



Observator Turistic

Raport Lunar

Septembrie 2021

Pandemia a impulsionat turismul intern

Vara aceasta, turiștii din România au profitat din plin de vacanțe, mai ales odată cu relaxarea restricțiilor și a măsurilor de siguranță luate de autorități în contextul pandemiei. Potrivit platformei hoteliere online Travelminit.ro, care a analizat rezervările efectuate în perioada iunie-iulie 2021, sezonul estival a fost unul prolific pentru hotelieri, proprietarii de pensiuni și case de vacanță din țară. Astfel, volumul de rezervări pentru perioada iunie - iulie 2021 a fost cu 46% mai mare decât în anul 2019 și cu 60% mai mare decât în anul 2020.

După o perioadă plină de incertitudine, în care posibilitățile de călătorie au fost limitate, consumul turistic s-a amplificat mai mult ca niciodată, dovadă fiind și cifrele mari ale rezervărilor pentru destinații interne. În plus, schimbările tot mai dese la condițiile de intrare în statele europene, și nu numai, i-au determinat pe turiști să aleagă siguranța sejururilor în țară, ceea ce a creat un context favorabil pentru industrie.

Cât despre destinații, opțiunile populare sunt neschimbate. Pe parcursul acestei veri, harta celor mai căutate destinații din România a arătat astfel: un procent de 25% a fost ocupat litoralul românesc (stațiunile Mamaia, Eforie Nord, Vama Veche, Olimp și Costinești preponderent), 23% reprezintă marile orașe (București, Brașov, Cluj-Napoca, Timișoara, Oradea), 21% sunt destinațiile balneo (Sovata, Băile Felix, Băile Herculane), iar restul se împarte între localitățile mai mici, dar care pot fi considerate adevărate comori turistice.

În ceea ce privește perioada aleasă de turiști pentru vacanțe, se pare că și în 2021 **luna august a fost din nou câștigătoare**, la fel cum s-a întâmplat în 2020 și 2019. Potrivit Travelminit.ro, ziua cu cel mai mare grad de ocupare a unităților de cazare a fost 16 august 2021 (în 2020, cea mai plină zi a fost 17 august, pe când în 2019, cea mai bună zi pentru turismul național a fost 19 august).

De asemenea, atunci când vine vorba despre alegerea tipului de cazare, se preferă în continuare hotelurile și pensiunile, care, pe parcursul acestei veri, au acoperit împreună un procent de 68% din numărul total al rezervărilor pe Travelminit.ro, restul fiind împărțit între apartamente, case de vacanță și hosteluri. În cazul hotelurilor, a fost semnalată și o creștere

față de anul trecut, mai ales datorită faptului că foarte multe unități de cazare de acest fel au pregătit pachete complexe și oferte la prețuri accesibile pentru acest sezon estival. Conform raportului emis de Travelminit.ro, prețurile la cazare din această vară au fost mai mari față de aceeași perioadă a lui 2020, dar considerabil mai mici decât cele din sezonul estival din 2019. Mai mult decât atât, un avantaj considerabil pentru turismul intern a fost faptul că românii au putut să-și folosească voucherele de vacanță rămase nefolosite din anii trecuți pentru a rezerva cazări în țară. În ceea ce privește tarifele, prețul mediu pentru 2 nopți de cazare, 2 adulți, a fost de 501 RON (spre deosebire de 524 RON în 2019 și 477 RON în 2020). De asemenea, prețul mediu pentru 2 nopți de cazare, 2 adulți + 2 copii, a fost vara aceasta de 692 RON, în timp ce prețul mediu pentru un sejur de 3 nopți, 2 adulți + 2 copii, a fost de 1170 RON.

“Este evidentă orientarea turiștilor români spre destinații din țară, fie că vorbim despre zonele estivale, fie că vorbim despre munte sau zonele balneoclimaterice. Incertitudinea legată de restricțiile valului 4 a determinat un număr mare de rezervări în timpul verii și chiar până la finalul lunii septembrie. Ne așteptăm ca numărul rezervărilor să se mențină ridicat până la jumătatea lunii octombrie.” a declarat Timea Ambrus, Operations Manager travelminit.ro

Sursa: evisionturism.ro; travelminit.ro; 15 septembrie 2021

Târgul Național de Turism Rural de la Albac

În perioada 4 – 5 septembrie 2021, stațiunea turistică Albac din Munții Apuseni a găzduit Târgul Național de Turism Rural – unul dintre cele mai importate târguri de turism rural din România.

Evenimentul este apreciat a fi cel mai longeviv târg de promovare a turismului rural, reunind reprezentanții din turism la nivel regional și național care promovează oferta zonelor cu potențial agroturistic. Conform informațiilor transmise de Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului, ediția din acest an a fost adaptată contextului epidemiologic actual, fiind organizată cu respectarea tuturor măsurilor legale de prevenire a răspândirii virusului SARS-COV-2.

Târgul a inclus vizitarea expoziției de prezentare a ofertei turistice și agroturistice din spațiile de cazare rurale ale județului Alba cât și pe cea a atelierelor și expozițiilor de meșteșuguri tradiționale românești.

Vizitatorii au putut participa la demonstrații de gastronomie tradițională din Munții Apuseni, o expoziție etnografică specifică zonei Albac și expoziția de artă fotografică „Spectacolul naturii”, semnată de Carmen Barna, precum și de expoziția de artă fotografică „Aurarii din Munții Apuseni”, avându-l ca autor pe Vasile Sârb.

Sursa: alba24.ro; newsturism.ro

În România au fost reluate călătoriile

Vânzările de bilete de avion din vara anului 2021 s-au apropiat de nivelul pre-pandemic, deși efectele pandemiei sunt încă evidente la nivel de industrie. După ce lockdown-ul global și nenumăratele schimbări în ceea ce privește condițiile de călătorie au produs efecte dramatice pentru industria de transport aerian de pretutindeni, sezonul estival de anul acesta a venit ca o gură de aer proaspăt pentru jucătorii din turism. Astfel, compania **Vola.ro**, desemnată în 2019 cea mai de încredere și cea mai recomandată agenție de turism online din România, **a emis bilete de avion pentru aproape 100.000 de clienți în perioada iunie-august 2021, nivel ce reprezintă aproximativ 95% din cel atins în 2019 și în creștere cu peste 200% față de 2020.**

Printre principalele cauze ce au favorizat o revenire accelerată a cererii turistice în perioada analizată se numără anunțurile legate de redeschiderea multiplelor destinații din Europa, condițiile de călătorie simplificate odată cu eliberarea certificatelor verzi, precum și un număr mai scăzut de cazuri COVID pe timpul verii, care, împreună cu numărul în creștere de persoane vaccinate, au influențat reluarea călătoriilor. De asemenea, turiștii se acomodează cu volatilitatea condițiilor pandemice de călătorie, cu formularele online de completat, cu testele COVID sau antigen mult mai ușor de efectuat și la prețuri mult mai mici decât în urmă cu câteva luni, iar aceste aspecte se observă la nivelul rezervărilor.

Provocarea acestui sezon a fost dată de anulările și modificările de program de zbor. Peste 35% dintre zborurile din sezonul de vară au fost afectate. Potrivit specialiștilor Vola.ro, deși vânzările de bilete de avion s-au apropiat de nivelul pre-pandemic în cazul agenției de turism online, la nivelul industriei aviatice, volumele se situează mult sub valorile așteptate. În plus, schimbările impuse de autorități au limitat cererea la nivel european, determinând instabilități cu privire la operarea zborurilor. Drept urmare, dacă în 2019 doar maximum 5% dintre zboruri sufereau modificări sau erau anulate, în 2021 peste 35% dintre zborurile din sezonul de vară au fost afectate de întâzieri sau anulări.

Destinațiile externe preferate de români în perioada iunie-august 2021 rămân în mare parte neschimbate, în top 5 țări fiind, conform specialiștilor Vola.ro, țări cu mari comunități de români. Astfel, principalele destinații externe spre care s-au îndreptat turiștii români în această vară regăsim țări precum Italia, Spania, Marea Britanie, Germania, Franța și Belgia, la care se adaugă și Grecia, unde se practică preponderent turismul de relaxare și agrement, în timp ce spre celelalte destinații menționate vorbim și de vizitarea rudelor și prietenilor din străinătate, ori despre revenirea din vacanța petrecută acasă și întoarcerea la locul de muncă de peste hotare.

Prețul mediu al verii 2021 a fost de 147 Euro, iar ruta cea mai vândută a fost București – Londra și retur. În primele două luni de vară, Grecia s-a aflat chiar în top 10 rute achiziționate pe Vola.ro, însă, odată cu trecerea acestei țări pe lista roșie la începutul lunii august, numărul rezervărilor spre această destinație a scăzut cu 34%. Un scenariu în antiteză a fost observat, pe de altă parte, în cazul Marii Britanii, țară care, la finalul lunii iulie, a eliminat obligativitatea

carantinei pentru români, ceea ce a determinat o creștere substanțială în iulie și august, devenind astfel cea mai vândută rută dus-întors. Prețul mediu al unui bilet de avion pe această rută a fost de 124 de Euro, la un nivel similar cu prețul plătit pentru rute interne, anume 113 de Euro. În același timp, pentru un bilet spre Spania, românii au plătit, în medie, 321 de Euro, iar pentru Italia aproape jumătate, 167 de Euro.

Biletele spre Grecia au costat, în medie, 200 de Euro, însă mulți români au ales să călătorească spre Elada cu mașina personală. În general, prețurile medii au revenit la valorile pre-pandemie după ce au atins un minim în vara anului 2020.

Turiștii au preferat biletele de avion rezervate last minute. Conform statisticilor Vola.ro, vacanțele în capitalele europene au revenit în voga în această vară. Orașe foarte populare la nivel mondial, precum Paris, Londra, Madrid, Barcelona, Roma, Milano și chiar țările nordice au fost din nou în topul preferințelor turiștilor, ce au ales să achiziționeze biletele spontan, în funcție de evoluția pandemiei și schimbările de pe listele semafor comunicate de autorități. Concret, în lunile iulie și august, timpul dintre momentul achiziției și zbor a scăzut cu 35% față de luna iunie.

Volumul zborurilor interne a crescut considerabil în contextul ridicării restricțiilor pentru evenimente. De îndată ce autoritățile române au anunțat ridicarea restricțiilor pentru evenimente, trei festivaluri din Cluj-Napoca și-au anunțat redeschiderea, ceea ce a declanșat o creștere vizibilă a cererii de bilete de avion pe această rută în lunile iulie și august.

“Marea provocare a acestui sezon a fost să gestionăm operațional numărul mare de solicitări și întrebări în urma zborurilor anulate sau modificate de companiile aeriene. Concret, peste 35% dintre zboruri au fost afectate de schimbări și anulări și întreaga industrie s-a străduit să facă față acestei instabilități. Cu toate acestea, am vândut aproape 100.000 de bilete, la 95% din volumele lui 2019. Și volumul de interacțiuni cu clienții a crescut de 5 ori, ceea ce ne-a determinat să ne mărim echipa cu 50% pentru a gestiona eficient toate schimbările survenite și pentru a oferi asistența necesară clienților noștri.” a declarat Claudia Tocilă, Director de Marketing la Vola.ro.

Sursa: evisionturism.ro; 13 septembrie 2021

Vaideeni, o destinație pentru turiștii care iubesc natura și aventura

La 50 de kilometri distanță de Râmnicu Vâlcea către Târgu Jiu, pe DN 67, ajungi, urmând indicatoarele rutiere, într-una din comunele de la poalele Munților Căpățâni-Vaideeni. Astăzi, celebra comunitate de oieri din Oltenia de sub Munte, urmași ai ciobanilor ungureni din Ardeal, se orientează către turism. Vor să profite de ceea ce au mai valoros: natura, poveștile locurilor cu multe tradiții și obiceiuri încă prezente.

În rândul localnicilor a apărut ideea de a dezvolta agroturismul, de a transforma casele vechi, bătrânești în case de oaspeți. Așa au apărut în Vaideeni, în ultima perioadă, spații noi de cazare care-si așteaptă oaspeții.

Localnicii organizează pentru cei care le calcă pragul excursii pe vechile trasee de transhumanță, spre stânele de pe munte, dar și spre locuri pline de povești, precum: Lacul Balota, Cascada "Moara Dracilor", Tribunalul Haiducilor, unde pe vremuri poposeau cetele lui Iancu Jianu și ale altor haiduci.

Agroturismul din Vaideeni s-a schimbat în ultimii ani, grație inițiativelor private. Localnicii au înțeles că trebuie să pună în valoare atât zona extrem de pitorească, cât și bogăția sa culturală. La pensiunea Cerna din Vaideeni a luat naștere cu câțiva ani în urmă un **Festival al carverilor – sculptorii cu drujba**, care în timp a devenit **cel mai mare eveniment de profil din țară**, organizat printr-o inițiativă privată, **cu participare internațională**. Este un eveniment care a reușit să îmbine vechiul și noul, tradiția și autenticitatea cu inovația și creativitatea tinerilor, la festival participând meșteri populari care duc mai departe tradițiile alături de sculptorii în lemn.

Grație meșterilor cu drujba, aici a luat naștere un parc unic de distracție, pentru cei mici, în care tot mobilierul este sculptat din lemn, cu personaje din basme în mărime naturală, un parc de aventură, cel mai mare din zonă, tot cu elemente sculptate în lemn, precum și o salină artificială.

Tot aici, găsim un traseu de alpinism și escaladă din zona Cheilor Cerna-Sohodor, din Vaideeni, care are o înălțime de peste 80 de metri și gradul patru de dificultate. Traseul poartă numele de Salvamont 1 și a fost asigurat deja de membrii Serviciului Salvamont Vâlcea. Iubitorii de drumeții își pot petrece timpul pe Valea Cernei, o zonă sălbatică care se întinde de-o parte și de alta a pârâului cu același nume. Pe lângă peisajele spectaculoase, turiștii au ocazia să exploreze și galeriile săpate de apă în stâncile care străjuiesc Valea Cernei.

În plus, în zonă sunt extrem de multe alte atracții turistice. În apropiere se găsesc mănăstirile Hurez, Bistrița, Polovragi, Peștera Liliacilor, Peștera Polovragi, Peștera Muierilor, Cheile Bistriței Oltene, Cheile Oltețului, trovanții din Costești, ceramica de la Horezu, culele de la Măldărești, Parcul Național Buila – Vânturarița și multe altele.

Sursa: newsturism.ro

Prima franciza Marty Restaurants în Oradea

Marty Restaurants inaugurează prima franciză din România, în Oradea, în parcul Salca, la data de 1 octombrie 2021. Implementarea acestui proiect a durat aproximativ doi ani și a presupus o investiție de peste 1,5 milioane de Euro. Restaurantul dispune de 250 de locuri, funcționând acum la o capacitate de 50%, conform prevederilor în vigoare.

Fondat în anul 2000, Marty Restaurants este cel mai mare lanț de restaurante , infiintat in Cluj-Napoca, având în acest moment opt unități, dintre care una în București. Grupul Marty operează șase branduri printre care se numără Olivo Caffè & Bistro, restaurantul cu specific francezesc Bistro Bujole, prăjitoria de cafea Olivo Coffee Roasters, lanțul de cafenele de specialitate Narcoffee Roasters și institutul culinar Transylvania School of Hospitality, însă cel mai important motor al business-ului rămâne lanțul Marty Restaurants, care cuprinde opt locații dintre care șapte în Cluj-Napoca și unul în București, în centrul comercial Sun Plaza, precum și divizia de catering și evenimente Marty Events & Catering.

Sursa: dailybusiness.ro: 29 septembrie 2021

Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice – în viziunea actualului departament de turism din Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului din România

Planul guvernamental în domeniul turismului pentru anul 2021 și perspectiva 2022 -2024 are o serie de priorități strategice printre care, susținerea turismului intern în vederea îmbunătățirii circulației turistice în paralel cu conservarea patrimoniului natural și cultural.

Programul anual de dezvoltare a formelor de turism urmărește dezvoltarea turismului intern și a turismului de incoming pentru creșterea circulației turistice, susținând conservarea patrimoniului natural și cultural, creșterea notorietății destinațiilor turistice din România pe piața internă și internațională, diversificarea și dezvoltarea produselor turistice românești și creșterea calității serviciilor turistice în România pentru perioada 2021-2023.

Susținerea dezvoltării și revitalizării turismului în România reprezintă obiectivul general, sprijinit de o serie de obiective specifice.

Iată măsurile propuse pentru atingerea acestor obiective:

- Valorificarea și conservarea arhitecturii tradiționale;
- Susținerea gastronomiei locale;
- Dezvoltarea și promovarea rețelei naționale de destinații de ecoturism conform Strategiei Naționale de Ecoturism;
- Realizarea unui sistem de atestare a rutelor culturale dezvoltate la nivel național pentru promovarea eficace și eficientă a acestora;
- Realizarea unui sistem voluntar de specializare tematică a pensiunilor turistice, complementar sistemului de clasificare;
- Organizarea unor seminarii de instruire a autorităților publice locale (U.A.T) din stațiunile turistice de interes național/local;
- Conectarea României la infrastructura turistică europeană pentru turismul activ;
- Îmbunătățirea infrastructurii aferente destinațiilor de ecoturism și ariilor protejate;
- Valorificarea Deltei Dunării;

- Dezvoltarea și promovarea unei rețele de drumuri verzi ce pot fi parcurse nemotorizat; - Valorificarea potențialului speologic și al salinelor;
- Dezvoltarea turismului sportiv;
- Dezvoltarea rutelor culturale, europene/naționale;
- Crearea și dezvoltarea de rute turistice rurale, care să evidențieze unicitatea și particularitățile specifice zonelor etnofolclorice;
- Promovarea rutelor gastronomice (ruta vinului, drumul brânzei);
- Dezvoltarea turismului gastronomic și oenologic;
- Valorificarea patrimoniului cultural;
- Organizarea unui calendar de evenimente culturale care să acopere întreg anul la nivel național și internațional;
- Susținerea inițiativelor de dezvoltare a circuitelor verzi;
- Dezvoltarea multiculturalismului prin turism;
- Promovarea conceptului de contemporaneitate prin prezentarea patrimoniului cultural într-un mod original;
- Favorizarea procesului de modernizare a capacităților de cazare și a centrelor de tratament;
- Îmbunătățirea formării profesionale a personalului din stațiuni;
- Sprijinirea inovației în domeniul tratamentelor și produselor wellness;
- Revigorarea sectorului de tratamente și terapia anti-ageing;
- Dezvoltarea turismului medical/stomatologic/estetic;
- Sprijinirea dezvoltării componentei de divertisment a stațiunilor;
- Atragerea în stațiunile din România a reprezentanților caselor de sănătate din Europa;
- Diversificarea ofertei de litoral, susținând și promovând pachete integrate de vacanță; - Înlăturarea efectelor sezonality prin susținerea măsurilor care să reducă migrația forței de muncă în extrasezon;
- Intensificarea acțiunilor de conștientizare a beneficiilor Programului Steagul Albastru–Blue Flag în rândul operatorilor de plajă;
- Îmbunătățirea accesibilității la/și a infrastructurii destinate turismului pentru siturile arheologice, monumente istorice și patrimoniul natural, cu potențial ridicat din regiune;
- Îmbunătățirea calității serviciilor hoteliere de pe litoral;
- Crearea instrumentelor moderne pentru promovarea atributelor unice de poziționare a României pe segmentul turismului de afaceri;
- Încurajarea furnizorilor de servicii MICE de a se alătura asociațiilor internaționale de profil, pentru creșterea vizibilității pe acest segment, îmbunătățirea networking-ului și schimbul de bune practici;
- Dezvoltarea și valorificarea centrelor istorice ale marilor orașe,
- Promovarea conceptului de "Orașe inteligente", astfel încât acestea să devină atractive din punct de vedere turistic;
- Susținerea creării de circuite turistice, care să includă obiectivele turistice din împrejurimile marilor orașe, precum și coordonarea infrastructurii de transport, astfel încât aceste obiective să poată fi conectate;
- Promovarea turismului pentru tineret, prin dezvoltarea și promovarea pachetelor turistice city break, în marja unor evenimente culturale și artistice de referință;
- Atribuirea de brand-uri și slogane de promovare care să definească și să diferențieze varietatea de city break;
- Atragerea lanțurilor hoteliere naționale și internaționale;

- Digitalizarea orașelor;
- Dezvoltarea turismului în zone în care densitatea obiectivelor cu atractivitate turistică este mai redusă;
- Dezvoltarea și aplicarea conceptului de "zonare" pentru recreere și turism;
- Contribuția la bunăstarea locală prin conservarea și promovarea autenticității culturale;
- Popularizarea schimburilor de bune practici între diferite zone etnofolclorice din țară și din străinătate;
- Încurajarea legislativă a cultivării de produse agricole în mod tradițional, precum și prepararea și servirea meselor pentru turiști, din produse din propria gospodărie;
- Implicarea statului prin susținere financiară pentru păstrarea arhitecturii tradiționale a satului românesc;
- Atestarea unor localități ca „Sate Turistice”, pentru a beneficia de punctaje suplimentare la accesarea de fonduri pentru dezvoltare;
- Evidențierea și promovarea obiectivelor culturale: monumente UNESCO, castele, biserici, cetăți fortificate, cule, muzee, capodopere arhitectonice, situri arheologice, opere de artă, artiști și case memoriale etc., în vederea creșterii notorietății acestora; - Susținerea legislativă și financiară, din partea statului pentru conservarea patrimoniului cultural material și imaterial;
- Crearea și dezvoltarea traseelor de cicloturism și a celor de drumeție, în vederea racordării României la traseele europene de acest gen;
- Reglementarea activităților de turism activ (rafting, cățărare, parapantă, tiroliană, etc.);
- Crearea și dezvoltarea unor alternative la activitățile sportive sezoniere, în scopul reducerii sezonality în stațiunile turistice;
- Promovarea meșterilor populari și a meșteșugurilor tradiționale;
- Promovarea patrimoniului natural.
- Creșterea gradului de cunoaștere a României ca destinație autentică pentru vacanțe în natură;
- Promovarea destinațiilor de excelență, din rețeaua EDEN;
- Evidențierea proprietăților resurselor balneoclimaterice ale României (1/3 din apele minerale ale Europei, densitatea mofetelor) pentru dezvoltarea și promovarea turismului medical/balnear;
- Promovarea tururilor pietonale din centrele istorice ale marilor orașe;
- Realizarea unei strategii de Marketing & Promovare cu valabilitate de minim 4 ani;
- Creșterea notorietății destinațiilor turistice românești ori a conștientizării importanței turismului românesc, prin email marketing, dispozitive mobile, precum și prin alte activități de promovare și publicitate prin internet și alte mijloace electronice;
- Modernizarea portalului www.romania.travel și revitalizarea aplicației mobile asociate site-ului.

Sursa: https://mfinante.gov.ro/static/10/Mfp/buget2021/proiect2021/Anexa3/Ministerul_Economiei_Antreprenoriatului_Turismului.pdf

Cele cinci provocări cu care se confruntă turismul rural la nivel mondial

Mulți turiști au schimbat destinațiile, preferând spațiile deschise în locul celor supraaglomerate pentru a evita contaminarea cu COVID-19. O tendință care i-a determinat și pe noii călători să abordeze această alternativă de vacanță: turismul rural. Cu toate acestea, potrivit experților, acesta trebuie să facă față unei serii de provocări pentru a deveni o opțiune solidă.

Potrivit vorbitorilor de la cea de-a șaptea ediție a **Congresului European de Turism Rural (COETUR)** desfășurat în luna iunie 2021, în Țara Bascilor, Spania, turismul rural are de înfruntat o serie de provocări la care trebuie să răspundă pentru a face față cerințelor clienților.

Cele mai importante **cinci provocări** au fost identificate ca fiind:

- **Sustenabilitatea și responsabilitatea socială și economică.** Conservarea patrimoniului și a mediului natural este o prioritate pentru călătorul care alege turismul rural, iar sectorul trebuie să asigure respectarea sa.
- **Depășirea sezonității generează experiențe premium.** Profesioniștii se confruntă cu provocarea de a depăși sezonitatea și de a adăuga valoare afacerii lor, generând experiențe memorabile pentru a atrage publicul pe tot parcursul anului, interesul fiind manifestat pentru experiențe, în detrimentul destinației. Ce face un vizitator în vacanță devine mai important decât locul unde merge.
- **Canalele de vânzare și digitalizarea.** Alegerea corectă a unei platforme digitale specializate care oferă mai multă valoare este o mare provocare, precum și trecerea la digitalizare.
- **Internaționalizarea.** Este necesară găsirea de noi căi și crearea de alianțe cu alți actori pentru a atrage clientul internațional. Acesta continuă să îndrăgească foarte mult turismul rural, manifestând dorința de revenire, dar pandemia a încetinit capitalizarea acestui comportament.
- **Specializarea și căutarea unei nișe de piață.** În scopul creșterii competitivității, specializarea este o bună strategie de diferențiere. Destinațiile rurale trebuie să caute nișe de piață și să creeze experiențe unice, personale și memorabile.

Restricțiile de a călători în străinătate din vara trecută și tendința de a căuta destinații izolate au favorizat transformarea pensiunilor rurale într-o alternativă de vacanță remarcabilă. În acest context, participanții la congres, au fost de acord să evidențieze schimbarea care a avut loc în obiceiurile de călătorie, ca urmare a pandemiei. Astfel, a apărut un nou profil de vizitator, care caută natura, spațiile deschise, locurile care nu sunt aglomerate sau chiar aproape de casă (staycation).

Întâlnirea a evidențiat, de asemenea, existența unor nișe și profiluri de călători cu o greutate tot mai mare, dintre care se remarcă: turiștii "petfriendly" (iubitori de animale), femeile care călătoresc singure, milenialii sau ecoturii, toți putând fi fidelizați cu o propuneri de experiențe personalizate.

Sursă: evisionturism.ro; hosteltur.com; 14 septembrie 2021

Europa, singura regiune din lume în care construcția hotelurilor este în creștere

Europa a rămas, la sfârșitul celui de-al doilea trimestru al anului 2021, singura regiune în care construcția de hoteluri a continuat să crească față de 2020, după cum a constatat STR. "De fapt, în prezent sunt construite 237.304 camere, reprezentând o creștere de aproape 8% față de anul precedent. Cu toate acestea, cea mai mare creștere se observă în ultimele etape de planificare, care au înregistrat o creștere de 13%, până la 177.165; în timp ce cei care încep acest proces au scăzut cu 6,4%, rămânând la 147.712 camere. Germania, cu 49.027 camere de hotel în construcție, și Regatul Unit, cu 36.444, conduc în prezent construcția de unități în Europa."

Procentele sunt în creștere și în Asia-Pacific, conform datelor gestionate de STR, cu excepția numărului de camere în construcție, 476.302, cu o scădere de aproape 3% față de al doilea trimestru al anului 2020. Pe de altă parte, cele 271.268 care sunt în planificare, reprezintă o creștere de 13,6%, iar în faza finală cresc cu 8,8% la 181.453 camere.

Mai mult de jumătate din camerele în construcție din Asia-Pacific sunt concentrate în China, în special 269.619, la mare distanță de a doua țară din clasament, Vietnam, cu 31.732.

În America, soldul este pozitiv doar în cazul camerelor în planificare, aproximativ 298.000, ceea ce duce la o creștere de aproape 26% față de un mai devreme. Dar cei care se află în ultima fază, 243.809 înregistrează o scădere de aproape 20%, în timp ce cele 243.395 în construcție reprezintă o scădere de 11,2%.

Statele Unite are cele mai multe camere în construcție din regiune, înaintea Mexicului și Canadei, care au 13.721 și respectiv 9.325.

Indicatorii sunt negativi în Orientul Mijlociu și Africa, cu scăderi de 13,8% în numărul de camere în planificare, aproape de 58.000; 9% în cele care se află în faza finală (45.313); și 3,6% în cele care se află în construcție (135.740). Arabia Saudită, cu 39.362 de camere în curs de desfășurare, și Emiratele Arabe Unite, cu 37.954, conduc construcțiile hoteliere în Orientul Mijlociu.

Sursa: evisiionturism.ro; hosteltur.com; 13 septembrie 2021

Nouă startup-uri de turism, printre finalistele South Summit 2021

South Summit a publicat lista celor 100 de startup-uri selectate pentru finala **Startup Competition**. Toate vor avea ocazia să se prezinte în direct în fața corporațiilor, investitorilor sau liderilor ecosistemului antreprenorial adunați la South Summit 2021, eveniment ce va avea loc la Madrid, în perioada 5-7 octombrie, sub sloganul "Shape the Future". Printre cele 100 de selectate nouă startup-uri vin din turism, pe lângă alte sectoare, precum finanțe, educație, sănătate, software, dezvoltare, e-commerce, impact social, agrotech, big data, soluții de tehnologie ecologică și curată, logistică și consum.

Lista start-urilor din turism ce au ajuns în finala competiției South Summit 2021:

- – **AeroCloud Systems** (Regatul Unit): platformă inteligentă de gestionare a aeroporturilor, care facilitează activitatea echipelor de operațiuni prin creșterea gradului de conștientizarea a situației.
- – **Civitfun Hospitality** (Spania): este un SaaS (Software as a Service) care digitalizează check-in-ul și check-out-ul la un hotel sau apartament de vacanță.
- – **Ferryhopper** (Grecia): platformă online de rezervare a feribotului care oferă o soluție inteligentă, permițând tuturor tipurilor de călători să compare și să-și rezerve călătoriile cu feribotul cu ușurință și în siguranță.
- – **Kampaoh** (Spania): reunește confortul unui hotel și aventura unui camping. Este primul lanț hotelier „fără cărămizi”. Soluția propusă este prietenoasă cu mediul și angajată în sustenabilitate.
- – **Lyko Tech** (Franța): platformă MaaS (Mobility as a Service), care cumulează toate ofertele de mobilitate pe o singură platformă, permițând utilizatorului să planifice și să plătească o călătorie.
- – **Pruvo** (Israel): o soluție bazată pe inteligență artificială care urmărește automat rezervările de hotel pe care utilizatorul le-a făcut la orice furnizor, le controlează prețul și ajută la creșterea profitabilității.
- – **Triptorate** (Spania): Platformă inteligentă ce rezolvă toate nevoile călătoriilor de afaceri. Cu ajutorul inteligenței artificiale, aceasta permite o gestionare mai eficientă.
- – **UpStay** (Israel) – Deblochează veniturile hoteliere neexploatate și îmbunătățește experiența clienților oferind o soluție de vânzare bazată pe date.
- – **Wheel the World** (Statele Unite): este versiunea Booking.com pentru facilitarea călătoriilor internaționale pentru persoanele cu dizabilități și persoanele în vârstă.

Peste 3.800 de companii din 25 de țări s-au prezentat la Startup Competition 2021. Lista de startup-uri finaliste a fost decisă de un comitet format din investitori renumiți și experți în inovare, pe baza unor criterii precum nivelul de inovație, scalabilitate, potențialul intern de creștere, capacitatea investițională și caracteristicile echipei de oameni care alcătuiește fiecare companie.

Obiectivul acestei ediții – ”Shape the Future” - îl constituie încurajarea ecosistemului global inovator să facă parte din transformarea către viitor pe baza celor trei piloni fondatori ai South Summit – conectare, inovare și afacere – la care se adaugă un al patrulea, esențial pentru a modela viitorul, durabilitatea.

Ediția din 2021 a South Summit nu se va limita la Madrid. Angajamentul pentru schimbare și oportunități va ajunge la Valencia în noiembrie 2021 și, deja în ianuarie 2022, ecosistemul inovator va ajunge în Bilbao.

Sursă: hosteltur.com; eurovision.com; 15 septembrie 2021

Orașele din Europa cu cea mai rapidă revenire

În lunile iulie și august 2021, **Palma de Mallorca** ocupa primul loc în topul orașelor europene care au recuperat cei mai mulți turiști străini comparativ cu 2019, potrivit unui raport

Întocmit de Forwardkeys, pe baza vânzărilor de bilete de avion. Orașul a reușit să ajungă la 71,5% din călătorii străini primiți acum doi ani, coincidând cu faptul că este și o destinație de plajă, ceea ce o favorizează în comparație cu alte destinații urbane care s-au prăbușit, în special Londra.

Al doilea oraș cel mai bine situat după **Palma de Mallorca** a fost **Atena**, a cărei poziție este influențată și de servirea de poartă către insulele grecești populare, și avantaj prin care a reușit să atingă 70,2% din numărul sosirilor străine înregistrate în 2019. Aceasta a fost urmată de: **Istanbul**, cu 56,5%; **Lisabona**, cu 43,5%; **Madrid**, 42,4%; **Paris**, 31,2%; **Barcelona**, 31,1%; **Amsterdam**, 30,7% și **Roma**, 24,2%.

Sursa: evisionturism.ro; hosteltur.com; 10 septembrie 2021

Ce spun statisticile? Conform INS (insse.ro; septembrie 2021)

Numărul total de turiști nerezidenți cazați în structurile de cazare turistică colectivă, în trimestrul II 2021 a fost de 131,6 mii persoane, cheltuielile acestora însumând 332,2 milioane de lei, în timp ce în semestrul I 2021, 195,8 mii persoane, au avut cheltuieli de 503,7 milioane de lei.

Călătoriile pentru afaceri (inclusiv participarea la congrese, conferințe, cursuri, târguri și expoziții) au reprezentat principalul motiv al sejurului petrecut de către 55,2% dintre turiștii nerezidenți sosiți în România, în trimestrul II 2021, cheltuielile acestora reprezentând 59,8% din totalul cheltuielilor.

44,8% dintre turiștii nerezidenți sosiți în România, în trimestrul II 2021, au călătorit în scop particular, în principal pentru vacanțe (51,0%), pentru evenimente culturale și sportive (26,6%) și pentru vizitarea prietenilor și rudelor (11,5%). Călătoriile în scop particular includ călătoriile pentru vacanțe, cumpărături, evenimente culturale și sportive, vizitarea prietenilor și rudelor, tratament medical, pelerinaj religios, tranzit și alte activități.

Călătoriile pentru afaceri (inclusiv participarea la congrese, conferințe, cursuri, târguri și expoziții) au reprezentat principalul motiv al sejurului petrecut de către 59,6% dintre turiștii nerezidenți sosiți în România în semestrul I 2021, cheltuielile acestora reprezentând 62,0% din totalul cheltuielilor.

40,4% dintre turiștii sosiți în România, în semestrul I 2021, au călătorit în scop particular, în principal pentru vacanțe (55,0%), pentru evenimente culturale și sportive (22,6%) și pentru vizitarea prietenilor și rudelor (10,7%).

Din totalul cheltuielilor pentru afaceri, în semestrul I 2021, ponderea cea mai mare o reprezintă cheltuielile pentru cazare (50,8%), din cadrul acestui tip de cheltuieli fiind preferată în special cazarea cu mic dejun inclus (89,0% din totalul cheltuielilor pentru cazare). Cheltuielile turiștilor nerezidenți în restaurante și baruri au fost de 18,2%, iar cele pentru cumpărături au reprezentat 14,4% din totalul cheltuielilor pentru afaceri.

În semestrul I 2021, turiștii nerezidenți sosiți în România au cheltuit în medie 2573,3 lei/persoană.

Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică în perioada 1.01.-31.07.2021 au însumat 4707,9 mii persoane, în creștere cu 53,6% față de perioada 1.01.-31.07.2020. Din numărul total de sosiri, în perioada 1.01.-31.07.2021, sosirile turiștilor români în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat 93,1%, în timp ce turiștii străini au înregistrat un procent de doar 6,9%. În ceea ce privește sosirile turiștilor străini în structurile de primire turistică, cea mai mare pondere au deținut-o cei sosiți din Europa (78,3% din total turiști străini), iar dintre aceștia, un procent de 75,9% provin din țările Uniunii Europene.

Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică în perioada 1.01.-31.07.2021 au însumat 10242,1 mii, în creștere cu 52,5% față de cele din perioada 1.01.-31.07.2020. Din numărul total de înnoptări, în perioada 1.01.-31.07.2021, înnoptările turiștilor români în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat 92,9%, în timp ce înnoptările turiștilor străini au înregistrat un procent de 7,1%. În ceea ce privește înnoptările turiștilor străini în structurile de primire turistică, cea mai mare pondere au deținut-o cei sosiți din Europa (77,2% din total turiști străini), iar dintre aceștia 75,9% au provenit din țările Uniunii Europene.

Durata medie a șederii în perioada 1.01.-31.07.2021, a fost de 2,2 zile atât la turiștii români cât și la turiștii străini.

Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare turistică în perioada 1.01.-31.07.2021 a fost de 23,6% pe total structuri de cazare turistică, în creștere cu 1,6 puncte procentuale față de perioada 1.01.-31.07.2020. Indici de utilizare netă a locurilor de cazare turistică mai mari, în perioada 1.01.-31.07.2021, s-au înregistrat la hoteluri (28,4%), vile turistice (22,3%), spații de cazare pe nave (22,1%), bungalouri (21,1%), popasuri turistice (18,0%), căsuțe turistice (17,7%), campinguri (16,8%), pensiuni turistice (16,6%) și pensiuni agroturistice (16,0%)

Luna iulie a acestui an a fost una bună pentru turismul românesc așa cum reiese din tabelul nr 1. Aceasta a înregistrat un nivel cu mult ridicat față de anul 2020, chiar și față de anul 2019, considerat cel mai bun an pentru turism, raportându-ne atât la sosirile turiștilor români cât și la sosirile turiștilor străini a căror creștere este una remarcabilă. Numărul străinilor a crescut în luna iulie a acestui an de 4 ori comparativ cu luna iulie a anului 2020.

Tabelul nr 1: Sosiri ale turiștilor în structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică, pe tipuri de structuri, tipuri de turiști, pe macroregiuni, regiuni de dezvoltare și județe, pe luni:

Tipuri de turiști	Luni	
	Luna iulie 2020	Luna iulie 2021
	UM: Număr persoane	
	Număr persoane	Număr persoane
Total	917778	1434370
Români	887688	1306422
Străini	30090	127948

Când studiem preferințele turiștilor atât români cât și străini, în luna iulie 2021, se evidențiază câteva diferențe. Turiștii români au preferat macroregiunea doi, în timp ce turiștii străini au ales macroregiunea trei.

Tabelul nr 2:

Macroregiuni, regiuni și județe	Români	Străini
TOTAL	1306422	127948
MACROREGIUNEA DOI	573850	20838
Regiunea SUD-EST	446596	14758
MACROREGIUNEA UNU	399629	42159
Constanța	394679	11939
Regiunea CENTRU	250701	28481
MACROREGIUNEA PATRU	166884	13422
MACROREGIUNEA TREI	166059	51529
Regiunea NORD-VEST	148928	13678
Regiunea NORD-EST	127254	6080
Brașov	104149	7695
Regiunea SUD-MUNTENIA	93599	6000
Regiunea SUD-VEST OLTENIA	86420	2828

Regiunea VEST	80464	10594
Regiunea BUCUREȘTI - ILFOV	72460	45529
Municipiul București	64239	42626
Bihor	53020	3746
Suceava	50000	1878
Sibiu	49978	10967
Vâlcea	49291	878
Cluj	46955	6847
Prahova	46070	2717
Mureș	40723	4547
Neamț	29080	428
Maramureș	26860	1510
Tulcea	26553	1115
Argeș	26492	2458
Caraș-Severin	26385	715
Iași	23673	2683
Alba	21512	1792
Harghita	19763	2643
Timiș	18448	5441
Hunedoara	18073	507
Arad	17558	3931
Bacău	17354	790
Covasna	14576	837
Gorj	14203	508
Mehedinți	13666	536
Dambovița	11940	295
Satu Mare	9914	703
Bistrița-Năsăud	9075	515
Ilfov	8221	2903
Galați	7657	910
Dolj	7087	644
Brăila	6791	349

Buzău	6602	235
Ialomița	5510	274
Vrancea	4314	210
Vaslui	3863	199
Botoșani	3284	102
Sălaj	3104	357
Olt	2173	262
Giurgiu	2059	76
Călărași	1273	167
Teleorman	255	13

Tabelul nr 7. Înoptările în structuri de primire turistică pe tipuri de structuri, tipuri de turiști, macroregiuni, regiuni de dezvoltare și județe, pentru luna iulie 2021:

Tipuri de structuri de primire turistică	Tipuri de turiști	2021
		Luna iulie
		UM: Număr
		Număr
Total	Total	3685506
-	Români	3409456
-	Străini	276050
Hoteluri	Total	2666560
-	Români	2455277
-	Străini	211283
Hosteluri	Total	76596
-	Români	72907
-	Străini	3689
Hoteluri apartament	Total	51069
-	Români	21939
-	Străini	29130
Moteluri	Total	41740
-	Români	39669
-	Străini	2071

Hanuri	Total	128
-	Români	128
Vile turistice	Total	174487
-	Români	170407
-	Străini	4080
Cabane turistice	Total	32072
-	Români	30320
-	Străini	1752
Bungalouri	Total	28836
-	Români	28335
-	Străini	501
Sate de vacanță	Total	3167
-	Români	2117
-	Străini	1050
Campinguri	Total	46895
-	Români	44076
-	Străini	2819
Popasuri turistice	Total	9547
-	Români	9512
-	Străini	35
Căsuțe turistice	Total	15438
-	Români	15037
-	Străini	401
Tabere de elevi și preșcolari	Total	9231
-	Români	9231
Pensiuni turistice	Total	222262
-	Romani	210957
-	Străini	11305
Pensiuni agroturistice	Total	305974
-	Români	298043
-	Străini	7931

Spații de cazare de pe navele fluviale și maritime	Total	1504
-	Români	1501
-	Străini	3

În studiul înnoptărilor în structuri de primire turistică pe tipuri de structuri, tipuri de turiști, macroregiuni, regiuni de dezvoltare și județe reiese faptul că hotelurile rămân favorite în luna iulie 2021 ca și structură de primire atât pentru turiștii români cât și pentru cei străini.

Pe țări, cele mai multe sosiri ale turiștilor străini cazați în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au provenit din Germania (40,5 mii), Italia (27,3 mii), Franța (20,2 mii), S.U.A. (18,1 mii), Israel (17,5 mii), Ungaria (17,3 mii), Polonia (16,8 mii), Republica Moldova (13,2 mii) și Ucraina (11,2 mii).

Sosirile vizitatorilor străini în România, înregistrate la punctele de frontieră, au fost în perioada **1.01.-31.07.2021** de 3321,1 mii sosiri, în creștere cu 3,2% față de perioada 1.01.-31.07.2020. Mijloacele de transport rutier și aerian au fost cele mai utilizate pentru sosirile vizitatorilor străini în România, reprezentând 82,6% cel rutier și respectiv 13,2% cel aerian, din numărul total al sosirilor.

Plecările vizitatorilor români în străinătate, înregistrate la punctele de frontieră, au fost în perioada **1.01.-31.07.2021** de 5852,0 mii plecări, în scădere cu 2,4% comparativ cu perioada 1.01.-31.07.2020. Comparativ cu luna iulie 2020, în luna iulie 2021 **sosirile vizitatorilor străini la punctele de frontieră** au crescut cu 93,1%, iar **plecările în străinătate ale vizitatorilor români** cu 63,4%.

Numai în luna **iulie 2021**, comparativ cu luna corespunzătoare din anul precedent, **sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare** au crescut cu 56,3%, iar **înnoptările** cu 51,3%.

Din numărul **total de înnoptări**, în luna **iulie 2021**, înnoptările turiștilor români în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat 92,5%, în timp ce înnoptările turiștilor străini au înregistrat un procent de 7,5%.

În ceea ce privește înnoptările turiștilor străini în structurile de primire turistică, cea mai mare pondere au deținut-o cei sosiți din Europa (70,5% din total turiști străini), iar dintre aceștia 79,8% provin din țările Uniunii Europene. **Durata medie a șederii** în luna **iulie 2021** a fost de 2,6 zile la turiștii români și de 2,2 zile la turiștii străini.

CONCLUZII

Turiștii, fie români sau străini, au circulat semnificativ în vârful de sezon al verii 2021.

Vacanțele cu durata de o săptămână au fost cele mai întâlnite, dar și șederile de weekend sunt solicitate.

Într-o pondere masivă, românii au vizitat destinațiile din România, iar în cazul străinilor – cei din țările Uniunii Europene și-au făcut vacanțele aici, cel mai des, comparativ cu cei veniți din alte continente ale lumii (între care, americanii s-au dovedit cei mai interesați de România).

Față de anul trecut, intrările turiștilor în țară aproape s-au dublat în luna iulie a anului curent. Dorința de călătorie a oamenilor, perfect justificată, trebuie privită ca o oportunitate de către furnizorii de servicii turistice prin schimbarea stilului de abordare și practicarea a turismului: solicitudine față de dorințele clientului, flexibilitatea prețurilor, performanță și originalitate în construirea ofertei.

Hotelurile și vilele au fost modalitățile de cazare cele mai solicitate, deci dorința de confort rămâne la cote ridicate pentru călători. Nici pensiunile nu au fost neglijate, turiștii caută din ce în ce mai mult natura și atracțiile specifice comunităților.

Majoritatea nerezidenților sosiți în România până la începutul verii 2021 și-au organizat singuri sejurul, dar mulți au apelat și la agențiile tur-operatorie. Acest lucru arată o dată în plus profesionalismul de care este nevoie în relația furnizor de servicii turistice – potențial client .

Călătoriile cu avionul au crescut spectaculos și semnificativ față de anul trecut al pandemiei . La mare căutare au fost și închirierile de mașini în țara de destinație turistică.

Turiștii nerezidenți sosiți în România au vizat propriile vacanțe aproape în egală măsură cu interesul pentru activități de afaceri. Acest trend a marcat prima jumătate a anului și partea de vară.

Turismul rural și-a crescut valoarea odată cu pandemia, iar vara lui 2021 a demonstrat definirea unui nou tip de călător – iubitor de natură, tradiții, inedit. Provocările pentru destinațiile din rural și comunitățile care populează aceste zone sunt multe și oferă șansa practicării turismului responsabil.

Sunt companii furnizoare de servicii turistice în lume cu viziune , care generează practici interesante, care devin modele pentru industria de profil. Domeniul turistic nu stă pe loc în ciuda pandemiei de Covid-19, ceea ce conferă optimism global.

Guvernul României și-a propus pentru acest an și următorii doi ani o diversitate de măsuri de dinamizare a turismului. Rămâne de văzut cât și la ce nivel de competență, oficialii vor ști să gestioneze aceste politici și să coaguleze forțele care activează în turism. Birocratizarea excesivă și reglementările anacronice influențează în continuare competitivitatea destinațiilor și întreprinderile turistice din România.