



Direcția Promovare Turistică

Aprob,

Elena Gabriela UDREA  
Ministru

REFERAT DE OPORTUNITATE

**Avizat:** Răzvan MURGEANU - secretar de stat

Paul MĂRĂȘOIU - director general DGT

---

**De la:** Daniela PRELIPCEAN - director DPT

---

**Tema:** Campanie de promovare outdoor cu ocazia desfășurării Evenimentului Sportiv și Cultural 'Transylvania International Horse Show & ARTVENTURE', care va avea loc în perioada 20-22 mai 2011

---

Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului cu sediul în București, str. Apolodor nr.17, latura nord, sector 5, funcționează în baza dispozițiilor Hotărârii Guvernului nr 1631/29.12.2009, cu modificările și completările ulterioare. Este instituție de specialitate a administrației publice centrale, cu personalitate juridică și are printre atribuțiile sale realizarea activității de promovare turistică a României, atât pe plan extern, cât și intern, prin activități specifice.

Pe termen lung, scopul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului (MDRT) este să asigure o dezvoltare durabilă a turismului prin definirea României ca o destinație turistică în care sunt oferite servicii de calitate, prin atingerea unor obiective generale, precum:

- să reducă sezonalitatea ofertei turistice și să crească profitabilitatea activităților turistice;
- să limiteze dependența de anumite piețe;
- să îmbunătățească nivelul calității serviciilor prin investiții în infrastructură și în dezvoltarea resurselor umane;
- să stabilească poziționarea României între destinațiile turistice

În conformitate cu prevederile HG 14/05.01.2011 privind aprobarea Programului anual de marketing și promovare turistică și a Programului anual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice, pentru îndeplinirea funcției de promovare a destinațiilor turistice naționale se acordă o atenție deosebită realizării de acțiuni generale de publicitate și reclamă a destinațiilor și a produselor turistice românești cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești (art. 2, lit. o).

Promovarea brandului turistic național are un impact major asupra dezvoltării pieței turistice interne și externe, și reprezintă una din prioritățile Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului.

Urmare a dezvoltării brandului și a strategiei generale de comunicare realizate în baza contractului încheiat cu consorțiul de firme THR & TNS, este necesar ca Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului să deruleze mai multe campanii de informare și promovare care vor susține brandul și vor transmite mesaje de comunicare către grupurile țintă avute în vedere: călătorii din mediul urban care au realizat cel puțin o călătorie în străinătate în ultimii 3 ani din piețele stabilite: Austria, Italia, Franța, Germania, Ungaria, Romania, Rusia, Marea Britanie și Irlanda, SUA.

Având în vedere activitățile de promovare a României ca destinație turistică pe care Direcția Promovare Turistică din cadrul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului le desfășoară, atât în țară cât și în străinătate, considerăm oportună realizarea unei acțiuni de publicitate outdoor pentru promovarea noului brand turistic al României.

Publicitatea outdoor destinată sensibilizării marelui public este un element esențial al activității de comunicare cu piața, deținând o serie de avantaje considerabile: acoperire ridicată, vizibilitate foarte bună, repetitivitate a mesajului, suplețe și flexibilitate în implementare.

Sighișoara este una dintre puținele cetăți medievale locuite din sud-estul Europei și singura de acest gen din România. Întemeierea este datată în cronicile secolului al XVII-lea la 1191 și 1198, însă prima atestare documentară a orașului este făcută în 1280. Zona orașului este locuită, cu mici întreruperi, de aproximativ 4000 de ani, fiind atestate arheologic o așezare din epoca bronzului, două așezări dacice din epoca fierului, un castru roman pentru paza drumului, o așezare a daco-romanilor și a urmașilor.

Centrul orașului medieval Sighișoara este listat din anul 1999 în patrimoniul cultural mondial UNESCO, fiind protejat ca atare. În acest oraș a fost confecționată și instalată o copie a "Statuii Lupoacei" ("Lupa Capitolina"), simbolul latinității poporului român.

Studiile internaționale arată că ecoturismul și turismul cultural reprezintă nișe de piață în creștere, iar Municipiul Sighișoara cu proximitățile sale are un potențial ridicat și este bine poziționat, astfel încât se poate începe capitalizarea acestor resurse și oportunități. Organizarea unor evenimente / manifestări sportive și cultural-artistice atrage vizitatori autohtoni și străini poate constitui prilejuri de promovare și dinamizare a turismului local.

Organizatorii acestor manifestări si-au propus ca aceste proiecte să se amplifice și să se îmbogățească de la an la an, în ideea de a accentua culturalitatea și medievalitatea orașului și implicit conștientizarea populației locale și a vizitatorilor asupra importanței patrimoniului național.

Obiectivele Evenimentului Sportiv și Cultural 'Transylvania International Horse Show & ARTVENTURE' care va avea loc la Sighișoara în perioada 20-22 mai 2011, sunt următoarele:

- promovarea orașului Sighișoara și a zonelor limitrofe
- dezvoltarea locală și atragerea de turiști străini și români
- promovarea potențialului artistic și cultural român (în special a artiștilor români)
- evidențierea caracterului istoric, cultural și artistic al orașului Sighișoara și al zonei
- promovarea talentelor locale pe diverse activități culturale, alături de alți tineri români
- promovarea echitației și a sportului, ca mod sănătos de viață
- promovarea monumentelor din jurul Sighișoarei și care fac parte din patrimoniul

## UNESCO

**TRANSYLVANIA INTERNATIONAL HORSE SHOW** este alcătuit din 2 competiții internaționale ecvestre, după cum urmează:

1. **“Concurs International Complet”**, categoria o stea (CIC 1\*), organizat în colaborare cu Federația Ecvestră Română (FER) și Federația Ecvestră Internațională (FEI). Probe: dresaj, obstacole, cross-country.

2. **Concurs internațional universitar: “Cupa Națiunilor pentru Studenți”** (Student Riders Nations Cup - SRNC), organizat în colaborare cu Association International des Etudiants Cavaliers (AIEC). Concursul deschide o serie de alte trei evenimente similare ce apar în calendarul AIEC 2011, desfășurate în țări cu tradiție în domeniu (Olanda, Suedia, Italia). Și-au anunțat participarea 45 de concurenți, plus suporteri din străinătate. Probe: dresaj, obstacole.

Alături de cele două competiții vor avea loc demonstrații ecvestre și activități conexe (workshop-uri pentru pasionații de fotografie, spectacole de artă medievală etc.) pentru promovarea zonei și atragerea publicului către eveniment.

Alături de cele două competiții vor avea loc demonstrații ecvestre și activități conexe în aceeași locație cu cea a Campionatului de Echitație și în Sighișoara (Teatru de păpuși pentru copii, Teatru pentru adulți (duete shakesperiene), Teatru de stradă - Masca, Pantomimă, Cântăreți la chitara, Muzică medievală, Menestrei Artizani, Concerte de pian, Actori în costume medievale pe străzi, Expo de arme):

- 1 Carnaval Medieval - seara de vineri (20.05.2011)
- 3 Expoziții de Pictură
- 2 Concursuri de Fotografie
- 2 Expoziții de Fotografie
- 2 Lansări de Carte

Evenimentul va avea și o amplă mediatizare:

Media TV: Pro TV

Press: Publimedia & Presa Locală

Internet: 100 website-uri - din Trustul Realitatea Cașavencu (bannere - 1.000.000 afișări), 50 bloggers, Facebook, Twitter.

În acest context, Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, pe baza strategiei de promovare a brandului turistic rezultat din manualul de brand, consideră necesară achiziționarea următoarelor servicii de publicitate outdoor: afișarea de bannere, branduirea tribunelor, a traseului, a obstacolelor, afișarea de steaguri cu logo-ul România.

Obiectivele urmărite prin această campanie publicitară outdoor sunt:

- creșterea numărului de turiști care își petrec vacanța în țară,
- creșterea gradului de ocupare a capacităților de cazare,
- mărirea încasărilor la bugetul de stat provenite din turism intern
- creșterea notorietății țării noastre ca destinație turistică, cu una din componentele sale principale turismul cultural.

Având în vedere cele prezentate mai sus, vă rugăm să aprobați realizarea unei campanii de promovare outdoor cu ocazia desfășurării Evenimentului Sportiv și Cultural ‘Transylvania International Horse Show & ARTVENTURE’, care va avea loc în perioada 20-22 mai 2011, la Prod, județul Sibiu (lângă Sighișoara).

Întocmit: Alexandru Vasile - consilier evaluare-examinare