

Liliana HÎNCU
Colegiul Andronic Motrescu, Rădăuți, Suceava

PROMOTING TOURISTIC BRAND "BUCOVINA"

Essay

Keywords:

travel,
tourism brand,
branding tourism,
tourist offer,
hospitality,
culture and tradition

JEL Classification

L83

Abstract

The concept of tourism product appears as a part of the travel agencies and the tourist areas such as: Bucovina and Maramures, Danube Delta, Dobrogea etc. Tourist areas have become real brands along the sights of Romania. Associations promote tourism, tourist information centers and tourist promotion offices of Romania, together with ANAT should devise strategies to promote tourism brands representing Romania. Regarding tourism brand, it is a picture element, which identifies the products or services of a tourist zone. Customers are the ones who decide if that brand live up to their expectations or not. Travel Branding is a process of creating and maintaining a brand in the hospitality industry. Travel Branding refers to identifying and exploiting competitive advantages in our case about the strengths of your product or Bucovina tourist area.

Bucovina „Neverland” promoting a full of beauty. I think it can awaken from the numbness Romanian tourism. Just as red Bordeaux promote France among others, as well as Voronet blue is a Romanian brand, internationally recognized, and I think that is the most important national tourism brand. After many this area is considered a wonderland of Romania, a pearl of the country that can make the most to promote the culture and traditions of this part of Europe, so-called Switzerland of Romania. It's an area where natural beauty is complemented by monasteries and hospitality of the people of the lands.

INTRODUCERE

Bucovina este o zonă în care frumusețile naturii sunt completate de mănăstiri și ospitalitatea oamenilor din aceste ținuturi. Dar, se mai poate spune despre Bucovina că este zona ce conține esența spiritului românesc. Zona turistică Bucovina se întinde astăzi peste zona din apropierea orașelor Rădăuți, Suceava, Gura Humorului, Câmpulung Moldovenesc, Vatra Dornei, Siret și Vicovu de Sus, fiind numită și „Țara de Sus”. Ținuturile Bucovinei reprezintă pagini de istorie și obiceiuri străvechi, monumente unice, ctitorii medievale, care atestă o permanență spirituală și istorică a locuitorilor acestor meleaguri. Zona este plină de mănăstiri și biserici, renumite pentru picturile exterioare și interioare, edificii unice în lume.

Contextul turistic

Bucovina, ca destinație turistică, are resurse turistice numeroase și este considerată „un vast muzeu în aer liber” (Bouaru, 2006). Varietatea peisajului și spiritualitatea populară bucovineană, sunt elemente de mare atracție pentru turiști, ceea ce face ca Bucovina să se situeze pe unul din primele locuri în România. Potențialul turistic natural este reprezentat de varietatea formelor de relief, bogăția și diversitatea pădurilor, elemente care au adus la dezvoltarea turismului rural în această zonă.

Pe teritoriul Bucovinei se află 22 rezervații naturale, din care: 6 rezervații sunt botanice (fânețele montane Todirescu, Tinovul, Găina-Lucina, fânețele seculare de la Calafindești etc.), 8 sunt rezervații forestiere (Jnepeniș cu pinus la Șaru Dornei, pădurile seculare de la Slătioara și Giumalău), 5 sunt rezervații naturale geologice (Piatra Țibăului în Cărlibaba, Moara Dracului în Câmpulung Moldovenesc, 12 Apostoli), 2 sunt rezervații naturale mixte (Cheile Zugrenilor în zona Dorna Arini, Pietrele Doamnei-Rarău). (Stoican et al, 2013)

Resursele turistice antropice sunt foarte multe și de o deosebită valoare, pornind de la arhitectura populară, patrimoniul cultural-religios mai bogat ca oriunde în altă zonă din țară, obiceiurile și costumele populare din Bucovina considerate un „muzeu al spiritualității românești”. Arhitectura populară prezentă în Bucovina este reprezentată prin decorațiuni interioare și exterioare ale clădirilor în cadrul cărora se fac cunoscute lucrările din lemn.

Patrimoniul cultural religios reprezintă o atractivitate specifică. Mănăstirile cu frescă exterioară reprezintă cea mai mare atracție turistică din regiune.

Cele mai importante obiective turistice antropice sunt: Mănăstirea Dragomirna, Mănăstirea Humor, Mănăstirea Putna, Mănăstirea Arbore, Mănăstirea

Sucevița, Mănăstirea Bogdana din Rădăuți, Mănăstirea Voroneț.

Tradițiile și obiceiurile legate de sărbătorile religioase importante în cursul anului, constituie o parte a resurselor turistice legate de patrimoniul cultural.

În zona Bucovinei se întâlnesc o multitudine de forme de turism (Nedelea, 2009):

- turismul itinerant cu valențe culturale
- turismul de tranzit
- turismul pentru vânatoare și pescuit
- turismul pentru echitație
- turismul pentru sporturile de iarnă
- turismul pentru congrese și reuniuni
- turismul de odihnă și recreere
- ecoturismul

Elementul cultural are mari posibilități de atracție pentru turiștii străini prin includerea valorilor de patrimoniu cultural în cel european și mondial.

O atracție deosebită a zonei Bucovina este reprezentată de numeroasele activități artisanale precum:

- pictarea icoanelor
- încondeierea ouălor
- meșteșugul lemnului
- olăritul
- țesutul covoarelor
- cusutul cămășilor populare

Turismul rural găsește în satele bucovinene condiții favorabile de dezvoltare, iar spațiul rural dispune de un bogat potențial turistic. Turismul de vânatoare și pescuit ca și cel de practicare a sporturilor nautice, necesită să fie promovat având în vedere potențialul turistic cinegetic, piscicol și hidrografic (Stoican et al, 2013).

Turismul pentru echitație se face cunoscut prin existența a două herghelii: Rădăuți și Lucina. Turismul pentru sporturile de iarnă este întâlnit în zona municipiilor Câmpulung Moldovenesc și Vatra Dornei. Turismul extrem oferă posibilitatea practicării unor activități ce țin de turismul de aventură. În perioada verii se practică drumețiile în Munții Suhard, Giumalău și Călimani iar în zona Dornelor se organizează activități specifice turismului de aventură precum: ”river-rafting-ul”, parapanta, alpinismul etc. (Stoican et al, 2013).

Turismul de vânatoare este întâlnit pe teritoriul Bucovinei datorită condițiilor extrem de favorabile.

Infrastructura de cazare și alimentație este bine reprezentată prin restaurantele ce funcționează în incinta hotelurilor și motelurilor, cât și de pensiunile turistice foarte numeroase. Strategia de dezvoltare turistică în Bucovina are drept scop realizarea unei baze adecvate pentru creșterea activității turistice interne și internaționale, care să aducă avantaje culturale zonei.

De aceea, este necesară o promovare cât mai eficientă a brandului turistic Bucovina, ca fiind „un loc unic, atât pe piața internă cât și internațională.

Necesitatea dezvoltării durabile, denotă tot mai mult importanța elaborării și aprobării unor strategii, al căror obiectiv este potențialul turistic natural și antropic ce nu trebuie să fie afectat negativ de turism, ci protejat în beneficiul generațiilor viitoare. În acest sens, se poate menționa Strategia de dezvoltare durabilă și promovare a turismului în județ ce cuprinde:

- **îmbunătățirea infrastructurii turistice** (reabilitarea obiectivelor turistice ce aparțin patrimoniului cultural, istoric; reabilitarea spațiilor de cazare și tratament; crearea și modernizarea dotărilor de agrement; dezvoltarea unui sistem de marcare a atracțiilor turistice în zonă; dezvoltarea turismului montan etc.)
- **creșterea fluxului de turiști în Bucovina prin:** elaborarea unui calendar al evenimentelor, inventarierea centrelor de informare turistică.
- **Asigurarea utilizării durabile a resurselor naturale** și valorificarea tradițiilor etno-culturale.
- **Protejarea, păstrarea și îmbogățirea patrimoniului:** stabilirea listei de obiective turistice care vor beneficia de fonduri pentru reparații, renovare, restaurare, dotare, modernizare, cu identificarea surselor de finanțare.
- **Creșterea calității serviciilor oferite turiștilor prin:** organizarea de cursuri de perfecționare și pregătire; impunerea unor standarde de calitate a ofertei serviciilor turistice.

Crearea unei mărci turistice Bucovina prin:

- identificarea unor produse turistice rurale pentru piața externă, originale și unice; (Strategia de Dezvoltare și Promovare a Turismului în județul Suceava, Instituția Prefectului-Județul Suceava).
- elaborarea ofertelor personalizate a Bucovinei, care să permită reținerea turiștilor 6 nopți în zonă;
- construirea de structuri de primire turistică cu arhitectură tradițională, specifică zonei.

Promovarea unor proiecte turistice cu finanțare externă.

Pentru dezvoltarea sistemului de calitate în zonă, prin Strategia de dezvoltare și promovare a turismului, s-au stabilit criteriile de calitate pentru produse și servicii, care să se constituie într-o marcă de calitate și care să fie promovată printr-un program național de marketing al Bucovinei.

În acest sens, se află în prezent în derulare un proiect ce are în vedere evidențierea produsului local bucovinean sub noul brand intitulat: „Cobza de vacanță la Dorna –Arini”.

Promovarea turistică a zonei Bucovina

Promovarea zonei Bucovina se face prin reclamă în mass-media, pliante, broșuri, panouri publicitare, agenții, târguri de profil. În ceea ce

privește sistemul de informare turistică, aceasta se realizează pe diferite site-uri de promovare a turismului din zonă ale agenților de turism.

Turistul este imediat conștient de logo-ul „Bucovina”.

Acest logo este util pentru:

- identificarea destinației în materie de informație și promovare;
- identificarea firmelor din turism care îndeplinesc condiții de calitate.

Aceste unități sunt prezente în ”Ghidul Bucovinean”, care cuprinde: istoric, date geografice, obiective și proiecte turistice din Bucovina, structuri de cazare, oportunități turistice.

Asociația de Ecoturism din România în parteneriat cu Asociația de Ecoturism din Țara Dornelor a implementat proiectul „Cu bicicleta în Țara Dornelor”, finanțat de Fundația pentru Parteneriat Miercurea Ciuc și Apemin Tușnad. Proiectul are ca obiective principale, identificarea unor trasee cicloturistice și promovarea Țării Dornelor ca o destinație ecoturistică prin prisma cicloturismului. De asemenea, în luna octombrie 2013, primăria județeană a demarat proiectul „Turism transfrontalier în munții Bucovinei” ce are în vedere promovarea, semnalizarea și marcarea traseelor turistice din zona forestieră.

Valorificarea turismului în Bucovina aduce beneficii, astfel că se constată o îmbunătățire a serviciilor turistice. Reacțiile la promovarea bazată pe numele de brand turistic „Bucovina”, au fost pozitive, iar introducerea unor noi criterii de calitate a permis o creștere a activității. În viitor, este important a se păstra calitatea produsului bucovinean și relația sa cu experiența rurală și cultural autentică.

Implementarea sistemului de calitate este o prioritate pentru turismul rural din Bucovina, ”Biroul de Promovare, Consultanță și Publicitate în Turism” având rolul de a-l implementa în toată zona Bucovina. În același timp, nevoia de segmentare a pieței și o mai bună luare în considerare a reacțiilor turiștilor sunt absolut necesare. (Strategia de Dezvoltare și Promovare a Turismului în județul Suceava - Instituția Prefectului, Județul Suceava).

Referințe:

- [1] Bouaru, C. M. (2006). *Strategii de dezvoltare a turismului în Bucovina*, Journal of Tourism, nr.2
- [2] Nedelea Al. (2009). *Strategii și politici de marketing în cazul produsului turistic Bucovina*, Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava
- [3] Mirela D. Stoican, Cristinel Gigi Șoinea, Adina Liana Camarda (2013). *Managementul calității în turismul rural*, Editura Primexcom, Chișinău.