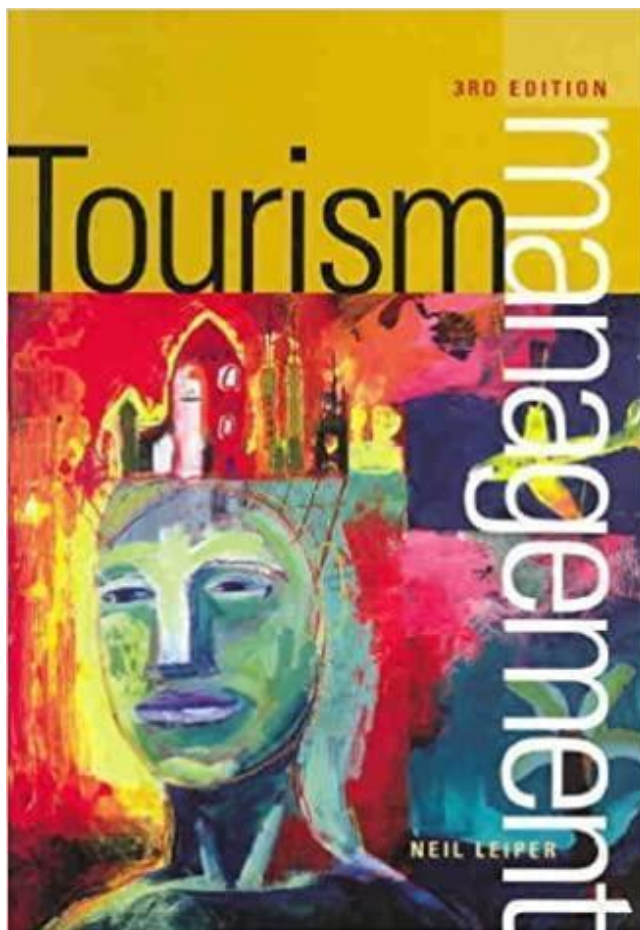


## Prelegerea 1: Destinația: definiție, caracteristici și obiective ale managementului teritoriului

În ultimii ani, țările, regiunile și orașele au devenit din ce în ce mai conștiente de necesitatea unui management sistematic și cuprinzător al *destinațiilor turistice*. Confruntându-se cu noile provocări ale globalizării, cu amenințările externe (pandemii, războaie, atacuri teroriste, dezastre naturale, criza economică globală etc.) și cu transformarea digitală, există o nevoie tot mai mare de a îmbunătăți competitivitatea și durabilitatea întregii destinații.

În plus, există tendința ca mai multe teritorii să se *grupeze pentru a* promova un produs turistic comun. Prin urmare, multe organizații de marketing zonal și/sau centre de informare turistică, centre de investiții se confruntă cu o nevoie urgentă de a-și extinde domeniul de activitate pentru a deveni *organizații multifuncționale de gestionare a destinațiilor (OMD)*.



### Ce este o destinație? Prin ce se deosebește o destinație de o așezare?

Înainte de a intra în arta managementului destinației, trebuie să înțelegem clar ce înseamnă termenul "destinație" în industria turismului.

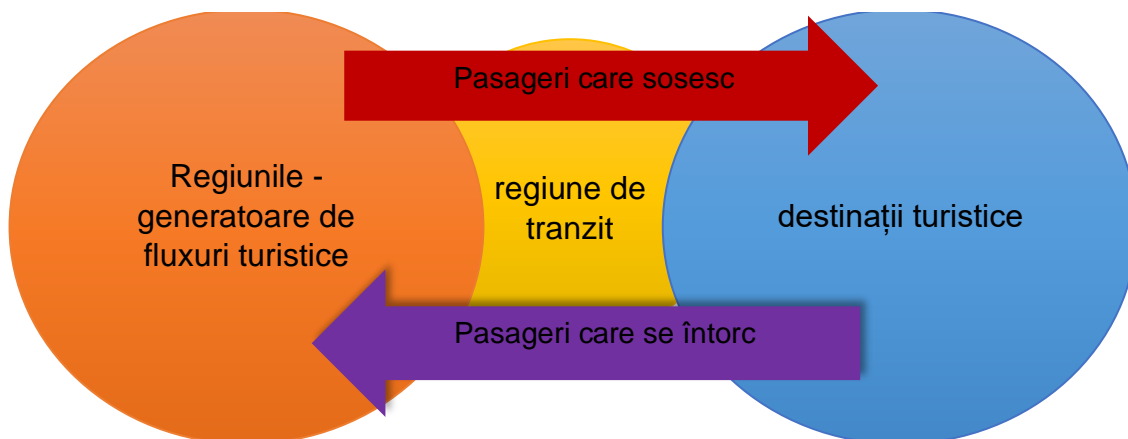
Termenul "destinație" a fost folosit pentru prima dată de Neil Leiper, profesor la Universitatea Mason (Oakland, SUA) în anii '80 ai secolului XX. El definește destinația turistică ca fiind o anumită zonă aleasă de un turist pentru a rămâne pentru o anumită perioadă de timp, în scopul de a dobândi o experiență turistică/experiență de petrecere a timpului liber ("leisere experience") asociată cu atributele teritoriului și anume atracțiile turistice. Astfel, omul de știință definește o destinație nu doar ca un spațiu geografic sau o așezare, ci ca un loc cu anumite caracteristici turistice care sunt atractive pentru un potențial turist.

În plus, în 1990, Leiper a propus un anumit model al sistemului turistic, conform căruia toate teritoriile lumii sunt împărțite în:

- regiuni generatoare de fluxuri turistice;
- regiuni de tranzit;
- destinații turistice.

# SISTEMUL TURISMULUI

Unul dintre cele mai importante modele de sisteme de turism a fost dezvoltat în 1990.



**Fig. Modelul sistemului turistic realizat de Leiper (1990)**

După omul de știință Leiper, termenul de "destinație turistică" a început să fie folosit de mulți experți în turism, dar existau adesea diferențe în definiții și interpretări. Prin urmare, în 2017, **Organizația Mondială a Turismului** (OMT) a introdus oficial definiția unei destinații turistice. Acest termen universal pentru o destinație turistică a fost elaborat de Comitetul pentru turism și competitivitate și adoptat ca recomandare în cadrul celei de-a 22-a sesiuni a Adunării Generale a OMT, care a avut loc în perioada 11-16 septembrie 2017 în China.

Așadar, definiția universală propusă de UNWTO:

**O destinație turistică este un** spațiu fizic (teritoriu) cu sau fără granițe administrative sau imaginare în care un vizitator poate rămâne peste noapte.

- Ce reprezintă un cluster? este locație comună de servicii și produse turistice .

Așadar, atunci când plănuim să introducem managementul unui loc pentru a îmbunătăți competitivitatea turistică a acestuia, ar trebui să folosim termenul de destinație turistică. Acest lucru va fi clar pentru experții și practicienii în turism din întreaga lume.

O destinație include diferite părți interesate și poate fuziona cu alte zone pentru a forma destinații mai mari. Fiecare destinație are propria reputație și identitate, care îi pot afecta competitivitatea pe piață.

Diferența dintre o așezare și o destinație turistică constă în faptul că limitele unei destinații sunt determinate de un produs turistic specific vândut într-o anumită zonă geografică, iar teritoriul unei destinații nu coincide întotdeauna cu limitele administrative ale clusterelor.

Uneori, destinațiile turistice pot combina teritoriile ale diferitelor regiuni și chiar țări.

**Regiunile turistice pot fi combinate într-o singură destinație turistică (cluster turistic unic) în cazul în care:**

- au granițe geografice comune (se învecinează);
- împărtășesc resurse turistice unice (spre ex.acestea pot include Munții Carpați, râul Nistru, coasta mediteraneană etc.)
- au o poziționare comună, o imagine comună;
- au un produs turistic comun;
- să aibă o gestionare comună



**Fig. Clusterul turistic din Balcani**

*Exemple de destinații turistice:*

*Grupul Côte d'Azur* (care combină coasta mediteraneană franceză și țara Monaco) este o destinație turistică populară care nu poate fi măsurată de granițele unei singure țări. Cu toate acestea, acest teritoriu are propriul său produs turistic, propria imagine de destinație de lux, propriile părți interesate și propriul management (Comitetul Regional de Turism Côte d'Azur (CRT)).

*Balcani / prezintă un cluster* (reunește mai multe țări din Balcani, în cadrul cărora poate exista un singur produs turistic și un singur OMD)

*/grupul Carpaților ce reprezintă Regiunea* (poate acoperi mai multe țări, cum ar fi Ucraina, Polonia, România, etc.)

*Regiunea/clusterul Nistru* (poate acoperi teritoriile Ucrainei și Moldovei),

*Regiunea Azov / cluster* (poate include stațiunile ucrainene de pe coasta Mării Azov situate în diferite regiuni ale Ucrainei - Berdiansk, Henichesk, Urzuf etc.)



*Fig. Produsul turistic balcanic*

### **Semnele unei destinații**

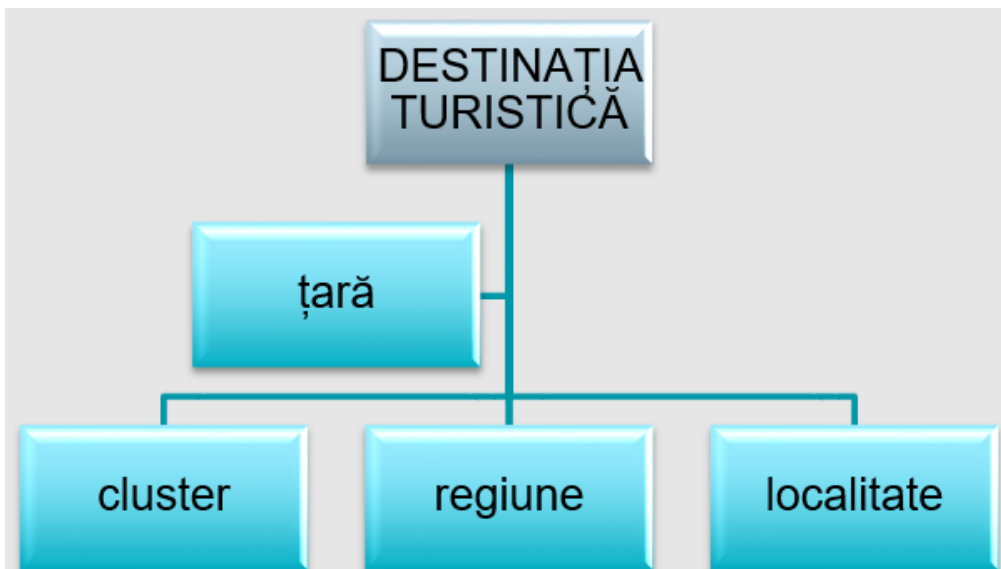
Fiecare destinație are:

- spațiul geografic fizic;
- sistemul de gestionare a destinației;
- părțile interesate în crearea unui cluster și în dezvoltarea destinației;
- imaginea și percepția (reputația) care îi determină competitivitatea pe piață

Fiecare **destinație turistică** are:

- spațiul geografic fizic;
- sistemul de gestionare a destinației;
- imaginea și percepția (reputația) care îi determină competitivitatea pe piață;
- părțile interesate în crearea unui cluster și în dezvoltarea destinației;

**+ resurse turistice pe baza cărora se creează produsul turistic**



*Fig. Structura unei destinații turistice <sup>1</sup>*

### Tipuri de destinații turistice

1. Destinații turistice de plajă
2. Destinații pentru sporturi de iarnă
3. Orașe cu zone înconjurătoare (New York, Barcelona, Lviv, Cappadocia)
4. Destinații naturale: văi fluviale, lacuri, păduri, mlaștini,
5. Atracții turistice mari cu teritorii adiacente (Disneyland, zona de excludere Chernobyl, castele etc.).

### De ce să gestionați o destinație?

---

<sup>1</sup> Estevão, Cristina și João J. M. Ferreira. "Rolul clusterelor turistice în dezvoltarea regională: prezentarea unui model conceptual de competitivitate." (2009).



Turismul este o industrie extrem de competitivă, iar pentru a concura eficient, destinațiile trebuie să ofere o **valoare unică** vizitatorilor.

Depinde de multe aspecte ale colaborării dintre părțile interesate. Din momentul în care un vizitator ajunge într-o destinație și până când pleacă, mulți factori influențează experiența vizitatorului, inclusiv dotările municipale, serviciile publice, calitatea serviciilor din sectorul privat și ospitalitatea rezidenților.

Este esențial ca diferitele componente ale sejurului unui vizitator să fie

gestionate și coordonate pentru a maximiza valoarea pentru oaspeți pe tot parcursul șederii lor. Un management eficient permite destinațiilor să maximizeze valoarea turistică pentru vizitatori, asigurând în același timp beneficiile locale și durabilitatea.

### **Ce este managementul destinației?**

**Managementul destinației este** gestionarea coordonată a tuturor elementelor care formează așa-numitul produs turistic al teritoriului (atracții, facilități turistice, HoReCa, transport și logistică, marketing și prețuri, brand și imagine, servicii, ospitalitate, securitate).<sup>2</sup>

*Gestionarea responsabilă și durabilă a destinațiilor* ar trebui să implice un proces care să abordeze în mod eficient și armonios interacțiunile dintre vizitatori, sectorul care îi deservește, comunitatea gazdă și mediul înconjurător în sens larg (resurse naturale și culturale).

Managementul destinației utilizează *o abordare strategică pentru a* reuni elemente uneori foarte izolate și uneori chiar divergente pentru o mai bună planificare și gestionare.

Astfel, tendința este ca organizațiile de gestionare a destinațiilor (Destination Management and Marketing Organisations - DMO) să evolueze de la consiliile tradiționale de marketing și de promovare la organizații de vârf cu o gamă largă de funcții, inclusiv planificarea strategică, coordonarea și gestionarea întregii game de activități în

---

<sup>2</sup> Organizația Mondială a Turismului (2007), *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284412433>

cadrul unei structuri de guvernare eficiente, cu integrarea diferitelor părți interesate care operează în destinație în vederea atingerii unor obiective comune.

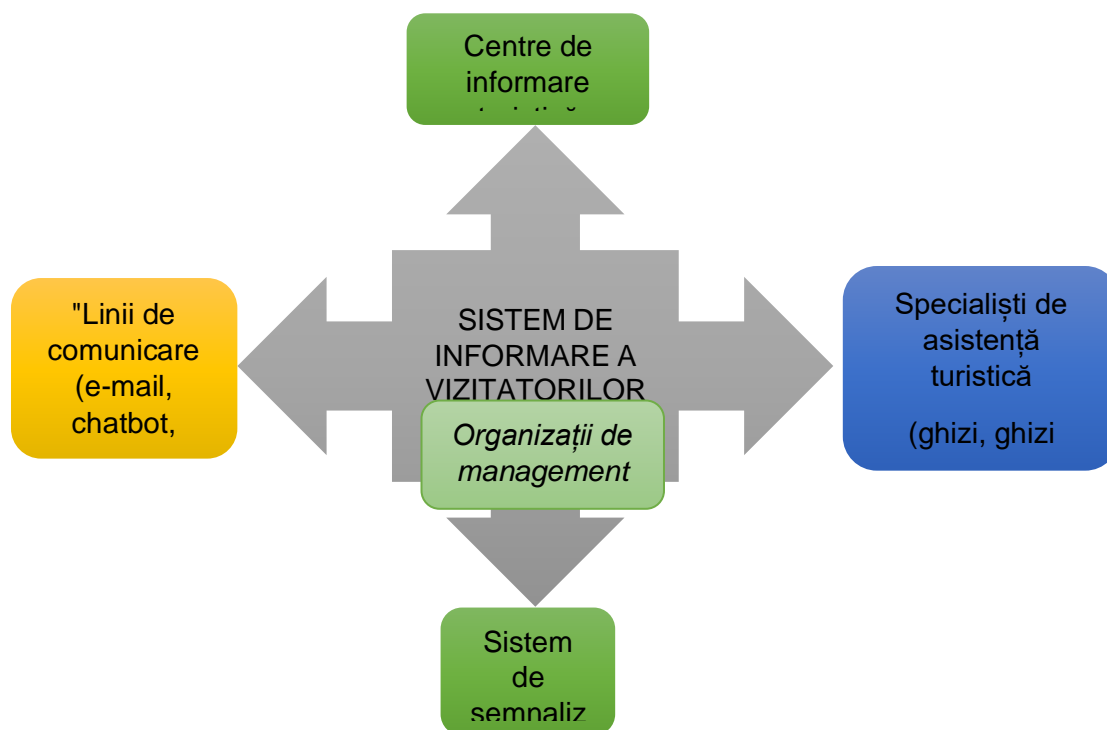


Fig. DMO în structura unei destinații turistice

În

destinațiile în care nu există încă o astfel de organizație, se creează sau se planifică din ce în ce mai mult o organizație de management și marketing a destinației (OMD) ca unitate organizațională care va deveni în cele din urmă liderul, așa-numitul *lider consolidant*, în gestionarea teritoriului.

Aceste schimbări decurg din dorința de a realiza o *guvernare optimă a destinației*, care să asigure că diferitele autorități, toate părțile interesate și experții sunt coordonați de un organism principal, în conformitate cu o strategie convenită și o viziune colectivă, urmărind un obiectiv comun: **competitivitatea și durabilitatea destinației**.

Această abordare ar trebui, de asemenea, să implice rezidenții și comunitatea locală în politica turistică și în procesul de luare a deciziilor, precum și în punerea în aplicare a acestora pe baza principiilor parteneriatului public-privat, a guvernării deschise și a cooperării publice.

Ca parte a acestei evoluții de la marketing la managementul destinației, OMD în calitate de autoritate principală într-o destinație turistică, joacă un **rol crucial** în facilitarea unei mai bune informări a sectorului turistic, a industriilor sale, precum și a factorilor de decizie și de politică în ceea ce privește dezvoltarea durabilă.

**Ce obiective globale ar trebui să fie luate în considerare în managementul destinației?**

Managementul destinațiilor ar trebui să își alinieze politicile și acțiunile la *Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă și la Obiectivele de dezvoltare durabilă ale ONU (denumite în continuare ODD)*.

Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Organizației Națiunilor Unite reprezintă un set de 17 obiective și 169 de ținte prin care statele, societatea civilă și sectorul privat își pot ghida și măsura contribuția la dezvoltarea durabilă până în 2030.<sup>3</sup>



Coordonarea obiectivelor la nivelul OMD va permite destinațiilor să maximizeze contribuția turismului la toate cele 17 obiective, în special la cele **cinci** Obiective de Dezvoltare Durabilă **care sunt cele mai relevante pentru turism, și** anume

- I. Obiectivul 8: Muncă decentă și creștere economică;
- II. Obiectivul 11: Dezvoltarea durabilă a orașelor și comunităților;
- III. Obiectivul 12: consum responsabil;
- IV. Obiectivul 14: Conservarea ecosistemelor marine;
- V. Obiectivul 15: Conservarea ecosistemelor terestre

Acum să analizăm mai îndeaproape fiecare dintre aceste obiective.

### **Obiectivul 8: Muncă decentă și creștere economică**

Creșterea economică și bunăstarea populației reprezintă un punct de referință important pentru punerea în aplicare a Obiectivelor de dezvoltare durabilă. Pentru Ucraina cat si pentru Republica Moldova, sunt relevante aspectele legate de redresarea economică postbelică și creșterea productivității muncii, atragerea inovațiilor tehnologice, dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii, îmbunătățirea eficienței acestora, reducerea inegalității de gen în ceea ce privește veniturile și asigurarea unor condiții de muncă adecvate și a egalității de șanse, indiferent de sex, vârstă, naționalitate etc. Sectorul de dezvoltare a turismului face față în mod eficient tuturor acestor sarcini.

*Obiectivul 8.*

<sup>3</sup> Mai multe informații despre turism și ODD sunt disponibile la: <http://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/what-are-the-sdgs/>, și în: Organizația Mondială a Turismului (2018), Tourism and the Sustainable Development Goals - Journey to 2030 (Turismul și Obiectivele de Dezvoltare Durabilă - Călătorie spre 2030), OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419401>.



8.1. Asigurarea unei creșteri durabile a PIB-ului pe baza modernizării întreprinderilor, a inovării, a dezvoltării exporturilor (turism intern și receptor) și a exportului de produse, inclusiv produse turistice, cu o pondere ridicată a valorii adăugate.

8.2. Creșterea eficienței afacerilor pe baza dezvoltării durabile și a dezvoltării de abordări de înaltă tehnologie.

8.3. Creșterea nivelului de ocupare a forței de muncă.

8.4. Reducerea proporției de tineri care nu lucrează, nu studiază și nu dobândesc competențe profesionale

8.5. Promovarea unor condiții de muncă sigure și securizate pentru toți angajații, în special prin utilizarea tehnologiilor inovatoare în domeniul protecției muncii

8.6. Crearea de oportunități instituționale și financiare pentru auto-realizarea potențialului părții active din punct de vedere economic a populației și dezvoltarea economiei creative

**Pentru sectorul turismului, implementarea Obiectivului 8** este o condiție prealabilă pentru competitivitatea pe piața muncii și pentru capacitatea de a formula strategii de dezvoltare a companiei orientate spre viitor.

Obiectivul 8 promovează, de asemenea, dezvoltarea activă a industriilor creative.

Întreprinderile utilizează în mod activ instrumentele Obiectivului 8, Muncă decentă și creștere economică, pentru a pune în aplicare strategii de resurse umane, pentru a construi un brand de angajator, pentru a consolida relațiile cu angajații și pentru a crea o cultură corporativă orientată spre rezultate, bazată pe valori și obiective comune.

În mod separat, sugerăm ca antreprenorii să analizeze formarea lanțului valoric al produselor și serviciilor turistice pentru a găsi oportunități de creștere a valorii adăugate a unui produs sau serviciu și pentru a aplica abordări comerciale creative.

### **Obiectivul 11: Orașe și comunități durabile**

Obiectivul 11 vizează îmbunătățirea abordărilor privind planificarea, gestionarea și dezvoltarea urbană a orașelor și comunităților, ținând seama de principiile incluziunii, siguranței și durabilității, precum și de prevenirea posibilelor riscuri de deteriorare a calității vieții populației.

Urbanizarea rapidă duce la alocarea și utilizarea inefficientă a resurselor, punând o presiune excesivă asupra mediului. Întreprinderile care își desfășoară activitatea în orașe și care contribuie la prosperitatea economică generală au posibilitatea de a sprijini dezvoltarea infrastructurii prin contribuția la elaborarea strategiilor orașelor și comunităților, folosindu-și capacitățile și expertiza pentru a identifica soluții inovatoare și rentabile la problemele complexe și transversale de durabilitate urbană.

#### **Obiectivul 11.**

11.1. Asigurarea unei dezvoltări comunitare bazate exclusiv pe o planificare și un management cuprinzător, cu participarea publicului

11.2. Asigurarea conservării patrimoniului cultural și natural cu implicarea sectorului privat

11.3. Asigurarea notificării în timp util a populației cu privire la situațiile de urgență prin utilizarea tehnologiilor inovatoare

11.4. Reducerea impactului negativ al poluanților, inclusiv asupra mediului urban, prin utilizarea de tehnologii inovatoare

11.5. Asigurarea elaborării și punerii în aplicare a strategiilor de dezvoltare locală care vizează creșterea economică, crearea de locuri de muncă, turismul, recreerea, cultura locală și producția de produse locale

**Există mai multe modalități de a atinge obiectivul 11 în turism:**

- punerea în aplicare a unei politici de utilizare eficientă a resurselor la nivelul dezvoltării produselor turistice;
- participarea activă la elaborarea strategiilor de dezvoltare a orașelor/comunităților, cu un accent deosebit pe oportunitățile de soluții inovatoare și durabile;
- Investiții în infrastructura comunitară durabilă (transport cu emisii reduse de carbon, clădiri eficiente din punct de vedere energetic)
- cooperarea cu autoritățile locale pentru a dezvolta și a pune în aplicare în comun soluții menite să reducă la minimum impactul negativ asupra mediului asociat operațiunilor companiei.



**Fig. Țintele Obiectivului 11 de dezvoltare durabilă în managementul destinațiilor**

**Obiectivul 12: consum responsabil**

O mare parte din populația lumii consumă încă atât de puțin încât nu este suficient pentru a-și satisface nici măcar nevoile de bază. Reducerea la jumătate a risipei de alimente pe cap de locuitor, la nivelul comerțului cu amănuntul și al consumului, este, de asemenea, esențială pentru crearea unor lanțuri de producție și de aprovizionare mai eficiente. Acest lucru poate contribui la securitatea alimentară și la tranziția către o economie mai eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor.

*Obiectivul 12.*

12.1. Reducerea intensității resurselor din economie

12.2. Reducerea pierderilor de alimente în lanțul valoric

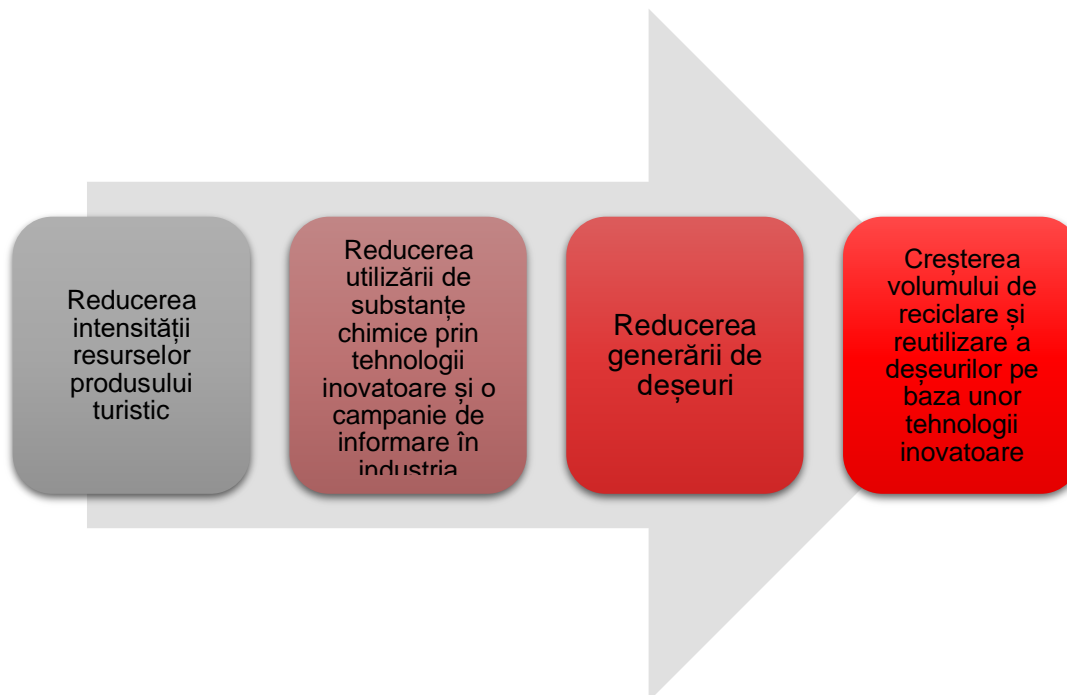
12.3. Reducerea utilizării de substanțe chimice prin tehnologii și producție inovatoare

12.4. Reducerea generării de deșeuri și creșterea gradului de reciclare și reutilizare pe baza tehnologiilor și producției inovatoare

**Pentru a avea un impact în cadrul Obiectivului 12, industria turismului trebuie** mai întâi să introducă un model economic de produse și servicii turistice rentabile și de consum comun.

Reducerea cantității de deșeuri generate prin măsuri de prevenire și reducere a generării de deșeuri, reciclare și reutilizare.

Întreprinderilor din turism și hotelierilor să promoveze consumul responsabil în rândul turiștilor și să îi stimuleze prin programe de fidelizare a clienților responsabili, de exemplu, promovarea returnării ambalajelor din plastic reciclabile în schimbul unui serviciu de călătorie suplimentar pentru un anumit număr de unități de ambalaj returnate sau a unei reduceri.



**Fig. Țintele Obiectivului 12 de dezvoltare durabilă în managementul destinațiilor**

#### **Obiectivul 14: Conservarea ecosistemelor acvatice**

Obiectivul 14 vizează reducerea poluării apei, asigurarea utilizării durabile și a protecției ecosistemelor marine și costiere, creșterea rezilienței și refacerea acestora și asigurarea unei reglementări eficiente a extracției de bioresurse marine.

*Ținta pentru obiectivul 14.*

14.1 Reducerea poluării apelor

14.2. Asigurarea utilizării durabile și a protecției ecosistemelor apelor sporirea rezilienței și refacerea acestora pe baza unor tehnologii inovatoare

14.3. Introducerea unei reglementări eficiente a extracției de bioresurse acvatice

*Întreprinderile pot atinge obiectivul 14 prin punerea în aplicare a următoarelor măsuri:*

- Îmbunătățirea sistemelor de tratare a apelor de proces pentru a reduce ponderea evacuărilor de ape uzate poluate;
- Promovarea și facilitarea unor norme transparente și universale pentru extracția de resurse biologice acvatice, pentru a reduce extracția ilegală și/sau excesivă;

#### **Obiectivul 15: Conservarea ecosistemelor terestre**

Obiectivele de dezvoltare durabilă au ca scop conservarea și refacerea utilizării ecosistemelor terestre, cum ar fi pădurile, zonele umede, zonele aride și munții. Stoparea defrișărilor este, de asemenea, vitală pentru atenuarea efectelor schimbărilor climatice.

Asigurarea conservării, refacerii și utilizării durabile a ecosistemelor terestre și interioare de apă dulce și a serviciilor acestora, inclusiv a pădurilor, a zonelor umede, a munților și a terenurilor aride. În conformitate cu obligațiile care decurg din acordurile internaționale.

Utilizarea durabilă a tuturor tipurilor de păduri, stoparea defrișărilor, refacerea pădurilor degradate și extinderea semnificativă a reîmpăduririi și a împăduririi la nivel mondial

să combată deșertificarea, să refacă terenurile și solurile degradate, inclusiv cele afectate de deșertificare, secetă și inundații, și să depună eforturi pentru a se asigura că starea terenurilor nu se deteriorează la nivel mondial.

Conservarea ecosistemelor montane, inclusiv a biodiversității acestora, pentru a le spori capacitatea de a furniza beneficiile necesare pentru dezvoltarea durabilă.

limitarea degradării habitatelor naturale, stoparea pierderii biodiversității

**Fig. Măsurile de reducere a pierderii habitatelor naturale și a biodiversității**

### **Concluzie:**

Un model de management al destinației care să gestioneze aceste schimbări și care să cuprindă responsabilități și activități dincolo de marketingul și promovarea tradiționale și care să se bazeze pe o coalitiție a tuturor părților interesate din domeniul turismului, coordonată și condusă de un OMD pentru a atinge un obiectiv comun, este mai vital ca niciodată pentru competitivitatea și durabilitatea unei destinații.

### **Întrebări pentru autocontrol care o să vă ajute să înțelegeți mai bine subiectul:**

1. Cine a fost primul care a folosit termenul "destinație" pentru o destinație turistică?
2. Ce este o destinație turistică în conformitate cu OMT, dați exemple.
3. În ce condiții pot fi unite destinațiile în clustere turistice?
4. Ce obiective de dezvoltare durabilă sunt cele mai relevante pentru sectorul turismului?

### **Sarcini pentru studiul independent**

1. Urmăriți lecțiile video pentru Lecția 1 a cursului video.
2. Vizualizați prezentarea prelegerii 1.
3. Citiți articolul despre cercetătorul Neil Leifer și contribuția sa la dezvoltarea sistemului turistic (vezi articolul)