima dată în munți"**
2. **Segment "căutători de cultură și autenticitate"**
3. **Segment "Wellness prin mișcare"**

2.2.1 Segment „prima dată în munți”

Este constituit dintr-o clientelă preponderent compusă din familii (părinți / copii mici sau bunici / părinți / nepoți), obișnuită cu destinații rurale sau care “consumă” o destinație montană ca una rurală. Obiectivul ofertei de produse turistice ale destinației Țara Făgărașului este acela de a le permite să-



și trăiască împreună primele vacanțe la munte într-un cadru reconfortant; este necesar ca acest segment să asocieze munții din Țara Făgărașului cu un loc ideal pentru o descoperire a muntelui și a activităților de familie pe care le oferă. Argumentele Țării Făgărașului vor trebui să inducă în mod spontan imaginea de loc ideal pentru o descoperire ușoară și la îndemână a muntelui și a activităților pentru întreaga familie, pe care le poți face aici:

- Primii pași în ninsoare pentru cei mai mici,
- Prima dată când încerci rachetele de zăpadă, prima drumeție în familie
- Sejur de inițiere în activități sportive sau într-un meșteșug / tradiție / obicei local.

- **Pentru acest segment, poziționarea principală va fi ”Un munte primitor”, care pune în valoare o natură carpatină ospitalieră, calmă, sănătoasă, binevoitoare și liniștitoare, în strânsă legătură cu universul afectiv al familiei.**

2.2.2 Segmentul „căutători de autenticitate și cultură”

Turiștii care sunt incluși în acest segment resping turismul standardizat și organizat. Ei vor veni în Țara Făgărașului într-un sejur sau în tranzit, pentru a descoperi spații deschise, o natură bogată, tradiții și autenticitate. Acest segment dorește ca, venind în Țara Făgărașului, să se distanțeze de turismul de masă și să caute o experiență de călătorie, o întâlnire cu muntele, care să nu fie artificială, cu o ofertă autentică, ne-standardizată, uneori chiar artizanală.

- **Pentru acest segment, poziționarea principală va fi ” Patrimoniu natural și cultural autentic”, ce va pune în valoare spațiile deschise (evadare, odihnă, calm, contemplare…), natura colorată și tradițiile autentice (gastronomie, patrimoniu și situri culturale) pentru a răspunde nevoii acestui segment pentru sens și independență, păstrând totul într-un ritm calm (slowtourism).**



Un focus va trebui realizat pe clientela de sex feminin, în special pe cea din afara țării. Aceasta din motivul că, așa cum arată cele mai recente studii, în ziua de azi, marea parte a deciziilor legate de călătorii sunt luate de femei. În plus, fie că sunt căsătorite, celibatare sau divorțate, industria turismului de aventură si ecoturismului vizează din ce în ce mai mult segmentul constituit de aceste femei călătoare îndrăznețe și independente, care caută să trăiască noi experiențe autentice, în detrimentul celor artificiale. Călătoriile feminine solo sunt, în special, în creștere.

2.2.3 Segment „wellness prin mișcare”

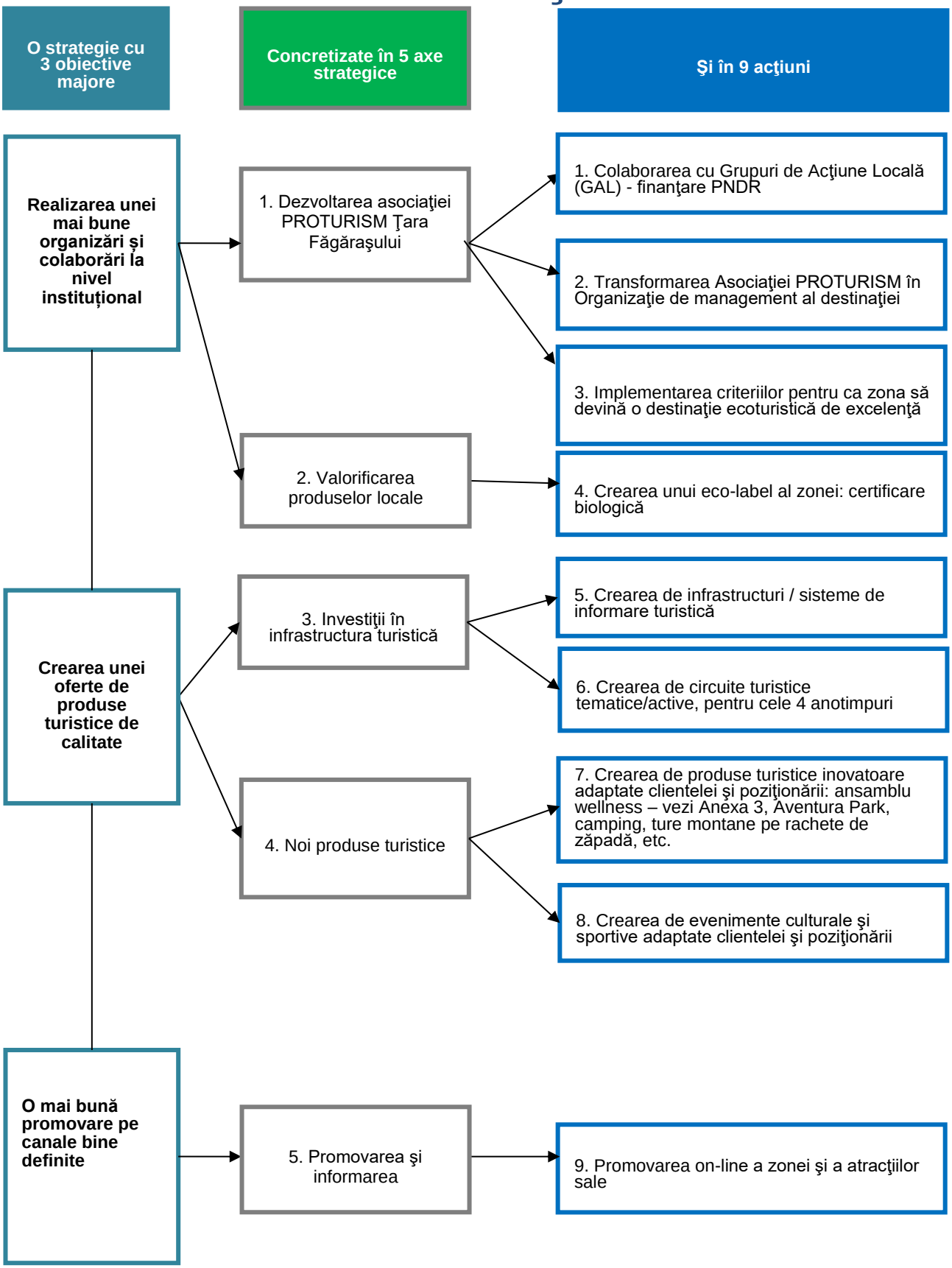
Segmentul „wellness prin mișcare” își propune să se îndepărteze de oraș și de stresul cotidian și va veni să caute în Munții Făgăraș un cadru natural conservat și activități caracteristice turismului montan (ski, ciclism montan, escaladă etc.), care energizează corpul și liniștesc mintea. Astfel, este necesară crearea unei ambianțe și a unor activități care să reamintească de destinații consacrate pentru turismul pe zăpadă (cum sunt cele din Scandinavia). În acest scop, destinația va trebui să propună clientelei sale experiențe ce nu pot fi trăite în altă parte în România: o ofertă de activități originale, chiar neobișnuite, de genul celor propuse în nordul continentului. Pentru acest segment, accesibilitatea echipamentelor adaptate practicării activităților ”nordice”, sportive, dar și ludice, este crucială.

- **Poziționarea pentru acest segment va fi ” Teritoriu plin de vitalitate ”, punând în valoare posibilitatea de a se reculege în fiecare sezon, într-un univers valoric al bunăstării, al respectului pentru natură și al convivialității. Ideea care trebuie exploatată în acest scop este aceea de a folosi și de a adapta referințele și valorile specifice universului nordic, punând în valoare în special sezonul de iarnă.**



Toate produsele turistice care vor fi create pentru a satisface așteptările acestor trei segmente vor putea fi utilizate pentru a crea oferte atractive și inovative și pentru clientela de ***team building, evenimente și conferințe.***

CAPITOLUL III - PLAN DE ACŢIUNI



Acţiunea strategică 1: Colaborarea cu Grupuri de Acţiune Locală (GAL) - finanţare PNDR

Obiective	⇨ Dezvoltarea de mecanisme de colaborare cu GAL-uri (Grup de Acţiune Locală) pentru a beneficia de finanţare prin PNDR pentru unele dintre acţiunile prevăzute în Masterplanul de dezvoltare turistică ⇨ Dezvoltarea şi susţinerea antreprenoriatului local în sectorul turistic şi introducerea unor principii moderne precum sharing economy		
Conţinut	❑ Includerea acţiunilor de dezvoltare turistică din prezentul cadru strategic în viitoarele strategii de dezvoltare locală ale GAL-urilor din Țara Făgărașului ❑ Actualizarea măsurilor de finanţare selecţionate pentru perioada 2014-2020, pentru a sprijini implementarea acţiunilor prevăzute în Masterplanul de dezvoltare turistică ❑ Promovarea conceptului de *sharing economy* şi furnizarea de finanţare prin GAL a antreprenorilor privaţi care doresc să investească la o scară mică în dezvoltarea turismului		
Metode (cum?)	▪ Deschiderea de filiale ale Asociaţiei PROTURISM Țara Făgărașului în fiecare zonă eligibilă pentru a primi finanţare prin fondurile celor trei GAL-uri ce acoperă destinația. Fondurile pot fi folosite pentru a finanța proiectele proprii într-o comună din fiecare dintre cele 3 organizații (de ex. comunele Mândra, Beclean şi Porumbacu de Jos sau Recea) ▪ Elaborarea unui plan de acţiuni adaptat din prezentul Masterplan turistic pentru fiecare GAL. ▪ Planul de acţiuni se va focaliza pe dezvoltarea de produse şi infrastructuri turistice la nivel local şi pe elaborarea de linii directoare pentru a dezvolta conceptul de sharing economy turistic. ▪ Acest concept se dezvoltă prin GAL-urile din Țara Făgărașului, care au inclus în programul de finanţare măsuri de diversificare a activităţilor economice, crearea de locuri de muncă, servicii de bază şi reînnoirea satelor în teritoriul GAL. ▪ Dezvoltarea şi promovarea ofertei turistice a Țării Făgărașului prin portaluri web de sharing economy va permite ţintirea un segment de clientelă numit « Millenials » (Turişti născuţi între 1980 şi 1999). Conform American Express Business Insights, în ultimii ani această generaţie a avut cea mai mare creştere privind cheltuielile în timpul sejurului, deoarece durata călătoriei este mai mare. Aceasta generaţie va atinge vârful de consum abia începând cu anul 2018.		
Indicator de realizare	Număr de proiecte conform cu planurile de acţiuni finanţate		
Indicator de rezultat	Înfiinţarea de prestatori de servicii turistice şi crearea infrastructurilor de informare turistică (centre de informare turistică, de interpretare, panouri informative, trasee tematice în zonă), a unor structuri de cazare şi agrement, crearea unor evenimente culturale specifice		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, GAL-uri, investitorii privaţi în turism	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Sharing Economy aplicată pe Turism: un mijloc de a crea autenticitate și de a favoriza interacțiunea între localnici și vizitatori

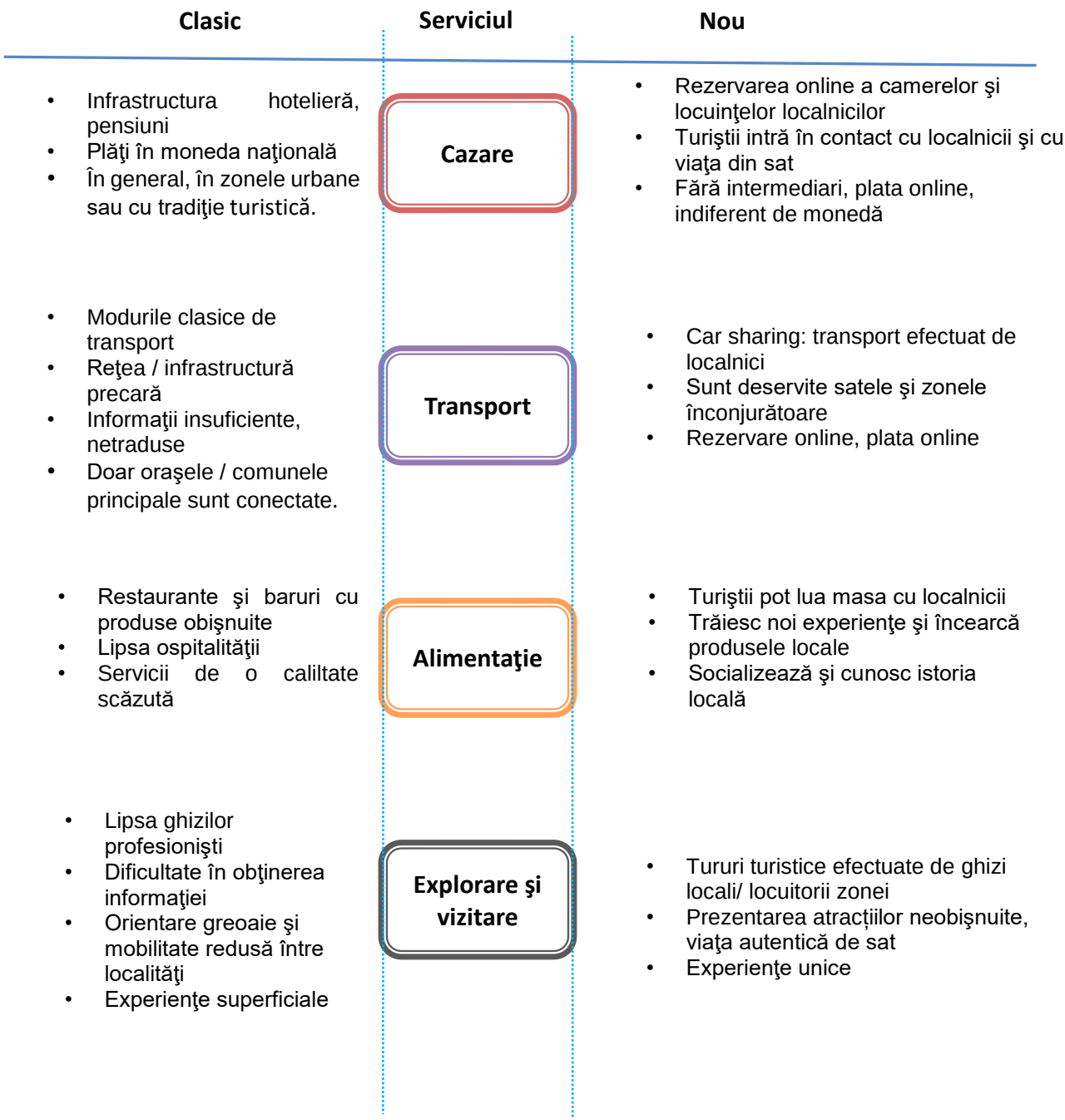
În prezent, lista de atracţii pe care un turist îşi propune să le viziteze este des îmbogăţită sau chiar înlocuită cu o vânătoare de noi experienţe. Noul turist caută mai degrabă să exploreze decât să fie "dus" pe un itinerariu prestabilit, vrea să participe, să se conecteze cu localnicii şi să trăiască emoţii şi experienţe noi.



Pe măsură ce turismul continuă să evolueze în această direcţie, este importantă o aliniere a serviciilor şi a activităţilor turistice, pentru a se potrivi cu nevoile celor din generaţia *millennials*:

Oferirea de experienţe unice şi autentice	78% din millennials ar cheltui bani pentru colecționarea de experienţe şi nu produse (*Harris Poll, Eventbrite*)
Oferirea/promovarea spaţiilor pentru fotografii	72% dintre turişti postează fotografii pe reţelele sociale în timpul călătoriilor.
Personalizarea experienţelor şi activităţilor	Vor să afle mai multe despre istoria locală, artă, mâncare sau sunt interesaţi mai mult de activităţi în aer liber
Importanţa conţinutului generat de utilizator	95% dintre millennials susţin ca prietenii sunt cea mai credibilă sursă de informaţii, iar review-urile online îi influenţează semnificativ în luarea deciziilor.
Exploatarea apetitului pentru aventură	Aventură şi spontaneitate: identificarea modurilor în care poţi să adaugi aceste 2 ingrediente tururilor activităţilor turistice. Turiştii caută aventuri, nu suveniruri.
Monitorizarea şi utilizarea feedback-ului	Cu o medie de cel puțin 200 de conexiuni în social media, feedback-ul unui astfel de turist va fi "auzit" de tot atâtea ori. Încurajează acordarea de feedback pentru a promova şi a cunoaşte mai bine vizitatorii.
Millenialls ca şi ambasadori	Dacă un produs sau o destinaţie le sunt pe plac, aceştia tind să împărtăşească acest lucru. Un mesaj de la o persoană reală cântăreste mult şi îi poate transforma în ambasadori online.

O nouă paradigmă



Cazare

AirBnB conectează oamenii care dispun de un spaţiu de închiriat liber cu aceia care caută un loc unde să-şi petreacă vacanţa:

- Rezervă locaţii unice şi închiriază camere direct de pe telefonul mobil sau tabletă;
- Caută cazare în ultimul minut, indiferent de locaţie;
- Cazare pe termen lung, în orice oraş;

- Acces la itinerariu, comunicare directă cu gazda.

Oferta de cazare în Țara Făgărașului pe AIRBNB



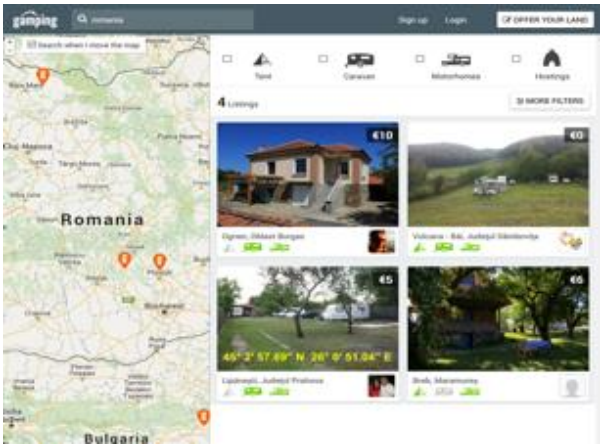


À partir de $49 · **Cozy mountain retreat**
Cabane entière · 1 lit
★★★★★ 23 commentaires



À partir de $14 · **Mountain Cabin Transfagarasan**
Chambre partagée · 9 lits
★★★★★ 71 commentaires

Gampling: Portal prin care sunt puse la dispozitţia turiştilor diverse locuri pentru camping, în curtea casei sau în locuri special amenajate.





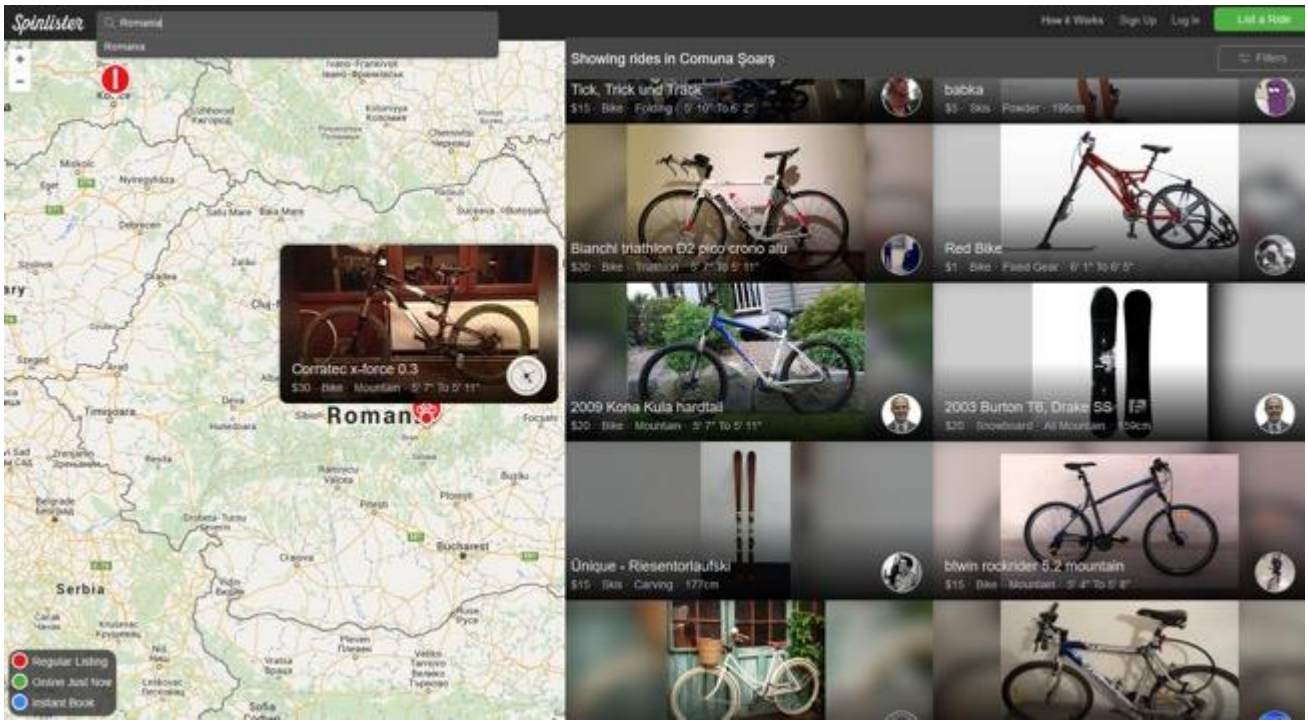
<u>O ofertă încă foarte puţin dezvoltată în România</u>

Transport

BlaBla Car: este o platformă comercială care conectează şoferi din Europa cu pasageri ce doresc să călătorească (de obicei între oraşele din Europa). Cu peste 1 milion de utilizatori în fiecare lună, BlaBlaCar este mai mult decât o platformă de ridesharing. Serviciul este complet asigurat şi, datorită profilurilor şi experienţelor multiple, transformă călătoria cu maşina într-o activitate socială, eficientă, distractivă şi economică. Din păcate, în comparație cu alte zone din România, oferta în Țara Făgărașului este foarte redusă la momentul actual.

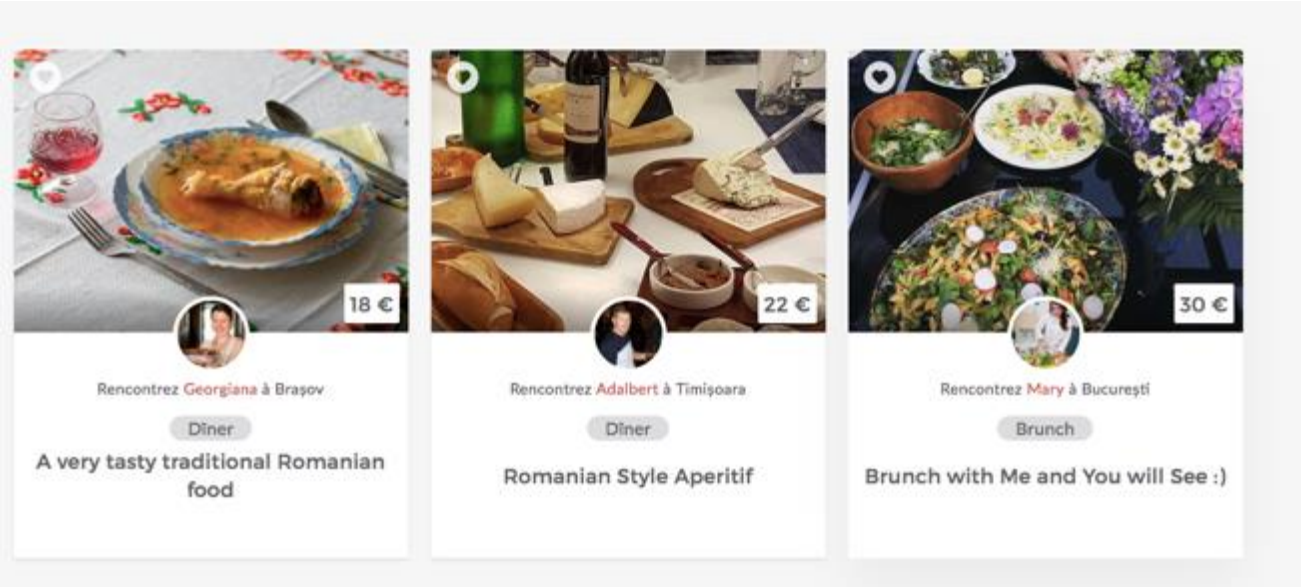


Închiriere de echipamente sportive (biciclete, canoe, schi, snowboard)



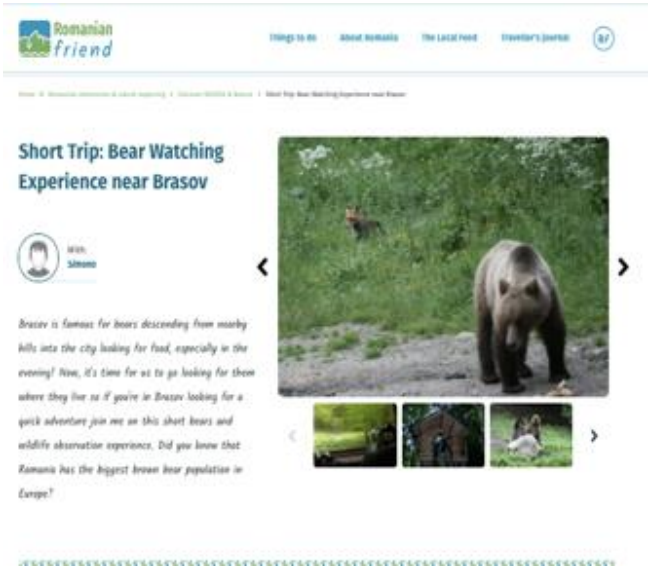
Alimentaţie

Vizeat: Aceasta este o platformă pentru gazdele care doresc să ofere turiştilor cele mai bune experienţe. Gazda găteşte şi împarte mâncarea cu un mic grup de turişti. Poate fi o casă modernă, o gospodărie tradiţională, un picnic în natură sau în atelierul unui artist local.

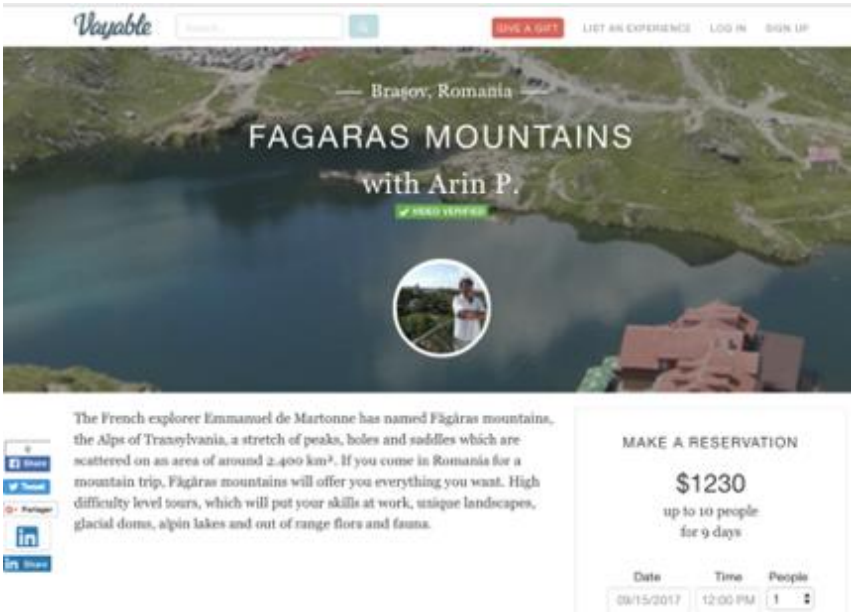


Explorare şi vizitare

Sunt foarte multe aplicaţii care conectează turiştii cu un localnic, care le vor arăta împrejurimile sau îi vor învăţa un meşteşug local.







Website-ul destinaţiei în anul 2018: O adunare de oferte de produse şi servici turistice finanţate prin GAL-uri

CAZARE



TRANSPORT

ÎNCHIRIERE



ALIMENTAŢIE



ACTIVITATE



Acţiunea strategică 2: Transformarea Asociaţiei PROTURISM în Organizaţie de management al destinaţiei

Obiective	⇨ Asigurarea coordonării eforturilor de dezvoltare turistică ⇨ Armonizarea iniţiativelor private şi publice în domenii specifice sau conexe		
Conţinut	❑ Organizarea formală a actorilor publici şi actorilor asociativi şi privați din domeniul turismului în zonă, care să aibă rolul unui Organism de Management al Destinaţiei, conform legii aflate încă în discuţie la Ministerul Turismului ❑ Asociaţia de promovare turistică va realiza toate acţiunile de promovare a atracţiilor zonei şi de informare/primire a turiştilor prin toate mijloacele prevăzute de Masterplan : website, social media, direct prin intermediul centrelor de informare turistică		
Metode (cum?)	▪ Crearea unei **formule de guvernare locală a destinaţiei**, care să includă: ▪ Un parteneriat local între actori publici și actori privați ▪ Desemnarea unui consiliu / board de turism ▪ Desemnarea echipei Organismului de Management al destinaţiei ▪ Asumarea rolului de Unitate / Organism de Management printr-o decizie agreată de toţi membrii parteneriatului ▪ Pregătirea documentaţiei şi a dosarului necesar pentru recunoaşterea oficială a destinaţiei de ecoturism Țara Făgărașului, prin îndeplinirea setului de criterii stabilit de Ministerul Turismului şi menţionat mai sus, în acest document		
Indicator de realizare	Aprobare obținută de la Ministerul Turismului pentru crearea OMD Țara Făgărașului		
Indicator de rezultat	Numărul de actori publici și privați implicați în activitatea Asociaţiei; Creşterea fluxurilor turistice în Țara Făgărașului		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM, Primăriile, asociaţii, investitori privaţi	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM

Organizaţia de Management al Destinaţiei Țara Făgărașului: instrument cheie pentru implementarea unei strategii turistice

- O strategie de dezvoltare a unei destinaţii turistice nu poate fi aplicată în mod eficient în lipsa unei instituţii dedicate special implementării acesteia, dotată, în acelaşi timp, cu mijloace financiare şi umane adaptate şi realiste.

- **Rolul Asociaţiei** are incidenţă asupra sejurului unui turist în 3 momente :

  - *Înainte*: locaţiile şi obiectivele destinaţiilor animate de către OMD servesc la crearea atractivităţii teritoriului
  - *În timpul*: Asociaţia are un rol esenţial de organizator oficial al sejurului şi de facilitator pentru accesul la oferta locală specifică
  - *După*: astăzi, această axă de fidelizare este încă puţin dezvoltată, însă măsurile de promovare on-line (social media) pot avea un rol important în fidelizare

Pași de urmat pentru a implementa un OMD

Gestionarea integrată a destinației turistice se face, în primul rând, prin existența unei echipe executive cu competențe în domeniile de activitate ale OMD, care să dovedească printr-un brevet / diplomă de specialitate capacitatea și competențele necesare pozițiilor din OMD. Apoi, OMD-ul preia atribuțiile acestei probleme prin:

- setarea propriilor scopuri și obiective, prin Statut;
- elaborarea unei politici și a unor reglementări privind amenajarea turistică a teritoriului, cu caracter durabil;
- elaborarea unui program multianual de dezvoltare turistică a destinației turistice, susținut prin proiecte viabile;
- crearea unui program de marketing, cu obiective, activități, indicatori de buget, indicatori de performanță specifici, precum și cu acțiuni concrete de promovare.

  Scopul acestui program este de susținere a brandului destinației turistice și realizării strategiei propuse, în acord cu viziunea comunității locale și în coerență cu potențialul de atragere a categoriei de public vizate;
- existența unei previziuni bugetare asumate de către Consiliul Director.

Rolul strategic al OMD se referă la mai multe aspecte precum:

A. Planificarea strategică

Aceasta presupune setarea viziunii, a misiunii și a obiectivelor destinației turistice, analiza mediului în care activează OMD-ul (cu evaluarea oportunităților și a amenințărilor), a pieței căreia i se adresează destinația turistică, respectiv a dimensiunilor și structurilor acesteia (cota de piață, trendurile pieței, profilul consumatorului etc.).

Tot parte din planificarea strategică sunt și munca de segmentare și țintire a clientelei căreia i se adresează destinația turistică, poziționarea acesteia pe piață, pe baza unor atribute specifice, unice și determinante, dar și analiza competitivității destinației turistice.

Aceste eforturi trebuie susținute de crearea unor programe de marketing pe forme de turism, specifice / preponderente destinației turistice cu obiective, activități, indicatori de buget, indicatori de performanță specifici, precum și cu acțiuni concrete de marketing, până la crearea de pachete turistice, în vederea susținerii brandului destinației și realizării strategiei propuse.

Un aspect extrem de important în procesul de planificare strategică este cel legat de realizarea de parteneriate cu alte organizații și sectoare complementare, dar, mai ales, de crearea sistemelor de monitorizare a implementării strategiei, de realizare a programului și de măsurare a performanței.

B. Branding-ul destinației turistice

OMD-ul trebuie să fie custodele brandului și promotorul principal al acestuia, chiar dacă acesta a fost creat în colaborare cu specialiști din alte instituții, private sau publice. Intră în rolul OMD identificarea factorilor diferențiatori în plan competitiv (exemple: experiențe oferite, poziționare geografică, clima în anumite perioade ale anului, trecutul și simbolistica locului, elemente culturale prezente, obiceiuri locale, configurația și facilitățile de cazare, elementele de gastronomie) și prioritizarea acestora în vederea stabilirii avantajelor competitive ale destinației, respectiv a elaborării strategiei acesteia de marketing.

C. Crearea și dezvoltarea de produse/pachete turistice ale destinației turistice

OMD este responsabil cu implicarea, împreună cu ceilalți susținători / membri / comunitatea locală, etc., în crearea și dezvoltarea de produse și pachete turistice, ce constau în diverse mixuri de atracții, servicii, experiențe și facilități pe care le oferă destinația. Pachetele turistice constau într-o serie de atracții, experiențe, produse sau servicii specifice destinației turistice, ce pot fi combinate după o anumită temă, itinerariu sau zonă geografică (localitate, arie / zonă, regiune). În activitatea de creare a acestor pachete sunt incluse acțiuni de: identificare și atragere de furnizori relevanți, care pot oferi servicii pentru pachetele turistice, realizarea de materiale de marketing, negocieri de tarife cu furnizorii, stabilirea prețurilor, crearea de pachete pentru wholesalers (GDS), pentru retaileri sau direct pentru consumatorul final.

D. Distribuția și vânzarea

Acest rol se referă la informațiile generice și cele comerciale, ce trebuie distribuite prin cele mai potrivite canale, în scopul atragerii turiștilor, întreținerii relației cu aceștia și fidelizării lor. Principalele activități se referă la:

- organizarea / coordonarea centrelor de informare turistică;
- distribuirea de informații despre destinație prin materiale de informare și promovare (format tipărit și electronic);
- includerea materialelor de informare și machetelor publicitare în cataloage turistice;
- distribuirea de informații prin agenții de turism și touroperatori; vânzarea directă printr-un sistem de rezervări propriu;
- vânzarea indirectă prin agenții de turism.

E. Promovarea

Unul din rolurile principale, la nivel general, promovarea, fie direct către consumatorii finali, fie indirect, către distribuitori (agenții de turism, tour-operatori), se face prin instrumente promoționale cum sunt: publicitatea, relațiile publice, participarea la târguri și expoziții etc., dar și prin crearea unei prezențe atractive în mediul digital, cu respectarea unui plan strategic prestabilit. Tot la capitolul promovare este inclusă creșterea valorii pachetelor turistice prin utilizări repetate, extinderea duratei de utilizare, asocierea de atracții și experiențe noi, găsirea de clienți în zone noi de piață, dar și organizarea și găzduirea de evenimente importante pentru comunitatea locală (culturale, sportive etc.). Acestea sunt un factor prioritar în consolidarea brand-lui destinației turistice și pentru dezvoltarea industriilor colaterale, în combaterea sezonalității turistice și generarea de venituri

suplimentare. De asemenea, un OMD poate organiza evenimente direct sau să susțină / promoveze evenimente relevante pentru destinație, realizate de alți organizatori.

F. Customer relationship marketing (C.R.M.)

Măsurarea corectă a valorii experienței percepute de către client va avea implicaţii importante în activitatea prestatorilor din turism, oferindu-le acestora atât un avantaj competitiv, cât şi un instrument folositor în stabilirea celor mai adecvate strategii. O mai bună înţelegere a valorii percepute de către clienţi şi măsurarea atentă a acesteia vor ajuta destinația să îşi îmbunătăţească calitatea serviciilor prestate. Acest lucru se realizează prin follow-up-ul sau întreținerea relațiilor cu clienții după încheierea vizitei – este o parte crucială a activității de CRM, care are drept scop crearea și definirea loialității clienților. Pentru aceasta, OMD-ul trebuie să desfășare acțiuni cum sunt:

- crearea și întreținerea unei baze de date cu clienții;
- urmărirea și înregistrarea atitudinilor, profilurilor și a preferințelor acestora prin colectarea feedback-ului;
- gestionarea managementului reputației, prin centralizarea review-urilor și a tuturor informațiilor din sursele media, de la agențiile de turism online, de pe paginile destinate promovării unei destinații și platformele de social media;
- implementarea de programe de loialitate ș.a.

G. Utilizarea tehnologiei și a mediului digital

Pe baza planului de marketing dezvoltat de OMD, va dezvolta și va implementa un plan de e-marketing, care va avea drept scop generarea de notorietate pentru destinație, oferirea de informații celor interesați, facilitarea vânzărilor și a rezervărilor, complementarea experienței live a vizitatorilor, crearea de loialitate și readucere a vizitatorilor. Strategiile de e-marketing pot include, fără însă să se limiteze la acestea, următoarele: campanii de email marketing, optimizare în motoare de căutare, crearea și distribuirea de conținut sub formă de imagini foto, texte sau video prin intermediul platformelor online (Facebook, Instagram, Twitter etc.), cât și direct către intermediari, campanii de PR online, campanii media online. De asemenea, sistemul informatic propriu are o componentă externă, de marketing și vânzare, dar și una internă, de organizare a proceselor și a comunicării interne:

- *Componenta externă* include crearea unui portal de informare / website, care să cuprindă toate informațiile despre oferta turistică a destinației, dotat cu un sistem de rezervări online propriu, precum și conectarea și promovarea acestuia prin intermediul platformelor online relevante (rețele sociale, website-uri, sisteme de rezervări).
- *Componenta internă* poate include crearea unei baze de date a clienților și administrarea acesteia prin programe de CRM, sisteme de management (ERP) și sisteme de management al conținutului distribuit online.

Aceste acţiuni sunt legate în mod strâns şi trebuie să fie realizate/coordonate de o singură structură care să coordoneze activităţile de promovare şi elaborare a ofertei.

Acţiunea strategică 3: Implementarea criteriilor ecoturistice pentru ca zona să devină o destinaţie turistică de excelenţă

Obiective	⇨ Crearea unei destinaţii turistice de excelenţă, care prin respectul criteriilor ecoturistice se poziţionează şi îşi afirmă diferenţa faţă de competiţie ⇨ Atragerea unei clientele turistice în căutare de autenticitate şi specificitate ⇨ Sensibilizarea şi implicarea populaţiei locale în activitatea turistică		
Conţinut	❑ Implementarea politicilor şi criteriilor prevăzute în reglementările naţionale privind desemnarea destinaţiilor ecoturistice în România.		
Metode (cum?)	▪ Introducerea şi aplicarea criteriilor ecouristice în planurile de urbanism (general şi zonal) ale fiecărei localităţi din cadrul destinaţiei: arhitectura tradiţională, materiale de construcție, gestiunea construcţiilor din extravilan, etc. ▪ Asigurarea infrastructurii edilitare necesare minimalizării impactului turismului asupra mediului: gestiunea deşeurilor, tratarea apei uzate ▪ Încurajarea dezvoltării de agrement şi cazare de mici dimensiuni şi adaptate specificului rural şi agricol local. ▪ **Sensibilizarea locuitorilor pentru a înţelege mizele dezvoltării turistice şi formarea lor în domeniul serviciilor turistice (alimentaţie publică, cazare, agrement etc.).**		
Indicator de realizare	Obţinerea recunoaşterii ca destinaţie de excelenţă ecoturistică		
Indicator de rezultat	Nivel de satisfacție a clienţilor Nivel de notorietate a destinaţiei		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, Primăriile	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Centru de observare a faunei

Pădurile din Țara Făgărașului sunt populate de o faună bogată cu carnivore mari (urs, lup, râs), iar activităţile de observare a naturii sunt extrem de atractive pentru turişti.

Organizarea unui centru de observare a naturii contribuie la educaţia ecologică a turiştilor şi oferă o variantă de agrement deosebit de interesantă, dovedindu-se mai avantajoasă financiar decât vânătoarea.

Centrul de observare a vieţii sălbatice constă într-o cabană accesibilă şi o serie de căsuţe / pavilioane / trasee destinate observării animalelor în mediul lor natural. Localizarea acesteia va fi stabilită de comun acord între proprietarii terenurilor şi reprezentanții OMD Țara Făgărașului:

Exemplu:
Anan Creek Bear Observatory, Alaska: Centru de observare a comportamentului urşilor, cu păsărele şi terase suspendate la înălţime, deasupra unei cascade şi a unui râu frecventate de urşi bruni şi grizzly. Vizitatorii păstrează disţanta faţă de animale pentru a nu le stânjeni cu prezenţa.







Centru de observare în destinaţia de ecoturism Băile Tuşnad şi împrejurimi, creat de Bence Mate, unul dintre cei mai cunoscuţi fotografi de natură sălbatică, dar şi constructor de observatoare.

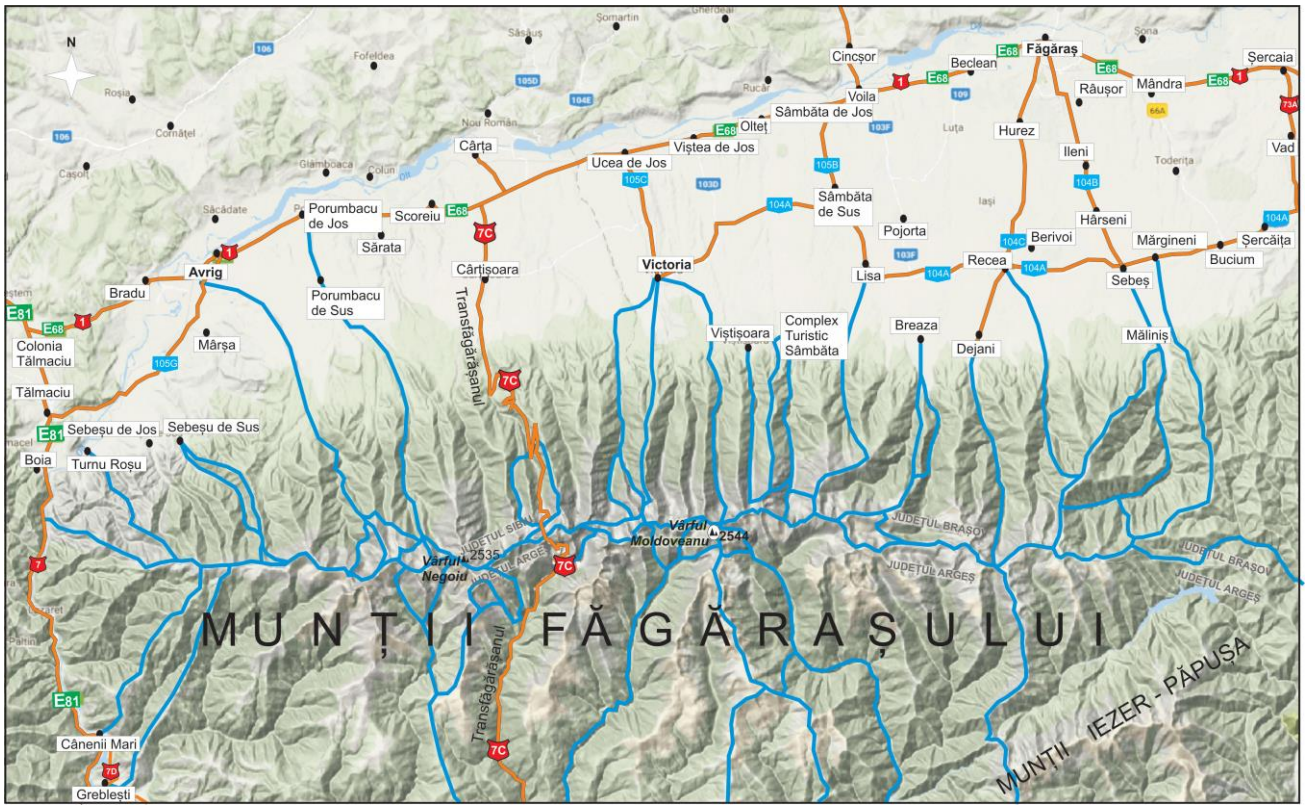
Acţiunea strategică 4 : Crearea unui eco-label al Țării Făgărașului

Obiective	⇨ Promovarea şi identificarea zonei Țara Făgărașului prin crearea unui brand al producţiei locale: agricultură, produse alimentare, artizanat, etc.		
Conţinut	❑ Punerea pe piaţă a producţiilor agricole specifice zonei în sistem organic sub o marcă ecologică generică, identificată topografic cu zona Țara Făgărașului: fructe, miere, brânzeturi, etc. ❑ Punerea pe piaţă a produselor locale tradiţionale sub o marcă generică, identificată topografic cu zona Țara Făgărașului: băuturi spirtoase, sucuri, gemuri, murături în saramură naturală, etc. ❑ Comercializarea produselor artizanale locale sub o singură marcă identificată cu zona Țara Făgărașului		
-Metode (cum?)	▪ Crearea unor asociaţii de producători agricoli şi artizanali care să asigure masa critică pentru producerea şi comercializarea produselor în sistem organic. ▪ Tranziţia la agricultura organică pe suprafeţele de teren agricol aparţinând asociaţiilor (aplicarea normativelor legale în domeniu). ▪ Certificarea organică de către firme specializate a produselor agricole primare locale şi obţinerea de la Direcţia Agricolă Judeţeană Braşov şi Sibiu a etichetei de producţie ecologică/ organică. ▪ Organizarea de pieţe de produse locale la sfârşit de săptămână pentru vizitatorii din afara zonei, punerea la dispoziţia turiştilor a unor zone de cultivare a produselor agricole tradiţionale (livezi, grădini) pentru ca aceştia să îşi culeagă singuri produsele necesare şi apoi să achite contravaloarea acestora direct locuitorilor zonei. ▪ Favorizarea procesului de producere/transformare a alimentelor finite : gemuri, dulceţuri, siropuri, brânzeturi, etc. Organizarea unor evenimente de « punere de murături » în care să fie utilizată metoda locală cu apă sarată, împreună cu turiştii. ▪ Utilizarea Internetului pentru promovarea şi chiar vânzarea produselor (social media – Facebook, website, aplicaţie mobilă, etc.).		
Indicator de realizare	Obţinerea certificării ecologice și a eco-labelului zonal Punerea pe piaţă a primelor produse locale realizate în sistem organic şi/sau sistem tradiţional		
Indicator de rezultat	Volum de produse vândute turiştilor la nivel local Nivel de satisfacţie al clienţilor		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, Primăriile, producătorii şi/sau artizanii locali	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţiile de producători/ artizani locali, Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Acţiunea strategică 5 : Crearea de infrastructuri / sisteme de informare turistică

Obiective	⇨ Asigurarea unei primiri îmbunătăţite şi a unor servicii superioare vizitatorilor, graţie unei infrastructuri de informare turistică: centre de informare şi promovare turistică, panouri informative, etc. ⇨ Verificarea şi „re"marcarea, dacă este cazul, a traseelor turistice existente în Țara Făgărașului şi instalarea de panouri informative pentru a le face atractive. Infrastructura acestora trebuie realizată din materiale ecologice.		
Conţinut	❑ Folosirea Centrului de Informare turistică din oraşul Făgăraș ca centrul de informare oficial pentru Țara Făgărașului ❑ Crearea de puncte de belvedere pe traseele existente ❑ Infrastructura informaţională a traseelor va îndeplini o serie de criterii esenţiale pentru lansarea unei destinaţii poziţionate pe ecoturism: asigurarea accesibilităţii, a interpretării, a sensibilizării turiştilor faţă de natură		
Metode (cum?)	➢ Un studiu va fi realizat pentru traseele marcate (vezi pagina următoare) și pentru posibilitățile de implementare a materialelor de informare, interpretare și conștientizare a turiștilor în legătură cu protejarea naturii. O atenție deosebită va fi acordată concepției și realizării materialelor de informare și interpretare destinate copiilor și care să faciliteze interacțiunea dintre aceștia și părinți / adulți. Utilizarea tehnologiilor moderne precum realitatea augmentată va trebui să fie considerată o prioritate. ➢ Acest centru de informare va juca un rol de prezentare a atracţiilor şi a ofertei turistice din întreaga zonă a Țării Făgărașului prin contactul direct cu clientela. Informaţiile practice de tipul oferte de cazare, restaurante, acces şi orar muzee/atracţii sau program de evenimente vor fi disponibile în aceste locaţii care vor deveni astfel punctul de intrare / de contact iniţial al turiştilor în zonă.		
Indicator de realizare	Îmbunătăţirea centrului de informare Număr de parteneri locali (pensiuni, muzee, case memoriale, producători / artizani locali) implicaţi. Implementarea unei semnalizări turistice care să fie utilă interpretării. Crearea unei aplicații mobile cu funcțiuni de realitate augmentată pentru a favoriza intepretarea naturii de-a lungul unei poteci tematice.		
Indicator de rezultat	Număr anual de vizitatori		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, Primăriile, operatorii locali din domeniul turistic	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Munţii Făgăraşului au o rețea de trasee de drumeție bine dezvoltată, unele dintre acestea pot fi accesate pe segmente cu bicicleta sau călare. Harta de mai jos prezintă dispunerea acestora:



Sursa: Hartă realizată de Bel Alpin

Exemplu de sistem de interpretare pe circuite tematice / itinerarii

Existenţa unui sistem de interpretare şi de prezentare a naturii şi specificităţilor sale locale este un criteriu esenţial al unei destinaţii ecoturistice de excelenţă. Acesta asigură vizibilitate atracţiilor zonei. Ar fi interesant, în cazul nostru, să folosim un animal tipic din zonă (urs, capra neagra, etc.), ca un fel de mascotă a sistemului de interpretare şi de prezentare a naturii şi specificităţilor sale, pentru a ajuta branding-ul destinaţiei. Vă propunem ideea din exemplu de mai jos:

Marmota Făgăraș, Poveşti din ţara mea

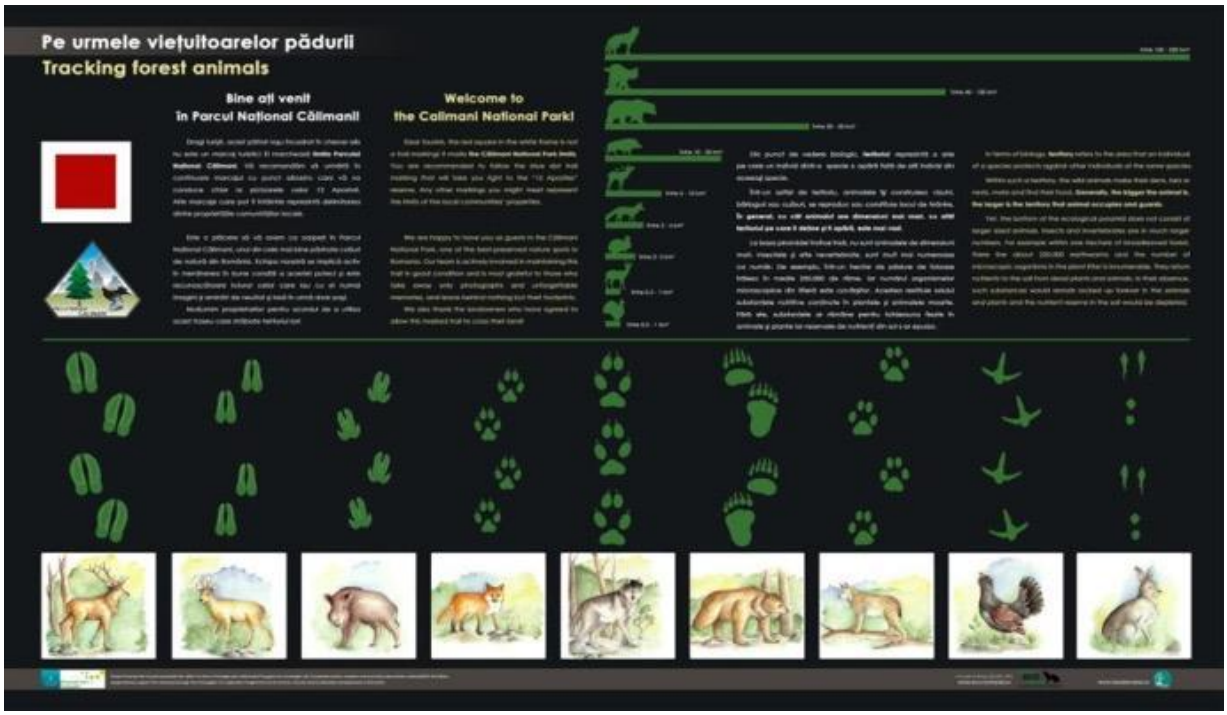


Iată, mai jos, câteva exemple de materiale turistice informative în ce priveşte natura unei destinaţii:






Te invităm pe poteca tematică
Poveștile pădurii
Această potecă tematică este concepută pentru copiii din clasele IV - VI, însa veverița Aluniță vă invită să descoperiți poveștile pădurii la orice vârstă. Uneori, animalutele din desenele de pe panouri au fost ușor exagerate ca mărime pentru o mai bună vizibilitate. În realitate, ele sunt mai micuțe și mai drăguțe.
Pentru a vă bucura din plin de frumusețile și surprizele pe care veverița Aluniță vi le-a pregătit, vă recomandăm:
Să aveți încălțăminte adecvată pentru trasee de munte (fără șlapi, sandale sau pantofi cu toc) și echipament minim (pălărie, rucsac și pelerină de ploaie);
Să aveți grijă să luați apă cu voi deoarece pe traseu nu există altă sursă de apă, singura aflându-se în spatele vostru, la 50 de metri.
4-5 ore
Să fiți pregătiți pentru o plimbare de aproximativ 4-5 ore, puțin anevoioasă;
Să vă purtați frumos cu gazda voastră, veverița Aluniță, și cu prietenii ei. Veverița vă mulțumește dacă nu rupeți flori sau ramurele și nu faceți gălăgie.
Vă aflați acum la punctele 2-3 de pe hartă.
De-a lungul traseului, veverița Aluniță va fi bucuroasă să vă destăinuie câteva mici secrete despre:
* viața veveriților în pădurea de fag (4),
* poiștea plină cu flori și fluturi (5),
* viața dintr-un pârâu de munte (6),
* viața "lemnului mort" și arborii cu forme ciudate (7),
* înmulțirea plantelor prin polenizare (8),
* gospodăria tradițională a oamenilor din aceste locuri (9),
* formarea unui defileu (10),
* cum deosebim mesteacănul de fag și de gorun, specii de arbori pe care veți avea ocazia să le întâlniți pe traseu (11).
Să pornim la drum!
Harta traseului tematic - educativ
Poveștile Pădurii în Parcul Național Defileul Jiului
Legenda hărții:
Material realizat în cadrul proiectului „Poveștile Pădurii în Parcul Național Defileul Jiului pentru conservarea lizierei", finanțat de Fundația pentru Parteneriat și MOL România și implementat de Asociația de Ecoturism din România și Administrația Parcului Național Defileul Jiului.
Concept și design © 2010 AER
www.eco-romania.ro
Discover eco Romania
Association of Ecotourism in Romania


Pe urmele viețuitoarelor pădurii
Tracking forest animals
Bine ați venit
în Parcul Național Călimani
Welcome to
the Calimani National Park!


De la sămânță, la pădure bătrână...
From seed to old forest...
1
teren nud
bare ground
În ziele noastre, există locuri în lume în care ciclul natural al vegetației o ia de la capăt: erupțiile vulcanice, alunecările masive de teren, furtunile puternice, dar și construirea de noi drumuri și cariere de suprafață înlătură în totalitate covorul vegetal, fiind necesari zeci sau sute de ani ca acesta să se refacă.
Today, there are places around the world where the natural cycle is starting at barren land again for different reasons. Naturally occurring events such as volcanic eruptions, mud flows and devastating storms, as well as manmade causes such as new roads and quarries can completely eliminate plant life and soils, needing hundreds of years for nature to recover.
2
etapa de colonizare
pioneer plants
Plantele pioniere sunt primele care vin să colonizeze terenurile lipsite de vegetație. Aceste plante sunt bine adaptate la condiții dificile de viață (lipsa de nutrienți sau apă), ele creând condiții de viață pentru celelalte plante erbacee și tufărișuri.
Pioneer plants are the first to colonize the bare ground. Some of them have adapted to unfriendly life conditions, such as lack of nutrients and water. They help restore living conditions for more sensitive plants and bushes.
3
pădure tânără
young forest
În timp, sămânța arborilor ajunge să germineze aici, puieții crescând la adăpostul tufișurilor și ierburilor mai înalte. Curând, aceștia depășesc în înălțime arbuștii, formând o pădure tânără și deasă.
In time, tree seeds germinate and young trees begin to grow, sheltered by tall grasses and bushes. Soon, they become higher than the grasses, creating a young and dense forest.
4
pădure matură
mature forest
Pentru ca o pădure să crească fără intervenția umană, are nevoie de cel puțin 80 - 300 de ani. Acolo unde pădurea este exploatată, ciclul de creștere este mult mai scurt. În plus, ca dezavantaj, pădurea devine monotonă, cu arbori de aceleași dimensiuni, cu mai puține viețuitoare decât în pădurile bătrâne și care se îmbolnăvește mult mai ușor, uscându-se sau fiind doborâtă de vânt.
Between 80 and 300 years are needed for a forest to grow to maturity, without human intervention. Where forests are managed for economic purposes, their life spans are shorter. Furthermore, the forests become monotone, trees have equal dimensions and there are fewer animals than in old woods. These forests are also very fragile and vulnerable to pests and winds.
5
pădure bătrână
old forest
În pădurea bătrână, arborii în vârstă mor, creând spațiu și lumină pentru puieții care vor crește și îi vor înlocui. Structura și compoziția pădurii va rămâne practic aceeași timp de secole, atâta timp cât omul sau fenomenele climatice extreme nu intervin. O mare diversitate de animale își găsesc aici hrană și adăpost cu ușurință.
In old forests, when a tree's natural life cycle ends, it leaves space and light for the younger ones, which will follow the same cycle. Forest structure and composition remains the same for centuries, unless human activity or natural events interfere. Here, a large diversity of animals find plenty of food and shelter.

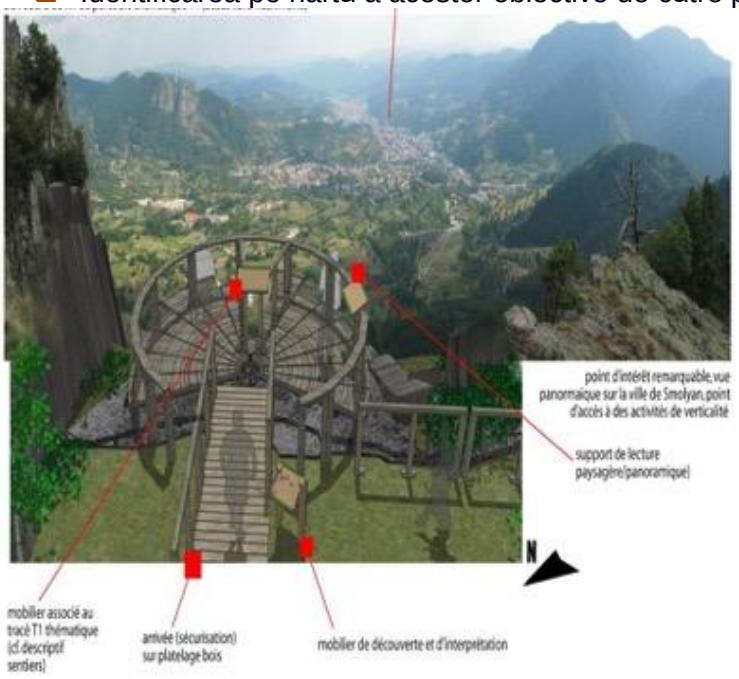
Înregistrarea şi prezentarea peisajelor naturale şi antropice specifice cu puncte panoramice

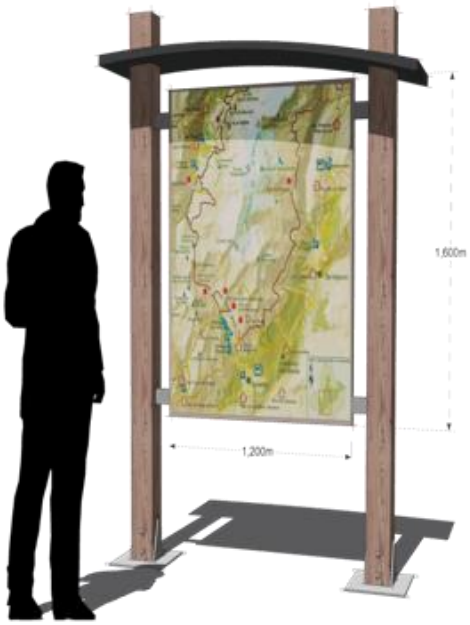
Obiective:

- Valorificarea cadrului natural şi a peisajelor sitului, în fiecare anotimp

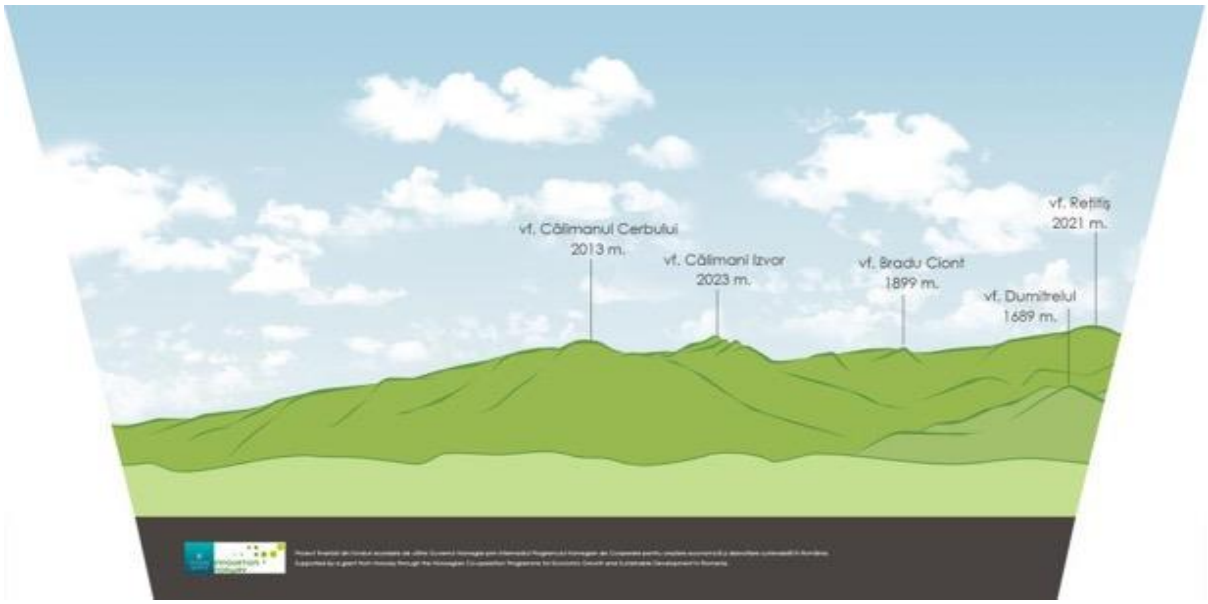
Caracteristici:

- Amenajarea de locaţii de observaţie panoramice, în punctele de pe domeniu aflate la înălţime, puţin împădurite, în scopul de a pune în valoare frumuseţea peisajului
- Crearea unei platforme supraînălțate, dotată cu planuri şi hărţi ale peisajului şi cu indicaţii privind orientarea
- Identificarea pe hartă a acestor obiective de către public şi vizualizarea lor reală

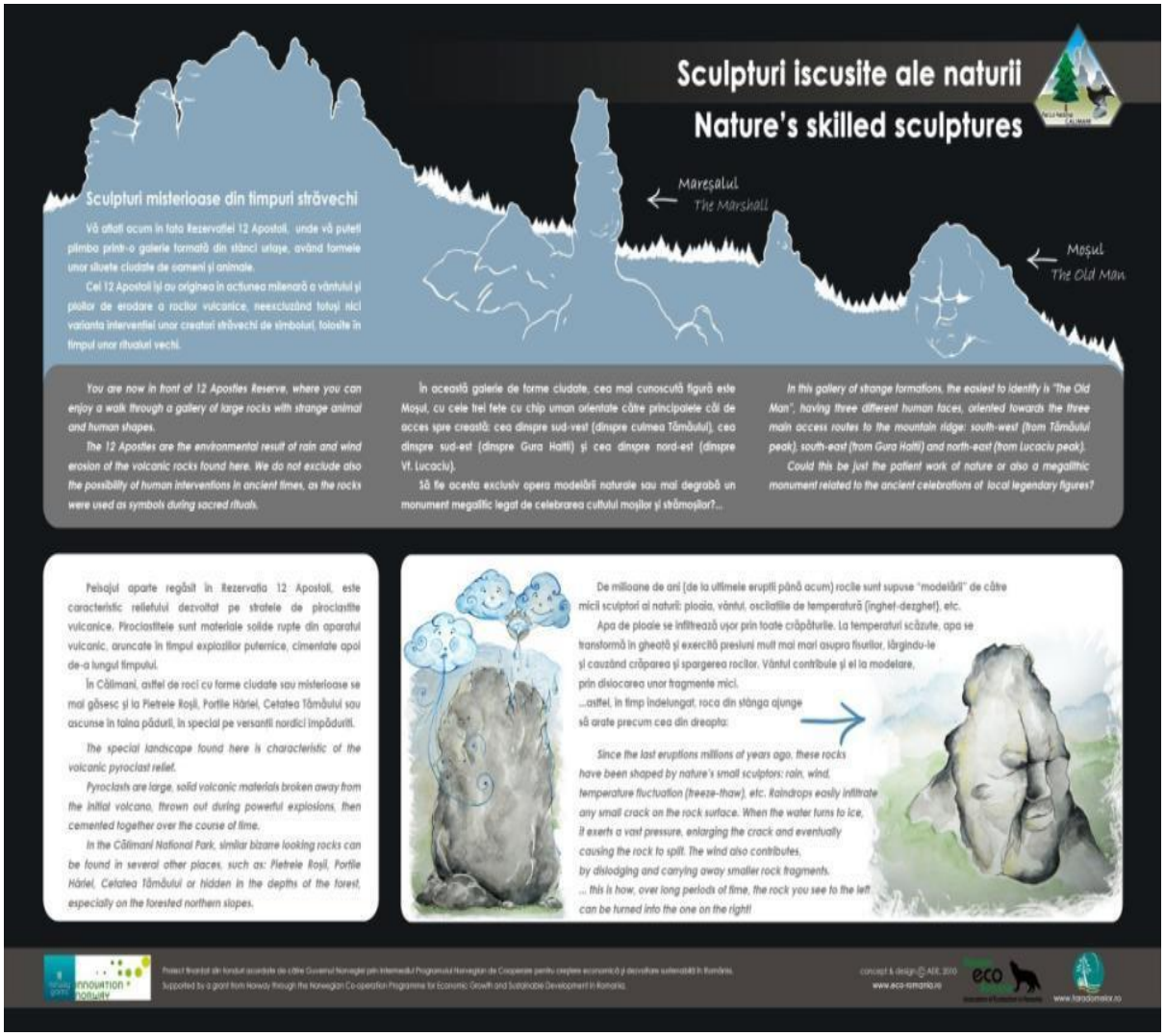




- Conservarea peisajelor specifice este esenţială pentru durabilitatea activităţii turistice şi asigurarea perenităţii specificului local. Un criteriu important este disponibilitatea informaţiei despre peisajele locale. Mai jos, câteva exemple de prezentare a peisajelor:




vf. Bistricior
1990 m.
vf. Stracior
1963 m.
vf. Piatra Domei
1693 m.


Sculpturi iscusite ale naturii
Nature's skilled sculptures
Sculpturi misterioase din timpuri străvechi
Mareșalul
The Marshall
Moșul
The Old Man
You are now in front of 12 Apostles Reserve, where you can enjoy a walk through a gallery of large rocks with strange animal and human shapes.
The 12 Apostles are the environmental result of rain and wind erosion of the volcanic rocks found here. We do not exclude also the possibility of human interventions in ancient times, as the rocks were used as symbols during sacred rituals.
În această galerie de forme ciudate, cea mai cunoscută figură este Moșul, cu cele trei fețe cu chip uman orientate către principalele căi de acces spre creastă: cea dinspre sud-vest (dinspre culmea Tămăului), cea dinspre sud-est (dinspre Gura Haitii) și cea dinspre nord-est (dinspre Vf. Lucaciu).
Să fie acesta exclusiv opera modelării naturale sau mai degrabă un monument megalitic legat de celebrarea cultului moșilor și strămoșilor?...
In this gallery of strange formations, the easiest to identify is "The Old Man", having three different human faces, oriented towards the three main access routes to the mountain ridge: south-west (from Tămăului peak), south-east (from Gura Haitii) and north-east (from Lucaciu peak).
Could this be just the patient work of nature or also a megalithic monument related to the ancient celebrations of local legendary figures?
Peisajul aparte regăsit în Rezervația 12 Apostoli, este caracteristic reliefului dezvoltat pe stratele de piroclastite vulcanice. Piroclastitele sunt materiale solide rupte din aparatul vulcanic, aruncate în timpul exploziilor puternice, cimentate apoi de-a lungul timpului.
În Călimani, astfel de roci cu forme ciudate sau misterioase se mai găsesc și la Pietrele Roșii, Portile Hârtei, Cetatea Tămăului sau ascunse în taina pădurii, în special pe versanții nordici împăduriți.
The special landscape found here is characteristic of the volcanic pyroclast relief.
Pyroclasts are large, solid volcanic materials broken away from the initial volcano, thrown out during powerful explosions, then cemented together over the course of time.
In the Călimani National Park, similar bizarre looking rocks can be found in several other places, such as: Pietrele Roșii, Portile Hârtei, Cetatea Tămăului or hidden in the depths of the forest, especially on the forested northern slopes.
De milioane de ani (de la ultimele erupții până acum) rocile sunt supuse "modelării" de către micii sculptori ai naturii: ploaia, vântul, oscilațiile de temperatură (îngheț-dezgheț), etc.
Apa de ploaie se infiltrează ușor prin toate crăpăturile. La temperaturi scăzute, apa se transformă în gheață și exercită presiuni mult mai mari asupra fisurilor, lărgindu-le și cauzând crăparea și spargerea rocilor. Vântul contribuie și el la modelare, prin dislocarea unor fragmente mici.
...astfel, în timp îndelungat, roca din stânga ajunge să arate precum cea din dreapta:
Since the last eruptions millions of years ago, these rocks have been shaped by nature's small sculptors: rain, wind, temperature fluctuation (freeze-thaw), etc. Raindrops easily infiltrate any small crack on the rock surface. When the water turns to ice, it exerts a vast pressure, enlarging the crack and eventually causing the rock to split. The wind also contributes, by dislodging and carrying away smaller rock fragments.
... this is how, over long periods of time, the rock you see to the left can be turned into the one on the right!
www.eco-romania.ro
www.faradomeilor.ro

Acţiunea strategică 6: Crearea de circuite turistice tematice/active, pentru cele 4 anotimpuri

Obiective	⇨ Creşterea atractivităţii turistice a destinaţiei prin prezentarea, într-un mod integrat şi coerent, a obiectivelor de patrimoniu şi a naturii locale		
Conţinut	❑ Identificarea unor circuite tematice sau generale ale zonei cu grade de dificultate şi lungimi diferite care să permită descoperirea zonei – a naturii şi obiectivelor sale – unei palete largi de clienţi : tineri, familii cu copii, persoane în căutare de relaxare, etc. Vor exista atât circuite de vară, cât şi de iarnă, pentru a încuraja echilibrarea sezonalităţii turistice. ❑ Crearea infrastructurii de tip Greenway dacă vor exista fonduri publice disponibile		
Metode (cum?)	➢ Obţinerea unei finanţări prin intermediul GAL-urilor, pentru realizarea infrastructurii necesare traseelor şi itinerariilor: marcaje, panouri informative, crearea de centre de închiriere de biciclete şi de mică infrastructură pentru accesibilitate ➢ Aceste itinerarii / circuite vor fi apoi promovate atât on-line (prin web-site-ul general al zonei, social media), cât şi prin intermediul centrului de informare turistică		
Indicator de realizare	Nr. de kilometri de itinerarii amenajate şi marcate Nr. de kilometri accesibili unui public cât mai larg		
Indicator de rezultat	Frecventarea itinerariilor Activitate turistică şi economică în zonele traversate		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, Primăriile, furnizorii de servicii turistice de pe trasee: cazare, restaurante, Muzee, Mănăstiri, asociaţii / ONG-uri	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Turism pe bicicletă şi mountain biking

Turismul pe bicicletă este una dintre cele mai îndrăgite activităţi în aer liber din Europa, fiind combinaţia ideală între **sport, ecologie şi explorarea peisajelor naturale şi culturale.**

Acest tip de turism presupune existenţa unor **drumuri pitoreşti, mai puţin sau deloc accesibile auto**, presarate cu obiective de interes şi peisaje spectaculoase, şi este de obicei gândit în ideea de "**circuit**", pentru a cuprinde într-o singură excursie cât mai multe experienţe de călătorie. Turismul pe bicicletă se practică atât local, ca activitate recreativă a rezidenţilor zonei, cât şi la nivel regional, fiind combinat cu un traseu auto de acces până într-un punct de plecare, de la care pornesc traseele cicliste.

O alternativă este prevederea unor **centre de închiriere a bicicletelor**, care permit accesul la acest tip de activitate atât celor care au sosit cu transportul in comun, cât şi celor care au sosit cu maşina, însă nu au prevăzut, de la început, că vor fi interesaţi de un traseu ciclist / nu au spaţiul sau accesoriile necesare pentru transportul bicicletelor.





Lista traseelor cicloturistice și de mountain biking interesante și pitorești prin care se poate descoperi Țara Făgărașului trebuie să fie identificate de Asociaţia Pro Turism Țara Făgărașului.







- Mountainbiking-ul este o activitate şi, în acelaşi timp, o atractivitate turistică importantă în teritorii similare ca relief din vestul Europei. Având în vedere poziţionarea propusă pentru destinaţia Țara Făgărașului şi clientela vizată: familii şi tineri activi din zona urbană (Bucureşti,

oraşe transilvane) cu venituri peste medie, interesaţi de turismul sportiv-ecologic, în căutare de metode de petrecere a timpului într-un cadru natural - crearea unui produs de turism pe bicicletă / mountainbike va asigura creşterea atractivităţii zonei, în special a zonei adiacente masivelor muntoase.

- Mountainbiking-ul, ca produs turistic al unui teritoriu, are o serie de avantaje pentru turismul la nivel local:
  - Ajută la creşterea veniturilor din turism prin creşterea duratei sejurului în zonă
  - Atrage persoane de vârste şi din medii foarte diferite, dar în special din zona superioară a scării veniturilor
  - Este accesibil atât individual, cât şi în grup
  - Este accesibil pe aproape tot parcursul anului
  - Pune în valoare în mod ecologic resursele naturale - de peisaj şi relief - existente ale regiunii, deschizând accesul turiştilor la zonele mai puţin frecventate
  - Contribuie la crearea unei imagini de marcă ecoturistică de excelenţă a zonei vizitate

Sugestie de marcare a traseelor de mountainbike

- Potenţialul turistic al mountainbiking-ului poate fi fructificat dacă precondiţiile sunt îndeplinite: traseele sunt marcate, există o gamă largă de trasee, de la foarte dificile la cele adecvate începătorilor, diferitele grade de dificultate sunt clar identificabile prin marcare. Mai jos este o propunere de schemă de marcare, inspirată din experienţa Comisiei Forestiere a Scoţiei.

Tip de marcaj și % din total (în cazul Scoției)		Adecvat pentru	Tipul de bicicletă necesară	Abilităţi necesare	Tipuri de traseu şi de teren	Nivel de condiţie fizică necesar
Verde : Ușor 	15%	Ciclişti începători	Majoritatea bicicletelor şi hibrizi de mountainbike	Abilităţi de ciclist de bază	Relativ plane şi largi. Suprafaţa de contact poate fi umedă şi/sau noroioasă sau cu denivelări. Pe alocuri, poate avea o singură bandă sau mai multe pentru a permite pătrunderea rulotelor.	Adaptate pentru orice persoană sănătoasă.
Albastru: Moderat 	40%	Ciclişti de nivel mediu sau mountainbikers care au abilităţi de bază	Mountainbike obișnuit, sau hibrid de mountainbike	Abilităţi de de condus bicicletă în condiţii off-road: pe suprafețe accidentate și cu mici obstacole	Ca și mai sus, plus trasee cu o singură bandă. Suprafața poate include mici obstacole : roci, rădăcini…	O condiţie fizică bună este utilă.
Roșu : Dificil 	28%	Mountainbikers cu experienţă și capacităţi bune în condiţii off-road	Mountainbike off-road de calitate	Abilităţi bune de condus bicicletă în condiţii off-road care pun dificultăţi tehnice	Mai abrupte şi mai dificile, majoritatea pe o singură bandă cu secţiuni dificile tehnic şi suprafeţe de toate tipurile.	Un nivel superior de condiţie fizică este necesar.
Negru: Foarte dificil 	15%	Mountainbikers experţi, obişnuiţi cu trasee foarte dificile	Mountainbike off-road de foarte bună calitate	Abilităţi superioare de condus off-road şi abilităţi tehnice excelente	Ca şi la cele “roşii”, dar cu dificultăţi mai dese şi solicitând efort continuu.	Adecvat pentru persoane foarte active, obişnuite cu efortul prelungit

Portocaliu: Extrem 	2%	Biciclişti cu abilităţi tehnice de "elită", incluzând cursele pe pantă şi săriturile libere	Mountainbike off-road de foarte bună calitate	Abilităţi superioare de condus off-road şi abilităţi tehnice excelente	Trasee construite în zone aspre / foarte grele. Toate secţiunile sunt dificile. Presupune o expunere la niveluri ridicate de risc.	Un nivel superior de condiţie fizică este recomandat, dar esențiale sunt abilităţile tehnice.
Drum forestier sau similar	-	O gamă largă de Ciclişti	Majoritatea bicicletelor şi hibrizi de mountainbike	Capacitate minimă de a "citi" o hartă în cazul în care traseul nu este marcat	Relativ plan şi lat. Suprafaţa de contact poate fi umedă şi / sau noroioasă sau cu denivelări. Pot fi folosite şi de către vehicule motorizate şi de călători pedestri.	O condiţie fizică bună este utilă.

Trasee de drumeție

Drumeţiile sau traseele de hiking sunt excursii în natură, în scopul explorării zonelor cu peisaje pitoreşti, al cunoaşterii mediului natural şi al atingerii unor obiective turistice izolate, inaccesibile pe alte căi. Plimbările în natură au un rol relaxant şi educativ.

Traseele de drumeţie trebuie de preferinţă să pornească din fiecare comună şi să exploreze diferite zone naturale, intersectându-se unele cu altele, constituind **circuite** şi mergând uneori **paralel cu drumurile cicliste.**

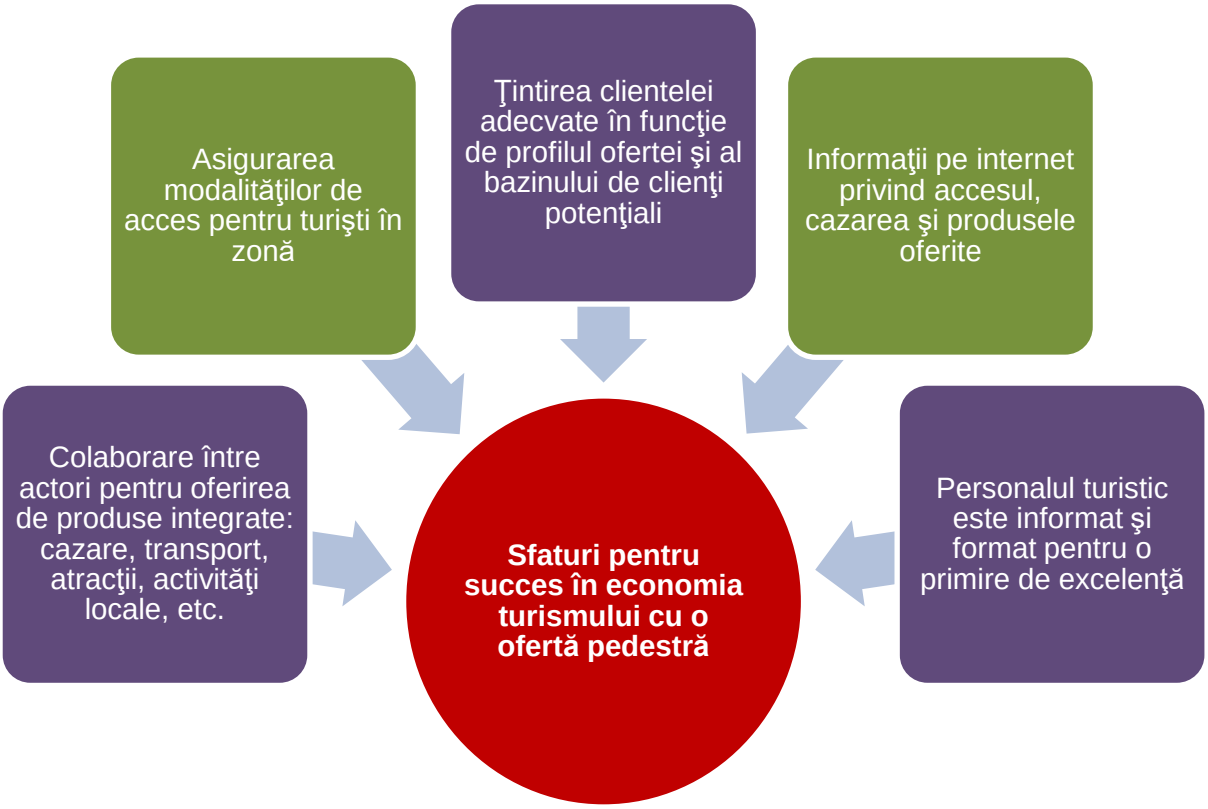
METODOLOGIE PRIVIND ACTIVITĂŢILE DE TURISM PEDESTRU

Tipuri de practicanti

- Exista mai multe tipuri de turisti care practica mersul/trekking-ul. Putem in sens larg defini 4 categorii :
  - *Exploratorul convins:* cauta locurile greu accesibile fiind atras doar de mers ca obiectiv turistic in sine
  - *Exploratorul partial:* cauta locurile greu accesibile dar ii place sa asocieze mersul cu vizitele cultural-istorice
  - *Adeptul plimbarilor*: sunt interesati de plimbari in principal si nu de mersul intens.
  - *Adeptul partial al plimbarilor:* interesati de plimbari sunt mai doritori ca precedentii de a asocia plimbarea vizitelor cultural istorice
- Prima si ultima categorie domina spectrul turistic pedestru (mai mult de 50%): importanta mare a atractiilor naturale si a patrimoniului local. Turistii care sunt atrasi de combinatii sunt mai putini ca cei care vor excelenta in fiecare domeniu in parte.

Turismul pedestru

- Turismul pedestru este practicat de un spectru larg de varste insa exista o tendinta generala de crestere a mediei varstei practicantilor
- Acest tip de turism este practicat in conexiune cu vacantele scurte si cu *week-end breaks*
- Fiind concentrat pe perioade scurte acest turism presupune destinatii accesibile si apropiate, planificare pe Internet si rezervare ceea ce explica importanta vizibilitatii destinatiei pe Internet.
- In fine turistul pedestru cauta experiente autentice si nu suporta falsa promisiune din partea unei destinatii. Cauta autenticul si nu comunul. In domeniul cazarii cauta si cortul dar si hotelul de 4 stele, asteptarile sunt din ce in ce mai diverse dar precise.



Serviciile şi informaţile care trebuie oferite de către cazare turiştilor pedeştri, de cicloturism şi de mountainbike

Servicii
Spaţiu special pentru depozitarea şi uscarea hainelor şi încălţămintei peste noapte
Oferirea unei băuturi calde seara, la sosirea din drumeţie
Disponibilitatea unei cine la ore târzii (dupa ora 8 seara) şi a unei gustări chiar şi noaptea
Posibilitatea unui mic dejun foarte devreme (de la ora 6 dimineaţa)
Prânz la pachet
Disponibilitatea informaţiilor meteo, a traseelor şi a celor privind transportul

Circuitele de plimbare și drumeție trebuie să aibă durată și grad de dificultate variate. Pentru a promova Țara Făgărașului, este importantă legătura acestor trasee între ele, dar mai ales cu traseul de creastă est-vest din Munții Făgăraș. Traseul crestei principale a munților Făgărașului este, în general, bine marcat. Există refugii relativ noi (Scara, Călțun, Fereastra Zmeilor, Șaua Viștei, Zârna, Comisul) în stare bună. Problema este a cabanelor Podragu și Valea Sâmbetei care oferă condiții precare de cazare, iar cabana Urlea practic nu mai există, este o ruină.

Trasee de drumeție pentru sezonul de iarnă

Într-o zonă atât de ofertantă în sezonul rece, ca cea a munților Făgăraș, este absolut necesară dezvoltarea de infrastructură care să răspundă nevoilor de mișcare în natură a turiștilor activi, amatori de zăpadă. Pârtile de schii sunt prima opțiune la îndemână, însă în lipsa unui strat de zăpadă consistent și permanent pe perioada sezonului rece, care să justifice asemenea investiții pe termen lung (în ultimii anii altitudinea la care care acest lucru se întâmplă e tot mai mare), poate fi de interes explorarea altor activități de iarnă, precum traseele de drumeție de iarnă, plimbările pe rachete de zăpadă, plimbări la lumina torțelor, schiul de fond, plimbări cu sania etc. Amenajarea / curățarea de trasee de drumeție pentru iarnă ar reprezinta un avantaj competitiv pentru Țara Făgărașului.

Amenajarea traseelor de iarnă se poate face în zona joasă de la poalele munților Făgărașului, accesul în zona înaltă fiind posibil doar pentru alpiniști și turiști cu experiență, buni cunoscători ai zăpezii.





Prin construcţia şi forma lor, rachetele de zăpadă distribuie greutatea unei persoane pe o suprafaţa mai mare în zăpadă, permiţând astfel persoanelor să rămână la suprafaţă. Inventate în urmă cu circa 4000-6000 de ani, încă de pe vremea eschimoşilor, a locuitorilor din Asia Centrală şi Nordul Americii, rachetele erau folosite pentru a se deplasa prin zăpada proaspătă, pentru a traversa lacuri îngheţate (în vederea pescuitului la copcă) sau a merge la vânătoare.

Tipuri de rachete

Rachete de zăpadă pentru alergare sau aerobice, perfecte pentru persoanele mai active, mai bine pregătite fizice și care caută o provocare



Rachete de zăpadă pentru recreaţie, potrivite pentru marea parte a turiștilor ce caută drumeţii de câteva ore cu dificultate redusă

Rachete pentru mountaineering, folosite de montaniarzi, cătărători, alpinişti sau pasionaţii de ture extreme, acestea având în plus ca dotare scăriţele aflate in partea din spate a legăturii, pentru diverse înclinaţii ale pantei

Mărimea rachetelor de zăpadă diferă de la fiecare tip de rachetă în parte şi mai ales în funcţie de greutatea şi înălţimea celor care le folosesc.

Echipamentul recomandat pentru plimbările de iarnă, trebuie anunțat turiștilor, pentru a evita accidentări și alte probleme: bocanci de iarnă, parazăpezi, beţe de trekking (care ajută la echilibru), dar şi pantaloni, geacă, căciulă, mănuşi, ochelari de soare şi rucsac.[4] Prezenţa unui ghid este esenţială în aceste situaţii: cunoaşte traseul, testează calitatea drumului, recuperează beţele scăpate de cei din grup, se întoarce să îi ajute pe cei rămaşi în urmă, fixează rachetele şi dă informaţii despre zonă.

Traseele/circuitele de schi fond sunt adaptabile la o gamă largă de relief și grad de amenajare, de la teren neamenajat, uneori muntos, la trasee amenajate sau special concepute în acest sens. Orientarea pe schiuri este o formă de schi fond, care include deplasarea cu ajutorul unei hărți, pe trasee de zăpadă mai mult sau mai puțin amenajate.





[4] Sursă: www.transylvaniaguide.wordpress.com.

Acţiunea strategică 7: Crearea de produse turistice inovatoare, adaptate clientelei şi poziţionării

Obiective	⇨ Atragerea unei clientele suplimentare prin crearea unei oferte turistice inovatoare faţă de cea a competiţiei ⇨ Creşterea capacității de cazare a zonei		
Conţinut	❑ Crearea de produse turistice unice / inovatoare: - crearea de unități de cazare de tip pavilionar (camping), minihotel cu restaurant, pensiune agroturistică - centru educaţional pentru copii cu tematică naturală - punct info turistic cu centru de închiriere biciclete - tabăra de copii cu mini-zoo domestic (fermă) - stână turistică şi magazine de produse naturale şi naturiste - adventure-park pe stânci - ștrand şi centru de agrement / tratament cu apă sărată - festival de film anual / itinerant - zbor cu parapanta / deltaplan / balon - centru canoe		
Metode (cum?)	▪ GAL-uri din Țara Făgărașului pot pune la dispoziţia investitorilor privaţi fonduri PNDR nerambursabile pentru crearea de structuri de cazare, centre de informare, evenimente turistice, etc. ▪ OMD Ţara Făgărașului și primăriile pot solicita MDRT fonduri publice destinate creării infrastructurii turistice pentru destinaţiile ecoturistice. ▪ Vor putea fi implicate în procedurile de creare a infrastructurilor şcolile şi facultăţile românești de design, arhitectură, biologie care pot face să se vorbească despre destinaţie ca una inovatoare, atractivă şi cu o ofertă specifică. ▪ De asemenea, administratorii siturilor Natura 2000 pot să fie implicaţi în elaborarea şi implementarea de produse turistice inovatoare		
Indicator de realizare	Introducerea în circuitul turistic al produselor / infrastructurilor Numărul de noi operatori turistici, noi capacităţi de cazare deschise, care să respecte criteriile unei destinaţii ecoturistice		
Indicator de rezultat	Nivel de satisfacţie al clienţilor Activitate turistică şi economică în zonă		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, Primăriile	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Pentru dezvoltarea turistică a Țării Făgărașului sunt necesare o serie de **dotări de primire a turiştilor** în absenţa cărora zona nu poate fi atractivă şi funcţională. În prezent, atuurile principale ale Țării Făgărașului sunt natura neatinsă şi peisajele pitoreşti.

Pentru a atrage un număr mare de turişti, Țara Făgărașului trebuie sa pună la dispoziţia acestora **structuri de cazare şi** activităţi **în multiple variante**, cu condiţia ca dezvoltarea să fie **minim invazivă**, să se bazeze pe principiile **sustenabilităţii** şi pe **menţinerea specificului local.**

În această direcţie, se vor respecta următoarele **REGULI DE CONSTRUCȚIE:**

1. **materialele** utilizate pentru finisaje vor fi cele **locale şi cele din gama naturală**: lemn, piatră naturală, cărămidă, tencuiala albă, metal în culori neutre

2. **volumele** nu vor fi înalte şi / sau masive, pentru pensiuni / minihoteluri înălţimea maximă acceptată este de **P+2 niveluri**

3. **se vor evita** decoraţiunile / copierea de **forme "rustice"** din alte zone folclorice; eventualele referiri la arhitectura locală se vor face prin reluarea formelor şi a materialelor specifice sau prin compunerea acestora cu volume / forme simple, minimaliste, care să le pună în valoare

4. toate **amenajările spaţiilor exterioare** vor respecta aceleași principii: **materiale naturale**, forme simple şi discrete, **montaj reversibil**, **evitarea materialelor de slabă calitate şi stridente** (plastic, tablă). Suprafeţele exterioare pavate sau asfaltate / betonate vor fi de dimensiuni minime; pentru parcaje / alei vor fi adoptate soluţii de tip "dale înierbate" sau suprafeţe de pietriş.

5. **construcţiile provizorii** (tarabe, gherete, căsuţe pentru târguri tradiţionale) vor fi **unitare ca design** şi vor fi realizate în forme simple, cu materiale naturale (predominant lemn)

6. **signalistica** (totemuri, panouri de informare, săgeţi direcționale, marcaje) va fi **de bună calitate, clară şi unitară**, din materiale rezistente în timp

Unităţi de cazare tip pavilionar / camping

Campingurile cu unităţi de cazare tip pavilionar (căsuţe individuale) sunt o **soluţie sustenabilă şi adaptabilă** la o varietate foarte mare de terenuri şi forme de relief. Construcţiile sunt **prefabricate,** au suprastructură din materiale cu montaj uscat (lemn, structură metalică) şi se aşează pe o platformă realizată, de regulă, din beton armat.

Unităţile de cazare pot fi constituite din **1 sau 2 camere** şi pot avea baie proprie sau baie comună, amplasată în clădirea care adăposteşte recepţia şi, în unele cazuri, şi restaurantul.

În Ţara Făgăraşului, campinguri cu căsuţe pot fi amenajate pe terenuri publice sau private şi în perimetrul zonei Natura 2000 în condiţiile în care regulamentul ariei protejate Natura 2000 va permite construirea în aceasta (conform Planului de Management realizat de custodele sitului).













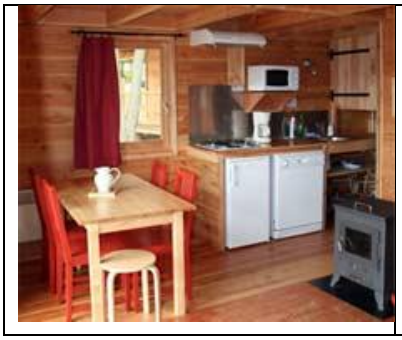


Zona de cazare şi de animaţie turistică durabilă Huttopia la Senonches:

- 126 de clădiri pe un teritoriu de 10 hectare
- Circulaţia limitată a vehiculelor pe drumuri în scopul păstrării liniştii şi securităţii . O parcare este situată la intrare.

Închirierea de căsuţe din lemn, construite eco:

La Cabane (cabană din lemn asemănătoare unei căsuţe): până la 6 persoane, 35m², în întregime din lemn neprelucrat, echipată cu o sobă de încălzit cu lemne.





Rulota: Încap până la 4 persoane, având camera comună cu o bucătărie, spaţiu de luat masa, cu o masă, bancă şi taburet, sală de baie cu duş, chiuveta şi wc, spaţiu de dormit pentru adulţi, cu pat dublu şi pentru copii, două paturi suprapuse, încălzitoare, boilere şi echipament de terasă în aer liber




La Canadienne (corturi cu acoperişuri din lemn, echipate): cu capacitate de 5 persoane şi structura şi planşeul din lemn, acoperite cu tabla ondulată garantând o etanşeitate totală.




Activităţile şi serviciile din cadrul campingului

Piscine naturale: Piscine total ecologice fără produse chimice. Apa este epurată de plantele acvatice care sunt integrate de o maniera naturală în piscină. Fără utilizarea produselor chimice, fără poluare, cu consum redus de energie, integrarea în peisaj e total ecologică.




- Echipamente sportive şi de agrement; terenuri de volei şi de ping-pong
- Activităţi manuale şi ludice pentru copii, de cunoaştere a naturii
- Seară de spectacole şi cinema in aer liber
- Activităţi desfăşurate în proximitatea campingului –pescuit, plimbări pe jos şi cu calul.
- Magazin cu produse de primă necesitate şi produse locale/regionale
- Sală pentru seminarii, reuniuni ...




Cabane în copaci

Le Domaine des Ornes **Cabane construite de societatea Abane**

Suspendate la 5, 10 sau 15 metri în arbori centenari, în sequoia giganţi sau cedru, cabanele oferă un confort rustic fără apă, fără electricitate, dar echipate cu toalete seci. Fiecare cabană este unică şi este construită în funcţie de arborele unde va fi instalată respectând forma, înălţimea şi vârsta acestuia






Unităţi de cazare tip minihotel cu restaurant

Minihotelurile sau pensiunile trebuie să propună **amenajările exterioare** (locuri de parcare, teren de joacă, livadă, spaţiu pentru luarea mesei în aer liber, barbecue, foc de tabără) şi pentru a avea o **distanţă suficientă faţă de parcelele alăturate** (atât pentru intimitatea turiştilor, cât şi pentru a nu deranja liniştea vecinilor).

Din punct de vedere volumetric, minihotelurile au o vizibilitate mai mare decât complexele de cazare pavilionare (campinguri), însă arhitectura lor trebuie să completeze peisajul şi să îi aducă un plus de valoare, nu să domine sau să contrazică mediul natural.

Vor fi utilizate **materiale naturale şi texturi simple** – lemn, tencuială albă, beton aparent, metal în culori neutre, produse ceramice în culori naturale, iar amenajarile exterioare se vor restrânge la un minim funcţional, fără a implica etanşeizarea / betonarea unei mari suprafeţe de teren. Restaurantele pot avea **terase de vară**, care vor fi protejate la soare prin copertine / umbrele din material textil în culori neutre / riflaje de lemn pentru umbrire. Pentru protecţia la soare a unităţilor de cazare vor fi utilizate parasolare interioare / exterioare din textil sau lemn. **Nu se vor amplasa pe faţade, în locuri vizibile,** unităţi **de aer condiţionat**; fie se va utiliza un sistem centralizat cu distribuţie în fiecare cameră, fie se vor masca unităţile în parapetul balcoanelor / loggiilor sau în spatele unor riflaje de lemn.

În unele cazuri pot fi prevăzute şi **dotări suplimentare (piscină, echipamente sportive, săli de conferinţe etc),** destinate clienţilor minihotelului şi vizitatorilor din exterior.

Innhouse Eco Hotel, Expo Eco Town Kunming, China: Hotelul este un prototip pentru dezvoltarea de unităţi de cazare ecologice, construite cu materiale naturale dupa principiile sustenabilităţii şi impactului minim asupra mediului. Promotor al turismului responsabil, hotelul constituit din mai multe volume pavilionare se integrează armonios în peisajul montan al provinciei Kunming.









Pensiuni agroturistice

Pensiunile agroturistice se dezvoltă având la bază **gospodării tradiţionale**, care păstrează şi pun în valoare elementele arhitecturii populare specifice zonei, evitând inserţiile din materiale actuale de slabă calitate şi orice altă intervenţie care ar degrada valoarea estetică a casei vechi.

Dacă apare necesitatea de a construi o **extindere a casei**, în vederea cazării turiştilor la standardele actuale de confort (camere mari, baie proprie), aceasta va fi amplasată **spre partea din spate a terenului, pentru a păstra nealterată imaginea străzii**, iar arhitectura noului volum va fi una simplă, cu materiale şi culori naturale şi aspect discret, astfel încât aceasta să pună **în valoare arhitectura tradiţională a casei vechi** şi să se compună în mod armonios cu volumetria acesteia.

Vor fi evitate gabaritele masive, volumele înalte, culorile stridente, materialele artificiale sau cu aspect tehnologic, învelitorile cu pante complicate, golurile cu forme neregulate.

Exemplu: Pensiune agroturistică formată din două volume construite: casa tradiţională care participă la imaginea străzii şi extensie contemporană, cu forme simple şi materiale naturale, amplasată spre spatele parcelei.





Centru de informare - interpretare turistică şi de închirieri echipamente

Centru info și de tip rent-a-bike

Țara Făgărașului trebuie să devină prima destinaţie turistică din România cu o reţea de **puncte de închiriere a bicicletelor finanţate din fonduri GAL-uri sau din alte finanţări,** care vor fi amplasate în apropierea drumurilor carosabile principale, fiind marcate cu un totem de informare (acelaşi pentru toate obiectivele). Aici, se vor furniza indicaţiile necesare vizitării zonei, cu **detalierea traseelor** şi circuitelor auto, cicliste, pietonale şi a stării acestora**, indicarea obiectivelor de interes**, a posibilităţilor de cazare şi de luare a mesei, precum şi a activităţilor organizate în diferitele puncte (sportive, de agrement, educative, festivaluri, târguri). Centrele de închiriere a bicicletelor vor coordona **activitatea de marcare a traseelor** şi de amplasare a indicatoarelor turistice.

Vor fi editate **pliante** cu harta zonei, marcajele traseelor, descrierea punctelor de interes, **în diferite variante** – pentru agroturism, turism sportiv, turism ştiinţific-educativ etc. Amplasarea acestora va fi definită din OMD Țara Făgărașului.







Centru de închiriere canoe şi bărci

După îndelungații ani de industrializare, natura începe să se refacă, încet, de-a lungul malurilor Oltului. În urma ridicării barajelor hidroenergetice și a formării lacurilor de acumulare, Oltul recreează zone deltaice. De exemplu, un lac mic, denumit ”La fiare” este accesibil pe DN1, imediat la ieșirea din Făgăraș, înspre Beclean, pe centura ocolitoare a orașului, în dreptul în care se vărsa râul Racoviță

în Olt. Aici începe printr-un canal îngust, un complex de lacuri comunicante, formate din aluviunile depuse de Olt.





Centru educațional pentru copii şi adulți

Centrul educațional pentru copii va fi amenajat de preferinţă într-o clădire veche, nefolosită, dintr-una din comune sau de pe suprafaţa siturilor Natura 2000. El va cuprinde amenajări şi expoziţii interactive destinate copiilor, care explică într-un mod atractiv şi interesant fenomenele geologice care au dus la formarea masivului Făgăraș şi a tuturor curiozităţilor naturale care se găsesc în zonă.

Centrul educaţional va fi amenajat ca muzeu şi spațiu de ateliere de interpretare, care va prezenta filme educative şi va invita la descoperirea zonei. Pentru grupurile de elevi vor fi organizate excursii între principalele puncte de interes, însoţite de un ghid – cadru didactic.

De asemenea, centrul educaţional va prezenta copiilor legendele şi obiceiurile întâlnite prin Țara Făgărașului, de la legendele populare care explică formarea elementelor naturale, până la legendele istorice care povestesc de unde provin toponimele zonei (râuri, dealuri, lacuri, sate).

Vor fi editate pliante, cărţi educative, de poveşti şi de colorat, prin care procesul de învăţare va fi transformat în joc şi se va fixa mult mai bine în memoria celor mici.

Tabără de copii

În zona Berivoi, pe terenuri aparţinând primăriilor sau unor investitori privaţi, se poate realiza o nouă tabără pentru copii, însoţită de o fermă cu animale domestice, în care copiii crescuţi la oraş se pot bucura de compania animalelor şi pot învăţa mai multe despre acestea.

Exemple de tabere pentru copii, Karpenisi, Pintos, Grecia: aflată într-o zonă de păşune montană, care se integrează în natură prin geometria acoperişului transformat în deal artificial şi plantat cu iarbă şi vegetaţie specifică zonei.







Mini-zoo domestic

În apropiere de viitoarea tabără şcolară din zona Berivoi se poate amenaja o mini-gradină zoologică, de tipul “fermă”, unde copiii văd cum se îngrijesc animelele şi cum se prepară produsele care provin de la acestea, şi / sau de tipul “pet zoo”, unde accentul se pune pe relaţia copiilor cu animalele, în special cu cele care pot fi mângâiate.

Ferma va funcţiona în paralel cu tabăra, furnizând produse proaspete şi ecologice pentru masa copiilor. În paralel, pot fi încurajate şi alte activităţi – cuptor de pâine, centru de recoltare plante medicinale, care transformă experienţa taberei de copii într-una ecoturistică.

Activităţile propuse copiilor vor fi din gama “aventurilor în natură” şi a jocurilor tradiţionale – labirint de porumb, leagăne şi locuri de joacă din lemn, scrânciob.

Mini-gradina zoologică va fi vizitată, în primul rând, de copiii cazaţi în tabere, însă va fi accesibilă şi familiilor cu copii venite în Țara Făgărașului în excursii, peste weekend, pentru a familiariza copiii crescuti la oraş cu natura şi cu animalele dintr-o gospodărie tradiţională.

Ferma animalelor, Bucureşti - Pantelimon









Stână turistică, magazine alimentare şi medicină tradiţională

Ecoturismul şi agroturismul se bazează pe reîntoarcerea la valorile tradiţionale, la viaţa în mijlocul naturii, căutând să experimenteze, la toate nivelurile, un stil de viaţă tihnit şi încărcat de semnificaţii. Evadarea din cotidian, din oraşele care nu oferă prea multe prilejuri de răgaz, se traduce printr-o **experienţă completă**: **locuirea** într-o zonă în care s-au păstrat valorile autentice ale satului, **descoperirea naturii** înconjurătoare, participarea la activităţi **tradiţionale**, fie că este vorba de muncă în gospodărie sau de evenimente speciale – sărbători şi târguri, degustarea produselor tradiţionale şi a **bucătăriei specifice**, achiziţionarea de produse locale – alimentare, de artizanat sau cosmetice / naturiste.

Stâna turistică pune la dispoziţia vizitatorilor **servicii gastronomice individuale sau de grup** (serbări, teambuilding), **evenimente festive** – foc de tabără, grătar, proţap şi **achiziţionarea de produse locale**.

Medicina tradiţională, cu remedii naturiste şi cosmetice organice, este extrem de căutată de turişti, în special de cei veniţi de la oraş, iar organizarea unui centru de colectare, prelucrare şi vânzare de plante medicinale şi produse realizate artizanal – **alimentare** (miere, dulceţuri, ceaiuri, siropuri) şi **nealimentare** (creme, săpun de casă, plante aromatice) este o investiţie cu succes garantat, în condiţiile dezvoltării unui **marketing şi a unui branding inteligent** şi cu imagine contemporană.

Locul propus pentru dezvoltarea stânei turistice şi a comerţului tradiţional este **zona Recea-Dejani**.

Stâna turistică bucovineană, Căprioara, Suceava









Centru de echitaţie

În zona deluroasă şi montană există un mare număr de drumuri practicabile călare sau cu căruţa şi, de aceea, dezvoltarea unor centre de echitaţie va atrage turişti, în special cei interesaţi de **plimbările călare în natură** mai mult decât de călăritul sportiv. Atât pe perioada verii, cât şi pe perioada iernii, pensiunile agroturistice din zonă vor pune la dispoziţia turiştilor informaţii şi variante de **excursii călare sau cu sania**, în colaborare cu centrele de echitaţie din apropiere.

Copiii vor putea călări şi participa la excursii cu căruţa şi în cadrul **mini-gădinilor zoologice** cu animale domestice propuse la Berivoi.

Centru echitaţie Stork Nest Farm, Olbramovice, Cehia









Aventura Park pe stânci

Parcurile de aventuri sunt produse de succes în domeniul turismului de agrement, deoarece îmbină o **ieşire în aer liber**, în mijlocul naturii, cu o serie de activităţi **recreative şi sportive pentru toate vârstele.**

Un concept relativ nou în Romania, parcurile de aventuri s-au dezvoltat dinamic, în ultimii 10 ani. Dacă anul 2006 marca apariţia primei dotări de acest fel, în apropierea Bucureştiului, anul acesta, în ţară sunt aproximativ 20 astfel de parcuri, oferind copiilor şi adulţilor posibilităţi de relaxare şi odihnă activă. Pe lângă **facilităţile oferite copiilor** (locuri de joacă, activităţi educative, petreceri şi evenimente speciale etc.), majoritatea acestor parcuri vizează şi aspecte ale turismului “incentive”, organizând regulat **evenimente de teambulding.**

Activităţile oferite au grade diferite de dificultate şi **se adresează întregii familii**, ceea ce le face atractive pentru turismul de weekend şi ca destinaţie importantă în cadrul unor vacanţe mai lungi.

Printre atracţiile parcurilor de aventuri se numără:

- *activităţi la înălţime*: escaladă în copaci, circuite aeriene, traversări pe corzi / lanţuri, mers pe buşteni, perete de escaladă, tiroliană, liane, rapel, probe de echilibru, cățărare pe cablu
- *activităţi sportive*: tir cu arcul, terenuri de sport (fotbal, volei, baschet), aerotrim şi mountain bike (cu rampe şi obstacole inspirate de competiţiile de trial)
- *activităţi de agrement*: minigolf, petanque, echitaţie, curling
- *agrement extrem*: rolling ball / zorbing, waterball, vertical wind tunnel

Parcul de aventuri pe stânci este varianta “minerală” de amenajare şi este axată pe jocuri şi probe de echilibru pe / între versanții abrupți. Probele includ cățărarea, rapelul, tiroliana, parcurgerea unor trasee de-a lungul stâncii / de la o stâncă la alta, cu grade diferite de dificultate, cu trasee pentru adulți şi copii.

Ca exemplu, găsim chiar la noi în România, pe DN73A între Predeal şi Râşnov, parcul de aventuri Cheile Râşnoavei, ce cuprinde traversare pe corzi, tiroliană, alpinism - escaladă, bunjee-jumping, punte suspendată şi rapel.






Amenajări vizitare versanţi / stânci

Țara Făgărașului cuprinde câţiva versanţi abrupţi pentru a căror vizitare şi explorare este necesară prevederea de **amenajări destinate turiştilor – scări, parapeţi, pasarele, podeţe de belvedere.**

Munții Făgărașului au un versant nordic abrupt, deseori stâncos, foarte spectaculos. Acesta este accesibil turiștilor cu experiență și o pregătire fizică bună. Pentru accesul masei largi a turiștilor astfel de amenajări se pot face în anumite zone ale văii Bâlea, în apropierea Transfăgărășanului.

Amenajările vor păstra un **caracter minimal şi neutru**, pentru a nu afecta imaginea peisajelor în care sunt inserate; ele se vor limita la structuri metalice zvelte, zincate pentru rezistenţa la coroziune / în mediu salin, grilaje permeabile la apă şi tratate anti-alunecare.

Accesul în Peştera Gheţarului de la Scărişoara, Gârda de Sus, jud. Alba: O amenajare minim invazivă, cu scări şi pasarele din grilaje metalice, permeabile şi conforme împotriva alunecării, parapet de protecţie şi balustradă în culori neutre – metal zincat.







Acţiunea strategică 8: Crearea de evenimente culturale şi sportive adaptate clientelei şi poziţionării

Obiective	⇨ Crearea unei agende culturale/sportive şi de evenimene stabile, având ca obiectiv: • Să asigure repoziţionarea destinaţiei faţă de clientela turistică ţintă • Să dea conţinut unei oferte turistice diferite • Să contribuie la creşterea turismului cultural şi sportiv		
Conţinut	❑ Crearea unui program de evenimente culturale şi sportive, gândite pentru clientele turistice (nu pentru publicul local) care să pună în valoare şi să utilizeze specificul local: festivaluri folk-pop, de muzică balcanică, festival de film în aer liber (ex: Sulina), concursuri de pescuit sportiv, concursuri de mountain-bike, concursuri de canotaj, festivaluri ale gastronomiei locale, petreceri câmpeneşti cu prezentarea produselor locale, un eveniment anual al artizanatului şi creaţiei populare autentice. ❑ Editarea unei broşuri de promovare tematică a destinaţiei (culturală şi sportivă) ❑ Comunicarea acestei agende către presa / media specializată în domeniile «cultură, turism, timp liber», ❑ Crearea şi comercializarea de pachete culturale în colaborare cu prestatorii turistici din zonă.		
Metode (cum?)	▪ Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului împreună cu primăriile şi asociaţiile/ONG-urile locale trebuie să decidă care sunt evenimentele care pot fi organizate şi pot mobiliza/implica populaţia locală ▪ Asociaţia va trebui apoi să asocieze artizanii / mesteşugarii locali, agricultorii sau asociaţiilor lor, prestatorii turistici, autorităţile județene pentru organizarea efectivă a evenimentelor şi crearea de pachete transport-cazare-servicii-evenimente.		
Indicator de realizare	Număr anual de vizitatori Acoperirea mediatică a evenimentelor		
Indicator de rezultat	Efecte economice anuale Notorietatea zonei Număr de pachete turistice vândute (grupuri şi individual)		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului, Primăriile, actorii turistici, populaţia locală	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Festival de film şi documentar tematic

Comunele Sâmbăta şi Cârţişoara sunt puncte nodale din Țara Făgărașului, deoarece aici găsim capacitate de cazare mai importantă şi de aici pornesc traseele pietonale şi cicliste către obiectivele de interes. Deoarece comunele au un potenţial deosebit de a se transforma în **centre de cazare şi servicii destinate turiştilor**, organizarea unui festival de film în aer liber este un bun prilej de marketing la nivel naţional şi de atragere a turiştilor din multiple zone ale ţării, în special a **publicului tânăr.**

Un loc în acest scop poate fi amenajat cu investiţii minime: ecran de proiecţie gonflabil, fotolii pliante pentru public, cabină de proiecţie mobilă (autovehicul tip “van”).

Festivalul de film se poate transforma în **eveniment itinerant**, parcurgând întreaga Țara Făgărașului, cu opriri în fiecare zonă de concentrare a turiştilor.

Prin cooptarea unui sponsor local / companie multinaţională, festivalul de film poate deveni un eveniment cu acces gratuit, sporind atractivitatea zonei prin introducerea unei activităţi **de loisir specifică serii / nopții**, care contribuie la **diversificarea ofertei turistice**.

Cinema în aer liber







Zbor cu parapanta, deltaplan, balon

Festivalurile aeronautice sunt printre cele mai atractive evenimente de weekend, în special pentru populaţia urbană. În timp ce evenimentele de anvergură se desfaşoară în apropierea aeroporturilor de mari dimensiuni, civile şi militare, **zborurile de agrement** pot avea loc aproape oriunde, cu condiţia ca zona să nu prezinte pericole pentru aterizare şi să fie slab împădurită.

Dealurile cu **plaiuri netede şi vegetație joasă (sărături)** sunt foarte potrivite pentru zborurile de agrement, cu atât mai mult cu cât peisajul este unui extrem de pitoresc, cu puţine zone locuite, iar dealurile se întind cât vezi cu ochii. De la înălţime se pot observa culmile muntoase care mărginesc partea de sud a Țării Făgărașului.

Activităţile care se pot organiza sunt: zboruri cu **balonul, parapanta, deltaplanul**, fie în cadrul unor **evenimente destinate publicului**, fie ca activităţi **practicate individual**.













Acţiunea strategică 9: Promovarea zonei şi a atracţiilor sale in mediul on-line și prin alte acțiuni de promovare inovatoare

Obiective	⇨ Dezvoltarea prezenţei mediatice pe Internet a zonei Țara Făgărașului şi ţintirea eficientă a clientelelor prioritare. ⇨ Crearea de operaţiuni de promovare inovatoare pentru a face să se vorbească despre destinaţie		
Conţinut	❑ Utilizarea instrumentelor de Internet (un website turistic al zonei foarte bine adaptat pentru o vizionare pe mobil, conturi pe rețele sociale, prezenţa pe bloguri specializate în domeniul turismului, ciclismului, alimentaţiei şi vieții sănătoase şi active) pentru a putea integra diferitele fluxuri informative în mediul Web: • agenda de evenimente, • discuţii despre atracţiile zonei, calitatea produselor, beneficiile sejururilor în natură, • sondarea aşteptărilor clientelei turistice faţă de destinaţie şi evaluarea serviciilor turistice propuse. ❑ Scopul final este acela de a face să se vorbească despre destinaţie în mediul social media şi a crea promovarea afinitară, una dintre cele mai eficace metode de marketing.		
Metode (cum?)	▪ Crearea unui website turistic dinamic care să integreze toate informaţiile utile necesare petrecerii sejurului în zonă şi cu un sistem de rezervare conform propunerii din Acţiunea 1. ▪ Animarea activităţii de promovare social media poate fi realizată în parteneriat cu asociaţii/ONG-uri, universităţi şi custozi de arii protejate activi în zonă, dar şi în domenii afine cu cele ale clientelei ţintite (asociaţii de tineri alpiniști, asociaţii ale consumatorilor, asociaţii sportive, etc.)		
Indicator de realizare	Crearea website-urilor Crearea mecanismelor de promovare pe reţelele de socializare		
Indicator de rezultat	Importanţa bazei de date a clienţilor : Număr de abonați pe website şi număr de fani pe reţelele de socializare Statistici de vizitare a website-ului		
Actori implicaţi	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului	**Monitorizarea punerii în aplicare**	Asociaţia PROTURISM Țara Făgărașului

Concluzie

Cu toate că beneficiază de o serie de poli de interes, **Țara Făgărașului este un areal puțin exploatat** din punct de vedere turistic în prezent. Dezvoltarea turistică s-a făcut în general haotic, fără respectarea regulilor de urbanism și a principiilor de sustenabilitate.

Din punct de vedere al tipului de turism practicat, se desprind patru filiere importante:

- turismul activ-sportiv (în special în zona montană),
- ecoturism/turism rural,
- turismul cultural
- turismul religios

Problema majoră rămâne **lipsa unei viziuni de ansamblu**, a unei strategii reale, dublate de obiective precise de dezvoltare, cu plan de acțiuni și indicatori reali.

Prezentul document propune o poziționare mai aproape de **factorul de unicitate (**USP =Unique Selling Point), care va determina turistul să aleagă Țara Făgărașului și nu altă destinație. În situația Țării Făgărașului, considerăm că USP este dat de valorificarea patrimoniului natural unic (Munții Făgărașului) prin ecoturism.

Astfel, factorul de unicitate devine pilonul principal pentru strategia de branding și de lansare pentru destinația Țara Făgărașului. În acest context devine firesc să ne concentrăm pe oferirea de experiențe autentice de turism activ, de descoperire și de refacere într-un cadru natural special. În aceste condiții, potențialul Țării Făgărașului este întregit de experiența culturală autentică a zonei.

Segmentele de clientelă vizate au fost împărțite în raport cu afinitățile lor, dar și cu promisiunea pe care o poate oferi destinația:

4. Segment *"prima dată în munți"*, pentru familii cu copii. Pentru acest segment, poziționarea principală va fi "Un munte blând" care pune în valoare o natură carpatină ospitalieră, calmă, sănătoasă, binevoitoare și liniștitoare, în strânsă legătură cu universul afectiv al familiei.
5. Segment *"căutători de autenticitate și cultură"*. Pentru acest segment, poziționarea principală va fi ”Muntele și tradițiile autentice, departe de cărările bătătorite”, ce va pune în valoare spațiile deschise (evadare, activitați sportive, explorare, calm, …), natura colorată și tradițiile autentice (gastronomie, patrimoniu și situri culturale).
6. Segment *"wellness prin mișcare"*, pentru turistul din mediul urban, care caută relaxare activă într-un cadru liniștit, pentru mediul incentive (team-building, workshopuri, conferințe).

Pentru a-și atinge scopul, strategia de dezvoltare a turismului în Țara Făgărașului propune 3 obiective majore concretizate în 5 axe strategice și în 9 acţiuni concrete de implementare:

Obiectiv A: **Realizarea unei mai bune organizări și a unei colaborări la nivel instituțional**:

1.1 Dezvoltarea asociaţiei PROTURISM Ţara Făgăraşului
- 1.1.1 Colaborarea cu Grupuri de Acţiune Locală (GAL) - finanţare PNDR
- 1.1.2 Transformarea Asociaţiei PROTURISM în Organizaţie de management al destinaţiei
- 1.1.3 Implementarea criteriilor de destinaţie ecoturistică de excelenţă

1.2 Valorificarea produselor locale
- 1.2.1 Crearea unui eco-label al zonei: certificare biologică

Obiectiv B: **Crearea unei infrastructuri si a unei oferte de produse turistice de calitate**:

2.1 Investiţii în infrastructura turistică
- 2.1.1 Crearea de infrastructuri și de sisteme de informare turistică
- 2.1.2 Crearea de circuite turistice tematice/active, pentru cele 4 anotimpuri

2.2 Noi produse turistice
- 2.2.1 Crearea de produse turistice inovatoare adaptate clientelei şi poziţionării: wellness, aventura park, camping, ture montane estivale și hivernale, etc.
- 2.2.2 Crearea de evenimente culturale şi sportive adaptate clientelei şi poziţionării

Obiectiv C: **O mai bună promovare si pe canale mai bine definite** (exemplu: promovarea on-line a zonei şi a atracţiilor sale, alte acțiuni de promovare inovatoare)

*
* *

Prezenta strategie de dezvoltare a turismului în Țara Făgărașului este un document donat Asociației Proturism și, în general, Țării Făgărașului, de către societatea Normandia din Brasov (www.normandia.ro) și realizat de către un colectiv de specialisti de la:

- *Detente Consultants Romania* www.detente.consulting
- *Atelier Foaie Verde SRL* https://www.facebook.com/Atelier-FOAIE-VERDE-102446403135901/
- *Normandia SRL* www.normandia.ro

ANEXA 1: LISTA CU ZONELE PROTEJATE

- **Situl Natura 2000 ROSCI0122 Munții Făgăraș** (198.618 ha) reprezintă unul dintre cele mai mari situri de importanță comunitară la nivel național, ce include cel mai înalt și mai sălbatic sector al Carpaților românești. ROSCI0122 Munții Făgăraș include 21 arii naturale protejate de interes național și se suprapune parțial, în sectorul nordic cu alte trei situri Natura 2000: ROSPA0098 Piemontul Făgăraș, ROSCI0352 Perșani și ROSCI0112 *Mlaca Tătarilor*. În destinaţia Țara Făgărașului, acest sit se întinde pe suprafaţa următoarelor comune: Drăguș, Hârseni, Lisa, Recea, Sâmbăta de Sus, Ucea, Viștea, Șinca, Șinca Nouă, Arpașu de Jos, Cârţişoara şi Porumbacu de Jos.
    - Administratorul sitului: Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii

- **Rezervaţia Naturală Golul Alpin al Munților Făgăraș între Podragu și Suru** - este o arie protejată de interes național, parte a sitului Munţii Făgărașului (ROSCI0122), aflată pe teritoriul administrativ al comunei Arpașu de Jos și pe cel al orașului Avrig şi care acoperă aria nordică a Munților Făgăraș, sectorul glaciar central al masivului aflat în Carpații Meridionali. Se întinde pe o suprafață de 6.989,20 ha, reprezentând golul alpin ce se desfășoară între Vârful Podragu (2.482 m) și Vârful Suru (2.281 m). Teritoriul rezervației cuprinde zone cu stâncării, căldări suspendate, lacuri glaciare (Lacul Bâlea, Lacul Podragu, Lacul Doamnei, Lacul Avrig, Lacul Podrăgel, Lacul Călțun), morene, culmi abrupte, văi, izvoare, pășuni alpine și zone împădurite.
    - Administratorul sitului: Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii.

- **Valea Bâlii** este o rezervaţie naturală de tip botanic, arie protejată de interes național, parte din situl de importanţă comunitară Natura 2000 Munții Făgăraș, aflată pe teritoriul administrativ al comunei Cârțișoara, străbătută fiind de *Transfăgărașan*. Are o suprafață de 180 ha.
    - Administratorul sitului: Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii.

- **Situl Natura 2000 de protecţie specială avifaunistică ROSPA0098 Piemontul Făgăraș** cu o suprafață de 71.256 ha, se întinde pe teritoriile administrative ale comunelor Drăguș, Hârseni, Lisa, Recea, Sâmbăta de Sus, Ucea, Victoria, Viștea, Șinca, Șinca Nouă, Arpașu de Jos, Cârța, Cârţişoara şi Porumbacu de Jos. SPA Piemontul Făgăraș a fost declarat pentru conservarea unui număr de 25 de specii de păsări sălbatice listate în Anexa 1 a Directivei Păsări.
    - Administratorul sitului: Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii.

- **Rezervaţia naturală de tip faunistic Lacul Tătarilor**, aflată pe teritoriul comunei Arpaşu de Jos este o arie protejată de interes naţional. Lacul este de fapt o turbărie şi are o suprafaţă de 6 ha. În tinov au fost identificate 127 de specii de plante. Vegetația este tipică de turbărie. Aria protejată este inclusă în ROSPA0098 Piemontul Făgăraș și se suprapune cu ROSCI0112 Mlaca Tătarilor.
    - Administratorul sitului: Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii.

- **Situl de importanţă comunitară ROSCI0112 Mlaca Tătarilor** are o suprafață de 3,3 ha și se află la aproximativ 3 km sud-est de localitatea Arpașu de Sus, comuna Arpașu de Jos. Este, de fapt, o turbărie cu toponimul Mlacă în apropierea căreia spre sud-est se mai află una asemănătoare. Situl este inclus în perimetrul SPA Piemontul Făgăraș, precum și în Rezervația Naturală de interes național Lacul Tătarilor. În tinov au fost identificate 127 de specii de plante precum: mușchi de turbă, mesteacăn pufos, arin negru, roua cerului sau piciorul cocoșului. Situl reprezintă cea mai veche si mai completa arhiva pentru studiile paleoecologice din Romania, pentru ultimii 15000 de ani.

- Administratorul sitului: Ocolul Silvic Răşinari RA şi Ocolul Silvic Izvorul Florii.

- **Rezervaţia Naturală „Poienile cu narcise din Dumbrava Vadului”**, suprapusă şi pe situl Natura 2000 ROSCI0205 - se întinde pe aproximativ 395 ha, în apropierea satului Vad, comuna Șercaia, într-o pădure cu exemplare rare de stejari. Perioada de înflorire a narciselor este luna mai (în preajma sărbătorii Sfinților Constantin şi Elena – 21 mai). Acest loc magnific reprezintă singura rezervaţie naturală de profil din Europa, cu locuri în care poţi vedea şi peste 150 de fire pe metru patrat.
  - Administratorul sitului: Direcția Silvică Braşov.

- **Situl Natura 2000 de protecţie avifaunistică Avrig - Scorei – Făgăraş** (ROSPA0003), cu o diversitate floristică și faunistică ridicată, exprimată atât la nivel de specii (barza albă, stârcul cenuşiu, sticlete, cânepar, lăstun mare sau ciocănitoarea de stejar, cât și la nivel de ecosisteme terestre, precum și diverse clase de habitate (râuri, lacuri, mlaștini, turbării, pășuni, fânețe și terenuri arabile).
  - Administratorul sitului: Asociația EPAL-RO Eco-protection Activities&Learning

- **Situl de importanţă comunitară Hârtibaciu Sud - Est** (ROSCI0303) e şi el împărţit ca suprafaţa între ecodestinaţia vecină de la nord, Colinele Transilvaniei şi Țara Făgărașului. Pe suprafața celei din urmă, situl ocupă părți din UAT-uri aferente comunelor Mândra, Părău și Şercaia. Situl prezintă o arie naturală cu patru tipuri de habitate (păduri dacice de stejar și carpen, păduri de stejar cu carpen, păduri de fag şi vegetație de silvostepă eurosiberiană, ce adăpostesc și conservă o gamă floristică, dar mai ales faunistică diversă: urs brun, lup cenușiu, vidră de râu, breb, 4 specii de liliac, broasca țestoasă de baltă, amfibieni, 29 de specii de păsări (migratoare, de pasaj sau sedentare).
  - Administratorul sitului pentru partea care nu se suprapune cu ROSPA0099 – Podișul Hârtibaciului:

- **Situl de importanţă comunitară Oltul Mijlociu-Cibin-Hârtibaciu** – arie protejată Natura 2000 de interes comunitar (ROSCI0132), ce se află, din nou, pe suprafaţa a trei destinaţii turistice: Colinele Transilvaniei, Mărginimea Sibiului şi Țara Făgărașului. În cea din urmă, aria protejată se întinde parţial pe suprafaţa oraşului Făgăraş, dar şi a comunelor Voila, Beclean şi Mândra. Situl se întinde pe o suprafață de 2.826 hectare (râuri, lacuri, mlaștini, turbării, pajiști naturale, pășuni, păduri de foioase, păduri în amestec și păduri în tranziție), care protejază o gamă faunistică variată, printre care amintim: vidra de râu și brebul, zece specii de pești, amfibieni, dar şi o scoică din specia Unio crassus (scoică-mică-de-râu), considerată cu risc ridicat de dispariție în sălbăticie și inclusă în lista roșie a IUCN[5].
  - Administratorul sitului pentru partea care nu se suprapune cu ROSPA0003 – Avrig-Scorei-Făgăraș:

- **Situl de importanţă comunitară Perșani** este o arie protejată Natura 2000, ROSCI0352, ce se întinde, în Țara Făgărașului, pe teritoriile administrative ale comunelor: Șinca și Șinca Nouă. Cu o suprafață de 2.261 hectare, situl reprezintă o zonă de păduri de foioase, păduri în amestec, păduri aluviale, râuri, mlaștini, turbării, pășuni, fânețe, terenuri arabile şi culturi, încadrată în bioregiunea alpină centrală a Munților Perșani. Acesta asigură culoar ecologic de pasaj (între Carpații Meridionali și cei Orientali) pentru carnivore mari (urs, lup) și adăpostește patru clase de habitate ce favorizează condiții de hrană pentru mai multe specii protejate din fauna sălbatică (mamifere: cerb, vulpe, râs, vidră de râu, reptile şi amfibieni: 4 specii de şerpi, 4 specii de şopârle şi 6 specii de amfibieni, dar şi nevertebrate).
  - Administratorul sitului: APM Braşov până la atribuirea în custodie

[5] Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii

ANEXA 2: REȚEAUA DE TRANSPORT

A. Transport rutier

Rețeaua de drumuri naţionale se împarte astfel:

- drum naţional principal:
  - DN 1J (Bogata – Comăna – Șercaia – Făgăraş),
  - DN 1S (Șercaia – Hoghiz),
  - DN 73A (Predeal – Pârâul Rece – Râşnov – Zărneşti – Poiana Mărului – Şinca Nouă – Şinca – Şercaia)
- trasee de drumuri judeţene:
  - DJ 102 (Viştea de Jos – Drăguş) – 7 km
  - DJ 102D (Lisa - Complex turistic Plaiul Lisei) – 6 km
  - DJ 102F (Sâmbăta de Jos – Drăguș) – 9 km
  - DJ 102G
  - 103B (Săcele - Cărpiniş - Tărlungeni - Budila – Teliu)
  - 103D (Viştea de Jos – Viştea de Sus – Viştişoara)
  - 103F (Voila-DN 1 - Voivodeni – Pojorta – Breaza)
  - 104 (Şercaia-DN 1 - Pârâu - Veneţia de Jos - Comana de Jos - Cuciulata – Fântâna Hoghiz)
  - 104A (DN 1 (Perşani - Şinca Veche - Şercăiţa - Bucium - Mărgineni - Sebeş - Recea - Gura Văii - Lisa - Sâmbăta de Sus - Drăguş - Viştea de Sus – Victoria)
  - 104B (Făgăraş-DN 1 - Ileni – Hârseni – Sebeş)
  - 104C (Făgăraş-DN 1 - Hurez – Săsciori – Recea)
  - 104E (Şomartin-DJ 105A - Arpaşu de Jos-DN 1)
  - 104J (Bucium-DJ 104A - Toderiţa – Mândra - Şona – Galaţi - Calbor)
  - 104L (Drum tehnologic de ocolire a Municipiului Făgăraş)
  - 105B (Sâmbăta de Jos-DN 1 - Sâmbăta de Sus – Staţiunea Climaterică Sâmbăta)
  - 105C (Ucea de Jos-DN 1 – Victoria),
  - 105F (Avrig-DN1 – Poiana Neamţului),
  - DJ 105H (Arpaşu de Jos-DN1 – Arpaşu de Sus),
  - DJ 105J (Glâmboaca-DJ104F – Porumbacu de Jos – Porumbacu de Sus - Glăjărie)
  - DJ 105P (Ucea de Sus – limită judeţ Sibiu)
  - DJ 105P (Limita jud. Braşov – Arpaşu de Sus – Cârţişoara)
  - DJ 130A (Veneția de Jos – Veneția de Sus),
  - DJ 131E (DEA Hălmeag DJ131C – Şona-DJ 104J),
  - DJ 131P (Șercaia-DN 1 – Hălmeag)
- trasee de drumuri comunale :
  - În judeţul Braşov:
    - DC 1 (DN 1 – Gara Ucea) – 1 km
    - DC 3 (Olteţ-DN1 – Rucăr) – 3 km
    - DC 5 (Paltin-DN73A – Holbav) – 16 km
    - DC 16 (Grid – Părău-DJ104 – Perşani) – 8 km
    - DC 17 (Veneţia de Jos-DJ 104 – Veneţia de sus) – 3 km
    - DC 18 (Veneţia de Jos-DJ 104 – Băile Veneţia) – 4 km
    - DC 64 (DN 73A – Gara Şinca Nouă) – 1 km
    - DC 65 (Vad-DN73A – Poiana Narciselor) – 3 km
    - DC 67 (DN1 – Râuşor – Ileni – Berivoi) – 10 km
    - DC 68 (DJ104B – Râuşor) – 2 km
    - DC 69 (Hârseni-DJ 104B - Copăcel – Berivoi – DJ104A) – 2 km
    - DC 69A (Hârşeni - Valea Sebeș) – 3 km
    - DC 71 (Beclean-DN1 – Hurez – Iaşi – Gura Văii-DJ104A) – 14 km
    - DC 72 (Berivoi-DC69 – Săsciori – Săvăstreni – Iaşi-DC71) – 12 km
    - DC 73 (Iaşi-DC71 – Recea – Dejani) – 6 km
    - DC 74 (Hurez-DC71 – Luţa-DC75) – 4 km
    - DC 75 (Beclean-DN1 – Luţa – Ludişor – Pojorta – Lisa-DJ104A) – 11 km

- DC 76 (Olteţ-DN1 - Drăguş-DJ104A – Staţiunea Climaterică Sâmbăta) – 9 km
- DC 77 (Sâmbăta de Sus-DJ105B – Voivodeni – Ludişor) – 4 km
- DC 78 (Viştea de Jos-DJ103D – Drăguş – Sâmbăta de Jos-DN1) – 13 km
- DC 79 (Colonia de copii Sâmbăta-DJ105B – Staţiunea Climaterică Sâmbăta – Valea Sâmbetei) – 2 km
- DC 80 (Olteţ-DN1 – DC 78) – 3 km
- DC 81 (Victoria – Vistişoara – Staţiunea Climaterică Sâmbăta) – 10 km
- DC 82 (Ucea-DN1 – Corbi) – 2 km
- DC 83 (Ucea de Jos-DN1 – Ucea de Sus-DJ105P) – 5 km
- DC 87

- În judeţul Sibiu:
  - DC 47 (Arpaşu de Sus – Cabana Fata pădurii) – 6 km
  - DC 48 (Arpaşu de Jos-DJ105H – Cârţişoara-DJ105P) – 7 km
  - DC 50 (DN1 – Sărata) – 3 km
  - DC 51 (Avrig – Porumbacu de Sus-DJ105J) – 6 km

Conform Planului Naţional de Dezvoltare Locală, umătoarele drumuri vor primi finanţare pentru reparaţii şi reabilitări:

- Modernizare drum comunal DC 71, Comuna Beclean, județul Brașov
- Modernizare drum comunal DC 69A Valea Sebeș
- Modernizare DJ 108B DJ 105B - Mănăstirea Brâncoveanu-Valea Sâmbetei, km 0+000-1+400
- Reabilitare DJ 105 – alunecare de teren pe DJ 105, km 9+400
- Construcţie pod peste râul Olt pe DJ 105 la km 0+660 în localitatea Voila
- Construcţie pod peste râul Olt pe DJ 131P – Șercaia (DN 1) – Hălmeag la km 5+001
- Modernizare drum comunal DC 75A în comuna Lisa, județul Brașov
- Modernizare drumuri comunale în comuna Hârseni, județul Brașov
- Modernizare drumuri sătești, comuna Șercaia, județul Brașov
- Modernizare drum comunal și rețea stradală în sat Corbi, comuna Ucea

În ceea ce priveşte transportul public de călători, există operatori privaţi care asigură legături din Făgăraş cu principalele comune din destinaţie, dar şi cu localităţi din România şi din afara ţării, pe următoarele trasee:

Plecări

Ora	Către	
00:00	→ Zarnesti	Transandre SRL
05:00	→ Felmer	Judetean
05:25	→ Sercaita	Transbus Codreanu
05:30	→ Iasi	Judetean
06:00	→ Targu Mures	Transbus Codreanu
	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	Transbus Codreanu
	→ Rupea	Judetean
06:55	→ Cobor	Danadela-Serv
07:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	Transbus Codreanu
	→ Zarnesti	Transandre SRL
07:10	→ Sercaita	Transbus Codreanu
07:40	→ Rupea	Danadela-Serv
	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod	Transbus Codreanu

Sosiri

De la		Ora
Transandre SRL	Zarnesti →	00:00
0	Oradea →	03:00
Iuga Class Lux	Sebes →	04:55
Super Univers Trans	Toderita →	05:50
Judetean	Selistat →	06:00
Super Univers Trans	Grid →	06:05
Transbus Codreanu	Sercaita →	06:32
Danadela-Serv	Rupea →	06:36
Judetean	Iasi →	06:56
Transbus Codreanu	Sinca Noua →	07:05
Transbus Codreanu	Sercaita →	07:34
Transbus Codreanu	Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov →	07:40

08:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
09:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
09:30	→ Girona → Barcelona → Tarragona → Valencia → Requena → Jativa → Aielo de Malferit → Onteniente → Denia → Benidorm → Alicante → Elche → Murcia → Huercal de Almeria → Vera → Almeria → Roquetas de Mar → El Ejido → Adra → Castell de Ferro → Motril → Granada → Malaga	**Tabita Tour**
	→ Gonars → Mestre → Verona → Brescia → Ventimiglia → Le Canet → Puget-sur Argens → Marseille → Lancon-Provence → Montpellier → Figueras → Girona → Barcelona → Tarragona → Salou → Benicarlo → Castellon de la Plana → Valencia → Albacete → San Clemente → Tomelloso → La Solana → Valdepenas → Bailen → Linares → Ubeda → Jaen → Andujar → Montoro → Cordoba → Ecija → Carmona → Sevilla → Pilas → Bollullos par del Condado → Almonte → El Rocio → Rociana → Lucena del Puerto → Moguer → Palos de la Frontera → Mazagon → Huelva → Gibraleon → Cartaya → Lepe → Ayamonte	**Tabita Tour**
10:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**

Super Univers Trans	Rodbav →	07:46
Transbus Codreanu	Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia →	08:40
Marius Tour SRL	Victoria →	09:05
Transbus Codreanu	Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra →	09:40
0	Chisinau → Straseni → Calarasi → Ungheni →	09:53
Transandre SRL	Zarnesti →	10:00
Transbus Codreanu	Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni →	10:40
Transbus Codreanu	Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov →	11:40
Tabita Tour	Valencia → Lancon-Provence → Lucena del Puerto → Andujar → Sagunto → Marseille → Rociana → Jaen → Castellon de la Plana → Puget-sur Argens → El Rocio → Ubeda → Benicarlo → Ayamonte → Brescia → Almonte → Linares → Salou → Lepe → Verona → Bollullos par del Condado → Bailen → Tarragona → Cartaya → Mestre → Pilas → Valdepenas → Pendes → Gibraleon → Gonars →	12:20

Ora	Către	
11:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
12:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
12:30	→ Zarnesti	**Transandre SRL**
13:00	→ Rodbav	**Super Univers Trans**
	→ Sercaita	**Transbus Codreanu**
	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
13:20	→ Victoria	**Marius Tour SRL**
14:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
14:30	→ Sinca Noua	**Transbus Codreanu**
14:55	→ Cobor	**Danadela-Serv**
15:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**

De la		Ora
Transbus Codreanu	Sercaita →	12:32
Transbus Codreanu	Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia →	12:40
Danadela-Serv	Cobor →	13:10
Danadela-Serv	Rupea →	13:36
Transbus Codreanu	Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra →	13:40
Transbus Codreanu	Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani →	14:40
Transbus Codreanu	Sercaita →	15:06
Judetean	Rupea →	15:30
Transandre SRL	Zarnesti →	
Transbus Codreanu	Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani →	15:40

Ora	Către	
15:10	→ Sercaita	**Transbus Codreanu**
15:18	→ Iasi	**Judetean**
15:30	→ Toderita	**Super Univers Trans**
15:40	→ Rupea	**Danadela-Serv**
15:45	→ Grid	**Super Univers Trans**
	→ Selistat	**Judetean**
16:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
	→ Zarnesti	**Transandre SRL**
17:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
18:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
18:50	→ Sebes	**Iuga Class Lux**
	→ Luxembourg → Bruxelles → Maidstone → Dagenham → Barking → Tottenham → Londra → Reading → Swindon → Bristol → Newport → Cardiff	**Iuga Class Lux**
19:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
	→ Ungheni → Calarasi → Straseni → Chisinau	**0**
19:10	→ Sercaita	**Transbus Codreanu**
19:30	→ Zarnesti	**Transandre SRL**
20:00	→ Mandra → Sercaia → Persani → Homorod → Vladeni → Codlea → Ghimbav → Brasov → Brasov	**Transbus Codreanu**
23:10	→ Sercaita	**Transbus Codreanu**

De la		Ora
Judetean	Iasi →	16:36
Transbus Codreanu	Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav →	16:40
Judetean	Felmer →	16:45
Tabita Tour	Almeria → Tarragona → Roquetas de Mar → Valencia → Castell de Ferro → Jativa → Motril → Aielo de Malferit → Malaga → Denia → Benidorm → Alicante → Elche → Murcia → Girona → Vera → Barcelona →	17:15
Transbus Codreanu	Targu Mures →	17:29
Transbus Codreanu	Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod →	17:40
Transbus Codreanu	Sercaita →	18:32
Danadela-Serv	Cobor →	18:34
Transbus Codreanu	Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani →	18:40
Transandre SRL	Zarnesti →	19:00
Transbus Codreanu	Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani →	19:40
Transbus Codreanu	Ghimbav → Sercaia → Homorod → Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov →	20:40
Transbus Codreanu	Codlea → Mandra → Brasov → Persani → Vladeni → Brasov → Ghimbav → Sercaia → Homorod →	21:40
Transandre SRL	Zarnesti →	22:30
Transbus Codreanu	Sercaita →	22:32

B. Transport feroviar

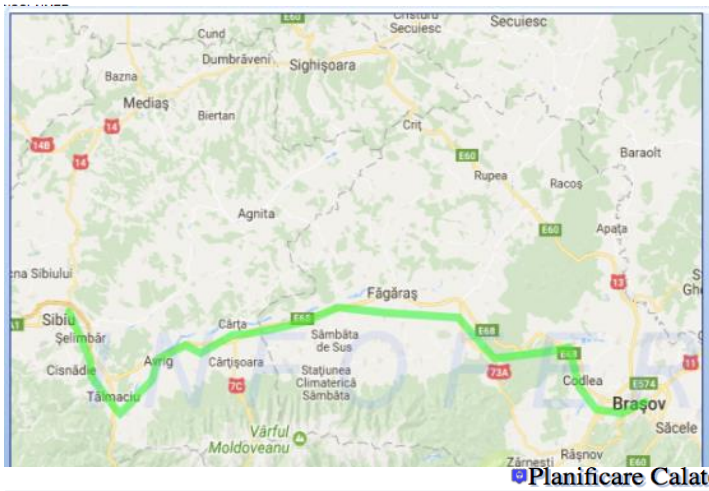
Rețeaua feroviară include doar magistrala 200: Braşov – Podu Olt – Sibiu – Vinţu de Jos – Deva – Arad – Curtici (cale ferată parţial dublă, neelectrificată pe sectorul Ucea – Podu Olt – Sibiu – Vinţu de Jos); în judeţul Braşov, linii secundare (trasee de cale ferată simplă neelectrificată) mai există între: Ucea – Victoria şi Șercaia – Şinca Veche (linie uzinală).

Odată cu redirecţionarea traficului ce trecea prin Sighişoara (datorită unor lucrări de infrastructură), pe ruta Bucureşti – Sibiu, pe o perioadă destul de generoasă, şi păstrarea nodului de cale ferată Braşov, ca un punct important, potenţialul reţelei feroviare de a aduce turişti în zonă creşte, însă starea tehnică a liniilor existente nu permite viteze mai mari de 60-80 km/h. Cu toate că legăturile feroviare cu Braşov există într-un număr satisfăcător, din cauza legăturilor puţine şi neviabile, pentru a ajunge la Sibiu, reţeaua rutieră rămâne metoda cea mai rapidă.

Planificare Calatorie

Nr.rute 6

Nr	Pret	Data calatorie	Tren	Statie plecare	Statie sosire	Ora plecare	Ora sosire	Servicii	Informatii Suplimentare	Durata parcurs	Durata transfer	Dist km	Operator feroviar	Rezervare locuri	Detalii ruta	Nr sch.
1	Pret	11-09-2017	IR 74	Brasov	Sibiu	05:45	08:21	1 2		02:36	-	149	SNTFC	obligatoriu		0
2	Pret	11-09-2017	R- 2101	Brasov	Sibiu	06:06	09:55	2		03:49	-	149	SNTFC	fara		0
3	Pret	11-09-2017	IR 1621	Brasov	Sibiu	13:00	15:55	1 2 8% X		02:55	-	149	SNTFC	obligatoriu		0
4	Pret	11-09-2017	R- 2103	Brasov	Sibiu	14:35	18:40	1 2		04:05	-	149	SNTFC	fara		0
5	Pret	11-09-2017	IR 346	Brasov	Sibiu	16:37	19:15	1 2 X		02:38	-	149	SNTFC	obligatoriu		0
6	Pret	11-09-2017	IR- 1527	Brasov	Sibiu	18:04	21:40	2 %		03:36	-	149	SNTFC	obligatoriu		0



La acest tren sunt posibile reduceri din tariful pret intreg si tarif pentru copil, pe anumite relatii, zile si eventual in numar limitat.
Pentru mai multe detalii despre ofertele tarifare click aici

IR1527 Data 11-09-2017
Operator SNTFC

Statia	Sosire	Stationare	Plecare	Servicii
Brasov	-	-	18:04	2
Bartolomeu	18:10	1	18:11	2
Ghimbav	18:19	1	18:20	2
Codlea	18:28	5	18:33	2
Dumbravita Birsei Hm	18:43	1	18:44	2
Vladeni Ardeal	18:51	4	18:55	2
Bradet Hm	19:10	1	19:11	2
Sercaia	19:25	1	19:26	2
Fagaras	19:40	2	19:42	2

Planificare Calatorie

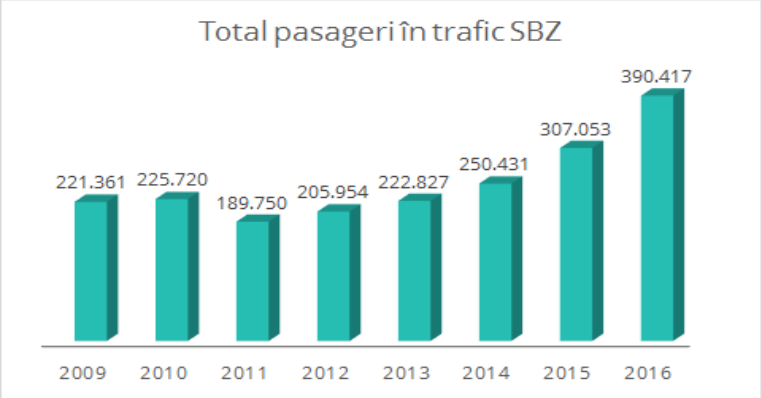
Nr.rute 9

Nr	Pret	Data calatorie	Tren	Statie plecare	Statie sosire	Ora plecare	Ora sosire	Servicii	Informatii Suplimentare	Durata parcurs	Durata transfer	Dist km	Operator feroviar	Rezervare locuri	Detalii ruta	Nr sch.
1	Pret	11-09-2017	IR 74	Brasov	Fagaras	05:45	06:54	1 2		01:09	-	65	SNTFC	obligatoriu		0
2	Pret	11-09-2017	R- 2101	Brasov	Fagaras	06:06	07:39	2		01:33	-	65	SNTFC	fara		0
3	Pret	11-09-2017	R- 2501	Brasov	Fagaras	07:25	08:53	1 2		01:28	-	65	SNTFC	fara		0
4	Pret	11-09-2017	IR 1621	Brasov	Fagaras	13:00	14:19	1 2 8% X		01:19	-	65	SNTFC	obligatoriu		0
5	Pret	11-09-2017	R- 2103	Brasov	Fagaras	14:35	16:14	1 2		01:39	-	65	SNTFC	fara		0
6	Pret	11-09-2017	R- 2503	Brasov	Fagaras	16:20	17:59	2		01:39	-	65	SNTFC	fara		0
7	Pret	11-09-2017	IR 346	Brasov	Fagaras	16:37	17:49	1 2 X		01:12	-	65	SNTFC	obligatoriu		0
8	Pret	11-09-2017	IR- 1527	Brasov	Fagaras	18:04	19:40	2 %		01:36	-	65	SNTFC	obligatoriu		0
9	Pret	11-09-2017	R- 2505	Brasov	Fagaras	19:47	21:20	1 2		01:33	-	65	SNTFC	fara		0

Pentru a putea beneficia din plin de această conjunctură favorabilă pentru Țara Făgărașului, principalele investiţii preconizate de autorități pe termen lung ar trebui să se concentreze pe *modernizarea liniilor de cale ferată convenţionale, astfel încât să permită viteze mai mari, dar şi legături mai bune cu Sibiu.*

C. Transport aerian

În ceea ce priveşte transportul aerian, Țara Făgărașului este oarecum favorizată, având totuşi un aeroport internaţional în apropiere, şi anume cel de la Sibiu. Acesta este amplasat pe DN1, la 77 km de centrul destinaţiei, municipiul Făgăraş. Cinci companii aeriene activează în prezent aici, facând legătura către 11 destinaţii din Austria (Viena), Germania (Dortmund, Memmingen, Nurnberg, München şi Stuttgart), Italia (Milano), România (Otopeni şi Timişoara), Marea Britanie (Londra), Spania (Madrid) şi Turcia (Antalya).



Tabel 6: Situația traficului pe Aeroportul Internaţional Sibiu

Criteriu	2013	2014	2015	2016
Mişcări aeronave comerciale	4.834	4.433	4.552	5.342
Total pasageri îmbarcaţi / debarcaţi	189.300	215.951	276.533	366.065
Total pasageri în trafic	222.827	250.431	307.053	390.417

Sursa: Aeroportul international Sibiu

Pentru aparate de zbor ultra-uşoare, o alternativă o reprezintă aerodromul privat „Măgura” din Cisnădie - 75 km.

Anexa 3

Studiu de caz pentru o investiție in domeniul turismului in Tara Făgărașului ***(ecoturism)***

Prima etapa a investitiei:

Elaborare concept – masterplan natura & peisaj







> APA este elementul cel mai important din sit, o regasim sub diferite forme : natural vs antropic, dinamica vs calma, mica vs mare... O buna gestionare a apelor va determina calitatea proiectului de peisaj.

CUPRINS

1. GANDIREA UNUI ANSAMBLU COERENT.....6
1.1.EXISTENT 6
A. ACCESIBILITATE.....6
B. VIZIBILIATEA & CIRCULATII.....10
C. CLIMA / TOPOGRAFIA / INSORIREA.....12

1.2 INTENȚII.....17
1.3 TIPOLOGIE NATURII PROPUSE.....18
1.4. FLUXUL APEI PROPUS.....19
1.5. SCHITA PROPUNERE.....20
1.6. GRUPURI DE VEGETATIE PROPUSE.....22

2 DIVERSIFICAREA AMBIANTELOR 26
2.1. VEGETALIZAREA IMPREJMUIRII.....26
2.2 SPATII NATURALE.....32
2.3 PADURE GRADINARITA.....34
2.4 GRADINA DE AGREMENT.....40
2.5 ZONE DESCHISE - POIENII, PELUZE.....54



*> O **natura salbatica bogata**, cu o puternica dinamica spontana, combinata cu o **natura productiva** cu numeroase specii cultivate de tip pomi si arbusti fructiferi.*

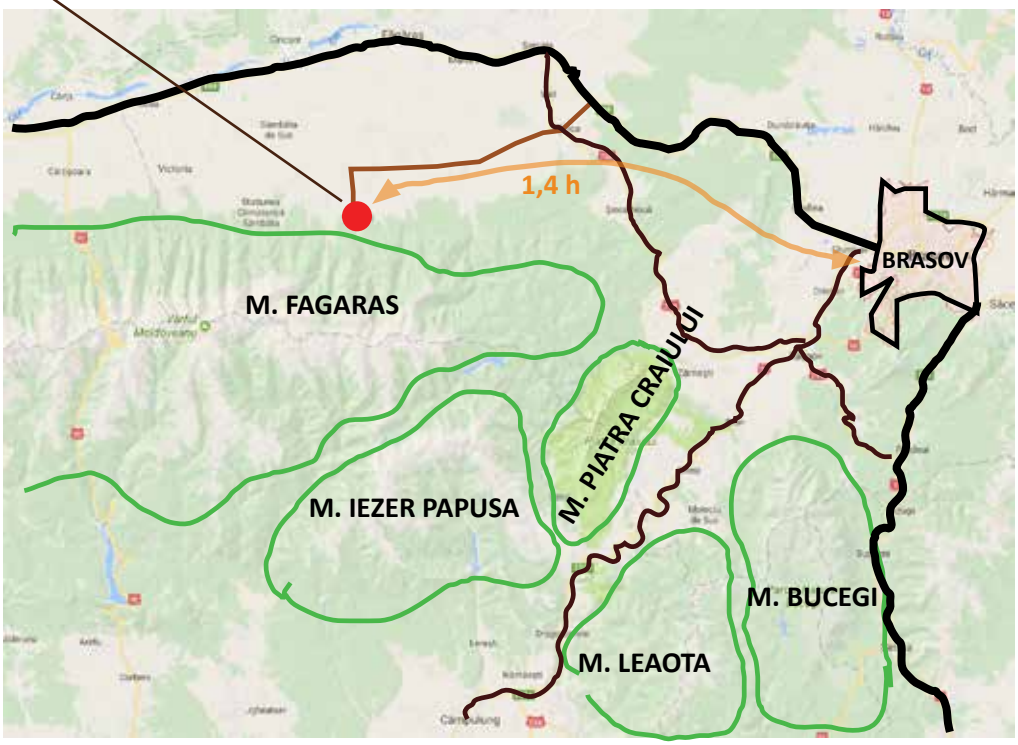
1.1 GANDIREA UNUI ANSAMBLU COERENT

1.1. EXISTENT

A. ACCESIBILITATE



BERIVOI





> Peisajul de la "Berivoi", este marcat de impunatorul masivul Fagaras cu pante impadurite.

> Notiunea de “accesibilitate vizuala”



ARTIFICIAL

↓

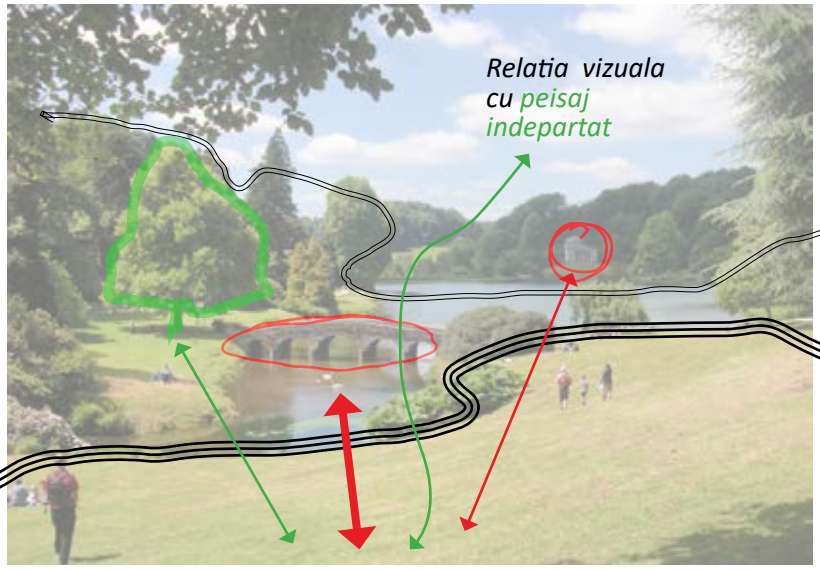
NATURAL

> La ora actuala situl este structurat de foste elemente tehnice legate de pisicultura : canale, bazine, iazurile... Peisajul pare foarte artificial.

DEMERS PICTURAL

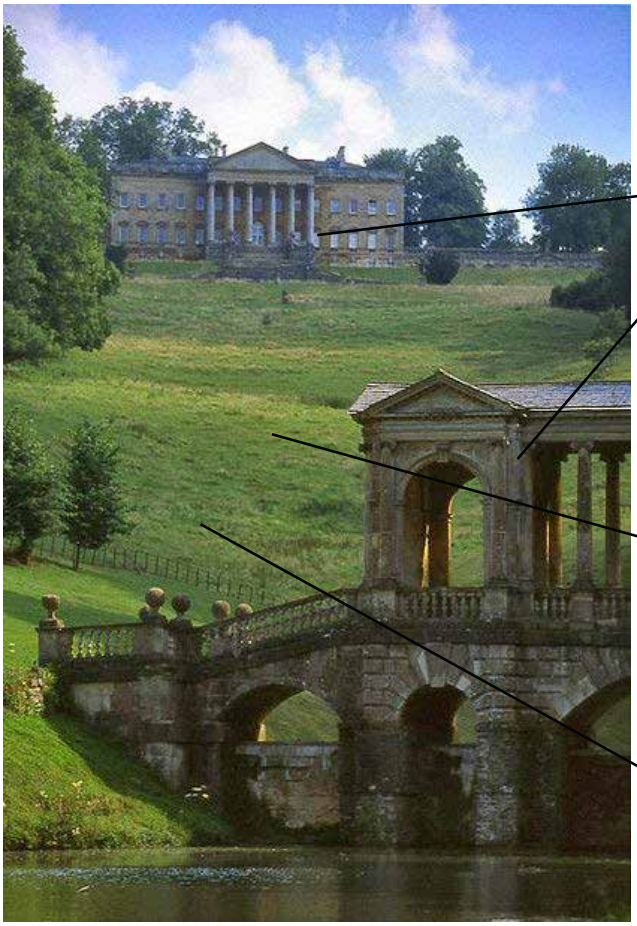
↓

TABLOURI PEISAJE



> Renaturalizarea zonei va trebui facuta intr-un mod sensibil cu o metodologie “picturala”, in idea regasirii unor “tablouri-peisaje” remarcabile, cf exemplului de mai sus STOURHEAD, England.

> RENATURALIZAREA FOLOSIND UN DEMERS PICTURAL

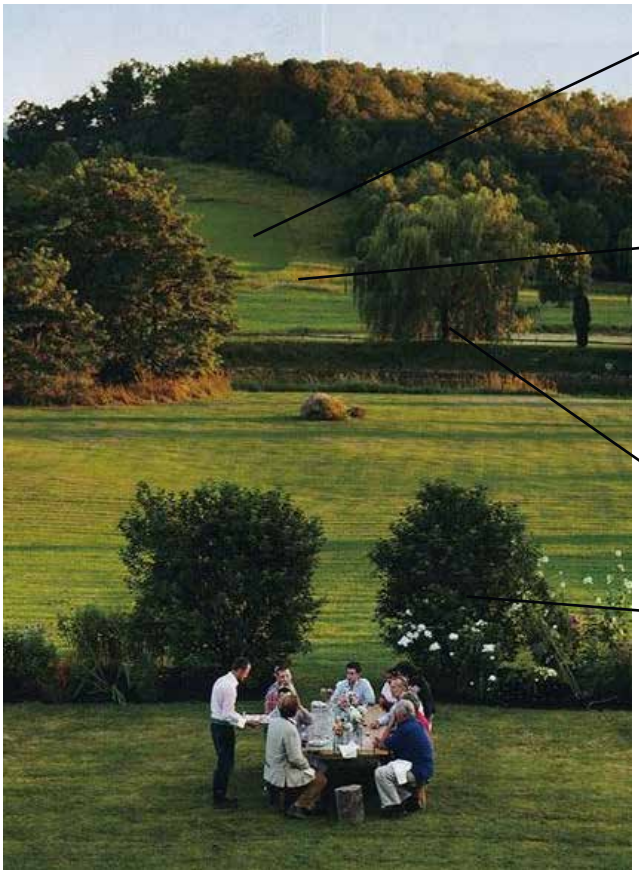


> Prior park, Bath, England.

Reperele arhitecturale punctaza peisajul si sublinieaza perspectivele

Poienile deschise sunt conturate de masive impadurite

Spatiile libere sunt primordiale in orice compozitie



> Boston, USA.

Simplicitatea amenajarilor (fara alei vizibile sau elemente de mobilier decorative)

Elemente vegetale repere cu forme si culori speciale

Legaturi vizuale cu peisajul indepartat (orizonturi).



> Chatsworth house, England.

Amestec subtil intre vegetatia autohtona si ornamentala



Spatii deschise generoase, luminoase



> Stourhead, England.



> *Intrarea Sudica este intima, incadrata intre copaci. Ar merita completata cu alte specii pentru "filtrarea vizuala a constructiilor vecine" (cu carpen, fag, pin...).*



> *Accesul in zona de Nord se face pe un drum drept care ar merita vegetalizat cu arbori de talie mare pentru a crea un sentiment de monumentalitate in timp.*



> *Plantatiile de copaci langa drum nu trebuie se maschez peisajul, nici sa fie prea regulate. Plantatiile trebuie sa fie punctuale si sa puna in valoare "tablou-peisaj", perspective deosebite.*



> Cytisus scoparius



> Pasune cu Juniperus



> Bivoli

> *Izlazuri intinse, cu plante specifice : Juniperus, Cytisus scoparius...si prezenta farmecatoare a unor specii de animale ca Bivolii, sunt elemente caracteristice existente a peisajului care ar fi bine sa le integram in proiect (ca surse de inspiratie).*

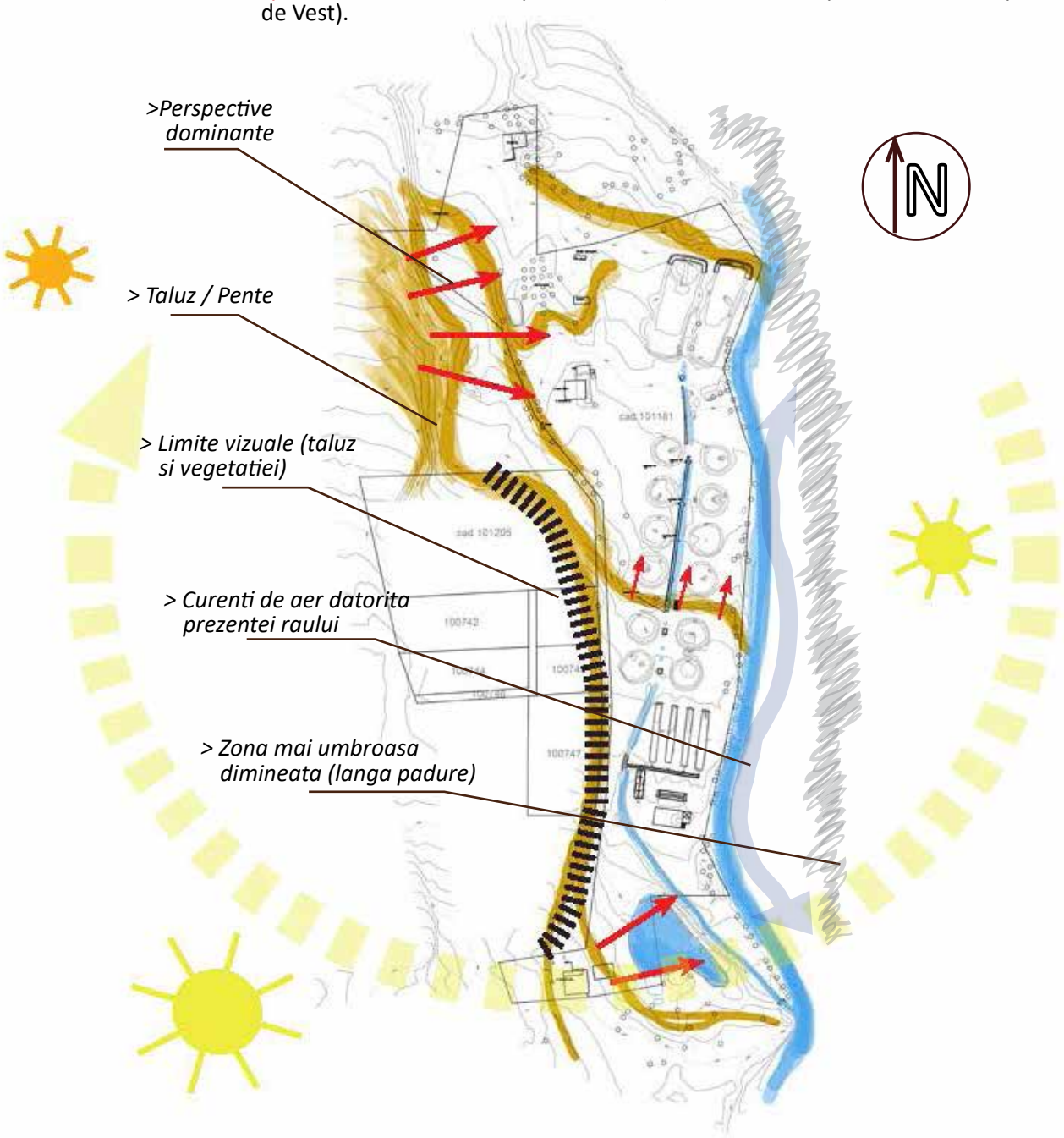
C. Clima / Topografia / Insorirea



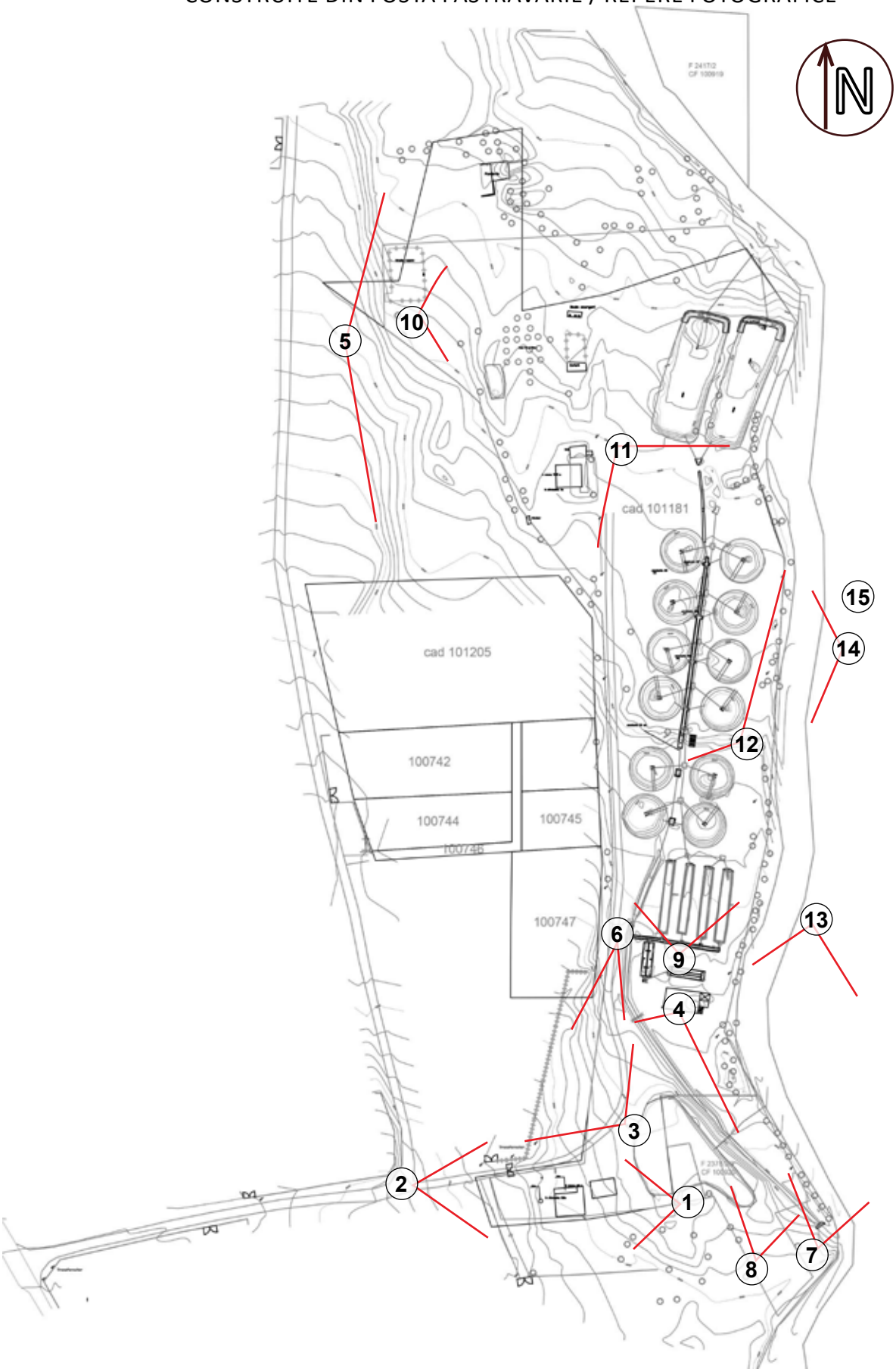
- Situat la baza muntiilor, situl beneficieza de o buna insorire si de un microclimat bland care permit cultura pomilor fructiferi si a legumelor.

- Zona este destul de deschisa, fara elemente de relief brutal instabile. Succesiuni de terase ofera numeroase perspective interesante spre muntii impaduriti.

- Apusurile de soare vor fi spectaculoase (relief destul de plan si deschis in partea de Vest).



>> PLANUL ACTUAL AL TERENULUI SI AMPLASAREA ELEMENTELOR CONSTRUITE DIN FOSTA PASTRAVARIE / REPERE FOTOGRAFICE




1

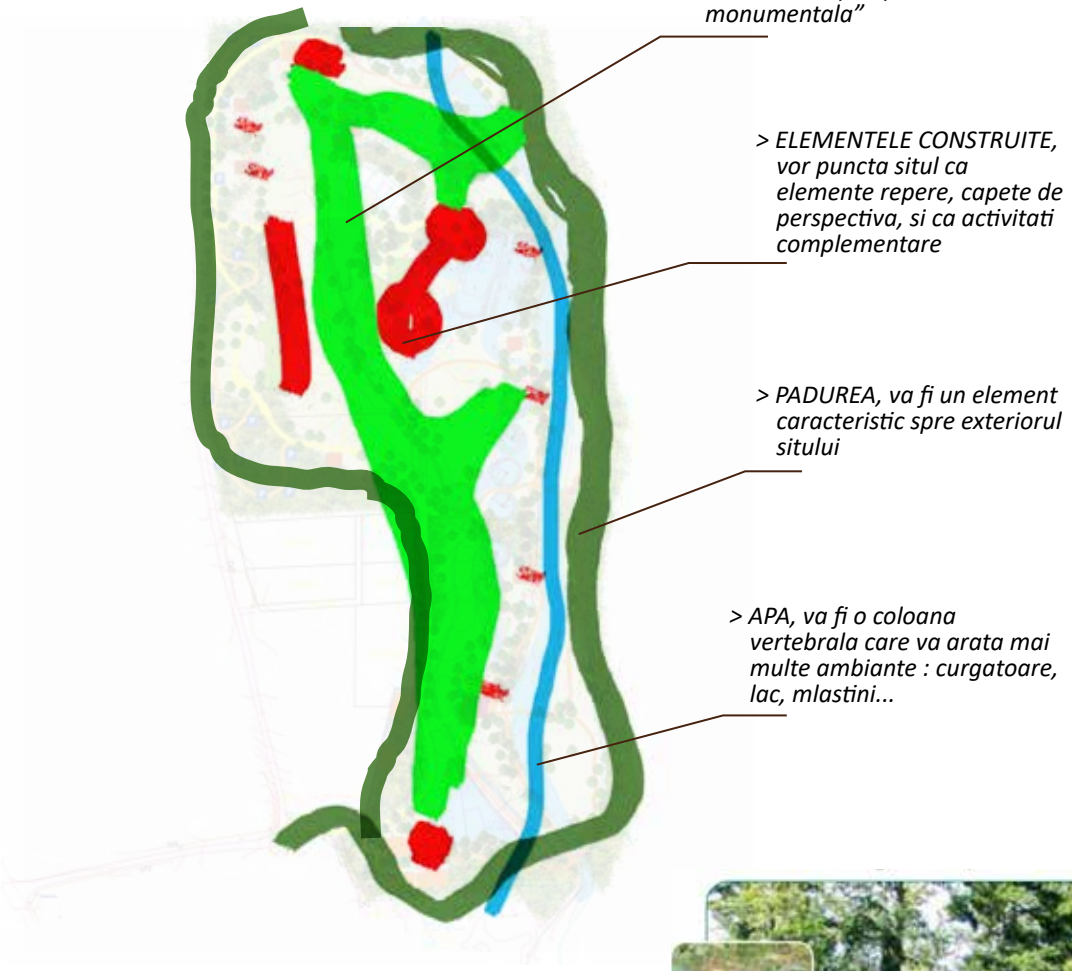

2


3


4


5

1.2 INTENȚII



Proiectul dorește să lucreze cu fluxurile naturii, nu opus acesteia. Astfel se propune o gestiune diferențiată, în funcție de dinamica actuală a terenului, dar și de inserțiile construite ce se vor face.

Avantajele gestiunii forestiere diferențiate sunt de natură:

• ***Ecologica :*** interacțiunea între speciile și mediul forestier este importantă pentru supraviețuirea lor. Protecția naturală a unei păduri este cu atât mai variată cu cât diversitatea floristică și faunistică este mai mare.

• ***Economica :*** bogăția la nivel de resurse naturale permite o diversificare a materiei prime rezultate: producția de lemn (pentru încălzire, construcții...), vânătoare, apicultură, cules de plante medicinale etc.

• ***Sociala :*** activitățile și materiile prime diversificate susțin dezvoltarea. Crearea de peisaje diferite este favorabilă pentru generarea de activități de loisir variate.



>> Pădurea de amestec adăpostește și specii remarcabile din flora locală.

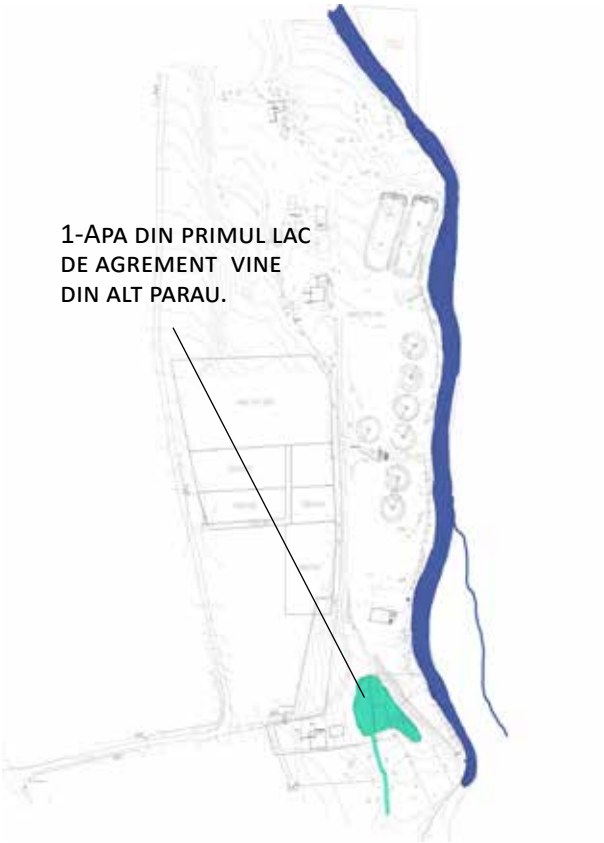


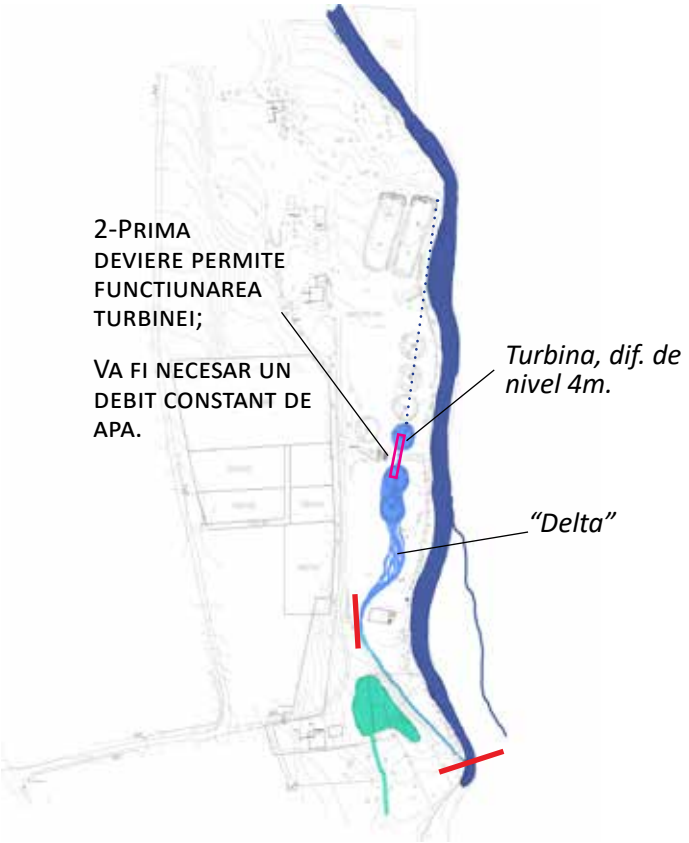
>> Metodele de intervenție trebuie să țină cont de biodiversitatea existentă.

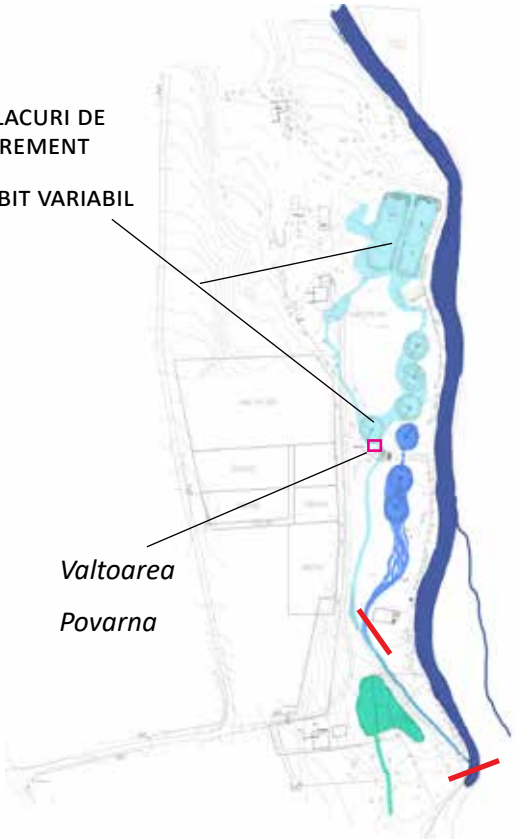
1.3. TIPOLOGIA NATURII PROPUSE

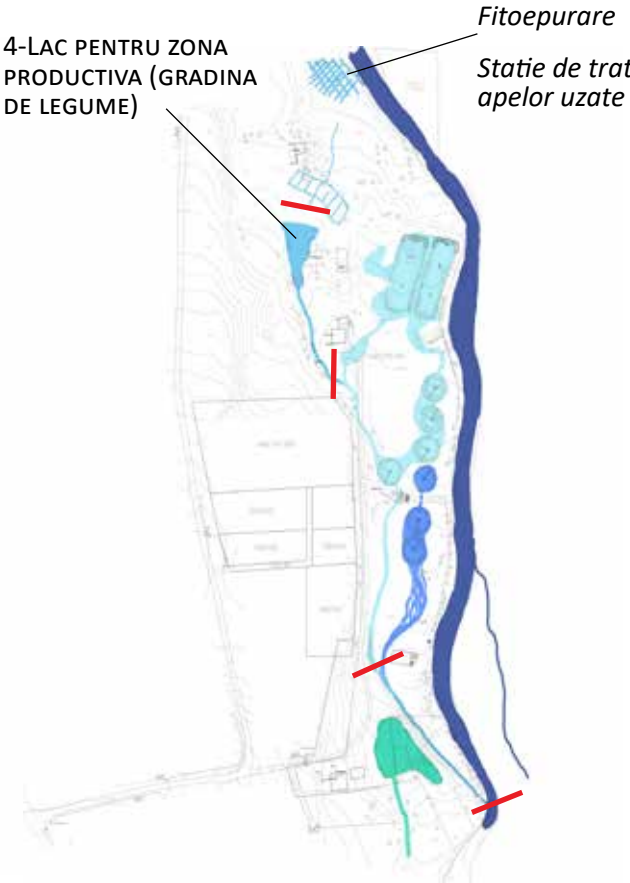


1.4. FLUXUL APEI PROPUS









1.5. SCHITA PROPUNERE



> Dezvoltarea a 3 tipuri de natura: sălbatică, productivă, grădinărită.

> Coroborarea intervențiilor cu fluxurile naturale ale sitului și gândirea unui ansamblu coerent la nivelul ambianțelor.

> Gândirea peisajului ca un „organism viu”.



1 > ZONA DE PRE - RECEPTIE / RESTAURANT / HOTEL

2 > HOTEL & SPA

3 > PISCINĂ

4 > LACURI DE AGREMENT





5 > CASA PROPRIETARULUI

6 > FERMĂ

7> CASA ANGAJATILOR

8 > GRĂDINĂ DE LEGUME

9 > LIVEZI

10 > PĂȘUNE

11 > PLANTE AROMATICE ȘI MEDICINALE

12> “CHALETS” / “ODAIE”



13 > ZONA DE SPORT (TEREN MULTISPORT)



14 > CARCIUMIOARA

15> OBSERVATOR FORESTIER

16 > PUNCT DE BELVEDERE

17 > POD - PASARELA

18 > GROTĂ

19 > IZVOR

20 > ATELIERE

21 > PLAJA

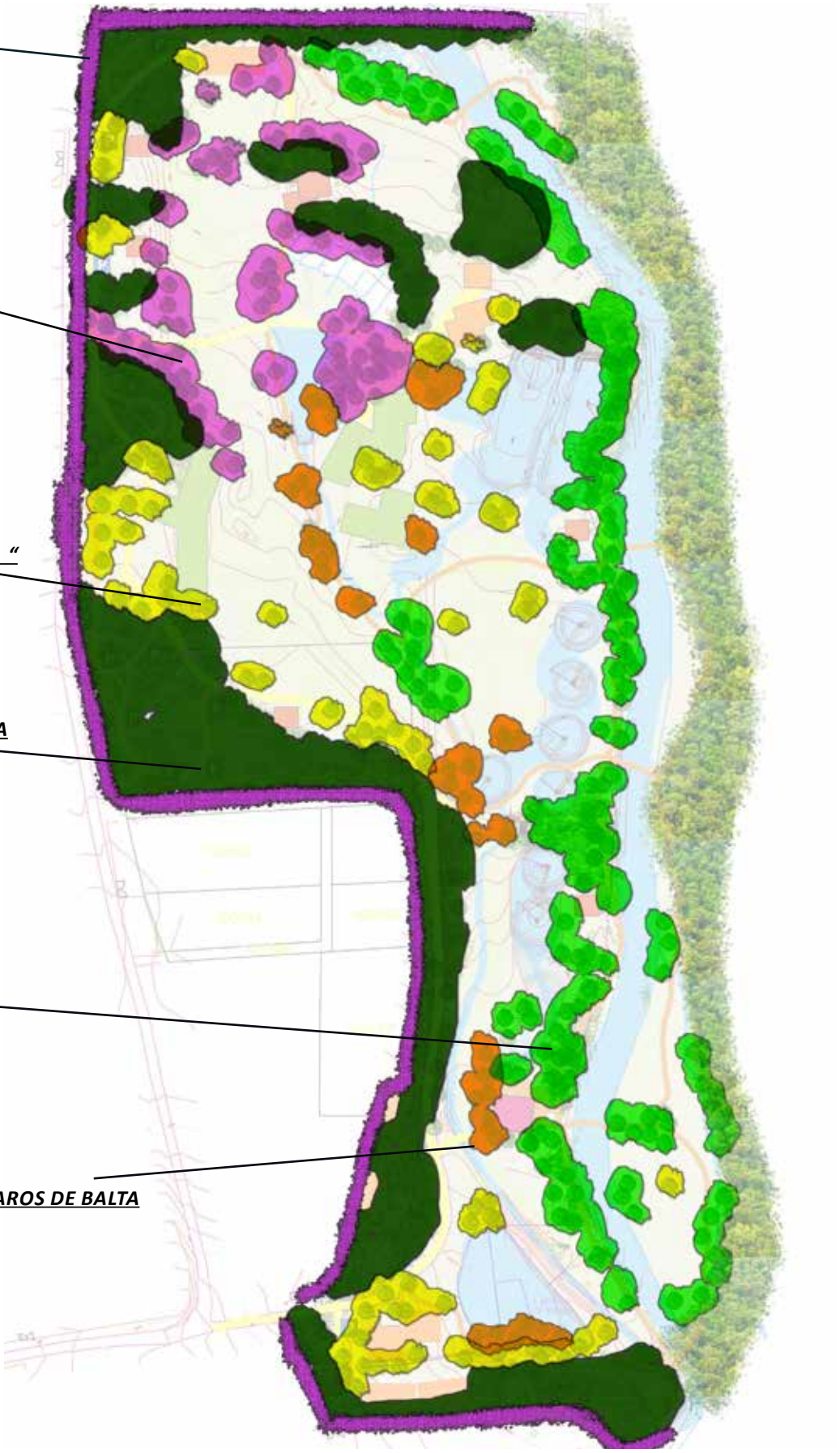
22 > VALTOARE / POVARNA

23 > CASA “ LA NELU”

24 > ATELIERE “ LA NELU”



1.6. GRUPURI DE VEGETATIE PROPUSE





VEGETATIE DE IMPREJMUIRI





ZAVOI





PADUREA GRADINARITA





VEGETATIE "ACCENTE / REPERE "





POMI FRUCTIFERI





GRUPURI DE CHIPAROS DE BALTA



> SPECII SI DENSITATII RECOMANDATE



VEGETATIE DE IMPREJMUIRI (2/ 3 randuri, cu plante la 1m distanta)		
Plantatii de specii mixte, arbori si arbusti care vor crea intimitatea (frunze marcescente...) si vor asigurea un rol defensiv (tepi)	ARBORI Fag (Fagus sylvatica), Stejar (Quercus pedonculata), Carpen (Carpinus betulus), Salcam (Robinia pseudoacacia Scorus (Sorbus aucuparia), Mesteacan (Betula pendula), Malin (Prunus padus) Salcie (Salix alba) Pin rosu (Pinus silvestris), Larice (Larix decidua) (Brad (Abies alba) Molid (Picea abies)	ARBUSTI Gleditia (Gleditzia triacanthos) Fag (Fagus sylvatica), Carpen (Carpinus betulus) Alun (Coryllus avellana) Corn (Cornus sanguinea) Catina (Salix caprea) Tisa (Taxus baccata) Genista (Cytisus scoparius) Jnepi (Juniperus comnuis)



PADUREA GRADINARITA (3 arbor la 10mp, 5 arbusti)		
Plantatii de arbori care vor crea un ecosistem durabil	ARBORI ASOCIATIA 1 Stejar (Quercus pedonculata), Tei (Tilia cordata) Malin (Prunus padus) ASOCIATIA 2 Fag (Fagus sylvatica), Carpen (Carpinus betulus), Altin de munte (Acer pseudoplatanus) ASOCIATIA 3 Mesteacan (Betula pendula) Pin rosu (Pinus silvestris), ASOCIATIA 4 Larice (Larix decidua) (Brad (Abies alba) Molid (Picea abies)	ARBUSTI Alun (Coryllus avellana) Corn (Cornus sanguinea) Fag (Fagus sylvatica), Carpen (Carpinus betulus) Genista (Cytisus scoparius) Jnepi (Juniperus comnuis



POMI FRUCTIFERI (densitate diferita in functie de specii)		
Plantatii de speci productive	ARBORI Nuc (Juglans sp.) Mar Par Pruni Paw-Paw	ARBUSTI Alun (Coryllus avellana) Afini Coacaz Zmeura Goji



ZAVOI (3 > 8 arbori la 10mp)		
Plantatii specifice malurilor de apa	ARBORI Anin alb (Alnus incana) Frasin (Fraxinus excelsior)	ARBUSTI (tuns) Salix viminalis Salix alba Papura (typha sp.)



VEGETATIE "ACCENTE / REPERE " (intre 1 si 5 arbori la 100mp)		
Plantatii de arbori "exotice", care vor deveni repere prin forme, culori...	ARBORI Arborele lalea (Liriodendron tulipifera) Gingko (Gingko biloba) Platan (Platanus sp.) Castan comestibil (Castanea sativa) Maclura (Maclura pomifera) Fag rosu (Fagus silvatica autopurpurea) Frasin rosu (Fraxinus raywood) Parotia (Parotia persica) Magnolia (Magnolia soulangiana)	ARBUSTI Wegelia Kerria Forthysia Viburnum Tisa (Taxus bacata) Genista (Cytisus scoparius) Pennisetum Miscanthus Arundo donax



GRUPURI DE CHIPAROS DE BALTA (intre 1 si 10 arbori la 100mp)		
Plantatii monospecifice langa apa (picioare in apa)	ARBORI Chiparos de balta (Taxodium distichum)	ARBUSTI Papura (typha sp.)

2. DIVERSIFICAREA AMBIANTELOR

2.1-VEGETALIZAREA IMPREJMUIRII

OBIECTIVE

Aceste zone vor fi re-impadurite cu specii de arbori si arbusti in functie de zone.

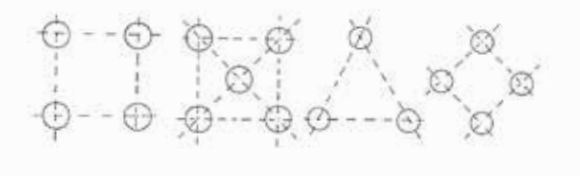
> Integrarea în peisaj a ansamblului

> Refacerea structurii solului pentru împiedicarea alunecărilor de teren

> Crearea de bariere vizuale

> Recrearea unei infrastructuri verzi pentru dezvoltarea biodiversității

POZIȚIONARE REGULATĂ



POZIȚIONARE ORGANICĂ



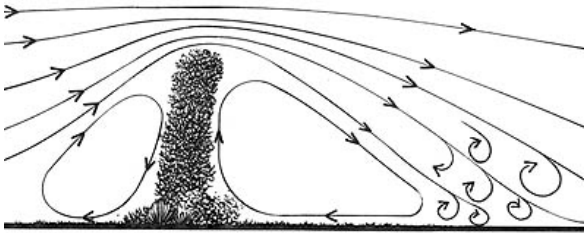
>> Densitatea masivelor de arbori variază în funcție de distanța de plantare: 4-8m (arbori de talia I), 2-6m (talia a II-a si a III-a), 0,7-1,5m (arbuști).



>> O perdea de protecție este cu atat mai eficientă cu cât cuprinde mai multe straturi: ierbaceu, arbustiv și arboricol. Efectul de lizieră este întărit și asigură o biodiversitate mai bogată.

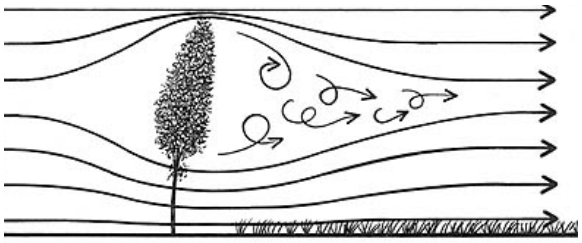
TIPURI DE BARIERE

BARIERĂ IMPERMEABILĂ (CONIFERE)



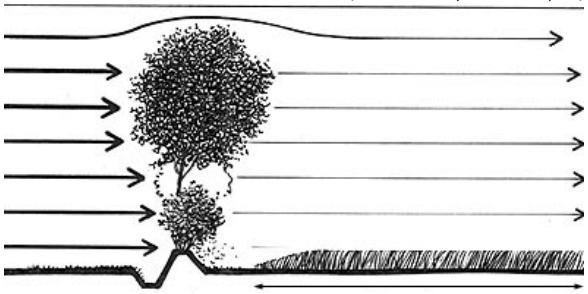
>> Cu efect de reducere a vitezei vântului pe distanțe scurte, amplifică turbionii;

BARIERĂ HETEROGENĂ (ARBORI)



>> Nu protejează nici solul nici culturile.

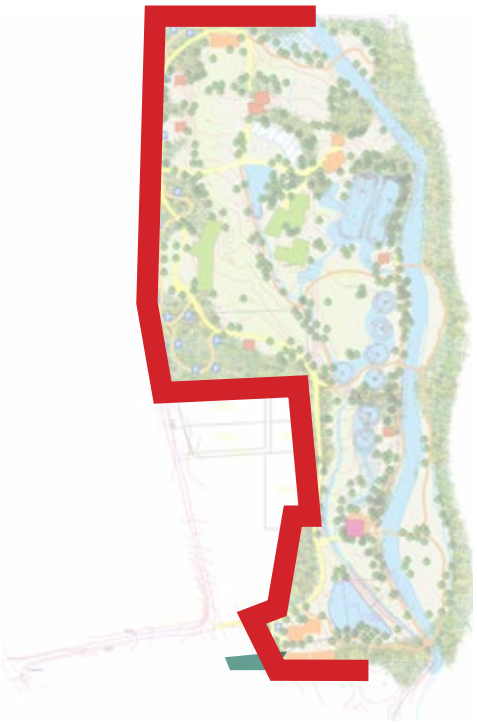
BARIERĂ SEMI - PERMEABILĂ (ARBORI ȘI ARBUȘTI)



>> Cu efect de reducere a vitezei vântului pe o distanță de 10-15 ori înălțimea masivului;



>> Crearea de plantații forestiere din specii locale, rezistente, constituie un refugiu pentru flora și fauna locală ce nu riscă să devină invazive și neplăcute.





Pin silvestru



Fag

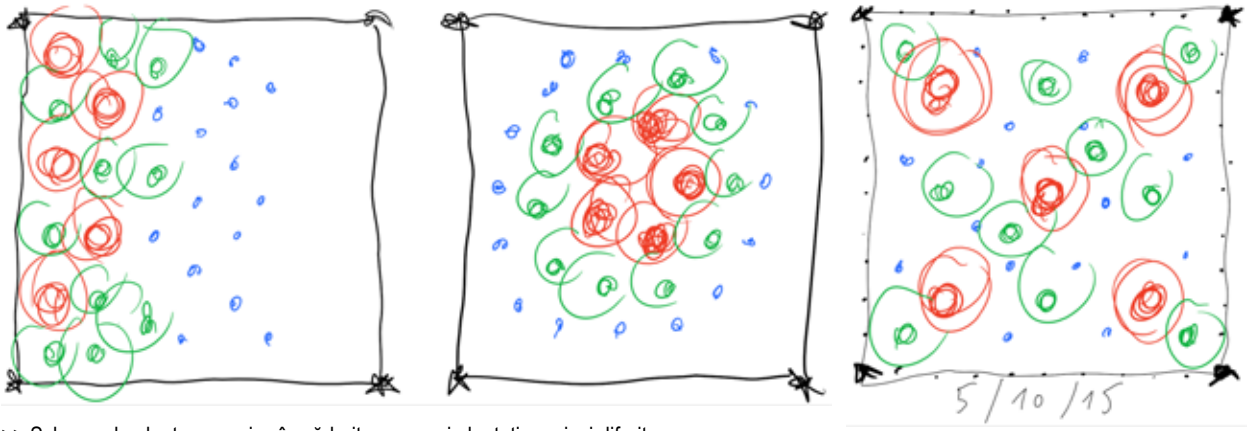


Stejar

Arțar



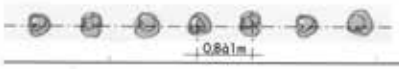
Frasin



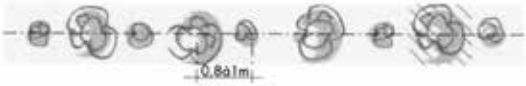
>> Scheme de plantare masive împădurite: aceeași plantație, peisaj diferit.

> Tipologie de gard viu

1 *Gard viu de mici dimensiuni*
arbori mici, rol hidraulic



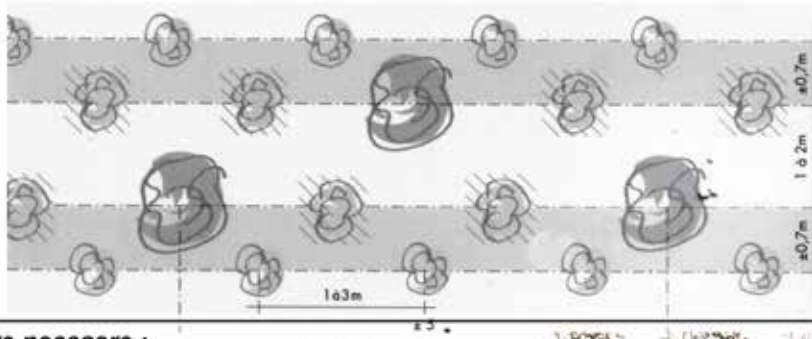
2 *Gard viu*
Arbori mici si arbusti.
Rol ecologic si hidraulic



3 *Gard viu de protectie impotriva vantului*
Arbori mici si arbusti ramificati
Protectie hidraulica, ecologica...



4 *Gard viu mare, protectie impotriva vantului*
Arbori mici si mari, arbusti ramificati
Protectie hidraulica, ecologica...



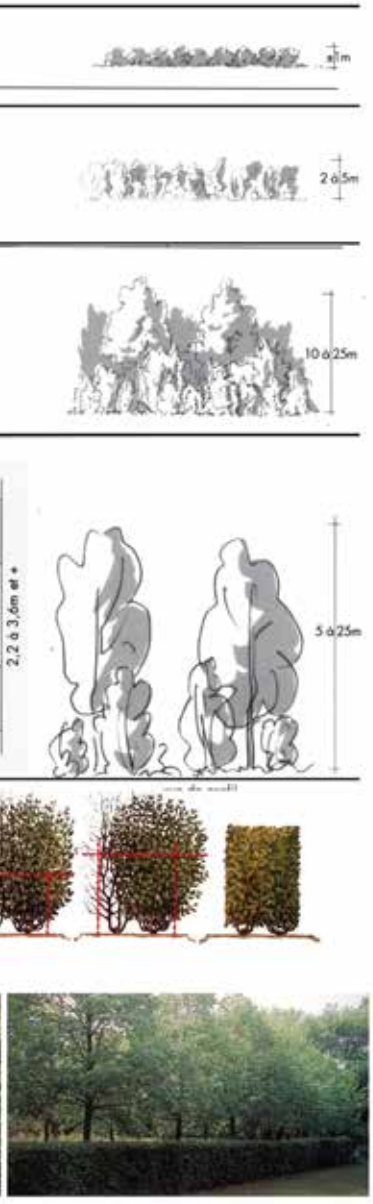
> Evolutia in timp si lucrari de intretinere necesare :



> Exemple de gard viu mixt :





Gardurile vii, asemenea fasiilor impadurite sunt create in scopuri :
-ecologice,
-hidraulice
- protectie impotriva vantului,

dar si in vederea ***determinarii unor identitati vegetale*** *remarcabila.*







GARD VIU MIXT, exemple de specii care vor intra in compozitia gardului viu :

15% Carpinus betulus
10% Chaenomeles superba
10% Acer campestre
10% Forthysia x intermedia
5% Buddleia davidii
5% Cornus alba
5% Cornus sanguinea
5% Deutzia scabra
5% Ligustrum angustifolia
5% Syringa vulgaris
5% Philadelphus coronarius
5% Viburnum opulus
5% Rosa rugosa
5% Tamarix
5% Taxus bacata

> INDICAȚII PENTRU PLANTAREA PERDELELR DE PROTECȚIE



1 - Prioritatea speciilor autohtone, adaptate climatului și solului, dar în același timp și introducerea de specii decorative cu flori și fructe.



2 - Asocierea mai multor specii în toate tipurile de perdele. Compozițiile trebuie să imite principiul asociațiilor vegetale a unei păduri naturale.



3- Aratul este preferabil decompactării sau întoarcerii pământului, mai ales pentru că favorizează activitatea viermilor și a insectelor din sol.



4 - Utilizarea de plante tinere cu rădăcină nudă sau balot, cu un potențial maxim de prindere și creștere, dar în același timp puțin costisitor la cumpărare și la plantare.



5 - Acoperirea solului cel puțin 3 luni, prin mulcire naturală (paie, fân, lemn tocat, fetru etc.).



>> Gardurile vii toaletate



>> Gardurile vii cu dezvoltare liberă



>> Perdele vegetale de mici dimensiuni



>> Perdele vegetale de mari dimensiuni



>> Mixitate a speciilor utilizate





>> Peisajul din zona trebuie sa fi sursa de inspiratie principala, Chathorse house, Anglia.



>> Plantatie realizata la Campulung Muscel in 2011 (CERAMUS SA): *Carpen, fag, larice, pini, mesteacan...*



>> După o lună de la plantare.



>> După 5 luni.



>> După 6 ani.

OBIECTIV : SPAȚIUL NATURAL / PREZERVARE, RECUNOAȘTERE, VALORIZARE PRIN ÎNTERVENȚIE MINIMALĂ.







>> Lucrări de curățare a zonelor împădurite, selectare și transformare în BRF (lemn tocat). Optarea pentru pășunat pentru întreținere.

Gradul de sălbăticie în dinamica forestieră

Desfășurarea liberă a proceselor naturale joacă un rol esențial în conservarea speciilor în ecosistemelor silvice mature. Pe de altă parte, un tip de gestiune activă permite restaurarea unei naturalități a pădurilor, menținând și o activitate de producție.

Obiectivul întreținerii pădurii naturale este de a face să coabiteze în aceeași zonă arbori de mărimi și specii diferite. Se fac astfel trei tipuri de tăieri pentru întreținere:

- Tăieri de regenarare: arbori maturi care permit apariția și dezvoltarea de semințe

- Tăieri de ameliorare: arbori tineri și de vârstă medie pentru a dezvolta masive omogene

- Tăieri de igienizare: arbori bolnavi sau care prezintă rupturi.



>> Parcursul apei în grădina sacră.



>> Folosirea materialelor din zona asigura intarirea sentimentul de specific local



>>Locurile neamenajate sunt propice activitatii de reconectare cu Natura















>> Eventualele amenajari de poteci trebuie sa fie din acelasi “ corp”

OBIECTIVE

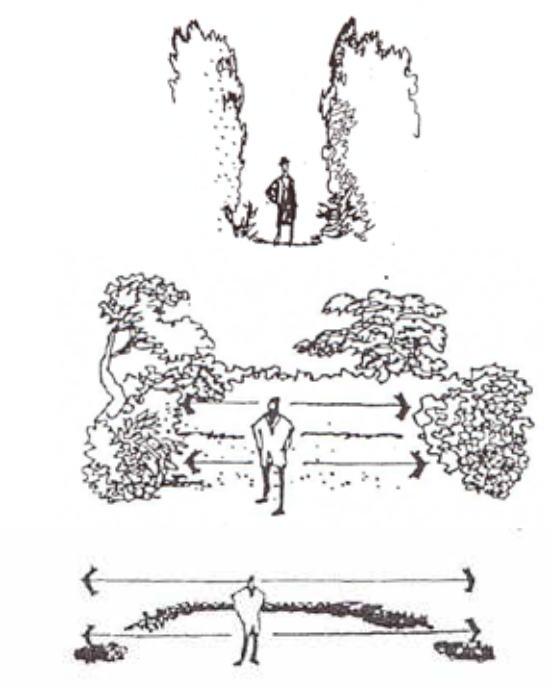
Aceste zone vor fi regandite ca o gradina. VEGETATIA EXISTENTA VA FI INTRETINUTA SI COMPLETATA DE NOI PLANTATII SI DE MICI AMENAJARI (loc de popas, ambiante specifice…). Densitate de plantare 600 arbori/ha si 400 arbusti/ha, 400 plante perene - flori /ha





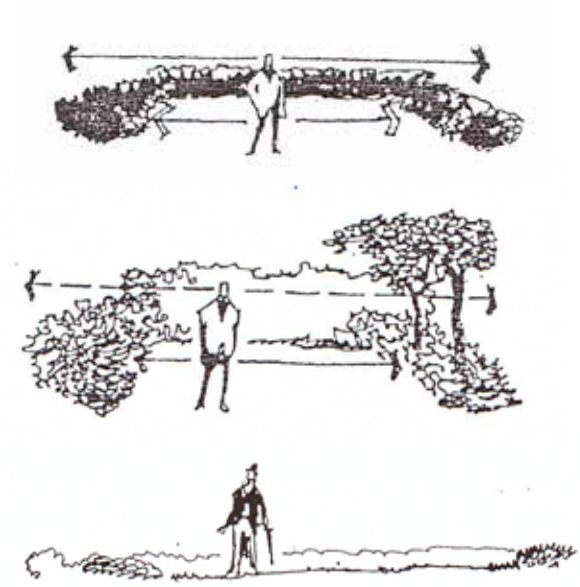


>> Simpla alternanță a suprafețelor înierbate dau dinamică spațiilor.



>> Spații înalte, asemenea unor culoare - tunel vegetal





>> Spații întinse, fără delimitări vizibile și repere - senzația de imensitate



>> Spații statice înalte - senzația de intimitate







>> *Stil organic: poieni și arbori*







>>Vila Bomarzo, Italia







>> Amenajari minimale, padurea creaza ambianta

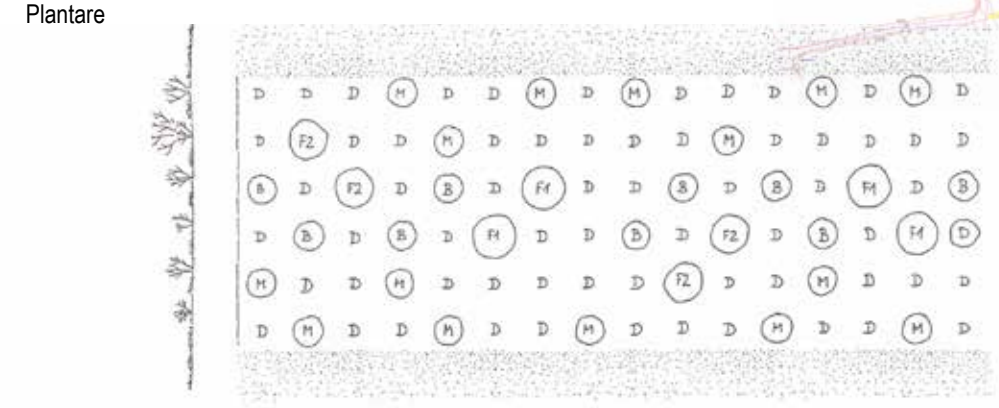


>>Lyon, Franta

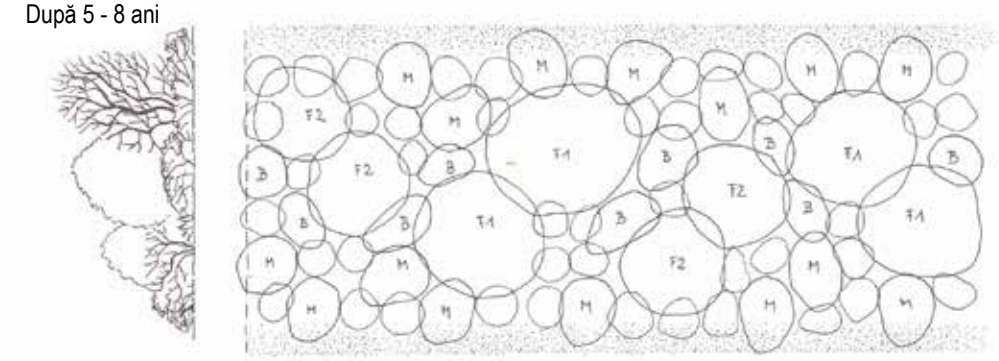


> *DEZVOLTAREA UNEI PLANTAȚII DE TIP SILVIC*

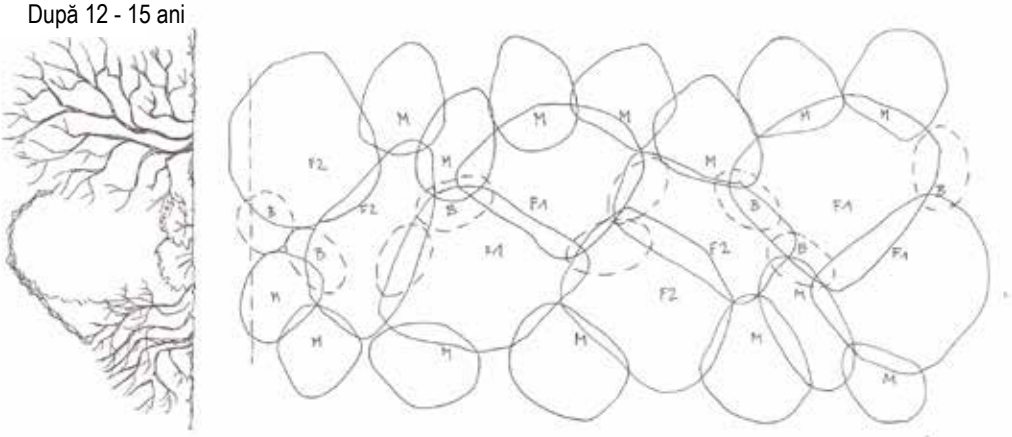
Plantare



După 5 - 8 ani



După 12 - 15 ani



>> Schema de plantare a unui masiv vegetal și evoluția pe o durată de 15 ani (după Brahe 2000).

> VEGETALIZARE AFERENTĂ CIRCULAȚIILOR AUTO

> Integrarea vehiculelor într-un „context verde”, prin plantarea de arbori, arbuști și suprafețe înierbate.

> Integrarea sistemului de gestiune a apelor pluviale la suprafață printr-o rețea de șanțuri vegetalizate și zone de retenție a apei.

Concepute, în general, ca răspuns a unei necesități funcționale și considerate „un rău necesar”, zonele de parcare devin zone banale, fără interes estetic. Inefieciente din punct de vedere ecologic, parcările netratate peisager sunt zone impermeabile și neplăcute din punct de vedere climatic, lipsite de biodiversitate.

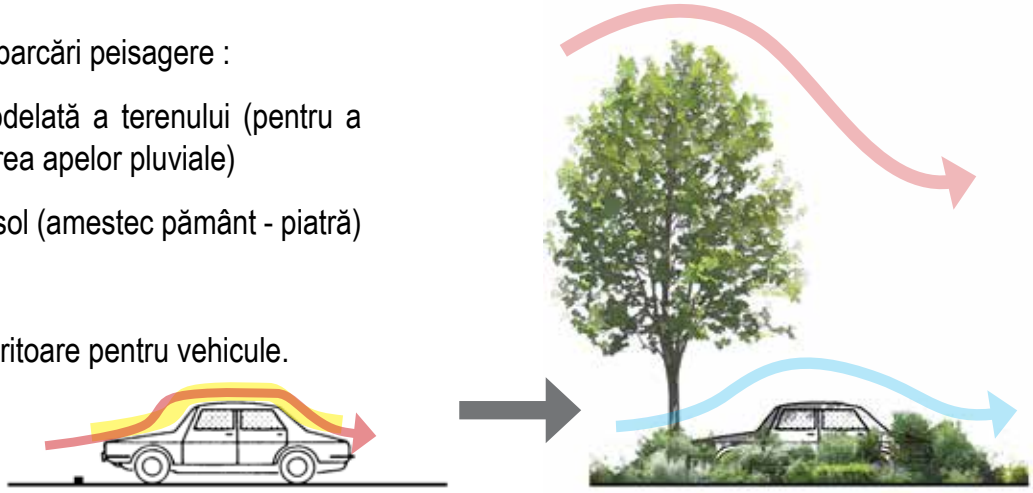
Accesul în Ansamblul propune zone de parcare tratate în mod cât mai natural, fiind o zonă sensibilă din punct de vedere natural și peisager.

Elementele unei parcări peisagere :

- Suprafața modelată a terenului (pentru a permite scurgerea apelor pluviale)
- Materialul de sol (amestec pământ - piatră)
- Vegetația
- Mobilierul : opritoare pentru vehicule.

Avantajele unei parcări peisagere :

- Contribuie la punerea în valoare a peisajului, datorită unor amenajări de calitate;
- Determină un confort climatic, în special pe timpul verii datorită constituirii unui microclimat plăcut;
- Încurajează biodiversitatea locală;
- Prin utilizarea materialelor permebile permite infiltrarea unor cantități însemnate de apă;
- Prin vegetație se îmbunătățește calitatea estetică a spațiilor.



>> Numeroase avantaje determină în prezent o reconsiderare a organizării spațiilor de parcare.

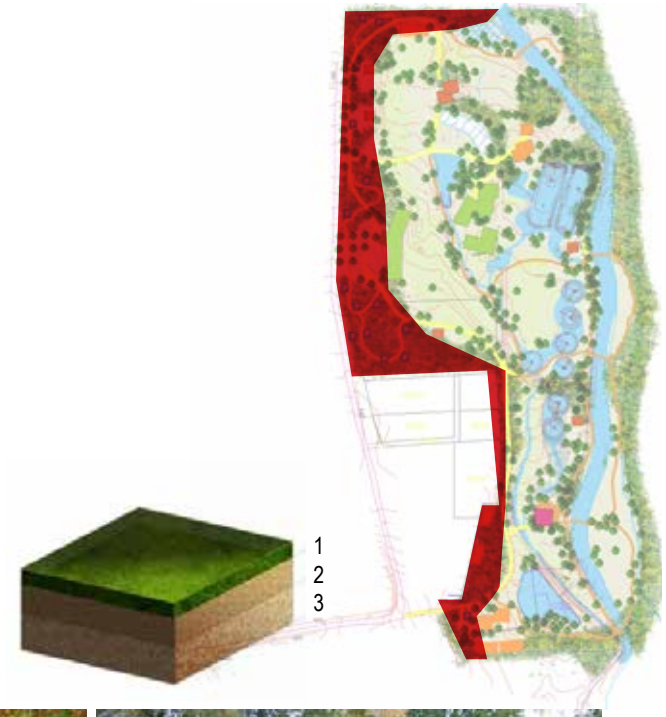


>> Integrarea în vegetație a parcărilor permite păstrarea calității peisajului.

> Se potrivește situațiilor în care circulațiile sunt mai puțin frecventate: pentru vehicule de întreținere, locuri de parcare, alei pietonale.

> Se „înverzește” prin însămânțarea unui amestec rezistent la călcare.

1 / Strat de uzură	Pietriș, criblură de concasare Grosime 3cm
2 / Strat organic	Amestec pământ - piatră (30% pământ vegetal, 70% pietriș de concasare) Grosime 10-15 cm
3 / Strat fundație	Criblură, betoane compactate Grosime 20 - 40 cm, în funcție de încărcătură









>> Trasarea circulațiilor și zonelor de parcare respectă principiile intervențiilor în zone sensibile (parcuri, păduri...). Exemple de limitare a accesului auto prin elemente din materiale naturale, integrate.



OBIECTIVE

Ob 1 > Ambiante contemplative	Păstrarea și valorizarea belvederilor
Ob 2 > Diversitatea de ambiante	Joc lumină-umbră, spații deschise (poieni), spații intime (camere verzi)
Ob 3 > Reconectarea cu natura	Realizarea de spații care pun în valoare cursuri de apă (grădină acvatică), cerul (grădina cerului), zonele împădurite

Aceasta zona cuprinde amenajari necesare pentru realizarea unei gradinii de agrement cu alei, terasamente si noi plantatii. Vor fi incluse si elemente de mobilier de gradina : mese, banci…Densitate de plantare 600 arbori/ha si 800 arbusti/ha, 800 plante perene - flori /ha

Grădinile aferente construcțiilor au 3 roluri principale:

1 - Crează o zonă tampon, liniștită, între zonele de circulații și clădiri.

2 - Influențează microclimatul, prin umbrirea fațadelor în timpul verii

3 - Crează ambiante specifice, diferite, ce primesc diferite utilizări.





PRINCIPII DE COMPOZIȚIE

> Unitatea compoziției

> Scara compoziției

> Proporțiile compoziției

> Armonia și contrastul





Se recomandă:

> Păstrarea unui caracter cât mai natural al zonei

> Încurajarea biodivesității prin completarea cu plantații (arbuști, plante perene...)

> Utilizarea speciilor de plante locale sau acomodate la condițiile existente pe sit

> Colectarea și utilizarea apelor pluviale sau izvoarelor.





>> Zonele unor lacuri sau iazuri devin zone cheie ale amenajărilor.

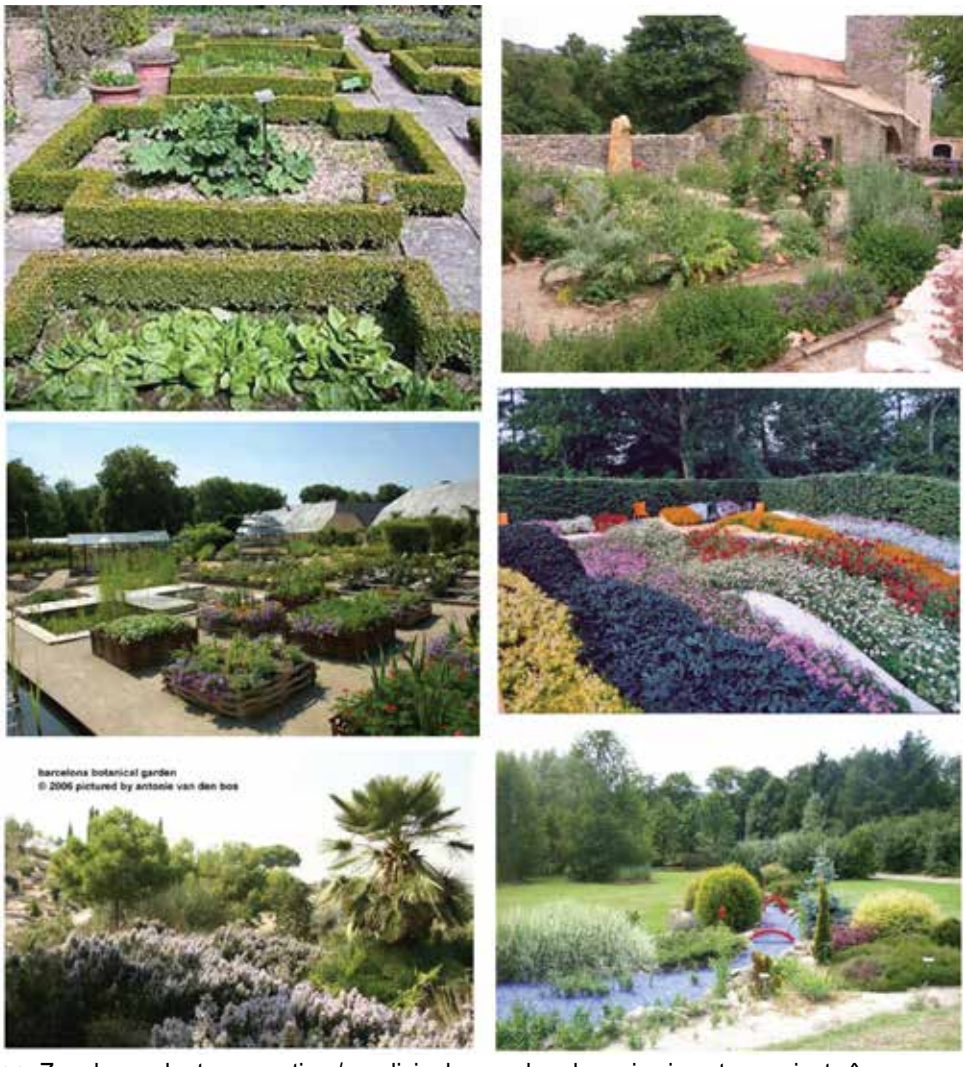


>> O fântână ca punct de plecare a cursului de apă poate fi un punct de atracție pe terasa hotelului.





>> Grădina de flori trebuie să fie o zonă fermecătoare cu mirosuri și culori intense.



>> Zonele cu plante aromatice / medicinale au rol pedagogic și sunt organizate în amestec cu plante rare, aromatice și flori.

ASOCIEREA CULORILOR

> Asocierea florilor în funcție de culoare în cadrul grădinilor se face după aceleiași criterii estetice:

> COMBINAȚII ÎN CONTRAST: asocierea culorilor complementare (roșu-verde, violet-galben, portocaliu-albastru) dar și alaturarea culorilor simple, fără a face abuz de prea multe culori.



> COMBINAȚII ÎN ARMONIE: alăturarea tonalităților diferite ale aceleiași culori sau îmbinarea nuanțelor intermediare care fac legătura între culorile intermediare (galben-pai, galben-intens, portocaliu)



> Utilizând florile albe și cele deschis colorate, alăturate celor cu nuanțe vii, puternice, se pot realiza o compoziție florală multicolora cu efecte simultane de contrast și armonie.





>> Exemple cu asocieri de culori diferite

TEXTURI

Textura este direct legată de aspect și simțul tactil. În funcție de efectul dorit se pot asocia texturi diferite sau asemănătoare.

Asociate, texturile diferite creează contrast, iar cele asemănătoare creează echilibru.



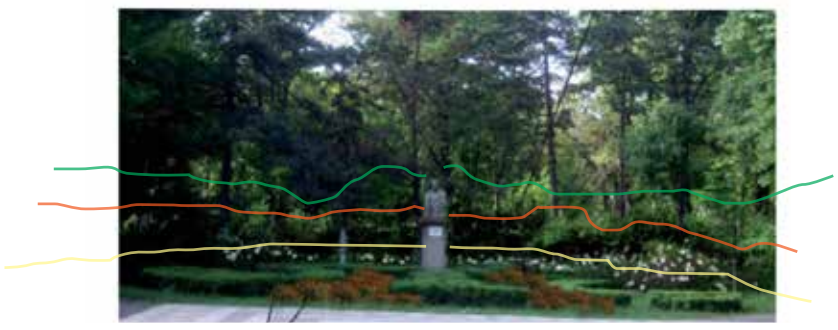
>> Texturi diferite



>> Exemple cu asocieri de texturi diferite



>> Planuri diferite care dau o dimensiune a spațiului



>> Punerea în valoarea a elementelor construite prin crearea unui fundal și a unui primplan.

> REFERINTE : alei & belvederi



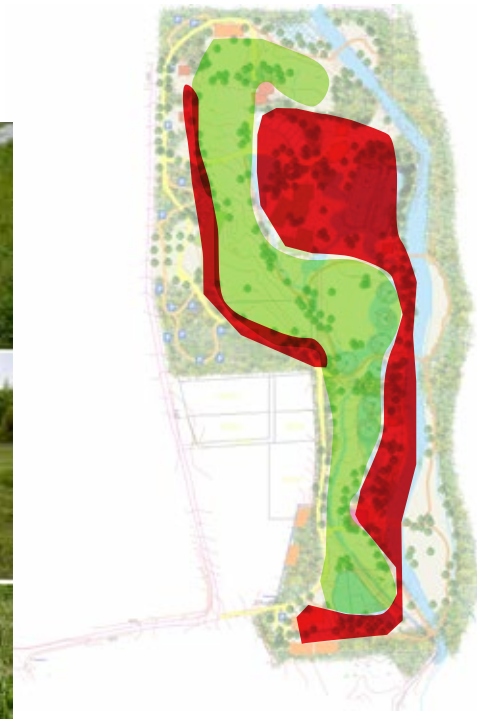


















> REFERINTE : CONECSIUNI CU APA













>>Debarcadere si bazine cu izvoare termale conectate cu rau





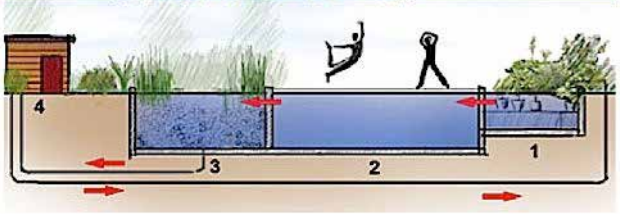


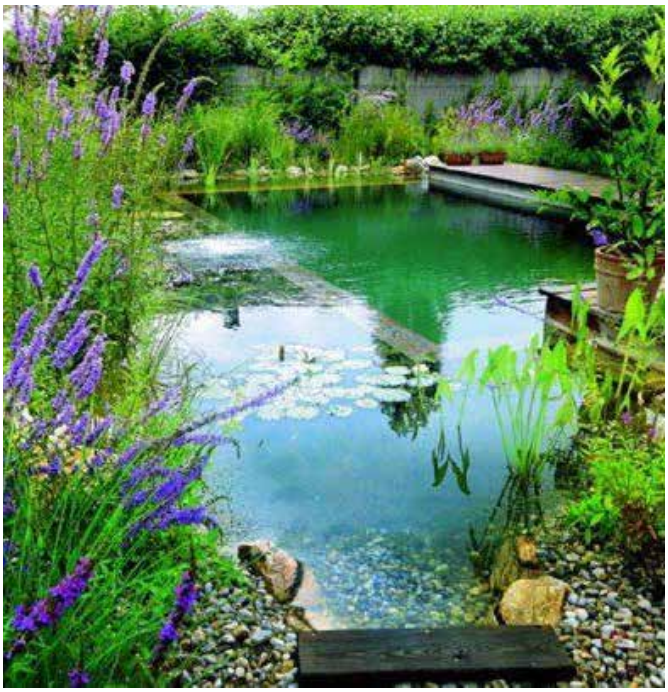












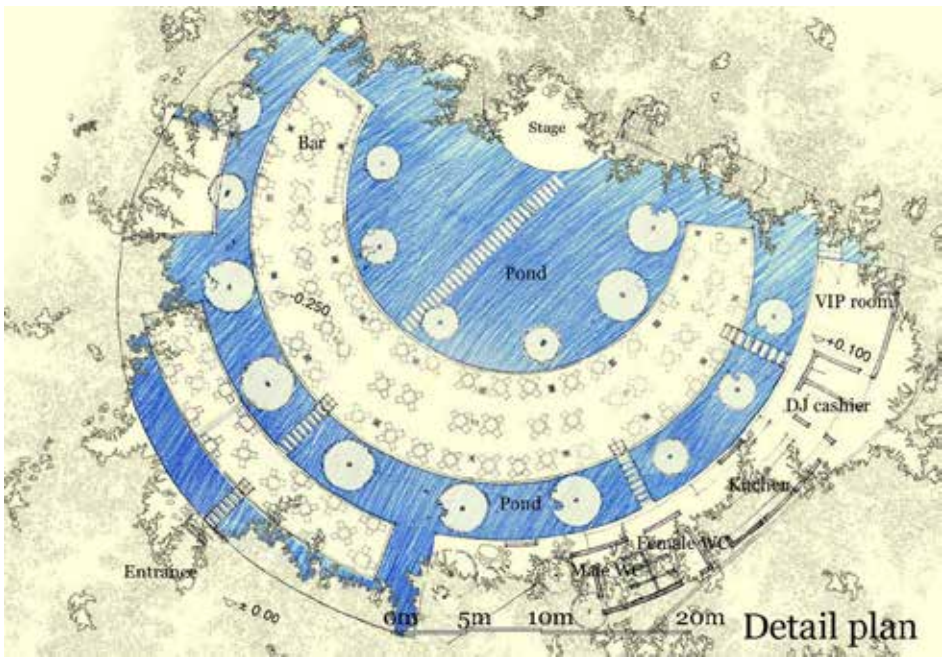
>>lazuri si piscine naturale

> REFERINTE : CONEXIUNI CU APA







>> Binh Duong province, VIet Nam











> REFERINTE : CONSTRUCTII “AUTONOME”, IN NATURA, CU NATURA



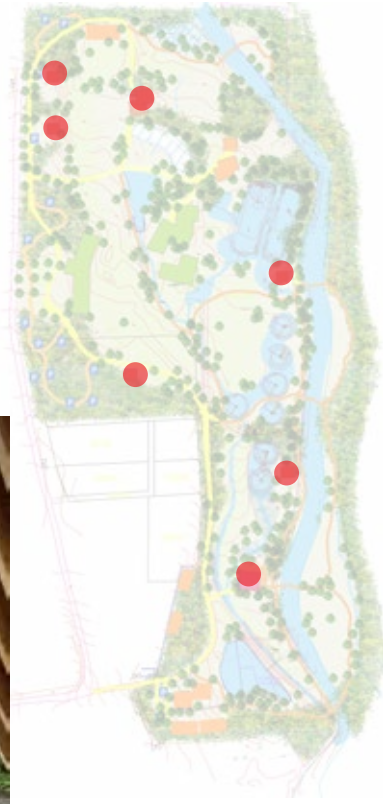



















Maison en paille

> REFERINTE : CONSTRUCTII “AUTONOME”, IN NATURA, CU NATURA






















OBIECTIVE

> ÎNTREȚINEREA ZONELOR SĂLBATICE prin pășunat.

> ECHILIBRAREA ECOSISTEMELOR. Îmbogățirea biodiversității floristice și faunistice.

Prezența animalelor este o metoda eficientă și economică de întreținere a unor spații deschise, înierbate.

Față de alte metode de întreținere, pășunatul are următoarele avantaje:

> Menține și încurajează biodiversitatea în spațiile libere

> Eliberarea de deșeuri verzi

> Fertilizarea naturală a solurilor

> Imbogățirea peisajului

> Ajută la crearea de coridoare ecologice

> Dau o dimensiune socială spațiilor

> Impiedică împădurirea necontrolată

> Crează activități pedagogice, sociale, culinare.

Principii

> Instalarea de turme de ierbivore de densitate mică.
> Diferite metode de întreținere sau restaurare depind de : intensitate, timp de păscut, perioada de păscut, frecvență, alcătuirea turmei.
> Principalele tipuri : păscut de scurtă durată, păscut permanent.



> Oile permit pășunilor să arate ca terenurile de golf.

CAPACITATEA PROPUSA

- 2 cai
- 3 bivoli
- 10 oi

TIPURI DE ANIMALE

Sunt de preferat rase autohtone și rustice :

> Puțin sensibile vizavi de hrană

> Care necesită întreținere minimă.

> Locale, autohtone.

> Rezistente la boli și paraziți.

> Care consumă diferite tipuri de vegetație.









> Bivoli sunt animale emblematice pentru zona.



PLAN SCHEMATIC DE INTENȚIE DE GESTIUNE A SPAȚIILOR PRIN PĂȘUNAT

Păşunatul se planifică în funcție de rezultatele obținute, perioadele anului și tipurile de animale.

Principalele trasee ale turmelor se vor desfășura în perioadele: primăvară - vară (până la 1 iulie), vară (1iulie) - toamnă, toamnă - iarnă.

1 > Primăvara au prioritate zonele degradate, în care vegetația trebuie să se regenereze (prin lăstărire), sau terenurile necesită fertilizare prin păşunat.

2 > Vara, după ce flora locală a înflorit și creat semințe, turmele vor trece în zonele cu interes natural, cu biodiversitate ridicată. Toamna se pot întoarce în zonele degradate.

3 > Toamna și 4 > Iarna

În funcție de apetența animalelor și de rezultatele vizate, se aleg și tipurile de animale potrivite.

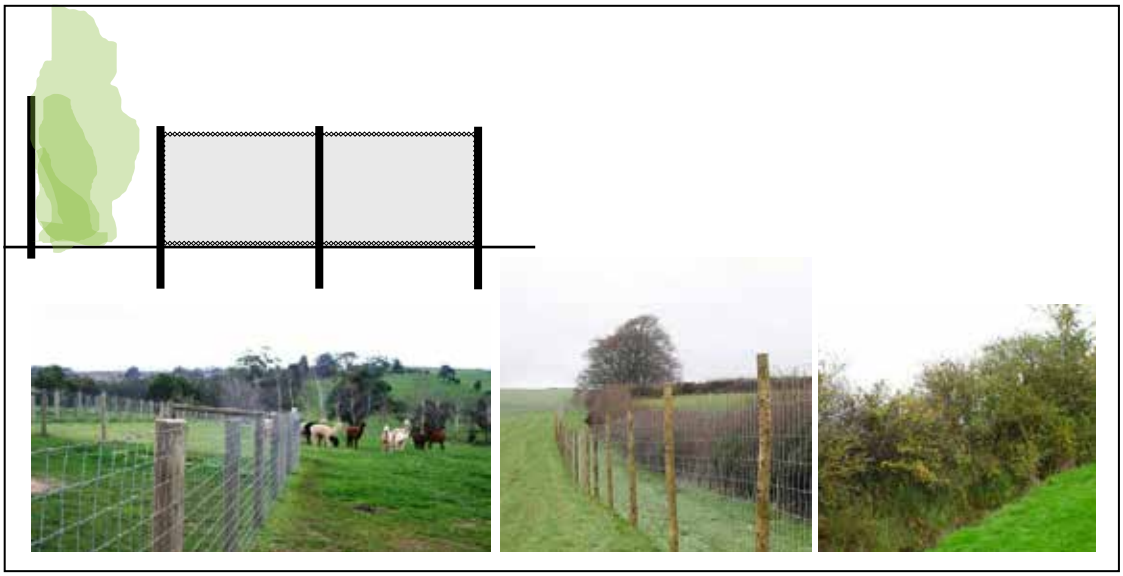




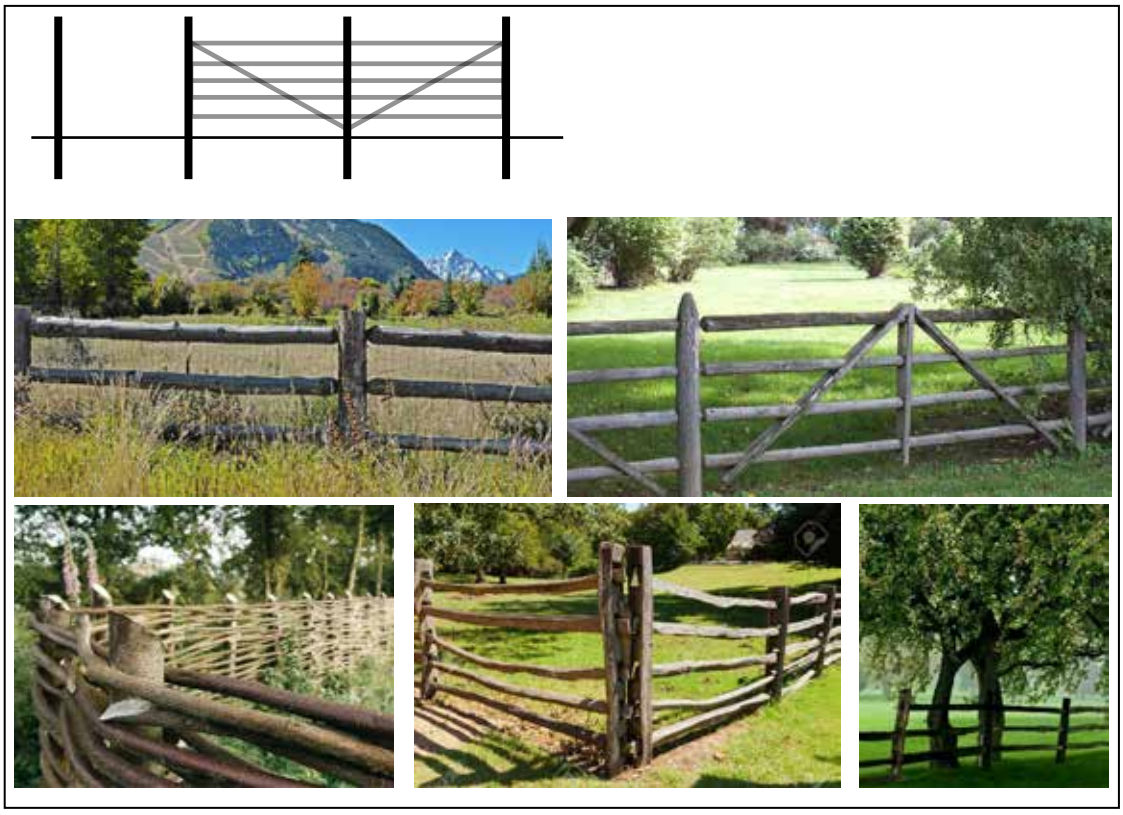


> PROPUNEREA GARD ÎMPREJMUIRE

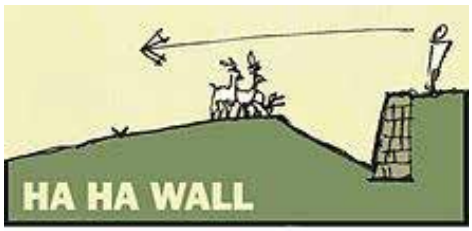
1 > Gard fix, h=150cm, plasa sudata flexibila prinsa de stalpi din lemn, dublat de plantații



2 > Gard fix, h=150cm, lati din lemn (in zonele de padure mai retras), realizat din materiale locale



3 HA-HA













> REFERINTE : CUM PUTEM INTEGRA CONSTRUCTIILE PASTRAND O SENSATIE DE SPATII DESCHISE?
(ZONA HOTEL RESTAURANT & SPA)














T 03
T 04
T 05



> REFERINTE : CUM PUTEM INTEGRA CONSTRUCTIILE PASTRAND O SENSATIE DE SPATII DESCHISE?
(ZONA HOTEL RESTAURANT & SPA)











