



Observator Turistic

Raport Lunar

Aprilie 2022

Luna aprilie a fost o perioadă de reflecții asupra turismului, de lansări de proiecte și programe, de analize și pregătiri pentru sezonul estival. Urmare a orientărilor și tendințelor globale din turism, se preferă din ce în ce mai mult conceptele/definițiile/abordările care includ turistul/vizitatorul/oaspetele și destinația/gazda. Astfel, s-au dezvoltat intervențiile publice și au fost promovate mai multe concepte incluzive: turism responsabil, turism creativ, turism de sănătate, turism regenerativ, bleisure travel market, etc. Se are, așadar, în vedere complexitatea consumului turistic, înlocuindu-se dezbaterile sterile orientate spre fragmentare și birocratizare, sau, și mai rău, cele care promovează formele fără fond.

### **Guvernul se implică în pregătirea sezonului estival printr-o nouă O.U.G.**

În ședința din 28 aprilie, a.c., Guvernul României a adoptat o Ordonanță de urgență privind eficientizarea activității turistice aferente sezonului turistic estival 2022 pe litoralul românesc. Este un act normativ inițiat de Ministerul Antreprenoriatului și Turismului alături de Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor.

Ordonanța guvernamentală vizează doar sezonul estival 2022 și stipulează faptul că suprafețele de plajă nou-apărute și neînchiriate pot fi atribuite direct operatorilor economici care au deja contracte de închiriere în vecinătatea respectivelor suprafețe.

Mai precis, este vorba de plajele apărute în urma implementării proiectului „Reducerea eroziunii costiere”, suprafețe rămase până acum neatribuite.

În acest sens, Comunicatul Ministerului Antreprenoriatului și Turismului oferă mai multe detalii:<http://turism.gov.ro/web/2022/04/28/a-fost-aprobata-modalitatea-de-atribuire-a-noilor-sectoare-de-plaja-rezultate-in-urma-implementarii-proiectului-de-reducere-a-eroziunii-costiere/>

**Sursa:** [gov.ro](http://gov.ro) (28 aprilie 2022)

-----

## **Conferința internațională “Globalization and Competitiveness in Knowledge-Based Economy”**

În perioada 16–17 aprilie, a avut loc cea de-a VIII-a ediție a conferinței internaționale “Globalization and Competitiveness in Knowledge-Based Economy”, găzduită de Facultatea de Management Turistic și Comercial din cadrul Universității „Dimitrie Cantemir” din București.

Evenimentul a pornit de la ideea globalizării și a impactului pe care inter-conectivitatea și competiția economică le au în modificarea substanțială a modului în care se desfășoară procesul de învățare și cercetare, cu efecte consistente și rapide pentru consumator. Printre vorbitori s-au numărat nume sonore ale industriei, oameni cu o vastă experiență atât în mediul instituțional (privat și consultanță), cât și în cel academic: Momcilo Luburici, președinte și fondator al Universității Creștine Dimitrie Cantemir, Sorin Eugen Zaharia, Directorul Catedrei UNESCO “Engineering for Society” de la Universitatea Politehnică din București, precum și alți lectori și doctori, specialiști în discipline conexe domeniului turismului, atât de la UCDC, cât și de la ASE, Politehnică și alte câteva universități bucureștene.

Nu au lipsit, desigur, reprezentanții industriei ospitalității și unor ONG-uri care activează în domeniu. Lucrările conferinței au pus accent pe bunele practici (*best practices*), iar participanții au căutat să puncteze atuurile activității desfășurate într-o manieră orientată către soluții:

**Sursa:** [ucdc.ro](http://ucdc.ro) (aprilie 2022)

-----

## **Dezbatere online pe tema acțiunilor pentru dezvoltarea balneologiei și a turismului balnear în Regiunea Centru**

La data de 19 aprilie 2022, Agenția pentru Dezvoltare Regională Centru a organizat o dezbatere online pe tema sprijinirii dezvoltării și promovării turismului în stațiunile balneare din Regiunea Centru. Cu această ocazie, s-a propus constituirea unui grup de lucru în domeniul CDI, având ca țintă deblocarea și valorificarea potențialului de inovare al balneologiei din Regiunea Centru (grup tehnic al RIS3).

Inițiativa s-a născut în cadrul [InnovaSPA](#) „Servicii inovatoare de sănătate în regiunile cu stațiuni balneare” și este a patra întâlnire a grupului de lucru care se ocupă de proiect. Vorbim de un grup tehnic mixt al RIS3 (Strategia de specializare inteligentă a Regiunii Centru), reunind actori din sănătate și turism, cu accent pe balneologie și turism balnear.

Acest grup de lucru va avea misiunea complexă de a:

- identifica soluții & propune proiecte de colaborare cu grad ridicat de inovare și, implicit, șanse sporite de a obține finanțări europene;

- dezbate, identifica și elaborează proiecte destinate stațiunilor/zonelor cu potențial balnear;
- propune programe educaționale și de formare ca răspuns la criza de personal calificat;
- oferă consiliere & asistență tehnică entităților publice sau private.

La dezbaterile online au fost prezentate inclusiv oportunitățile de finanțare ([POR Centru 2021/2027, Instrumentul de Investiții Interregionale pentru Inovare \(I3\)](#)) destinate organizațiilor care activează în sectorul turismului balnear. Pentru perioada 2021–2027, a fost prevăzut un buget european modern de coeziune, din care România ar avea o alocare de 30,6 miliarde de euro (cu circa 8% mai mult decât în perioada 2014–2020). Născut din proiectul InnovaSPA, rolul acestui grup de lucru ar fi inclusiv acela de a identifica cele mai bune idei și proiecte cu potențial de accesare a acestor fonduri europene.

Sursa: [adrcentru.ro](#) (19 aprilie 2022)

-----

### **Cosmin Dragomir: Turism digital prin istoria dulciurilor din România**

[DulceRomanie.ro](#) este cel mai amplu și mai ambițios proiect de valorificare a patrimoniului gastronomic material și imaterial românesc – o istorie multimedia și pluridisciplinară a deserturilor din România, din cele mai vechi timpuri și până astăzi. Proiectul a fost lansat în primăvară de către Dr. Oetker în colaborare cu jurnalistul și istoricul Cosmin Dragomir și cu antropologul-cofetar Adriana Sohodoleanu.

Demersul, unic pentru piața din România, își propune să evidențieze calitatea și varietatea rețetelor de dulciuri devenite, în timp, tradiționale pe actualul spațiu românesc, precum și să descopere deserturi uitate, cu potențial de brand culinar regional sau local. În cele peste 60 de articole ample deja publicate pe site, se face o analiză cronologică temeinică, în funcție de epoci, a diferitelor trenduri culinare. Nu lipsesc articolele biografice despre cei mai importanți cofetari de odinioară, descrieri ale cofetăriilor de altă dată, prezentări ale vechilor cărți de bucate.

Istoria dulciurilor din România începe cu folosirea mierii de către daci, dar se concentrează pe secolele din care ne-au rămas manuscrise și alte dovezi palpabile pentru a ieși din sfera speculației și a aduce argumente solide pentru teza principală: avem o bucătărie mult mai surprinzătoare decât tindem să credem. Cele mai vechi deserturi sunt traduceri în premieră din Cartea de bucate a bucătarului Principelui Transilvaniei, un manuscris datat 1550 – 1600, cel mai vechi rețetar de pe actualul teritoriu românesc.

Jurnalistul și istoricul gastronomic Cosmin Dragomir, cel care semnează textele, este unul dintre cei mai cunoscuți „arheologi culinari” de la noi, autor a sute de materiale de profil și editor al mai multor reeditări și traduceri culinare.

Aportul Adrianei Sohodoleanu se vede în cele peste 50 de rețete de deserturi refăcute după rețete vechi de secole, dar modernizate și adaptate cerințelor și nevoilor pieței actuale.

Proiectul beneficiază de ilustrații personalizate, de fotografii de arhivă de la cele mai importante muzee din România, precum și de fotografii și filmări profesionale ale zecilor de deserturi testate.

-----

<https://cronicaridigitali.ro>

Născută în 2018, Cronicari Digitali este o platformă care își propune să facă viral patrimoniul cultural românesc. Inițiativa a strâns deja laolaltă peste 3.200 de creatori de conținut din toată țara, dispuși să promoveze patrimoniul cultural sub hashtag-ul #cronicaridigitali. Este un proiect de storytelling cu autori multipli, deveniți comunicatorii unor subiecte de calitate pe YouTube, Instagram, podcasturi și bloguri.

Platforma oferă și cursuri pentru creatorii de conținut, adevărate școli de storytelling care să înlesnească înțelegerea tainelor povestirii (vizuală, audio sau în scris).

Comunitatea #cronicaridigitali organizează periodic evenimente cu circuit închis, în diferite orașe, pe teme de patrimoniu. În cadrul acestora, sunt descrise și relatate istorii ale unor clădiri și locații importante, iar cele vizitate sunt promovate prin conținut Instagram. Sunt organizate și excursii prin țară, adevărate maratoane de storytelling, la finalul cărora oamenii împărtășesc varii obiective de patrimoniu descoperite. În acest fel, întreaga comunitate #cronicaridigitali devine co-autoare la Marea Poveste a Patrimoniului Cultural.

Extrem de atrăgătoare sunt și edițiile podcast-ului Cronicari Digitali, acolo unde moderatorii Cristian Șimonca (Blogu lu' Otravă), Diana Popescu (jurnalistă) și Cosmin Dragomir (istoric culinar) își întâmpină în fiecare joi invitații, cu câteva madlene proustiene, la rubrica Amintiri Gustoase.

Principalele teme de interes ale Cronicarilor Digitali rămân **cultura** și **patrimoniul**, într-un flux de comunicare dezinhibat în care varii vedete, influenceri și experți discută arheologie sentimentală, dezgroapă istorii personale și alte moșteniri de familie (inclusiv gastronomice).

Podcastul Cronicari Digitali este un produs Zaga Brand, în parteneriat cu Asociația Human Made Art (sponsori: Electrolux și Raiffeisen Bank).

Convingerea declarată a autorilor și partenerilor proiectului Cronicari Digitali este aceea că „prin accesul la educație, cultură și tehnologie, putem deveni cea mai bună versiune a noastră”.

-----

### **Proiecte admise spre finanțare în cadrul ElectricUp**

Ministerul Energiei a publicat la data de 20 aprilie [lista proiectelor admise](#) spre finanțare în cadrul primei sesiuni a programului „ElectricUp”, o inițiativă ce vizează finanțarea IMM-urilor

și a domeniului HORECA privind instalarea sistemelor de panouri fotovoltaice pentru un consum energetic propriu și livrarea surplusului către Sistemul Energetic Național.

Sursa: [Ministerul Energiei](#) (21 aprilie 2022)

-----

### **Parc de agrement la Tismana**

Agenția pentru Dezvoltare Regională Sud-Vest Oltenia a anunțat finanțarea, în cadrul Programului Operațional 2014–2022, a unui parc și grădini publice în zona lacului de acumulare de pe râul Tismana.

Întins pe o suprafață de 1,5 hectare, proiectul Primăriei din Tismana a avut o valoare de 8 milioane de lei și o finanțare nerambursabilă de 7,8 milioane de lei (prin POR 2014–2020). Investițiile fac parte din Axa prioritară 5 privind îmbunătățirea mediului urban și conservarea, protecția și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural.

Sursa: [ADR Sud-Vest Oltenia](#) (20 aprilie 2022)

-----

### **Anunțul lansării programului Start-Up Nation**

Ministrul Antreprenoriatului și Turismului, Daniel Cadariu, a anunțat că la data de 17 mai va avea loc lansarea programului „Start-Up Nation” (ediția a III-a), iar la finalul aceleiași luni, a programului „Microindustrializare”, care presupune acordarea de granturi de 500.000 de lei pentru un număr maxim de 1.000 de beneficiari.

Ministrul a mai precizat că, în luna iunie, urmează lansarea altor programe de interes pentru domeniul turistic: unul pentru comercializare și servicii; unul pentru susținerea & stimularea activității de incoming; unul pentru susținerea mediului de afaceri cu credite cu dobândă subvenționată—„În total, un pachet de aproximativ zece, unsprezece, douăsprezece programe, incluzând, eventual, și HoReCa 2”.

Sursa: [news.ro](#) (13 aprilie 2022)

-----

### **Intervențiile Fundației Amfiteatru: Platforma-rețea „merg.in”**

[Merg.in](#) este o rețea de site-uri dedicată informațiilor despre locuri, oameni și evenimente care definesc viața unei comunități locale. Prin intermediul poveștilor, interviurilor și calendarelor pentru evenimente, această platformă pune laolaltă trecutul și prezentul într-

un continuum identitar. Renunțarea la barierele de timp și spațiu oferă o imagine mult mai complexă a locurilor și situațiilor vizate.

Rețeaua de parteneri are în prezent 18 pagini active, personalizate, în care conținutul este administrat direct de către reprezentanții autorităților locale și reflectă particularități și acțiuni specifice. Partenerii [merg.in](http://merg.in) sunt chiar localități din România care se disting într-un domeniu anume, prin proiectele locale sau regionale derulate sau prin potențialul de dezvoltare pe care îl au.

Conținutul platformei [merg.in](http://merg.in) este structurat în trei categorii de interes: **de povestit** (editoriale, interviuri, portrete, reportaje și cronici), **de vizitat** (monumente, muzee, galerii de artă, natură) și **de făcut** (avancronici, concerte, festivaluri, târguri, cronici, sport & relaxare).

Pentru partenerii noștri, platforma înseamnă o vizibilitate mai bună a acelor localități, cu posibilitatea publicării unor materiale proprii. Ceea ce le oferim este o mai bună organizare a informațiilor, în mod logic și cronologic, în secțiuni dedicate.

Doritorii pot încheia parteneriate cu rețeaua noastră pe baza unei cereri oficiale și a unor discuții asupra unui plan editorial. Condițiile de parteneriat cu [merg.in](http://merg.in) pot fi consultate aici: <http://merg.in/inscrie-te-retea.html>

-----

## **Interviu cu Vajda Lajos, promotor al clusterizării în domeniul balneoturismului**

### **Cu ce scop ați înființat Clusterul Balneoturistic Transylvania?**

Clusterul a fost înființat în 2014 și a fost inițiat de Fundația Amfiteatru și de Asociația Clustero, reprezentată de mine la acea vreme. La această inițiativă s-au alăturat apoi actori precum Organizația Patronală a Turismului Balnear din România, Asociația Națională de Balneologie și alții. Sunt 54 de membri acum, printre care și asociații și patronate reprezentând alte firme din domeniu. Conceptul de bază a fost să avem o asociere liberă între mediul economic, mediul academic și public, pentru reconstituirea culturii balneare în România prin clustere regionale.

### **Ați reușit să dezvoltați această rețea?**

Primul a fost cel înființat în Regiunea Centru, după care am mobilizat actorii în Regiunea Sud, și, în luna august a anului 2014, s-a constituit și Clusterul Regional Balneoturistic Muntenia, la Amara. În luna octombrie, în Salina Turda, am facilitat înființarea Clusterului Regional Transylvania Nord-Vest. Pentru funcționarea unui cluster este nevoie de mult voluntariat, de o echipă devotată și de conlucrarea membrilor, lăsând deoparte orgoliile. Din păcate, nu am reușit să continuăm acest concept la nivel național, deși gestionarea domeniului la nivel regional este cea mai relevantă și eficientă abordare. În ceea ce privește statutul acestor clustere, doar clusterul Transylvania este activ. În acest cluster am reușit să dezvoltăm un

concept complex, să formăm o echipă entuziastă și să găsim o voce comună cu majoritatea membrilor.

Interviul complet [aici](#).

-----

### **Organizația Mondială a Turismului a lansat concursul “Best Tourism Villages”**

Competiția este o recunoaștere a satelor-model, remarcabile ca destinație turistică rurală.

Unele dintre satele care nu întrunesc pe deplin criteriile pentru a fi desemnate Best Tourism Villages vor fi incluse în Programul Upgrade, prin care vor beneficia de sprijin din partea OMT și a partenerilor pentru îmbunătățirea domeniilor de activitate pe care evaluarea le-a găsit mai puțin dezvoltate.

Satele recunoscute drept Best Tourism Villages, precum și cele selectate pentru participare în Programul Upgrade vor deveni membri ai unei rețele care facilitează schimbul de informații, experiențe și bune practici. De asemenea, rețeaua include experți, parteneri publici și privați din domeniul promovării turismului pentru dezvoltare rurală. Destinațiile rurale incluse în rețea pot fi considerate „studii de caz” în documentele de politici ale OMT, în recomandări, la evenimente pentru dezvoltarea rurală și turism.

Condiții de eligibilitate:

Populație: densitate scăzută a populației și maxim 15.000 de locuitori (conform ultimului recensământ)

Teritoriu: localizare într-un peisaj cu o prezență importantă a activităților tradiționale, cum ar fi agricultura, silvicultura, creșterea animalelor sau pescuitul.

Societate: împărtășirea stilului de viață și valorilor comunității.

Documentele necesare înscrierii în concurs pot fi consultate și descărcate de pe website-ul competiției: <https://www.unwto.org/tourism-villages/en/the-initiative/>

**Sursa:** [unwto.org](https://www.unwto.org) (aprilie 2022)

-----

### **UNWTO și Google intră în parteneriat global pentru redresarea turismului**

Organizația Mondială a Turismului (UNWTO) și Google au semnat un nou acord pentru a lucra împreună și a stimula redresarea turismului în întreaga lume prin inovare, educație și analiză de piață. Noul memorandum de înțelegere se bazează pe experiența anterioară de cooperare dintre agenția specializată a Națiunilor Unite pentru turism și Google. Pe măsură ce destinațiile din părți ale lumii încearcă să repornească turismul, acest nou parteneriat se

va concentra pe valorificarea puterii inovației, educației, datelor și analizei pieței pentru a le pune în slujba unei redresări durabile și incluzive. Cele două organizații vor organiza în special cursuri pentru organizațiile de management al destinațiilor (DMO) în urma unui nou plan de studiu, dezvoltat de Google, pentru consolidarea capacităților.

Sursa: [unwto.org](http://unwto.org) (aprilie 2022)

-----

### **Expedia Group a publicat Raportul “Traveler Value Index: 2022”**

Documentul se bazează pe un nou studiu realizat în colaborare cu Wakefield Research Institute în rândul a 5.500 de călători din 8 țări diferite, ale cărui rezultate au fost asociate cu date exclusive de la „Expedia Brands”.

Descoperirile indică faptul că în urma celor 2 ani pandemici, oamenii „apreciază călătoriile și timpul liber mai mult ca niciodată”. În același timp, au început să se „adapteze” la realitatea crizei de sănătate: acordă o mare importanță călătoriilor flexibile și interesului pentru „călătoriile conștiente”, adoptând măsuri precum „acordarea mai multor sfaturi lucrătorilor din sector și alegerea destinațiilor mai puțin frecventate pentru a atenua efectele turismului de masă”.

Raportul subliniază, de asemenea, rezistența industriei și dezvăluie modul în care agențiile de turism se pot adapta „pentru a obține un avantaj competitiv în acest mediu în continuă schimbare”.

Sursa: [expediagroup.com](http://expediagroup.com) (aprilie 2022)

-----

### **Raport ETC (European Travel Commission): Appetit puternic pentru călătorii în Europa**

- În ciuda pandemiei și a conflictului din Ucraina, sentimentul de călătorie european atinge un vârf – 77% au planuri de călătorie între aprilie și septembrie 2022.
- Peste jumătate (56%) dintre europenii care planifică o călătorie intenționează să viziteze o altă țară europeană.
- 38% dintre europenii pregătiți pentru călătorie plănuiesc să facă o călătorie peste noapte între iunie-iulie, iar alți 32% vizează perioada august-septembrie.

În ciuda incertitudinii cauzate de invazia rusă a Ucrainei și a amenințării continue a COVID-19, dorința de călătorie intra-europeană în întreaga Europă este, fără îndoială, puternică. Trei din patru europeni intenționează să facă o călătorie în următoarele șase luni, destinațiile mediteraneene având cea mai mare atracție. Acest lucru este potrivit celei mai recente cercetări privind „Monitorizarea sentimentului pentru călătoriile interne și intra-



europene – Valul 11” de către Comisia Europeană de Călătorii (ETC), care oferă informații despre intențiile și preferințele de călătorie pe termen scurt ale europenilor în timpul pandemiei de COVID-19.

Sursa: [etc-corporate](#) (12 aprilie 2022)

-----

### **Industria turismului global va genera 600 de miliarde de euro doar în 2022**

Sectorul turismului mondial va atinge în 2022 o cifră de afaceri de 637 de miliarde de dolari (590 de miliarde de euro), ceea ce indică o proiecție de creștere anuală de 48%, conform Raportului “Mobility Market Outlook”, elaborat de Statista și prezentat la ITB. Abia în 2023, cifrele pentru activitatea turistică vor depăși nivelurile pre-pandemie, cu o creștere de aproximativ 5%.

Mai exact, cifra preconizată este de aproape 756 de miliarde dolari (700 de miliarde de euro). Pe sub-sectoare, cea mai mare creștere o va avea industria de croazieră, cu o creștere de 180%, urmată de sectorul hotelier, cu 57%.

Afacerea hotelieră este prezentată ca cel mai mare segment pentru prezent și viitor, menținând o creștere continuă, depășind atât cazarea privată, cât și pachetele turistice. Raportul prevede însă o redresare solidă a locuințelor private și a apartamentelor turistice, care vor depăși 81 de miliarde de dolari (75 de miliarde de euro) din venituri în acest an (cu doar 2% sub 2019).

În patru ani (2026), proiecția raportului Statista sugerează că sectorul turismului își va crește cifra de afaceri la aproape 950 de miliarde de dolari (aproximativ 880 de miliarde de euro), sectorul hotelier captând cel mai mare procent din beneficiile economice.

Sursa: [evisionturism.ro](#) (21 aprilie 2022)

-----

### **Noua realitate a muncii va schimba prioritățile călătorilor**

Pe măsură ce companiile se pregătesc pentru revenirea la birou și pentru noi politici de lucru de la domiciliu, angajații doresc să se poată bucura mai bine de vacanță și, în unele cazuri, să combine munca și timpul liber. Mai mult de jumătate (56%) dintre persoanele care lucrează adesea de la distanță vor prelungi o călătorie de afaceri pentru a petrece câteva zile în vacanță sau invers.

Raportul de tendințe 2022 al Vrbo a mai arătat că, în comparație cu perioada pre-Covid-19, 69% dintre familiile franceze apreciază mai mult vacanțele, iar 71% valorează posibilitatea de a separa viața de familie de cea mai personală.

Sursa: [vrbo.com](https://www.vrbo.com) (aprilie 2022)

-----

### **Un nou studiu Mintel identifică 3 tipuri de călători etici**

Pandemia a contribuit la crearea a 3 noi tipuri de călători etici, potrivit unui raport al Mintel prezentat la World Travel Market din Londra. Studiul este bazat pe un sondaj realizat anul acesta pe 1.614 utilizatori de internet cu vârsta mai mare de 16 ani care au călătorit în ultimii 3 ani, intenționează să o facă în următorii trei și se încadrează într-unul din segmentele călătoriilor etice.

Studiul Mintel ne reamintește că turismul responsabil era o tendință în ascensiune încă de dinainte de pandemie, deși cu nuanțele aferente disonanței dintre ce spun și ce fac, în cele din urmă, oamenii. 80% din cei chestionați au răspuns că planificarea ține cont de minimizarea impactului călătoriilor lor asupra mediului. Raportul identifică 3 categorii ale călătoriilor etici:

- Călătorii etici *hard* (cei care vor acorda prioritate elementelor etice și politicilor de mediu la rezervare)
- Călătorii etici *soft* (cei care sunt mai flexibili, dar le pasă totuși de impactul călătoriei lor asupra mediului)
- Călătorii etici *wannabe* (cei care mai degrabă imită segmentele anterioare, însă nu reflectă în comportamentul lor niciuna dintre aceste intenții)

Sursa: [evisionturism.ro](https://www.evisionturism.ro) (19 aprilie 2022)

-----

### **Călătorii vor acorda prioritate ofertelor și flexibilității**

După cum observa și Expedia în raportul "Traveler Value Index: 2022", posibilitatea de a rezerva călătorii la prețuri rezonabile și de a face modificări itinerariilor este esențială pentru călători. Astfel, aproape toți respondenții (84%) consideră că un tarif redus este decisiv în momentul rezervării unui zbor online. Un procent aproape identic (83%) declară că opțiunile de preț flexibile sunt decisive.

Raportul conține date suplimentare și măsuri practice bazate pe constatări „care pot ajuta agențiile de turism să păstreze și să crească încrederea clienților, precum și să-și promoveze afacerea în 2022”.

Potrivit Ariane Gorin, președinta Expedia for Business, sectorul turismului se află în pragul unui an fără precedent, pentru că oamenii vor dori să călătorească într-un scop anume, să adauge mai multă valoare vacanțelor și să investească mai mult în experiențe unice. Cu toate

acestea, ei se pregătesc și pentru posibile schimbări în călătorii, pe măsură ce criza de sănătate Covid-19 persistă și doresc să se poată baza pe diverse opțiuni.

Agențiile de turism care acordă prioritate siguranței și bunăstării călătorilor, soluțiilor inovatoare și comunicării transparente, vor fi liderii incontestabili ai domeniului, pe măsură ce industria lasă în urmă o urgență și salută revenirea cererii și a creșterii.

Oamenii vor călători mai responsabil și mai conștient, punând mai mult accent pe durabilitate.

59% dintre respondenți sunt dispuși să plătească mai mult pentru a-și face călătoria ecologică, iar 49% ar alege o destinație mai puțin aglomerată, pentru a reduce efectele turismului de masă. Aproape jumătate (43%) va acorda mai mult timp pentru servicii și transport, ceea ce va ajuta la reducerea așteptărilor, a stresului angajaților și a zborurilor pierdute.

Sursa: [expediagroup.com](https://expediagroup.com) (aprilie 2022)

-----

### **Mutații în preferințele consumatorilor**

*Bleisure, workcation, digital nomadism...* oricum l-ați defini, amestecul dintre muncă și petrecerea timpului liber este văzut ca o tendință continuă de călătorie în 2022 și ulterior. Creșterea călătoriilor de agrement este legată, în bună măsură, de creșterea și diversificarea formelor muncii la distanță.

De exemplu, cercetările recente privind viitorul proiectelor de muncă arată că 40,7 milioane de profesioniști din SUA vor lucra complet la distanță în următorii cinci ani. Această flexibilitate în mediul de lucru și programare deschide posibilitatea pentru preluării muncii la drum (la propriu).

Este important să reținem că un călător de *bleisure* nu este un turist care își verifică e-mailul de serviciu toată ziua. Călătoria de plăcere înseamnă călătorii în scop de muncă, alocând, de asemenea, timp pentru a explora o destinație. Acest lucru poate lua forma unui călător care vizitează un client și apoi își adaugă câteva zile în plus lângă țarm sau a unui lucrător la distanță cu normă întreagă, care rezervă un sejur lunar la o cabană de munte.

Sursa: [hospitalitynet.org](https://hospitalitynet.org) (11 aprilie 2022)

-----

### **Statisticile lunii martie în industria turistică**

Comunicatul INS arată că în luna martie a acestui an, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, numărul sosirilor a crescut cu 48,2%, iar cel al înnoptărilor, cu 55,6%.

Luna martie a adus în industria ospitalității circa 528.000 de turiști români, cu 130% mai mulți ca anul trecut, și 110.000 de turiști străini, cu 445% mai mulți ca în 2021. Sunt cifre grăitoare și relevante pentru relansarea economică și turistică post-pandemică.

Indicele utilizării nete a locurilor de cazare turistică pentru perioada 1 ianuarie–31 martie 2022 a fost de 20,8% pe totalul structurilor de cazare turistică, crescând cu 3,6% față de aceeași perioadă a anului trecut.

Plecările românilor în străinătate, în luna martie, au însumat 1.086.000 de persoane, cu 96,5% mai mult ca în anul anterior.

Statisticile pe județe, raportat la perioada 1 ianuarie–31 martie 2022, sunt, la rândul-le, foarte interesante—Au fost înregistrate valori mari la nivelul sosirilor turistice în București (261.000 persoane), Brașov (250.000 persoane) și Prahova (103.000 persoane).

Cei mai mulți turiști străini au sosit din Germania (24.000 persoane), Italia (20.000 persoane) și Israel (aproape 19.000 de persoane). Per total, sosirile vizitatorilor străini în România au crescut cu 145,2% față de aceeași perioadă de raportare.

**Sursa:** [insse.ro](https://www.insse.ro) (4 mai 2022)

-----