



Direcția Dezvoltare Turistică și Marketing

Aprob,

Elena Gabriela UDREA  
Ministru

REFERAT DE OPORTUNITATE

Avizat: Răzvan MURGEANU - secretar de stat

Carmen MORARU - director general DGT

De la: Octavian ARSENE - director DDTM

Tema: Campanie de promovare outdoor cu ocazia **Festivalului Internațional al Bărcilor cu Vâsle - Rowmania**, care va avea loc în perioada 2-4 septembrie 2011, la Tulcea

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 sezonabilitatea 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).

Una din prioritățile Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului o reprezintă promovarea brandului turistic național cu impact atât asupra dezvoltării brand-ului de țară, cât și asupra dezvoltării pieței turistice interne și externe. În urma cercetărilor efectuate în cadrul procesului de creare a brandului turistic, s-a constatat că Delta Dunării reprezintă o destinație de vacanță unică cu viață și cultură locală autentică cu floră și faună sălbatică nepoluată, specii care rar se mai găsesc în alte țări.

România a contribuit la elaborarea Strategiei UE alături de toate celelalte state riverane, pe baza unei poziții naționale definite în cadrul grupului de lucru interministerial special creat în acest sens. Strategia Dunării reprezintă o prioritate a Guvernului României în condițiile în care potențialul de dezvoltare durabilă a regiunii este considerabil, este o platformă pentru încurajarea parteneriatelor, atât între autoritățile locale și regionale, cât și între autorități, mediu privat și sectorul neguvernamental, prin generarea de proiecte pentru dezvoltarea regiunii Dunării.

Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului va coordona, din partea României, alături de Bulgaria, domeniul prioritar 3 «Promovarea Culturii, a Turismului și a Relațiilor Intercomunitare» al Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, ca răspuns la implicarea manifestată și sprijinul constant acordat de MDRT la realizarea contribuțiilor României la această Strategie.

De asemenea Delta Dunării reprezintă un punct strategic pentru brandul de țară și a fost asumată ca obiectiv turistic de maximă relevanță în strategia MDRT, iar prin Strategia UE pentru Regiunea Dunării, România și-a asumat un rol esențial în implementarea ei, festivalul oferind în acest context:

- Oportunități de cooperare culturală trans - națională prin gazduirea Maratonului Dunării susținut de TID (Tour International Danubian), eveniment cu 50 de ani de tradiție pe Dunăre
- Promovarea Dunării ca axă de transport ecologic prin utilizarea exclusivă în festival și activități a ambarcațiunilor cu vâsle.
- Valorificarea adecvată a elementelor de patrimoniu cultural și natural prin promovarea ambarcațiunii denumită CANOTCA, creată de marangozi( creatori de barci de lemn) din Delta și inspirată de experiența campionului Ivan Patzaichin.

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, astfel încât considerăm oportună realizarea unei acțiuni de publicitate outdoor pentru promovarea noului brand turistic al României în Delta Dunării.

În vederea promovării noului brand turistic național, pentru creșterea vizibilității României în lume ca destinație turistică, pentru creșterea prestigiului în rândul lumii în plină dezvoltare în concordanță cu cerințele mileniului trei și punerea în valoare a atracțiilor sale turistice, unice și diverse, Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului intenționează să realizeze o campanie de promovare outdoor: cu ocazia "**Festivalului Internațional al Bărcilor cu Vâsle - Rowmania**", care va avea loc în perioada 2-4 septembrie 2011, la Tulcea care se va desfășura în două zone: Faleza Dunării din Tulcea și Lacul Ciuperca.

Cele trei componente principale ale festivalului sunt:

- competiția Ivan Patzaichin- concurs de vâslit între echipele din satele deltei cu o tradiție de 7 ani.
- maratonul Dunării din cadrul Tour International Danube- proiect internațional demarat în urmă cu 50 de ani în cadrul căruia echipele vâslesc pe Dunăre de la izvoare până în Deltă

- online duplex video streaming Tulcea-Viena - festivalul va fi axat pe muzică, tradiții și dansuri din Delta Dunării.

In cadrul festivalului se vor mai desfășura evenimente precum:

- teatru stradal Malabar (Spania)
- competiție pe apă între instituțiile locale
- plimbări cu canotci pentru publicul festivalului
- concerte cu artiști români și străini

Evenimentul va avea o amplă mediatizare atât pe plan național, internațional cât și on line după cum urmează:

1. National:

- TV: TVR 1, Pro TV, Prima TV, Kiss TV, Sport.ro, Antena 1, Realitatea TV, GSP TV, Digi Sport Eurosport
- Radio: Kiss FM, Magic FM, Rock FM, Radio Romania Actualitati, Radio Delta.
- On line: Adevărul.ro, Click.ro, Dilemaveche.ro, Facebook

2. Internațional:

Vor fi invitați reporteri de la televiziuni cu audiență internațională : BBC, Discovery Channel, Național Geographic, Discovery Travel and Leisure, PV Channel, Deutche Welle, RFI

Presa - Adevărul, Adevărul de seara, ADS Tulcea, Forbes, Dilema Veche.

Publicul va fi compus din persoane de toate vârstele, cu mare interes pentru Deltă, turism ecologic, sporturi cu vâsle sau noi sporturi pe apă ce se pot practica în România, public care corespunde grupului țintă (Călătorului cu discernământ), identificat în procesul de creare a brandului turistic al României. Călătorii cu discernământ caută locuri care nu seamănă cu niciun altul, tânjesc după peisaje și după un stil de viață natural, sănătos și include lideri ce formează opinii în grupul lor de prieteni privind turismul de aventură.

Obiectivele urmărite de către organizatorii Festivalului Internațional al Bărcilor cu Vâsle - Rowmania, sunt:

- creșterea notorietății Deltei Dunării ca destinație turistică preferată
- popularizarea sportului cu vâsle, ca mijloc de agrement
- festivalul să devină unul dintre principalele evenimente de promovare și atracție al Deltei,

Având în vedere cele prezentate mai sus, vă supunem spre analiză și decizie realizarea unei campanii de promovare outdoor în cadrul Festivalului Internațional al Bărcilor cu Vâsle - Rowmania, care va avea loc în perioada 2-4 septembrie 2011, la Tulcea și care va avea drept obiective:

- creșterea nivelului de conștientizare asupra faptului că România și implicit Delta Dunării este o destinație turistică la nivel global, astfel neutralizând percepțiile negative;
- creșterea cererii pentru turism și produsele turistice principale ale României, turism activ și de aventură și turism în natură care se regăsesc în Delta Dunării
- creșterea vizibilității regiunii Dunării și a potențialului ei turistic și asigurarea unei dezvoltări sustenabile a turismului prin valorificarea resurselor existente.