

## Prelegerea 5. Destinații smart. Exemple de succes ale OMD-urilor din lume

**O destinație smartă** este o destinație care are o strategie de dezvoltare a tehnologiei, inovației, sustenabilității, accesibilității și incluziunii pe parcursul întregului ciclu turistic: înainte, în timpul și după călătorie.

- este un loc în care atât rezidenții, cât și turiștii țin cont de multilingvism, de particularitățile culturale și de sezonalitate atunci când planifică o călătorie și creează un produs turistic.

Acesta este motivul pentru care destinațiile smarte sunt esențiale pentru transformarea sectorului turismului. Prin măsurarea, integrarea și analiza continuă și precisă a datelor pentru a lua decizii eficiente, a stabili priorități și a anticipa provocările, acestea creează o experiență de călătorie perfectă și captivantă pentru turiști, gestionând în același timp resursele locale în mod durabil.

Destinațiile smarte pot face ca guvernanta turismului să fie mai favorabilă incluziunii prin intermediul unor OMD care să reprezinte toate părțile interesate din sectorul public/privat din destinația respectivă. Acestea pot contribui la asigurarea unei accesibilități maxime la destinațiile, produsele și serviciile turistice prin eliminarea barierelor din calea mobilității.

### Exemplu.

#### ***Gestionarea smartă a problemei sezonalității***

atunci când schimbările populației datorate fluctuațiilor în numărul de turiști fac dificilă măsurarea impactului turismului. Instrumentele tehnologice de date, cum ar fi *senzorii de la distanță și sistemele de gestionare a datelor mari (baze de date)*, pot ajuta OMD să achiziționeze și să proceseze cantități mari de date pentru a înțelege mai bine impactul sezonalității asupra turismului și a durabilității destinației. Aceste informații pot ajuta destinațiile să prevadă și să gestioneze în avans fluxurile de turiști pentru a gestiona destinația mai eficient și mai eficace.

### **Exemple de activități care vor face ca destinația dumneavoastră să fie SMART**

- Transformarea digitală în diverse domenii
- Soluții tehnologice pentru monitorizarea impactului
- Gestionarea inteligentă a destinației
- Tehnologii înalte pentru dezvoltare durabilă
- Măsuri de securitate cibernetică
- Platforme deschise integrate
- Inovații în sectorul turismului

Un alt pas în gestionarea destinației este conceptul de **destinație smartă**, care se bazează pe cinci principii:

## 1. Guvernanță / management

Un management eficient, așa cum am aflat deja, ar trebui să fie realizat prin crearea unei OMD de succes.

### Sfaturi privind gestionarea destinației:

1. Managementul destinației ar trebui să adopte o **abordare holistică** care să depășească marketingul destinației și să includă toate părțile interesate care operează în zonă cu un obiectiv comun, reducând distanța dintre elementele/actorii separați și uneori antagonici pentru o mai bună gestionare a destinației.



2. Nu există o **soluție "universală" care să se aplice tuturor destinațiilor**, fiecare dintre acestea fiind unică prin caracteristicile și resursele sale (naturale, culturale etc.), cu propriile "puncte slabe" (logistică de transport, resurse umane, servicii turistice, sezonabilitate etc.) și priorități (creșterea numărului de vizitatori, transformarea într-o destinație inteligentă etc.). Fiecare destinație va trebui să adapteze natura și funcția OMD-ului său la aceste variabile<sup>1</sup>.

3. Organizația de management a destinației (OMD) ar trebui să fie **unitatea organizațională principală, care să cuprindă** diferite autorități, părți interesate și profesioniști, facilitând parteneriatele pentru a realiza o viziune colectivă

pentru destinație. Acest lucru înseamnă reunirea tuturor părților interesate, precum și a comunităților locale, și dezvoltarea unei strategii turistice coerente pentru a atinge un obiectiv comun: în cele din urmă, durabilitatea și competitivitatea destinației.

4. OMD ar trebui să își consolideze capacitatea internă **în trei domenii-cheie**<sup>2</sup>:

- Conducerea strategică;
- Un management eficient;
- Buna guvernare

## 2. Inovare.

O **inovație în turism este** introducerea unei componente noi sau îmbunătățite care are ca scop să aducă beneficii tangibile și intangibile părților interesate din domeniul turismului și comunității locale, să

<sup>1</sup> Organizația Mondială a Turismului (2017), The new travel services platform (sau așa-numita sharing economy) - understanding, rethinking and adapting, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419081>.

<sup>2</sup> Organizația Mondială a Turismului (2018), "Overtourism?" - Understanding and managing the growth of urban tourism beyond perception, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419999>.

sporească valoarea experienței turistice și competențele de bază ale sectorului turistic și, astfel, să sporească competitivitatea și/sau durabilitatea turismului.

Inovațiile în turism pot acoperi domenii potențiale, cum ar fi destinațiile turistice, produsele turistice, tehnologiile, procesele, organizațiile și modelele de afaceri, competențele, arhitectura, serviciile, instrumentele și/sau metodele de gestionare, marketingul, comunicarea, operațiunile, asigurarea calității și stabilirea prețurilor etc.

### 3. Tehnologia.

*Tehnologia în turism este* introducerea celor mai recente realizări ale științei și tehnologiei la nivelul unei destinații turistice pentru a crește competitivitatea teritoriului, pentru a îmbunătăți accesibilitatea și pentru a sprijini durabilitatea.

### 4. Accesibilitate.

În conformitate cu Recomandările OMT privind turismul accesibil pentru toți, aprobate prin AG A/RES/637(XX) din august 2013:

*Turismul accesibil (incluziv) este* o formă de turism care implică un proces de cooperare între părțile interesate care oferă persoanelor cu nevoi de acces, inclusiv mobilitate, vedere, auz și acces cognitiv, posibilitatea de a funcționa în mod independent, echitabil și cu demnitate prin furnizarea de produse, servicii și medii turistice universale.

### 5. Sustenabilitate

*Turismul durabil este* turismul care ține seama pe deplin de impactul său economic, social și de mediu, actual și viitor, răspunzând nevoilor vizitatorilor și ale industriei, pe de o parte, și ale mediului și ale comunităților gazdă, pe de altă parte .<sup>3</sup>

Cei cinci piloni și interacțiunea dintre ei reprezintă baza pentru transformarea unui teritoriu într-o destinație inteligentă, iar OMD se află în centrul acestei transformări.

### Exemple de destinații smarte eficiente în lume:

---

<sup>3</sup> A se vedea: Organizația Mondială a Turismului și Programul Națiunilor Unite pentru Mediu (2005), Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284411191>

Londra a fost recunoscută ca fiind cea mai eficientă destinație inteligentă din lume, urmată de New York (2) și Paris (3), potrivit IESE Cities in Motion Index pentru 2022<sup>4</sup>.

După o pauză de un an, Indexul "Cities in Motion", condus de profesorii Pasqual Berrone și Joan Enric Ricard, revin cu un clasament al celor 183 de orașe din întreaga lume în ceea ce privește sustenabilitatea, echitatea și locuibilitatea - factori-cheie pentru a face față șocurilor climatice și economice.

Cele mai recente rezultate sunt clare: Europa găzduiește multe dintre cele mai inteligente orașe din lume. Șase dintre primele 10 orașe din top 10 sunt europene - Londra (locul 1), Paris (locul 3), Berlin (locul 5), Amsterdam (locul 8), Oslo (locul 9) și Copenhaga (locul 10). Dincolo de primele 10, Europa rămâne foarte bine reprezentată, cu 28 de orașe în primele 50 de orașe.

### Exemple de activități al unui OMD eficient:

- gestionarea relațiilor cu clienții (CRM);
- informații și servicii pentru turiști/ vizitatori;
- marketing, promovare, promovare și branding în destinații;
- dezvoltarea de produse turistice și îmbunătățirea eficienței lanțului valoric;
- implicarea producătorilor locali și a furnizorilor de servicii în lanțul valoric al turismului în destinația respectivă;
- managementul integrat al calității (monitorizare);
- asigurarea accesibilității;
- comunicarea în situații de criză;
- Dezvoltarea resurselor umane (în cadrul OMD);
- Consolidarea capacităților, formarea și educația pentru întreprinderile mici și mijlocii și pentru profesioniștii locali din domeniul turismului;
- promovarea culturii turistice în cadrul destinației, care să asigure o relație reciproc avantajoasă între activitățile turistice, comunitățile locale și mediu;
- crearea de oportunități pentru a depăși inegalitatea;
- dezvoltarea infrastructurii turistice și a altor facilități;
- planificare urbană;
- inovare și antreprenariat;
- atragerea și promovarea investițiilor;
- transformarea digitală și TIC;
- transformarea teritoriului într-o destinație inteligentă.

---


<sup>4</sup>Londra este cel mai "inteligent" oraș din lume, potrivit IESE Cities in Motion Index: <https://www.iese.edu/stories/smart-sustainable-cities-in-motion-index/>



**Fig. Harta teritoriilor OMD-urilor existente (evidențiate cu albastru)**

Rolul OMD în Georgia:

- I. Integrează, coordonează și gestionează toate componentele destinației
- II. Este un instrument de promovare a dezvoltării planificate, coordonate și durabile a turismului.



## IMPLICAREA USAID

- ❖ Asigurarea spațiului de lucru și a echipamentului
- ❖ Training-uri / îmbunătățirea calității
- ❖ Crearea de campanii de marketing generale și / sau planuri strategice
- ❖ Prezentări și tururi de presă
- ❖ Sprijin în dezvoltarea produsului turistic
- ❖ Dezvoltarea site-ului web, broșurilor și altor materiale promoționale.

**Fig. Experiența Georgiei în colaborarea cu USAID pentru crearea unui OMD eficient**

**Sarcini pentru studiul independent**

1. Urmăriți videoclipul cursului pentru Lecția 5.
2. Citiți prezentarea pentru cursul 5.

**Întrebări pentru autocontrol:**

1. Care sunt cele cinci principii de transformare a unui teritoriu într-o destinație inteligentă?
2. Cum credeți că trebuie să se schimbe destinația dumneavoastră pentru a deveni o destinație inteligentă?
3. Care dintre exemplele de dezvoltare a unei destinații considerați că este un model pentru dezvoltarea destinației dumneavoastră?
4. Cum poate fi dezvoltată o destinație după război, cum poate fi poziționată, ce public țintă ar trebui ales?