Interreg V-A
Romania-Bulgaria
Programme
2014-2020
RO-BG
302
RO-BG 302

ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!

РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО

БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО

“STRATEGIA COMUNĂ PENTRU PROTEJAREA ŞI FOLOSIREA ÎN COMUN A PATRIMONIULUI CULTURAL, RELIGIOS ŞI ISTORIC CA BAZĂ PENTRU DEZVOLTAREA DURABILĂ A ACTIVITĂŢII COMUNE DE TURISM RELIGIOS (PELERINAJ) ŞI CULTURAL, ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ RUSSE-GIURGIU”

WWW.CHRIST-RO-BG.EU

Programul INTERREG V-A România - Bulgaria 2014-2020, Axa prioritară: 2 „Regiunea Verde”, Obiectivul specific: 2.1 „Îmbunătățirea conservării și utilizării durabile a patrimoniului natural, a resurselor și a patrimoniului cultural”

Denumirea proiectului:

„Moștenirea creștină de-a lungul coridorului cultural Russe-Giurgiu”

Cod e-MS: ROBG-302

EUROPEAN CULTURE CENTRE

Centrul European de Cultură, Russe, 7000, str. Zahari Stoyanov 21,
Nr. telefon: +359 82 821472

+389.899 362440

Interreg

www.interregrobg.eu

CONȚINUT:

Programul INTERREG V-A România - Bulgaria 2014-2020, Axa prioritară: 2 „Regiunea Verde", Obiectivul specific: 2.1 „Îmbunătățirea conservării și utilizării durabile a patrimoniului natural, a resurselor și a patrimoniului cultural" 2

Denumirea proiectului: 2

„Moștenirea creștină de-a lungul coridorului cultural Russe-Giurgiu" 2

Cod e-MS: **ROBG-302** 2

I. INTRODUCERE 5

Cadrul metodic. Aspectele specifice ale produsului. Definiții și concepții despre turismul cultural și religios. 7

II. EVALUAREA STĂRII CURENTE 9

1.1. Revizuirea și evaluarea patrimoniului cultural, religios și istoric din regiunea transfrontalieră 9

La sud din Dunăre. 13

La nord de Dunăre 18

1.2. Probleme în protejarea și conservarea patrimoniului cultural, religios și istoric în regiunea transfrontalieră 25

1.3. Caracteristici generale ale regiunii transfrontaliere Russe - Giurgiu ca destinație turistică pentru turismul cultural și religios 29

1.4. Infrastructură turistică 33

1.5. Superstructura turistică 35

1.6. Fluxul turistic. Profilul turistului. 41

1.7. Oferta de produse și potențialul de dezvoltare 46

1.8. Resurse umane 50

1.9. Cadrul instituțional 51

1.10. Tendințele preconizate și legate de comportamentul turistic în domeniul turismului cultural și religios 56

2. Factori pentru dezvoltarea turismului cultural și religios 59

1. Analiza părților interesate 65

4. Analiza SWOT 67

5. Arborele problemelor 76

Arborele problemelor reprezentat schematic 82

6. Analiză comparativă între districtul Russe și județul Giurgiu, precum și a regiunii transfrontaliere Russe - Giurgiu cu alte regiuni europene 83

7. Analiza PEST - procesele și tendințele în dezvoltarea turismului cultural și religios în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu 86

III. PARTEA STRATEGICĂ 93

1. Stabilirea unei viziuni și misiuni 93

1.1. Viziunea 93

1.2. Misiune 94

2. Stabilirea obiectivelor strategice 95

3. Formularea priorităților, obiectivelor specifice, măsurilor și activităților 96

4. Definirea unui plan cu tactici pentru aducerea la îndeplinire a strategiei 104

5. Evaluarea comună a resurselor necesare pentru aducerea la îndeplinire a strategiei 105

6. Evaluare și control - determinarea unui sistem de indicatori calitativi și cantitativi pentru monitorizarea și evaluarea implementării strategiei 107

7. Stabilirea unui mecanism de monitorizare și evaluare a implementării strategiei 109

Descrierea activităților necesare pentru aplicarea parteneriatului și asigurarea informațiilor și publicității 113

Concluzie 120

Anexă. Cadrul financiar indicativ pentru realizarea Strategiei comune de turism cultural în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu 122

I. INTRODUCERE

Strategia pentru protejarea comună și folosirea patrimoniului cultural și istoric, menită să stea la baza dezvoltării în comun a turismului cultural și religios în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu, a fost elaborată de către echipa Asociației „Centrul European de Cultură", în implementarea Contractului nr. ROBG–456-122/ 15.11.2019 cu obiectul „**STRATEGIA COMUNĂ PENTRU PROTEJAREA ȘI FOLOSIREA ÎN COMUN A PATRIMONIULUI CULTURAL, RELIGIOS ȘI ISTORIC CA BAZĂ PENTRU DEZVOLTAREA DURABILĂ A ACTIVITĂȚII COMUNE DE TURISM RELIGIOS (PELERINAJ) ȘI CULTURAL, ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ RUSSE-GIURGIU**", în cadrul implementării proiectului „Moștenirea creștină de-a lungul coridorului cultural Russe-Giurgiu" ("The Christian heritage along the cultural corridor Russe-Giurgiu"), cod e-MS: ROBG-302, finanțat prin Programul INTERREG V-A România - Bulgaria 2014-2020.

Obiectivul principal al proiectului este promovarea regiunii transfrontaliere Russe-Giurgiu prin dezvoltarea turismului cultural / religios, în baza utilizării durabile a patrimoniului istoric cultural și religios al regiunii.

Contribuția așteptată a Proiectului la Programul general este creșterea numărului preconizat de vizite a siturilor și atracțiilor patrimoniului cultural și natural cărora le-a fost acordat sprijin în cadrul proiectului, 3 produse turistice integrate / servicii create, 1 strategie comună/generală, politici sau planuri de management pentru punerea în valoare a (inclusiv conștientizarea) patrimoniului cultural și natural prin restaurarea și promovarea acestuia pentru atingerea obiectivelor economice durabile.

Elaborarea documentului se impune ca fiind necesară datorită faptului că turismul este un sector cheie în dezvoltarea regiunii transfrontaliere și, în special, turismul legat de utilizarea patrimoniului religios cultural și istoric, astfel cum se iterează în documentele strategice și legislative elaborate la diferite niveluri de guvernare. Potențialul respectiv nu a fost încă pe deplin pus în valoare. Se observă lipsa produselor turistice comune elaborate, inclusiv în domeniul patrimoniului cultural, istoric și religios. Site-urile unice (obiectivele turistice unice) care depășesc limitele impuse de dimensiunea transfrontalieră sunt, în cea mai mare parte, necunoscute în afara comunităților locale.

Crearea unui produs turistic cultural și religios comun este cea mai bună modalitate de a utiliza pe deplin activele culturale, istorice și religioase din regiune. Dezvoltarea, perfecționarea și inovarea acestui produs vor contribui la realizarea unei creșteri economice durabile și la îmbunătățirea mediului social pe termen

mediu și lung. O evaluare sistematică a problemei puse - care este măsura în care patrimoniul cultural, istoric și religios din regiune este implicat efectiv în dezvoltarea economică a euroregiunii Russe-Giurgiu - va contribui la valorificarea pe deplin a potențialului existent. Restaurarea și adaptarea la standardele turistice contemporane, este unul dintre pașii necesari în vederea protejării patrimoniului cultural, istoric și religios și în vederea utilizării acestuia ca o resursă pentru dezvoltarea unui turism durabil.

Elaborarea strategiei contribuie la crearea unui cadru clar pe termen lung pentru conservarea durabilă, gestionarea, dezvoltarea și valorificarea patrimoniului cultural-istoric și religios în Euroregiunea Russe-Giurgiu, prin dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios. Strategia va include un plan de monitorizare a produselor turistice integrate.

Strategia trebuie să asigure competitivitatea durabilă a regiunii ca destinație turistică pentru turismul cultural, istoric și religios, și să vină în sprijinul dezvoltării generale a sectorului turistic. Aceasta reprezintă abordare sistematică a monitorizării utilizării durabile a resurselor din domeniul patrimoniului cultural, istoric și religios din regiune.

Inovarea adusă de strategie este aceea că aceasta ia în considerare moștenirea culturală, istorică și religioasă a districtului Russe și a județului Giurgiu, în ansamblul lor, iar proiectul urmărește dezvoltarea unei dimensiuni transfrontaliere a patrimoniului cultural și religios comun în euroregiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu.

Spre diferență de strategia transfrontalieră existentă pentru încurajarea potențialului turistic a euroregiunii Russe - Giurgiu, **această strategie comună este o strategie tematică și specializată pe turismul cultural și religios**.

Elaborarea strategiei contribuie la crearea unui cadru clar pentru conservarea, gestionarea, dezvoltarea și utilizarea durabilă a patrimoniului cultural, istoric și religios din Euroregiunea în cauză.

Sarcina principală pe care și-o asumă strategia elaborată, este de a asigura competitivitatea durabilă a regiunii ca o destinație turistică pentru turism cultural, istoric și religios, de a sprijini dezvoltarea durabilă a sectorului turistic, de a lua în considerare așteptările și intențiile tuturor părților interesate, pentru a răspunde cerințelor și nevoilor pentru o poziționare adecvată, realistă și stabilă și pentru implementarea pe piață a produsului turistic integrat. Strategia conține și un plan de monitorizare a produselor turistice integrate realizate în cadrul proiectului.

Prin produsele turistice integrate se va realiza o folosire ordonată și coordonată a obiectivelor amplasate pe o axă comună în potențialul cultural-istoric și religios.

Cadrul metodic. Aspectele specifice ale produsului. Definiții și concepții despre turismul cultural și religios.

Turismul cultural-istoric este unul dintre cele mai mari și mai profitabile sectoare din turism. Obiectivele turistice culturale, istorice și religioase, ritualurile, riturile și tradițiile constituie elemente de bază care atrag turiștii și totodată contribuie la dezvoltarea economiei și atrag și capitaluri.

În cea mai mare parte a secolului al XX-lea, turismul și cultura au fost analizate ca fiind aspecte separate ale destinațiilor. Resursele culturale erau percepute ca făcând parte din patrimoniul istoric al regiunilor, ca fiind legate de educația populației locale și baza identităților locale și naționale. Turismul, pe de altă parte, a fost văzut în mare măsură ca o activitate de recreere. Această percepție s-a schimbat treptat, rolul culturii în atragerea turiștilor devenind unul tot mai evident.

Cultura este folosită ca un aspect al produsului turistic și o strategie de prezentare a destinației. Turismul este integrat în dezvoltarea culturală și vine în susținerea conservării patrimoniului. Această interacțiune dintre turism și cultură este văzută ca unul dintre cele mai importante motive pentru promovarea legăturii directe dintre aceste două elemente. Ea este și mai semnificativă, având în vedere importanța lor ascendentă pentru economiile lumii.

Relația dintre cultură și turism poate fi privită în două direcții - în ceea ce privește beneficiile pentru fiecare țară.

Beneficiile pentru turism și care provin din relația cu cultura sunt:

- îmbunătățirea produsului principal;
- îmbunătățirea imaginii destinației;
- creșterea consumului și a duratei ședерii;
- creșterea satisfacției turiștilor cu un produs unic;
- Promovarea vizitelor repetate;
- stimularea cererii locale și a celei regionale;
- deschiderea de noi segmente de piață.

Beneficiile pentru cultură și care provin din relația cu turismul sunt:

- realizarea unor venituri suplimentare;
- extinderea pieței și un nou segment de vizitatori;
- dezvoltarea managementului profesional al resurselor culturale;
- un control mai bun asupra utilizării resurselor culturale;
- Construirea unei imagini culturale mai bune în rândul populației locale

Beneficiile culturale, economice și sociale răspândite stimulează politica de promovare și creare a unei legături dintre cultură și turism, adică dezvoltarea turismului cultural la nivel mondial, național și local. Călătoriile întreprinse cu scopul intrării în contact și cunoașterea culturilor străine, permit turiștilor și localnicilor să întâlnească și să înceapă să se familiarizeze cu diferențele fiecărei comunități.

Cultura este importantă pentru turism și pentru competitivitatea destinațiilor. Ea este un factor esențial al atractivității, nu numai din punctul de vedere al turismului, ci și pentru atragerea rezidenților și a investițiilor interne. Cultura este esențială pentru construirea imaginii țării. Turismul cultural este unul dintre instrumentele cheie în dezvoltarea unei imagini pozitive a destinațiilor la nivel internațional.

Turismul a dobândit un rol important în dezvoltarea destinațiilor din întreaga lume, iar cultura este un activ major pentru dezvoltarea sa. Cele mai de succes destinații sunt cele care pot crea interacțiune între cultură și turism. Criteriile pentru dezvoltarea unei relații pozitive între acestea sunt:

- durabilitatea(sustenabilitatea) activelor culturale;
- gradul de participare a comunităților locale;
- posibilitatea de livrare a tuturor bunurilor și serviciilor pe teritoriul dat pentru satisfacerea cerințelor turiștilor;

Definiția oferită de Organizația Mondială a Turismului (OMT)* *Tourism and Culture | UNWTO constituie un element de bază a metodologiei prezentului document, fiind acceptată și respectată în totalitate și integral.

„Turismul cultural este un tip de activitate turistică în care principala motivație a turistului este să învețe, să descopere, să experimenteze prin trăiri și să consume atracții / produse mobile și imobile într-o destinație turistică. Aceste atracții și produse sunt asociate unui set de trăsături specifice materiale, intelectuale, spirituale și emoționale distincte ale societății, și care cuprind arta, arhitectura, patrimoniul istoric și cultural, patrimoniul culinar, literatura, muzica, industriile creative și cultura vie a comunității cu modul ei de viață, sistemul de valori, credințele și tradițiile specifice”

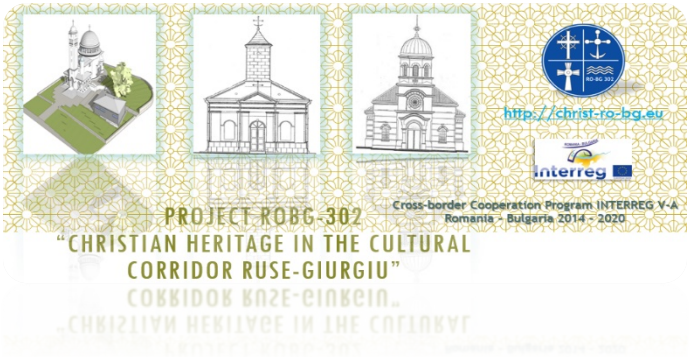
Analiza și partea strategică sunt în concordanță cu tema proiectului „Moștenirea creștină de-a lungul coridorului cultural Russe-Giurgiu” și se concentrează asupra modului în care utilizarea patrimoniului cultural, religios și istoric poate sta la baza dezvoltării durabile în comun a turismului cultural și religions în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu.

Sunt vizate următoarele subtipuri de turism cultural:

1. Turismul cultural și istoric, înțeles ca: Un fel de turism motivat de interesul față de patrimoniul material și imaterial într-unul dintre subtipurile sale mai specifice - turismul cultural și religios.

2. Religios, înțeles ca: Turism specific în vederea familiarizării cu patrimoniul religios și cultural și în vederea familiarizării cu istoria anumitor obiective turistice de cult religios, religioase și istorice, arheologice și arhitecturale, cu sau fără participarea la evenimente festive religioase în anumite lăcașuri de cult sau destinații turistice; vizitarea locurilor și obiectivelor cu caracter religios, motivată în principal de satisfacerea anumitor nevoi spirituale și de efectuarea de călătorii (pelerinaje) pentru închinarea la locuri sfinte dpvd al credinței sau participării la ritualuri religioase, indiferent de valoarea artistică a locurilor sau evenimentelor.

Domeniul acoperit de subiect nu implică studiul altor subtipuri de turism cultural și istoric, precum turismul muzeal, arheologic, etnic și folcloric etc. sau altor subtipuri de turism cultural - participarea la festivaluri, turism pentru participarea la evenimente și creativ, culinar, vini-viticol, etc., dar le ia în considerare în contextul lor potențial ca o posibilă resursă pentru dezvoltarea formelor mixte de turism.



II. EVALUAREA STĂRII CURENTE

1.1. Revizuirea și evaluarea patrimoniului cultural, religios și istoric din regiunea transfrontalieră

Poziția geografică a districtului Russe și a județului Giurgiu este o condiție prealabilă pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios și pentru dezvoltarea produsului turistic regional. Potențialul turistic al regiunilor studiate este foarte apreciat, dar este insuficient de cercetat, dezvoltat și cunoscut utilizatorilor.

Prezentarea potențialului patrimoniului creștin în domeniul teritorial al celor două regiuni pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios.

Analiza se bazează pe rezultatele discuțiilor purtate în cadrul întâlnirilor realizate cu părțile interesate din Bulgaria și România, cu specialiști și experți în domeniul cultelor și al turismului (și pe studii realizate în cadrul proiectului). Analiza se concentrează în cadrul sferei teritoriale pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios în unitatea teritorial-administrativă bulgară districtul Russe, care se suprapune dpvd geografic în principal cu teritoriul districtului spiritual Russe, parte a mitropoliei Russe și județul român Giurgiu, care se suprapune geografic cu teritoriul eparhiei Giurgiu.

Situate pe ambele maluri ale Dunării, cele două unități teritorial-administrative se caracterizează printr-un peisaj divers, cu câmpii largi și formațiuni ușor deluroase, floră și faună bogate, abundență de temple și mănăstiri din Antichitate, Evul Mediu și Evul Mediu târziu, precum și prin varietatea monumentelor istorice din timpuri mai noi și care au merite arhitecturale și artistice.

Zonele administrative ale celor două țări sunt separate de o graniță naturală - fluviul Dunărea, aceasta fiind o premisă pentru oportunități de turism fluvial. Ambele unități teritorial-administrative sunt unite prin podul peste fluviul Dunăre, centrul infrastructurii de transport; perechea de orașe de pe ambele maluri ale fluviului: Russe și Giurgiu contribuind prin cooperarea lor strânsă și unanimitate la dezvoltarea regională și națională.

Județul Giurgiu și districtul Russe au un patrimoniu cultural valoros, format din artefacte arheologice, monumente istorice, monumente de artă și arhitectură, patrimoniu etno-folcloric, cetăți tracice și romane, monumente ale arhitecturii religioase și civice din Evul Mediu, clădiri fortificate, muzee și case-muzee, așezări de interes cultural și istoric. Aceste resurse numeroase și variate existente nu este adusă la nivelurile adecvate de prezentare pentru potențialii turiști. Potențialul turistic al patrimoniului cultural al euroregiunii Russe-Giurgiu este extrem de bogat și divers. Conține componente, dintre care unele sunt extrem de unice prin specificitatea lor. Este clară necesitatea unui nivel mai ridicat de asimilare a patrimoniului existent prin dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios.

Patrimoniul cultural-istoric și religios al euroregiunii și dezvoltarea sa trebuie setate ca obiectiv principal pentru dezvoltarea industriei locale turistice, nu numai datorită trăsătorilor specifice și interesului inerent pe care le prezintă, ci și datorită creșterii continue a turismului în domeniul destinațiilor cultural-istorice și religioase, turism promovat prin dorința de a cunoaște propriului trecut sau patrimoniu și civilizații. Luându-se în considerare oportunitățile pe care le prezintă districtul Russe și județul Giurgiu și potențialul acestora pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios, se impune concluzia că este oportună desfășurarea unei campanii de informare în rândul localnicilor din această euroregiune despre efectele pozitive ale dezvoltării patrimoniului cultural și despre dimensiunile și importanța sa economică pentru dezvoltarea economică regională.

În numeroase situații, călătoria turistică este principala motivație pentru recreere, însă turiștii pot profita de un sejur într-o anumită destinație și pot învăța lucruri noi, își pot satisface curiozitatea culturală vizitând ruine istorice, muzee și situri arheologice, pot participa la diferite festivaluri și evenimente culturale, angajându-se în viața tradițională a comunității, bucurându-se într-un final de o experiență unică. Acest lucru transformă patrimoniul cultural într-o resursă turistică de bază pentru creșterea fluxului turistic în euroregiune.

Motivele pentru care turiștii aleg această formă specifică de turism sunt numeroase:
- educație personală sau familială;
- satisfacerea curiozității;
- căutarea rădăcinilor;
- trăirea unor experiențe culturale;
- căutarea provocărilor pentru experiențe intelectuale;
- dorința de a vedea o astfel de comunitate sau de a experimenta ceva complet diferit de viața de zi cu zi;
- interacțiunea culturală.

Satisfacția motivației și a intereselor se realizează prin recurgerea la diferite forme de turism cultural, istoric și religios. Majoritatea au ca resursă patrimoniul cultural regional, precum și diferite programe care combină diverse componente ale patrimoniului material. Pentru a deveni o atracție căutată, acest patrimoniu ar trebui amenajat și dezvoltat prin perspectiva dezvoltării durabile (întreținere, îmbogățire și redare către generațiile viitoare), dar și din punctul de vedere al turistului. Acoperirea patrimoniului cultural-istoric și religios ca resursă turistică conține responsabilități culturale, științifice, morale și etice. Semnificația componentelor individuale ale patrimoniului cultural este îmbogățită și i se adaugă valoare prin dezvoltarea corespunzătoare nu numai a acestora, ci și a zonei adiacente. Moștenirea culturală, istorică și religioasă ca o resursă turistică ar aduce beneficii atât operatorului de turism, cât și riveranilor, atât prin veniturile care ar fi generate, cât și prin diferite îmbunătățiri ale spațiului inhabitat și logistice, care ar putea veni în beneficiul localnicilor. Beneficiile pentru turiști nu rămân în cadrul îmbogățirii culturale și spirituale personale. Un patrimoniu cultural și istoric bine gestionat și prezentat publicului îndeplinește diferite funcții sociale esențiale: cunoașterea istoriei locale și naționale; îmbogățirea socio-culturală a comunității; protejarea, restaurarea și conservarea artefactelor istorice; educație; cercetări arheologice și culturologice. Prin unirea activităților culturale cu valorificarea diferitelor activități turistice, rezultatul economic ulterior rezultă în dezvoltarea durabilă prin realizarea autofinanțării din taxe plătite, merchandising și alte instrumente financiare. Potențialul euroregiunii Russe-Giurgiu are condiții pentru realizarea sustenabilității economice.

Este necesar ca moștenirea culturală și istorică să fie dezvoltată în mod optim. Astfel, se transformă într-o resursă turistică cu potențialul de a influența diverse cercuri turistice. Dezvoltarea unei societăți care

apreciază cultura timpului liber, împreună cu o serie de factori sociali și psihologici, au contribuit la dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios la nivel mondial, la transformarea acestuia într-un fenomen de masă. Cea mai mare contribuție la creșterea spectaculoasă a turismului cultural, istoric și religios îl are publicul cu o afinitate pentru monumentele istorice. Atractivitatea lor crește prin activitățile de amenajare. Rădăcinile se ascund în pretențiile publicului, dar și în exigențele specialiștilor din domeniu, care cer protecția împotriva deteriorării sau distrugerii monumentului specific. Prin respectarea principiilor de bază, valoarea economică, culturală și socială a monumentelor va crește și, în multe cazuri, un anumit obiectiv sau o întreagă destinație nu numai că poate supraviețui, ci și se poate dezvolta. Avându-se în vedere că starea multor monumente istorice este adesea pusă sub semnul întrebării, abordarea care asigură amenajarea optimă a monumentului respectiv, consituie un instrument de angajare în conservarea și restaurarea monumentelor culturale și istorice.

Activitățile de restaurare, conservare și prezentare în fața comunității locale trebuie efectuate cu responsabilitate maximă, utilizându-se materiale și documente autentice în acest scop. Trebuie luate în considerare și depășite atât obstacolele comune presupuse, cât și cele comune des întâlnite, precum lipsa unor specialiști exact pe domeniile necesare, păstrarea autenticității, problemele asociate cu tehnologiile și materialele disponibile. Este necesar să fie luate în considerare resurse financiare importante care sunt totodată esențiale, inclusiv cele pentru întreținerea curentă, conservarea de urgență sau altele asemănătoare.

Evaluarea patrimoniului cultural-istoric și religios în partea sa esențială nu se ascunde în dimensiunea financiară și cantitativă a evaluării bunurilor respective, ci în evaluarea spirituală, culturală și financiară a elementelor esențiale intangibile care determină semnificația sa pentru societatea modernă. Rolul cheie aici îl joacă elemente cheie intangibile: Spiritul unic al obiectivului, simbolurile culturale ale cărora este purtător, istoria și creatorii săi, valoarea, prestigiul și semnificația pentru comunitate etc. Evaluarea adecvată a elementelor individuale ale patrimoniului trebuie restaurată și conservată cu atenție, astfel încât acestea să nu diminueze sau să își piardă valoarea. Patrimoniul trebuie studiat caleidoscopic, din diferite puncte de vedere, astfel încât potențialul său valoric prin prisma semnificației istorice, artistice, culturale și spirituale să fie maximizat.

În euroregiunea transfrontalieră se găsesc numeroase biserici și mănăstiri antice, medievale și renascentiste. Bogăția lor istorică și culturală, precum și amplasarea lor printre frumoase zone naturale, le transformă în destinații cu potențial ridicat de turism cultural, istoric și religios. Există patru mănăstiri active în districtul spiritual Russe, există 82 de temple, iar în Episcopia Giurgiului există 11 mănăstiri active și 171 de temple.

La sud din Dunăre.

Cele mai renumite din orașul Russe sunt bisericile „Sfânta Treime” și „Sf. Gheorghe”, mănăstirea „Sf. Dimitar Basarbovski” situată în apropierea orașului, complexul religios al bisericilor rupestre din Ivanovo, mănăstirile „Sf. Marina” în satul Karan Varbovka și „Sf. Petka” lângă satul Koprivets.

În biserici și mănăstiri se găsesc icoane excepționale create de pictori de la școlile de artă bulgare clasice, precum și catapetesme realizate de meșteri celebri. Un interes sporit pentru turiștii pelerini, reprezintă icoanele și fragmentele miraculoase din moaștele sfinților, situate în unele dintre temple. Acest lucru este valabil, de exemplu, pentru mănăstirea Sf. Dimitar Basarbovski din satul Basarbovo, și biserica Sf. Gheorghe din orașul Russe. Un alt potențial pe care îl au mănăstirile din euroregiune și care se referă la dezvoltarea turismului religios, sunt izvoarele tămăduitoare și izvoarele sfinte (ayasmo în limba bulgară), despre care se crede că dacă pelerinii beau din apă sau se spală cu această, se vor vindeca miraculos. În mănăstirea „Sf. Marina” din satul Karan Varbovka există un asemenea izvor tămăduitor, cu apă despre care se crede că vindecă bolile de oftamlologice.

De importanță esențială pentru măsura în care obiectivul prezintă interes de vizitare este tipul obiectivului religios, vechimea istorică și datarea, toate acestea constituind factori care influențează turiștii pentru vizitarea siturilor care fac obiectul turismului cultural, istoric și religios. Bazilicele creștine timpurii din secolele IV-VI sunt prima formă de obiective creștine de cult din regiune. Ca situri arheologice, acestea sunt foarte populare printre turiști și sunt căutate și vizitate de un număr mare de turiști. Trebuie subliniat faptul că majoritatea nu au fost restaurate sau popularizate. Un potențial suplimentar pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios îl au mănăstirile rupestre situate pe teritoriul eparhiei Russe, pe valea râului Russenski Lom. Mănăstirea Sf. Dimitar Basarbovski, mănăstirile rupestre din satul Ivanovo, un obiectiv UNESCO și un obiectiv aflat printre primele 10 cele mai vizitate destinații din Bulgaria, precum și orașul medieval Cherven - toate acestea se găsesc pe teritoriul eparhiei Russe. Există un produs simbiotic care combină elemente ale turismului cultural, istoric și religios. Așezate sus în stânci, cu frescele lor medievale și chiliile monahale, bisericile rupestre, lăcașe de cult cioplite în piatra canionului adânc al râului sunt un loc foarte atractiv pentru mulți turiști.

Eparhia Russe

Printre siturile emblematice pentru regiunea Russe cu o valoare culturală, istorică și religioasă semnificativă se numără:

Bisericile în stâncă de la Ivanovo

Bisericile rupestre de la Ivanovo sunt unul dintre cele nouă monumente bulgare incluse în anul 1979 în lista UNESCO a patrimoniului mondial cultural și natural. Acestea sunt situate la 22 km sud de orașul Russe și

constau dintr-o rețea de douăzeci de biserici rupestre mici, capele și chilii, săpate la diferite înălțimi în stâncile canionului râului Russenski Lom. Acestea sunt interconectate printr-o rețea de scări și căi de stâncă.

Primii ieremiți și-au săpat acolo chiliile lor încă din sec. XII. Iar picturile murale din sec. XIV stau dovadă pentru măiestria foarte dezvoltată caracteristică școlii de pictură a vechii capitale a Bulgariei - Tarnovo

Cândva bisericile se ridicau la 40 în număr, iar chiliile - la cca. 300. Ele erau locuite de ieremiți și călugări, mulți dintre care oameni foarte erudați - "gramaticieni" și scriitori, iar creștinii făceau pelerinaje la aceste biserici. Regii și boierii bulgari din perioada celui de-al Doilea Regat Bulgar (secolele XII-XIV) au trimis pietrari să cioplească temple noi în stânci, iar pictori să-i picteze cu imagini sfinte.

Mănăstirea rupestră "Sf. Dimitar Basarbovski"

În cea mai mare parte a perioadei celui de-al Doilea Regat Bulgar (secolele XII - XIV), mănăstirea în stâncă de la Basarbovo a fost o parte integrantă a complexului isihastic al mănăstirii, care se întindea în canionul râului Russenski Lom și afluenții Beli și Cherni Lom. Călugării isihasti (din greacă - isihie - tăcere, pace lăuntrică) ciopleau capelele și chiliile în stâncile de calcar. Departe de vanitatea lumii, ei trăiau ascetic, în rugăciune și post. Scopul existenței lor, în rugăciune constantă, lipsuri și tăcere, era să-L vadă pe Iisus Hristos în lumina Sa inițială, cea în care Mântuitorul apare pe Muntele Tabor.

Mănăstirea Basarbovo are patronii spirituali Sfântul Teodor Tyrone și Sfântul Teodor Stratilat. Mănăstirrea a fost ctitorită de regina Teodora, prima soție a țarului bulgar Ioan Aleksandar și fiica voievodului valah Basarab I, fondatorul primei dinastii a Țării Românești. De acolo se trage și numele mănăstirii. Basarab I, fiind socrul domnitorului, deținea terenurile pe care era amplasată mănăstirea.

Bisericile și chiliile rupestre au avut o soartă schimbătoare în timpul invaziei otomane. Registrul fiscal otoman din 1479 până în 1480 conține date despre o Mănăstire Basarba. În cartea despre viața și isprăvile ale Sfântului Sofronie al Bulgariei (Basarbovski), care a trăit în secolul al XVI-lea călugăr fiind, este menționată mănăstirea Basarbovo, unde sfântul a fost ajuns de o moarte violentă. După înmormântarea sa, la mormântul său au început să se întâmple minuni. În al treilea an, mormântul său a fost deschis și trupul său a fost găsit neatins de moarte și parfumat. Moaștele sale se află în Serbia.

Singurul sfânt din regiunea Russe, născut și cunoscut din satul Basarbovo - Sf. Dimitar Basarbovski este cunoscut încă din secolul al XVII-lea. Acest lucru este mărturisit de autorul Paisii Hilendarski în „Istoria Slavyanobolgarskaya”. Sfântul Dimitar a fost părintele spiritual al satului Basarbovo, s-a călugărit în mănăstirea Basarbovo. Autorul bulgar Paisii face vorbire de înălțarea la cer a sfântului Dimitar, în anul 1685.

Moastele sale au fost găsite miraculos în râul Russenski Lom, vizavi de mănăstire. Multe minuni și vindecări au loc prin moaștele sfântului.

La data de 10 iulie 1774 s-a încheiat unul dintre numeroasele războaie ruso-turce. Tratatul de pace a fost semnat la Kyuchuk Kaynardzha. Rusia a fost învingătoare. Tratatul confera Rusiei dreptul de a deveni patron al creștinilor ortodocși din Imperiul Otoman. Pe vremea aceea, persoana însărcinată cu transportul moaștelor Sfântului Dimitrie Basarbovski în Rusia, a fost generalul rus Saltikov. Drumul lor trecea prin București, unde au ajuns la 13 iulie 1774. La cererea bulgarului cu titlu de nobil - Dimitar Ment, care a servit ca consilier și traducător al generalului, moaștele nu au fost duse mai departe spre granițele Russe îndepărtate, ci au rămas în Țara Românească vecină, odihnindu-se în prezent în Catedrala Patriarhală din București.

Biserica episcopală Sfânta Treime din orașul Russe a fost construită în anul 1632.

Biserica principală a fost săpată la patru metri și jumătate sub nivelul curții, datorită cerințelor sultanatului. Aspectul contemporan al hramului este din perioada de după Eliberare. Două capele suplimentare au fost construite ulterior, prin donații. Unul este dedicat Sf. Alexander Nevsky și a fost sfințit de 5 august 1884. Acesta nu a mai funcționat după anul 1979, în anul 1983 fiind reconstruit și a găzduit o expoziție muzeală cu articole bisericești, icoane și cărți vechi. A doua capelă este dedicată sfinților frați Chiril și Metodie. A fost sfințită de 16 martie 1886 de mitropolitul Grigorie de Dorostol și Cherven. Biserica episcopală Sfânta Treime a fost declarată monument cultural de importanță națională în anul 1983. Se depun griji în permanență pentru conservarea și restaurarea bisericii, pentru a fi păstrată pentru generațiile viitoare, fiind una dintre cele mai vechi clădiri din orașul Russe.

Mănăstirea Sf. Marina

Mănăstirea Sf. Marina se află lângă satul Karan Varbovka, municipiul Dve Mogili, districtul Russe și este una dintre cele mai vechi mănăstiri bulgărești, înființată fiind în timpul celui de-al doilea regat bulgar. După căderea Bulgariei sub autoritatea otomană, au început persecuția și tortura călugărilor și creștinilor. Mănăstirea a fost arsă și dărâmată făcută fiind una cu solul, soartă pe care au avut-o și alte altare bulgărești celebre, dar numele Sfintei Marina a rămas permanent în mintea oamenilor. Legenda spune că într-o zi fierbinte de iulie, în timpul recoltării, proprietarul lanului, un turc, și-a lăsat băiatul orb de doisprezece ani să doarmă într-un capăt al lanului, iar el s-a dus la muncă, copilul s-a trezit și s-a dus să-l caute pe tatăl său. Pășind repede, băiatul a călcat în apă. A băut din apă și după ce și-a spălat fața și-a redobândit vederea. Vesel, surprins și speriat, a fugit la tatăl său și, iar acesta convingându-se că copilul său poate vedea cu adevărat, i s-a umplut inima de bucurie. Fără să mai stea pe gânduri, tatăl și-a apucat băiatul și a fugit în satul din apropiere pentru a-și împărtăși bucuria și a-i întreba pe localnici ce fel de sărbătoare creștină sărbătoresc și cine este sfântul care face minuni cu această apă? Un preot bătrân i-a răspuns tatălui bucuros, că ar fi auzit de la vechii clerici că locul acela ar fi locul la care se onora numele Sfintei Mari Mucenice Marina și că acolo s-ar găsi „AGHIAZMA” ei (izvorul cu apă sfântă vindecătoare). Ziua era 17 iulie, ziua în care creștinii ortodocși cinstesc amintirea sfântă a acestei Sfinte. Pentru a-și exprima recunoștința față de Sf. Marina, păgânul și-a dăruit lanul cu aghiazma, cu jurământul ca atunci când ajung acolo alți bolnavi, să fie și loc la care ei pot rămâne peste noapte. Vestea despre această mare minunea s-a

răspândit nu numai în Bulgaria, ci și în Moldova, Țara Românească, Serbia și pe alte meleaguri. De atunci și până astăzi Sf. Marina este onorată și numele ei nu a fost lăsat uitării.

Biserica "Sf. Petka" (Sfânta Vineri)

Proiectarea arhitecturală a bisericii „Sf. Petka" este prima încercare îndrăzneață și reușită de a recrea una dintre capodoperele din timpul Primului Regat Bulgar - Biserica Rotundă (Biserica de Aur) din Preslav, construită de țarul Simeon I. Biserica a fost construită la sfârșitul anilor 30 ai secolului trecut, lângă singura poartă rămasă de la vechea cetate a orașului. Proiectul a fost făcut de arhitectul din Russe - Lyuben Dinolov. Construcția bisericii a fost începută de un meșter și antreprenor local Nikola Ivanov Kolchev. Iconostasul a fost realizat în anul 1942 de sculptorul din Russe, Georgi Genov. Icoanele sunt opera lui Georgi Karakashev, Todor Yankov și Nikola Pinkov. Picturile murale și frescele au fost realizate de prof. univ. Nikola Kozhuharov, Tsanko Vassilev și de decoratorul Petar Mihailov. Această biserica unică de felul ei, se degradează de ani de zile din cauza unei fundații instabile. Biserica a fost realizată pe un fost șanț din cetatea orașului, umplut ulterior cu pământ. Sfânta Paraskeva / Sfânta Petka sau Sf. Vineri / este considerată a fi una dintre sfintele patroane ocrotitoare ale României. Moaștele Sfintei sunt expuse în mun. Iași.

Biserica "Sf. Gheorghe" - orș. Russe, este o biserică - bazilică cu trei nave și trei altare: central „Sf. Gheorghe", de nord „Sf. Dimitrie Basarbovski" și de sud „Sf. Nicolae făcătorul de minuni de Mira". Construită în perioada 1841 - 1842 asupra ruinelor unei biserici de lemn care a ars în perioada 1806-1812. Biserica Sf. Gheorghe este o copie a Biserici episcopale Sfânta Treime din Russe, dar spre deosebire de aceasta nu este îngropată în pământ. Icoanele din vechiul iconostas, pictate în 1842 de meșterul Zahari Tsanyov și Ioanikiy Papavitanov din Tryavna, sunt păstrate până în prezent în biserică. În 1928, noul iconostas, tronul episcopal și cele două coruri au fost realizate de artistul-sculptor Ivan Travnitsky. În anul 1958, iconostasul de pe zid a fost înlocuit cu unul nou, opera profesorului univ. Nikolay Kozhuharov și a pictorului Tsanko Vassilev. Sfântul Gheorghe este un sfântul ocrotitor al ambelor localități - Russe și Giurgiu. O parte din moaștele patronului - Sf. Gheorghe - este păstrată în biserică.

„Sf. Paul al Crucii" este biserica rimo-catolică din orașul Russe, Catedrala eparhiei Nikopol. Templul este dedicat întemeietorului Preoților Pasionisti - Sfântul Paul al Crucii.

Prima piatră a bisericii a fost pusă în 1890. În 1892, biserica a fost finalizată, stilul arhitectural fiind neogotic, cu o clopotniță de 31 de metri. Proiectul a fost realizat de arhitectul italian - Valentino Dell Antonio din Moena. Templul este decorat în stilul „Bibliei laice". În timpul mons. Henry Dulce, catedrala catolică din Russe este mobilată cu sculpturi frumoase din lemn pe altare și cu mobilierul necesar în stil gotic, care a fost livrat din Boemia. Frumoasele picturi și vitralii au fost realizate de maestrul artist Sandor din Budapesta, Ungaria. Biserica este un exemplu rar de arhitectură gotică (cărămidă neogotică) în Bulgaria.

În catedrală se află cea mai veche orgă păstrată din Bulgaria, instalată aici în 1908 în 10 zile de tehnicianul specializat Matecki. Orga a fost realizată de atelierul specializat din Voit, Karlsruhe - Germania și este unul dintre puținii supraviețuitori ai celui de-al Doilea Război Mondial. Sunetul produs de orgă este unul romantic și este singura cu o tracțiune pneumatică în sud-estul Europei.

Biserica armenească „Maica Domnului“ din Russe a fost construită în 1832 pe locul unei biserici construite în 1610 dar care a fost arsă.

În mahalaua armenească din Russe a fost construită prima biserică în anul 1610. Reprezenta o clădire din lemn, iar în spatele curții sale se află cimitirul armean. Biserica a fost incendiată și în 1832 a fost pe jumătate săpată în pământ. Au fost săpate și trei tuneluri care ieșeau din oraș în cazul unei invazii turcești. Porțile a două dintre ele sunt păstrate. Există trei abside pe altarul central.

La nord de Dunăre

Teritoriul județul Giurgiu este bogat în numeroase biserici și mănăstiri, iar promovarea lor poate transforma județul sudic într-o destinație populară pentru turiști, iubitori de turism cultural și istoric și pentru turiști-pelerini.

Pe raza județului Giurgiu au fost înregistrate 540 de obiecte istorice ca parte a patrimoniului cultural material. Acestea sunt înregistrate la Institutul Național al Patrimoniului Român, de pe lângă Ministerul Culturii. Obiectivele respective sunt situate în zonele urbane și rurale ale județului. Dintre acestea, 112 sunt temple creștine religioase, dintre care 20 sunt de importanță națională, unele temple bisericești și mănăstiri sunt impresionante prin arhitectura, pictura și semnificația lor istorică. Unele dintre ele se numără printre cele mai impresionante clădiri din toată România. Datorită exponatelor lor arheologice și etnografice unice, ele fac parte din patrimoniul cultural, istoric și religios național al României.
Obiectivele religioase turistice sunt vizitate de un număr mare de vizitatori în timpul diferitelor sărbători creștine, cu ocazia sărbătorilor patronilor bisericilor și mănăstirilor. Cel mai popular lăcaș de cult de pe raza județului, este complexul mănăstirii Comana, în zona căruia se află șapte din cele douăzeci de situri de importanță culturală națională din județ.

În ceea ce privește religia și confesiunea, trebuie menționat faptul că în municipiul Giurgiu, alături de Biserica Creștin-Ortodoxă, se mai găsesc reprezentanți ai Bisericii Romano-catolice, baptiști, adepți ai confesiunii creștine Martorii lui Iehova, cei ai penticostalilor și evangelici.
Locurile de pelerinaj cele mai îndrăgite și populare, aparținând Bisericii Ortodoxe Române sunt Catedrala episcopală „Adormirea Maicii Domnului“, Biserica „Buna Vestire“, Biserica „Inăltarea Dornnului“, Biserica „Sfântul Gheorghe“, Biserica „Sfântul Haralambie“, Biserica „Sfânta Treime Smarda“, Biserica „Sfântul Gheorghe Nou“, Biserica „Sfânta Maria“ precum și Biserica „Sfintii Martiri Brancoveni“, precum și două mănăstiri, respectiv schitul „Sfântul lerarh Nicolae" și mănăstirea „Sfântul Mare Mucenic Gheorghe".

Mai trebuie menționate și lăcașurile de cult ale celorlalte confesiuni și denominații, respectiv: Biserica „Vizita sfintei Fecioare Maria“, confesiunea creștină romano-catolică, Biserica Penticostală „Filadelfia“, confesiunea creștină a penticostalilor, Biserica baptistă „Sfânta Treime“, confesiunea baptistă, Biserica adventistă pentru rugăciune, confesiunea adventiștilor din ziua a șaptea, Biserica Evanghelică Română și Sala Împărăției Martorilor lui Iehova.

Unele dintre cele mai semnificative situri de patrimoniu cultural, istoric și religios din Giurgiu sunt:

Mănăstirea Comana - situată în comuna Comana

Acesta este un lăcaș de cult, construit de domnitorul Vlad Țepeș, în 1461, pe o insulă înconjurată la acea vreme de mlaștini. La locul respectiv se ajungea printr-un pod din lemn.
Clădirea originală din lemn nu a rezistat timpului și a fost reconstruită de domnitorul Radu Șerban în 1588. Mănăstirea nou construită avea aspectul unei fortărețe, în formă de patrulater drept, cu ziduri exterioare și cinci turnuri care ies în afara zidurilor de protecție, în spațiul închis înălțându-se o biserică cu patronul Sf. Nicolae. A fost tencuită și vopsit în interior, înconjurată de chiliile preotilor în exterior.
Se consideră că aici se află și mormântul voievodului Vlad Țepeș, un domnitor remarcabil al statului român care a fost ucis pe drumul dintre București și Giurgiu. Tot aici au fost îngropați boierul Drăghici Cantacuzino, care a murit la Constantinopol, și fiul său, Constantin Drăghici - creând astfel o legătură pe termen lung între zona Comana și familia Cantacuzino.

În timpul domniei lui Matei Basarab, mănăstirea a devenit unul dintre cele mai mari centre religioase din Țara Românească. Bogăția de moaște a mănăstirii îi conferă un statut și importanță mărețe.
În timpul luptelor împotriva otomanilor din 1657-1662, Războiul ruso-turc din 1768-1774, mănăstirea se afla în centrul atenției publice. Cu toate acestea, anii care au urmat și gestionarea greșită a mănăstirii și-au pus amprenta asupra ei, rezultând în distrugerea, degradarea și risipa bogăției și a relicvelor pe care le deținuse anterior.
În anul 1932, pe baza indicațiilor date de marele istoric Nicolae Iorga în 1919, a fost construit un mausoleu al eroilor din Primul Război Mondial în curtea mănăstirii. Mănăstirea este o mănăstire de bărbați funcțională, iar de câțiva ani de zile funcționează în apropiere și un muzeu istoric atractiv în aer liber.

Comana combină un parc natural cu un observator ornitologic, oferind 10 trasee tematice diferite, cu puncte de plecare de la Călugăreni, Comana, Mihai Bravu, Islaz, Măgura-Zboiu. Complexul Casa Comana oferă oaspeților și vizitatorilor un Centru Spa, Parc de aventură cu diverse oportunități de divertisment - șapte trasee cu diferite niveluri de dificultate - inclusiv cursuri de tir cu arcul și echitație, plimbări cu

barca prin Delta Neajlovului sau cu caiacul, zbor cu moto-paraplaner, plimbări cu trăsura, biciclete și o tiroliană - cea mai lungă din România, 120 de metri. În apropiere de complex, în anul 2011 a fost înaugurat un atelier mic cu muzeu, un loc special în România dedicat vechilor profesii în domeniul legătoriei și cărților, fiind numită Moara de hârtie sau Fabrica de hârtie. Cele zece ateliere creative se bazează pe meșteșugurile practicate în satul tradițional românesc: țesut pe război, prelucrare de stuf și papură, fierărie, olărit și prelucrarea lemnului, bucătărie tradițională, moară și cuptor pentru brutărie, dar și hârtie lucrată manual, tipărire manuală și abilități de legare a cărților.

Împreună cu Muzeul de istorie în aer liber, foarte atractiv datorită artefactelor legate de Vlad Țepeș Dracula și familia sa și datorită magazinului bogat de suveniruri, care oferă și produse realizate de călugări - vin de la mănăstire, gemuri și marmelade tipice zonei - toate acest lucrurile făcând din Comana liderul incontestabil în domeniul turistic din regiune.

Biserica „Sf. Nicolae“ din Drăgănescu

Biserica „Sf. Nicolae“ enoria Drăgănescu se numără printre sutele de biserici care țin de-a lungul secolelor aprinsă flacăra creștinismului în inimile oamenilor.

Parohia este situată pe drumul dintre orașul Mihăilești și comuna Malu Spart și aparține comunei Mihăilești și cuprinde și satele Drăgănescu și Poștă.

Biserica de pe malul drept al Argeșului a fost întemeiată în anul 1870 de Petre Danescu și Ioan Dumitrescu pe locul actualei biserici.

Valoarea unică a locului este dată de frescele pictate pe interior, opera părintelui Arsenie Boca, preot și artist. Destinul și munca sa extraordinare l-au condus în acest loc timp de cincisprezece ani, părintele Boca a lucrat aici în perioada 1967-1989. Părintele Savian Bunescu a fost cel care l-a invitat pe părintele Arsenie să picteze biserica, oferind condițiile necesare pentru ca lucrarea să fie realizată - o capodoperă de mare semnificație teologică, spirituală și catehetică, care include mesaje profetice. Sosirea părintelui Arsenie Boca a dat naștere, de asemenea, unui pelerinaj excepțional al credincioșilor din zone precum Brașov, Făgăraș, Sibiu, București etc., ajută la desfășurarea de noi activități de dotare și înfrumusețare, prin adăugarea unei clopotnițe, iconostas, vestibul etc. În această perioadă, părintele Arsenie Boca a locuit și la Drăgănescu, dar și la București și Sinaia, călătorind adesea zilnic.

Un moment semnificativ, de răscruce din istoria parohiei a fost anul 1987, când o parte din satul Drăgănescu a fost demolată pentru lucrările de construcție a barajului Mihailești, pentru crearea unui lac de acumulare pe râul Argeș. Mulți săteni și-au pierdut casele și s-au mutat în satul Mihailești, iar biserica era pe lista demolărilor. Două lucruri ajută la păstrarea lăcașului de cult. Pe de o parte, directorul Muzeului Regional de Istorie Giurgiu, Vasile Barbu, care a fost impresionat de picturile murale, a decis să adauge biserica pe lista monumentelor istorice din categoria B; pe de altă parte, părintele Arsenie Boca a făcut un ritual cu rugăciune specială ca biserica să nu fie distrusă.

Părintele Arsenie Boca și-a dedicat 15 ani din viață pentru a încerca să creeze o „Capelă Sixtină” pentru creștinii ortodocși din România. Mănăstirea Prislop, cu care este asociată o mare parte din destinul părintelui și unde a fost înmormântat în anul 1989, a devenit de atunci un lăcaș de cult pentru mii de credincioși care îl onorează pe părinte ca martir și făcător de minuni.

Mănăstirea Sf. Ioan Rusul - com. Slobozia

Aceasta este o mănăstire monahală, construită pe locul unei foste unități militare, la un kilometru distanță de Slobozia.
Biserica mănăstirii păstrează o parte din moaștele Sfântului Ioan Rusul și fragmente din moaștele mai multor sfinți, precum: Sf. Ioan Gura de Aur, Sf. Nicolae Făcătorul de Minuni, Sf. Elefterie, Sf. Policarp al Smirnei, dar și o părticică din Sfânta Cruce.

Biserica „Sf. Pantelimon” din com. Vedea

Biserica „Sf. Pantelimon” - com. Vedea, jud. Giurgiu, a fost construită în anul 1720, fiind inițial o clădire din lemn. În 1845, actuala clădire a fost ridicată de Apostol Arsache - medic, politician și filantrop, prim-ministru al României în timpul lui Alexandru Ioan Cuza. Biserica a fost ridicată în amintirea fiului său - care s-a sinucis din cauza unei drame romantice cu iubita sa - o tânără evreică. Biserica a fost pictată de Gheorghe M. Tătărascu, ucenic al lui Nicolae Grigorescu și pionier al neoclasicismului în pictura artistică din România. Sfântul Pantelimon - patronul bisericii din com. Vedea, este patron a peste 219 de biserici din Bulgaria.

Crucea de piatră - com. Călugăreni, s. Crucea de piatră

Monumentul Călugăreni amintește despre notoria bătălie din 13-23 august 1595, când armata creștină condusă de voievodul Mihai Viteazu, a învins o armată otomană de două ori mai mare condusă de marele vizir Sinan Pașa, care intenționa să transforme teritoriul în Pașalâk.
În 1682, domnitorul Șerban Cantacuzino a ridicat o impresionantă cruce de piatră, chiar în locul unde a fost purtată și câștigată bătălia.
De-a lungul timpului, în apropiere de monument, a apărut un sat care acum poartă denumirea Crucea de piatră, făcând parte din comuna Călugareni.
În 1862, pentru a fi protejat, monumentului a fost pus într-o capelă, cu ferestre laterale și acoperiș din oțel și plumb.
În anul 1993, cu ocazia aniversării a 400 de ani de la urcarea pe tronul Țării Românești a domnitorului Mihai Viteazul, vechea cruce interbelică a fost înlocuită cu una nouă, mai mare.

Conţinutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziţia oficială a Uniunii Europene.

Catedrala episcopală „Adormirea Maicii Domnului” este și sediul Biserii Ortodoxe Române la Giurgiu. Clădirea a fost inițial o biserică parohială; o inscripție din anul 1859 (scrisă cu litere chirilice, în română veche) arată că biserica cu același nume a fost construită săpată în pământ, la aceeași locație în anul 1806, deoarece autoritățile otomane nu au permis construirea de biserici deasupra solului. Biserica actuală a fost construită în perioada 1840-1852. Aceasta are un plan bazilical, cu turle pe naos și pridvor fiind zidită din cărămidă arsă cu mortar de var, pe o temelie de piatră. Această piatră folosită la temelia bisericii a fost luată din zidurile cetății Giurgiu, după reiese dintr-o aprobare dată de generalul Kiseleff în anul 1832.

Catedrala este spațioasă, cu forme bizantine: linii drepte și arce de cerc rotunde, cu ziduri groase, stâlpi pătrați, ferestre mari și turle cu calote sferice. La vremea ridicării biserica avea aerul specific epocii în care s-a născut, ulterior a suferit unele transformări în prima jumătate a secolului al XX-lea. A fost instalat un nou acoperiș și două spire de lemn. Două timpane au fost construite pe laturile de nord și de sud în dreapta spirei din spate, la fel ca friza și arhitrava de sub cornișă. În interior, balcoanele și amvonul au fost înlocuite, la fel și podeaua din lemn. Podeaua a fost construită ulterior din granit, fiind acoperite naosul și pronaosul.

În anii 30 a început restaurarea generală, pe măsură ce vechile picturi murale se deteriorau În 1930 clopotnița a fost reparată și a fost construită casa parohială. Pictura interioară inițială a fost realizată în ulei, în stilul decadent al lui Gheorghe Tattarescu, de către pictorul Nicolae Pitaru. Picturile actuale, executate în tempera groasă în stil neo-bizantin, au fost realizate de pictorul Nicolae Stoica în perioada 1939-59 și restaurate în perioada 1989-2005 de Ion Drejoi, un student al său. Iconostasul baroc, datând din secolul al XIX-lea, a fost pictat în ulei de Pitaru. Biserica cuprindea în lungime trei abside, inclusiv o duzină de icoane mari, dar a fost redusă la dimensiunile actuală în vara anului 1948.

Pe perioada existenței sale, catedrala a dobândit o colecție valoroasă de bunuri donate de credincioși din România și din străinătate. De exemplu, o icoană cu Sfânta Treime a fost donată de văduva generalului rus pentru comemorarea sufletelor soțului ei și ale tovarășilor săi căzuți.

Biserica Romano-Catolică „Vizita Sfintei Fecioare Maria” din Giurgiu este un monument istoric și arhitectural. Lăcașul de cult servește ca sediu al Parohiei Romano-Catolice Vizita Sfintei Fecioare Maria din Arhiepiscopia Romano-Catolică de București. Biserica Romano-Catolică din Giurgiu a fost construită între anii 1930-1933 cu sprijinul comunităților belgiene, italiene, franceze, germane, maghiare și austriece care au ajuns ca să lucreze în portul Giurgiului. Biserica actuală a început să se construiască în anul 1930, după ce a fost demolată clădirea cu capela și casa parohială inițială. La 11 mai 1933

arhiepiscopul Alexandru Theodor Cisar a sfințit noul lăcaș de cult. Stilul construcției este neoromanic. Biserica are 3 corpuri: un atriu, o navă centrală cu un turn pătrat și un prezbiteriu pentagonal. Altarul și retablul sunt din lemn.

Județul Giurgiu are un important tezaur de rămășițe arheologice, monumente istorice, monumente de artă sau arhitectură, precum și un patrimoniu etno-folcloric nestemat, care stă mărturie pentru evoluția și durabilitatea acestor meleaguri, dezvoltarea culturii și a artei. Tot acest fond cultural și istoric reprezintă o parte semnificativă a ofertei turistice și o componentă a imaginii turistice a regiunii Giurgiu-Russe din regiunea Dunării pe piața internațională.

Regiunea se bucură de monumente istorice de artă și arhitectură medievală, religioasă și laică, construite într-o varietate de stiluri arhitecturale și răspândite pe întreg teritoriul, reprezentând un potențial cultural valoros.
În unele clădiri religioase, ridicate în etape, se poate observa o combinație de stiluri diferite, în funcție de timpul în care au fost construite.

Episcopia Giurgiului

PATRIARHIA ROMÂNĂ
ARHIEPISCOPIA TÂRGOVIȘTEI
EPISCOPIA GIURGIULUI
HARTA ADMINISTRATIVĂ
ARHIEPISCOPIA BUCUREȘTILOR
EPISCOPIA SLOBOZIEI ȘI CĂLĂRAȘILOR
EPISCOPIA ALEXANDRIEI ȘI TELEORMANULUI
MUNICIPIUL GIURGIU
GIURGIU
DUNĂREA
BULGARIA

1.2. Probleme în protejarea și conservarea patrimoniului cultural, religios și istoric în regiunea transfrontalieră

Turistul modern caută noi modalități și diferite tehnici pentru a crește valoarea emoțională a vacanței. Turiștii, vizitatorii acestei destinații turistice, pot aduce efecte pozitive și negative asupra mediului. Este esențial ca prin tehnicile și abordările alese să încurajăm tendințele pozitive și să le reducem pe cele negative.

Grupul tendințelor pozitive poate fi definit ca unul cuprinzând realizarea mai mare a nivelului de educație generală și a culturii; stimularea păstrării patrimoniului cultural-istoric și religios. Efectele negative sunt determinate de: schimbările în mediul cultural; exploatarea excesivă a sistemelor culturale și religioase; distrugerea și lipsa de întreținere a monumentelor și tradițiilor culturale; adoptarea culturii Kitsch, mai ales în cazul creșterii necontrolate a fluxului turistic etc. Trebuie spus că gestionarea cu succes a turismului a patrimoniului cultural, istoric și religios este esențială și datorită necesității de a controla supraexpunerea excesivă a tradițiilor și normelor culturale.

Caracteristicile climatice joacă un rol semnificativ pentru activitatea turistică. Clima este un factor de bază pentru atractivitatea destinației, decisiv pentru perioada de timp în care planificați o vacanță, precum și pentru alegerea tipului de turism și a costurilor respective. În vacanță, condițiile meteorologice din destinație sunt cruciale pentru satisfacția de la călătorie. Condițiile meteo nefavorabile, precum fronturile calde, frigul, precipitațiile abundente, furtunile și alte anomalii atmosferice, au adesea consecințe neplăcute pentru percepția unei destinații turistice și pentru frecvența sau repetitivitatea de vizitare a destinației.

Deocamdată nu au fost efectuate cercetări sistematice cu privire la impactul cauzat de factorul uman și nici nu s-a făcut o evaluare a impactului dinamicii climatice asupra obiectivelor și locațiilor de importanță culturală, istorică și religioasă. Ar fi adecvată analizarea efectelor vizitelor turistice într-o modalitate în care se va permite destinație specifice păstrarea autenticității sale.

Semnificația artefactelor cultural-istorice și religioase, autenticitatea acestora, precum și protejarea și conservarea resurselor constituie condiții de bază pentru afirmarea pe piață a obiectivelor ca destinație turistică. Evoluția turismului cultural, istoric și religios modern ridică atât întrebări cu privire la reducerea rezultatelor negative ale boom-ului în vizitele obiectivelor istorice cu valoare culturală și religioasă, cât și despre problema cum ar putea afecta schimbările climatice destinațiile turistice.

Obiectivele culturale și istorice, și tradițiile sunt elemente constitutive ale contextul istoric și civilizațional general al regiunii. Acestea sunt purtătorii ideilor de bază despre destinație și conțin oportunitățile de a trece printr-o metamorfoză, transformându-se ulterior în niște embleme ale regiunii, aducând beneficii localnicilor. În cazul conservării necorespunzătoare și transformării sau deteriorării

ireversibile, acestea nu sunt supuse reconstrucției astfel încât să recreeze originalitatea obiectului sau a tradiției. Prin păstrarea resurselor cultural-istorice și religioase, comunitatea locală se autoconservează, se îmbunătățește, creând potențialul de îmbunătățire a realizărilor strămoșilor. Potențialul cultural-istoric și patrimoniul religios bogate și prezentat prin mijloace potrivite, contribuie la beneficiile economice concrete prin crearea directă a locurilor de muncă în destinațiile cultural-istorice și religioase.

Se iau în calcul probleme de bază, care corespund direct protecției resurselor cultural-istorice și religioase identificate. Aceste probleme sunt specifice majorității obiectivelor și locațiilor identificate.

Probabilitatea de apariția incendiilor este printre cele mai grave probleme și amenințări, iar cauzele sunt diverse: fenomene naturale, incendiere prin imprudență sau intenționată, nerespectarea regulilor și reglementărilor etc.

Anomaliile climatice și dezastrele naturale au un efect devastator asupra obiectivelor culturale, istorice și religioase și le pot deteriora sau distruge.

Alunecările de teren, compactarea terenurilor, eroziunea pot fi și ele o problemă. Pericolele legate de umiditate înrăutățesc situația locațiilor, cauzând mucegai, igrasie și creând un mediu propice pentru apariția dăunătorilor biologici.

Turiștii lasă adesea o amprentă în vizitele lor pe obiective. În ciuda creșterii nivelului de cultură și conștientizare în turiști, problemele sunt cauzate de efectele generării de deșeuri, consumului de apă, traficului de electricitate și auto etc. Beneficiile generate de ocuparea forței de muncă și de veniturile din cazare, divertismentul local, sunt adesea disproporționate față de daunele provocate. problemele cauzate de vandalism, acte de huliganism, auto-exprimare prin graffiti etc. sunt și ele semnificative.

Alți factori legați de protecția obiectivelor și resurselor culturale, istorice și religioase sunt cei care țin de gestionarea acestora. Spre exemplu, lipsa sau degradarea stării de mentenanță a obiectivelor sau chiar lăsarea lor în paragină, în special din cauza lipsei de fonduri. Activități directe pe obiective cultural-istorice și religioase legate de întreținerea acestora, mai ales în situații în care se folosesc personal cu calificare scăzută și materiale inadecvate și neconforme pentru realizarea operațiunilor de conservare-restaurare și mentenanță. Modificarea planurilor de urbanizare sau a capriciilor arhitecturale care ar putea perturba impactul sau ar afecta direct obiectivele.

În general, problemele legate de conservarea obiectivelor culturale, istorice și religioase sunt, de asemenea, specifice și resurselor culturale. Acestea, desigur, au caracteristici specifice. O problemă comună a protecției lor este obținerea de fonduri de la organizațiile respective.

La recrearea practicilor rituale în cadrul sărbătorilor culturale și religioase, amenințările specifice se ascund în autenticitatea pe care o prezintă acele recreări ale practicilor rituale în modul tradițional. Un

exemplu foarte elocvent din ultimii ani în Bulgaria, este practica mixtă culturală și religioasă a celebrei „hore de gheață" de Bobotează și care se joacă în orașul bulgar Karlovo, un ritual în care granița dintre obiceiul religios de Bobotează de a se arunca crucea în apă de către un preot ortodox și ulterior crucea respectivă să fie scoasă de tineri, este amestecat cu obiceiul dansului masculin ritual în apele înghețate ale râului înainte de a efectua mântuirea rituală a crucii. În rit intervin elemente noi prin participarea unor oameni străini, externi, la spiritualitatea profundă a ritualului, prezență care compromite simbolismul profund al mântuirii, salvării crucii creștine, denaturează și deturnează rădăcinile și esența practicii confesionale.

Datorită numărului mare de obiective culturale, istorice și religioase din întreaga Euroregiune Russe-Giurgiu, există probleme cu acoperirea majorității artefactelor și cu studiul general aprofundat din regiune. Se remarcă și lipsa de resurse financiare pentru conservarea, protecția și restaurarea unor obiective. Unele dintre acestea, datorită volumului de muncă necesar, altele datorită faptului că sunt „în afara" drumurilor principale. Problemele se datorează parțial deteriorării infrastructurii de transport pe-a locuri. Accentul pe dezvoltarea turismului local nu este suficient de clar pus pe dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios și nu există un concept clar al unei concentrări clare pe dezvoltarea potențialului existent. O excepție și un exemplu remarcabil este complexul Comana, după modelul și exemplul căruia trebuie dezvoltată ideea generală a turismului cultural-istoric și religios în euroregiunea Russe-Giurgiu, din punctul de vedere al satisfacerii interesului turistic, interesul comunităților locale, valorificarea și monetizarea produsului turistic.

PROBLEME CU RESURSELE NATURALE

Efectul economic favorabil asupra economiei districtului Russe și a județului Giurgiu ca urmare a dezvoltării turismului cultural, istoric și religios poate ascunde probleme pentru mediul natural și diversitatea biologică. Evaluarea impactului activităților viitoare planificate ar trebuie căutată în corelație cu potențialul de a se asigura sustenabilitate produsului turistic, astfel încât să nu se aducă daune mediului, resurselor naturale înconjurătoare și în special, dar nu numai în zonele neurbanizate în care se practică turismul cultural-istoric și religios.

Creșterea densității fluxului turistic într-un mediu natural vulnerabil va contribui probabil la scăderea calității mediului natural și a florei și faunei sale. Adunarea la un loc, mai ales în momentele desfășurării unor evenimente religioase majore, a unor grupuri mari de pelerini turistici, atingând uneori dimensiunea unor mulțimi uriașe de persoane, are un potențial periculos de a perturba ecosistemele din cauza poluării, a incendiilor, a perturbării stării naturale a peisajului. Pentru protecția corespunzătoare, sunt necesare măsurători ale capacității de încărcare a resurselor naturale, în baza cărora să se calculeze numărul maxim aproximativ de vizitatori cărora le poate fi dat accesul simultan la un loc anume, astfel încât urmează să fie admiși pe un singur loc la un moment dat, pentru a nu provoca daune mediului.

Folosirea transportului rutier personal de asemenea afectează peisajul. Chiar și cu un sistem de transport în comun (autobuze, autocare) bine pus la punct, marea majoritate a turiștilor perferă de obicei transportul individual, ceea ce este o condiție prealabilă pentru intervenția asupra mediului natural - gaze de eșapament, parcare nereglementată pe peluze, intrarea cu turismele în zone interzise etc.

Lipsa unui mecanism de monitorizare continuă a activității legate de turism este o altă problemă pentru biodiversitate. Astfel se reduce calitatea deciziilor privind activitățile și produsele turistice, de obicei în detrimentul investitorilor. Prioritățile economice predomină față de străduința și grija pentru protecția habitatului.

În rezultatul încălzirii globale și a schimbărilor climatice bruște, pot apărea evenimente negative pentru conservarea resurselor naturale. Schimbările climatice duc la schimbarea speciilor de arbori, copaci, arbuști și, prin urmare, la apariția fenomenelor precum alunecări de teren, ploi torențiale, incendii, furtuni, focare de insecte, valuri de secetă și mortalitate în masă a speciilor forestiere.

PROCEDURI PENTRU CONSERVAREA SITURILOR CULTURAL-ISTORICE ȘI RELIGIOASE

Gestionarea eficientă a conservării și protecției siturilor culturale, istorice și religioase ar trebui, în esența sa, să vizeze dezvoltarea regiunii turistice prin utilizarea lor.

Practici bine stabilite conform standardelor internaționale sunt: monitorizarea fluxului turistic pe site-uri; taxe de vizitare; reguli de conduită pentru turiști; standarde în managementul operatorilor de turism.

Pentru conservarea și protejarea siturilor culturale, istorice și religioase este necesar să existe reguli specifice cu privire la fluxul turistic și scopul este de a se preveni modificările integrității obiectivelor. Există mai multe modalități principale de a se reduce impactul negativ al vizitatorilor asupra obiectivelor turistice vizitate. În primul rând este managementul ofertei de servicii turistice prin extinderea potențialului de vizite, prin extinderea timpului de vizite / dacă este posibil și a zonei de vizitare /, adică perioada de timp în care obiectivul respectiv este deschis publicului, astfel se va permite accesul unui număr mai mare de turiști pe o unitate de timp. Pe locul al doilea se află gestionarea cererii de servicii legate de modul de deplasare către obiectivele turistice prin adunarea în grupuri compacte de până la 12-14 persoane, însoțite de un ghid - astfel asigurându-se o modalitate de a se limita numărul de turiști, ghidul turistic, la rândul său, putând controla comportamentul lor. Managementul potențialului obiectivului de a absorbi interesul turistic crescut se poate face prin consolidarea obiectivului sau a elementelor sale individuale sau prin dezvoltarea de facilități suplimentare. O altă modalitate de a se reduce impactul negativ al vizitatorilor asupra obiectivului, este de a se aplica managementul impactului utilizării, prin reducerea tipurilor de utilizare a obiectivului sau prin diluarea, sau concentrarea utilizării.

Recomandări de management:

- construirea unei baze de date integrate a fluxurilor turistice, situația actuală a obiectivelor, potențialul actual al resurselor etc;
- analiza impactului schimbărilor climatice asupra resurselor și obiectivelor naturale, cultural-istorice și religioase;
- monitorizarea și controlul asupra fluxului turistic, stabilirea taxelor de vizitare;
- formarea resurselor umane în zona turistică, care va ajuta la creșterea numărului de vizitatori și la creșterea vizibilității obiectivului;
- Punerea la punct a anumitor reguli pentru vizitarea fiecărui obiectiv și locație - cultural, istoric și religios;
- monitorizarea și conservarea obiectivelor culturale, istorice și religioase;
- efectuarea tuturor felurilor de inspecții regulate ale stării obiectelor turistice - de la clasicele obiective constructive, până la cele mai moderne, cu scanare laser 3D;
- implementarea unui sistem de supraveghere video;
- cercetare și analiză în vederea întocmirii ofertei unor experiențe suplimentare;
- viabilitate și orizont de gestionare stabil;
- strângere de fonduri.

Sfaturi cu privire la oportunitățile oferite de industria turismului

- promovarea regiunii și strategia publicitară;
- elaborarea de tururi turistice pentru dezvoltarea destinației, legate de resursele cultural-istorice și religioase;
- Dezvoltarea de produse și servicii turistice durabile;
- promovarea pe târguri și expoziții turistice.

1.3. Caracteristici generale ale regiunii transfrontaliere Russe - Giurgiu ca destinație turistică pentru turismul cultural și religios

Peisajul colorat din regiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu este bogat presărat cu numeroase balize creștine - mănăstiri active și biserici parohiale, care reprezintă potențialul de bază pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios. Locurile active, cu slujbe religioase pe tot parcursul anului sunt resurse turistice antropice de importanță semnificativă din punct de vedere spiritual și pot fi folosite pe tot parcursul anului, ceea ce reprezintă un mijloc de a sprijini dezvoltarea turismului intern și internațional. Resurse turistice de bază sunt colecțiile muzeale locale valoroase pentru diversele lor artefacte istorice și arheologice, dezvăluind cultura spirituală și materială a regiunii.

Pentru a se transforma un obiectiv natural și antropic obișnuit într-o resursă turistică, acesta trece prin diferite stări:

Etapa ante-turistică. Obiectivul este în stare de element simplu, nefolosit. Uneori este vizitat doar de localnici, dar nu este o resursă turistică reală și semnificativă. Potențialii vizitatori obțin informații despre locul și obiectivul respectiv din relatările altor vizitatori sau din mass-media, dar nu au impresii personale.
Etapa valorificării. Obiectivul trezește interes și predispune la o călătorie în scop turistic. Turiștii vizitează obiectivul și dobândesc o imagine și impresie clară. Se face o evaluare prealabilă a obiectivului prin compararea acestuia cu diferite alte obiective. Se realizează o nouă construcție în apropiere, baza materială existentă (restaurante, cazare, situri comerciale etc.) se adaptează, modernizează, optimizează și extinde.
Etapa de funcționare. Locul și obiectivul sunt transformate într-o „resursă turistică" cu potențialul de a satisface nevoile de bază ale turiștilor. Se prestează servicii turistice complexe, cu furnizarea de servicii turistice multilaterale - publicitate și informații turistice, cazare, masă, vânzarea de produse turistice și servicii etc.

Componentele formal definite ale mediului natural și antropic în funcție de consumul produsului turistic împart grupurile de resurse turistice în naturale și antropice. Grupurile de bază ale resurselor turistice care sunt atractive pentru vizitatori, depind foarte mult de locația lor, de apropierea de localitățile mai mari, de infrastructura pentru acces cu transportul contruită și de suprastructura turistică.

Resursele turistice naturale sunt locuri cu obiective și fenomene din mediul natural, purtători ai propriilor condiții native și date originale.

Resursele turistice antropice sunt obiective cu caracter străin naturii, create de oameni. Se aseamănă cu cele naturale prin utilizarea și construcția produsului turistic. O parte semnificativă a acestora nu a fost creată în mod deliberat pentru a satisface interesul turistic, ci ulterior a fost transformată într-o resursă turistică. După origine, resursele antropice sunt împărțite în două grupe: cultural-istorice și artificiale.

I. Grupul de resurse antropice cultural-istorice include obiecte care s-au format în trecutul îndepărtat sau recent:

- istorice - monumente, câmpuri de luptă, locuri de martiriu, nave etc;
- arheologice - săpături arheologice realizate în jurul castrelor și cetăților, palatelor, turnurilor, templelor, obiectelor și artefactelor;
- arhitecturale - cetăți, palate, case, fântâni, poduri, străzi, piețe;
- etnografice - meșteșuguri, ateliere, festivaluri și obiceiuri folclorice, îmbrăcăminte, produse culinare, articole de uz casnic;

- religioase, inclusiv de cult - cimitire, morminte, mausolee, necropole, sanctuare, morminte, procesiuni, baptisterii, mănăstiri, temple, capele, fresce, vase rituale și de cult;
- cultural-cognitive - muzee, galerii, tezaure, biblioteci, universități, centre științifice și tehnice.

II. Grupul celor artificiale este construit exclusiv pentru a satisface diferite nevoi turistice:

- De divertisment și științifice - parcuri de divertisment și tematice / acvatice, grădini zoologice;
- Culturale - festivaluri, sărbători, expoziții, spectacole, concerte;
- De sport - competiții, piscine sportive, stadioane;
- Istorice - panorame, reconstrucții, parcuri istorice;
- De afaceri - centre comerciale, târguri, burse, expoziții mondiale, congrese.

O importanță esențială pentru turismul cultural-istoric și religios sunt resursele turistice care generează traficul corect și dorit de grupuri țintă de turiști bine alese, cu motivație cultural-cognitivă și / sau religioasă, împreună cu direcția spiritual-cognitivă și căutarea experienței emoționale. Astfel de caracteristici sunt acceptabile pentru a motiva vizitele.

O tendință emergentă este creșterea dorinței de călătorie, familiarizarea cu construirea templurilor și siturilor religioase, șederea în complexele monahale și temple, mănăstiri cu scopul de a afla mai multe despre normele autentice și tradițiile de viață în mănăstire.

Resursele antropice pentru turismul religios sunt locurile și obiectele sfinte de cult - izvoare sfințite și / sau amenajate (ayasmo - izvor cu aghiasmă), clădiri religioase și artefactele din ele - sfinte moaște, icoane, iconostase, fresce, ustensile din temple etc. Complexele și bisericile mănăstirești sunt totodată și lucrări arhitecturale și artistice. Ele sunt emanația talentului și a muncii diferiților oameni - de la maeștri autodidacți și pictori, până la cei mai educați arhitecți și ingineri.

În euroregiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu există o varietate de vastă de obiective rituale - arhitecturale și artistice.

Siturile religioase creștine sunt construite în scopuri utilitare, departe de ideea de a deveni locuri turistice. Însă ca locuri și obiective de cult religios, unele dintre ele au dobândit de mult elemente specifice obiectivelor și siturilor turistice. Totuși o altă parte a locurilor și obiectivelor creștine existente nu poate fi adaptată și folosită pentru vizite în masă. Evaluarea realistă a unor astfel de trăsături explică refuzurile unor mănăstiri ortodoxe, indiferent de calitățile, potențialul și semnificația lor, de a fi private de vizitele turistice, precum și de utilizarea lor ca obiective turistice, datorită rolului lor specific. O condiție prealabilă obligatorie pentru existența produsului turistic este alinierea intereselor părților interesate - clerul, comunitatea locală, turiștii - astfel încât acestea să coincidă și doar atunci obiectivul religios să devină și un obiectiv turistic, să fie vizitat și explorat.

Locurile sacre pentru creștinism sunt formațiunile naturale - râuri, lacuri, izvoare vindecătoare; peșteri, munți, păduri, deșerturi etc. dar și obiective antropice - mănăstiri, temple, capele, morminte, clopotnițe, locuri sfințite, cruci comemorative, moaște - fragmente ale Sfintei Cruci, relicve, icoane făcătoare de minuni etc.

În funcție de natura utilizării, acestea se califică în funcție de următorii parametri: Locuri sfinte creștine regionale, naționale, internaționale și mondiale (care servesc vizite turistice în masă), în scopuri cognitive culturale și istorice, pentru pelerinaje

Turismul cultural-istoric și religios sunt tratate ca elemente ale abordării generale pentru prezentarea valorilor spirituale ale unei țări sau unor regiuni și pentru stabilirea contactului direct cu patrimoniul cultural-istoric și religios.

Resurse antropice de importanță semnificativă pentru turismul cultural-istoric și religios sunt evenimentele festive bisericești, obiceiurile și tradițiile culturale locale direct legate de acestea. Există o varietate de tradiții, obiceiuri, practici rituale de sărbători, care uneori se manifestă doar într-o anumită zonă, sat sau grup etnografic al unei regiuni, păstrând diferențe unice. Combinația lor de succes cu resursele antropice disponibile poate genera un impact sinergic în dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios.

În numeroase țări, călătoria este o formă principală de turism datorită scopului său cultural, cognitiv și religios. Durata șederii în și lângă obiectivele culturale, istorice și religioase este determinată de clasificarea resurselor din destinație. Acestea sunt definite ca locuri și obiective de importanță internațională, națională, regională și locală.

Durata șederii sau a vizitei este diferită: în obiectivele de importanță internațională - de la 5 la 7 zile; în cele de importanță națională - de la 3 la 5 zile; de importanță regională de la 2 la 3 zile; vizitele la obiectivele de importanță locală se preconizează a fi cu durată între 1 și 2 zile; pe de altă parte obiectivele unice generează șederi scurte cu durata de câteva ore.

Suma resurselor antropice regionale, gradul lor de unicitate și valoare se prezintă cu o valoare fundamentală în realizarea turismului cultural-istoric și religios la nivel local. Aceste obiective principale constituie o premisă pentru crearea produsului turistic, furnizarea și vânzarea acestuia. Un factor cheie în călătoriile turistice cu motivație cultural-istorică și religioasă este sustenabilitatea durabilă a cererii pentru produsul turistic respectiv și a ofertei acestuia. De importanță esențială în crearea mixului de marketing al destinațiilor din euroregiunea Russe-Giurgiu, este cuparea nișei de piață existentă, direcționându-se interesul consumatorilor către locurile și obiectivele unice ale patrimoniului cultural, istoric și religios al euroregiunii.

Pe teritoriul euroregiunii Russe-Giurgiu există resurse antropice unice de importanță globală, internațională, națională și locală. „Saturația" teritoriului cu obiective din diferite epoci culturale, istorice și religioase ale istoriei creștine (antichitatea, Evul Mediu, Renașterea, modernitatea) se numără printre puținele spații similare de pe continentul nostru. Această moștenire creștină remarcabilă presupune dezvoltarea și determină direcția și orizontul caracteristicilor în construirea unei imagini specifice în brandul turistic general al euroregiunii. Euroregiunea are un puternic potențial de piață și poate fi desemnată ca o destinație transfrontalieră specifică pentru turismul cultural, istoric și religios.

1.4. Infrastructură turistică

Infrastructură turistică

Districtul Russe este amplasat în partea de nord a Bulgariei, se întinde pe un teritoriu de 2 803 km2 și are o populație de **212 729** mii de persoane (conform datelor INS din data de 10.05.2021 și la 31.12.2020 r.), în compoziția lor intrând și opt municipii.

Accesibilitatea relativ ușoară la orice loc din district este un element esențial în dezvoltarea turismului.

Nu există date specifice despre modul în care turiștii locali și străini călătoresc în districtul Russe. Se estimează că majoritatea pasagerilor ajung în district cu mașina sau autobuzul, iar un procent redus cu trenul. Principalul dezavantaj în domeniul transporturilor este gradul de subdezvoltare din nordul Bulgariei, respectiv și sub aspectul rutier la nivel de district Russe - tronsonul principal al autostrăzii Hemus, tronsonul Russe - Veliko Tarnovo sunt în curs de planificare pentru construcții. Conexiunea cu România se efectuează rutier prin podul deasupra Dunării la Russe - Giurgiu, unde spre nord, în direcția București, există drumuri naționale, cu două benzi în fiecare direcție.

În plus, nu există acces direct aerian la zonă, iar cele mai apropiate aeroporturi sunt la București, la 75 km distanță și la Varna - 200 km distanță din localitatea reședință de district - Russe. Fostul aeroport regional din zona satului Shtraklevo(lângă orașul Russe) are o licență de aeroport pentru avioane mici. Se fac eforturi pentru realuarea activităților de zbor prin deservirea zborurilor interne către capitala Sofia (până la aproximativ 1.000 de persoane călătoresc zilnic între Russe și Sofia pe rutier și feroviar).

Traficul turistic fluvial este efectuat pe Dunăre cu nave de croazieră și această circumstanță este relativ defavorabilă sub aspectul afluxului de turiști străini. Există mai mult de 10 companii turistice care organizează croaziere fluviale, iar unele dintre ele au în programele lor excursii prin regiune.

Existența unei infrastructuri regionale dezvoltate, cu conexiuni bune la infrastructura națională și internațională și care deservește și obiectivele turistice, îmbunătățește semnificativ gama de oportunități turistice și este un factor corelat cu alegerea finală a destinației.

Obiectivele culturale, istorice și religioase conservate, cu un spirit autentic, sunt un „vis” pentru turistul modern. Însă, pentru a crește timpul pe care vizitatorii/turiștii îl petrec în destinația turistică, pentru a spori gradul de satisfacție al acestora, trebuie oferite servicii și atracții suplimentare. Pentru turiști de mult nu mai este suficient să vadă un obiectiv, ei își doresc să aibă parte de experiențe impresionante, să „captureze” amintiri de la călătorii.

O unitate esențială pentru dezvoltarea turismului în obiectivele pentru vizite turistice este asigurarea de informații, la standarde contemporane. Centrele de informare turistică sunt încă unul dintre principalele puncte de plecare pentru unii dintre vizitatori. Asemenea centre funcționează și se pot găsi în Rețeaua Națională a Centrelor de Informare Turistică care funcționează de pe lângă Ministerul Turismului. În orașul Russe și în satul Ivanovo, precum și în Centrul de vizitatori Lomovete din satul Nisovo se găsesc asemenea centre de informare turistică funcționale.

Vizitând obiectivele turistice, sau având intenția de a le vizita, vizitatorii/turiștii se pot baza în principal pe informații de pe Internet, pe care le accesează chiar și la fața locului prin intermediul furnizorului lor de telefonie mobilă. La locațiile majorității obiectivelor turistice lipsește conexiunea la internet prin zone wifi. Pentru a se accesa diferitele obiective turistice, poate fi închiriată și o mașină - spre exemplu la Russe există numeroase opțiuni. Nu există nicio aplicație mobilă sau un ghid electronic pentru siturile culturale, istorice și religioase locale.

Din punct de vedere administrativ-teritorial, **județul Giurgiu se întinde pe o suprafață de** 3 526 km2, având un municipiu - Giurgiu, două orașe - Mihăilești și Bolintin Vale, precum și 51 de comune. În componența acestor 54 de unități administrativ-teritoriale intră 167 de sate.
Populația județul Giurgiu este 274 848 de locuitori (Sursa: Institutul Național de Statistică al României, mun. Giurgiu).
La nivel regional, județul Giurgiu este cel mai puțin urbanizat. Județul Giurgiu este în principal un județ agricol, rural, respectiv cu funcție agricolă, cu caracteristicile unei regiuni urbane periferice rurale, aproximativ 50% din fața de muncă fiind ocupată în sectorul agricol. Economia sa constă în principal din agricultură, industrie și comerț - activitățile principale de bază.

Jumătatea din teritoriul județului este considerată o zonă de influență excepțională, specific determinat prin apropierea de capitală. Sunt prezente și unele regiuni industriale, iar în municipiul Giurgiu se află unul dintre cele mai importante porturi fluviale românești de pe Dunăre. Prin județ trec arterele de transport București - Sofia - Atena și București - Istanbul.
Conexiunile de transport se realizează și prin modalitatea feroviară, liniile de cale ferată asigurând legăturile între Giurgiu și restul zonelor din rețeaua feroviară. Portul Giurgiu este dezvoltat în trei locații.

Județul Giurgiu are un sistem de drumuri publice format din drumuri naționale, județene și locale. Apropierea de București garantează acces rapid la aeroporturile Otopeni și Băneasa. Pe raza județului, serviciile de transport public funcționează numai în municipiul Giurgiu. În general, rețeaua de drumuri și poduri din județul Giurgiu are nevoie de modernizare, reparație, reabilitare. Un drum național de viteză, cu patru benzi leagă localitatea reședință de județ Giurgiu, de pe malul Dunării, de capitala României - București, iar infrastructura este în legătură cu punctele de trecere a frontierei dintre România și Bulgaria. Județul Giurgiu este traversat de linia de cale ferată paneuropeană, care începe de la Ostend (Belgia), trece prin Berlin, Praga, Budapesta, București, Giurgiu, Sofia, Istanbul sau Salonic și face legătura cu Atena.
S-a constatat că transportul feroviar din județul Giurgiu înregistrează din ce în ce mai puțin trafic. Printre factorii care influențează valorile transportului feroviar din Giurgiu, trebuie menționate: Absența temporară a rutelor directe de transport feroviar Giurgiu-București din cauza prăbușirii podului feroviar peste râul Argeș, care urmează să fie reconstruit, precum și
distanța relativ de scurtă dintre capitală și municipiu, o distanță care stimulează transportul terestru cu autobuzul și microbuzul. Potrivit raportului Băncii Mondiale, unitățile administrativ-teritoriale din județul Giurgiu sunt accesibile, întrucât distanța până la intrarea în București poate fi parcursă în 40 de minute pentru așezările situate în vecinătate și în județul Ilfov și pentru aproximativ o oră de la așezările din jurul municipiului Giurgiu și din județul Giurgiu.
Zona funcțională a capitalei București se extinde dincolo de granițele județului Ilfov, iar orașele Mihailesti și Bolintin Vale beneficiază de aceasta. În special, zona județului Giurgiu, care se învecinează cu partea de vest a Bucureștiului, poate beneficia de conexiuni de infrastructură îmbunătățite. Aceasta este una dintre cele mai dens populate zone din România, precum și una dintre cele mai dezvoltate. În general, regiunea Sud Muntenia gravitează în jurul Bucureștiului, iar autostrăzile București-Pitești, București-Ploiești și București-Constanța contribuie semnificativ ca această regiune să fie una dintre cele mai bine conecate, la nivel de România. Acest lucru sprijină dezvoltarea turismului în județ și în regiunea transfrontalieră Giurgiu-Russe.

1.5. Superstructura turistică

În ciuda rezultatelor modeste de până acum, se pot preconiza progrese în dezvoltarea viitoare a fluxului turistic la nivelul euroregiunii Russe-Giurgiu.
Tipurile de structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare pe teritoriul județului Giurgiu în 2014 au fost în total 11 la număr, iar în 2018 au crescut la 17, după cum urmează: De la 4 hoteluri în anul 2017, numărul a crescut la 7 hoteluri în 2018; există un singur hostel și unul a fost contruit în 2018; motelurile

au fost 6 la număr în anul 2014, 2 fiind închise în anul 2018, pensiuni turistice nu existau în anul 2014, în anul 2018 au existat două noi.

Structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică

număr

Județul Giurgiu	2014	2015*	2016	2017*	2018*
Total	**11**	**12**	**13**	**17**	**17**
Hoteluri	4	4	4	6	7
Hosteluri	1	1	2	2	2
Moteluri	6	6	4	4	4
Spații de cazare pe nave	-	-	-	-	-
Pensiuni agroturistice	-	1	1	3	2
Pensiuni turistice	-	-	2	2	2

*** date revizuite**

În ceea ce privește capacitatea de cazare a turiștilor în funcție de structura de primire a turiștilor, în 2014 au existat în total 570 de locuri, iar numărul a crescut la 809 în 2018. Cea mai mare creștere s-a înregistrat la hoteluri, de la 286 la 439 de locuri și hosteluri - de la 20 la 72 de locuri de cazare, în conformitate cu raporturile normative. Pensiunile turistice apar în 2016, menținând un număr constant de locuri de cazare: 45, iar în 2017 au fost înregistrate și înființate mai multe pensiuni agroturistice cu un total de 57 de locuri disponibile, care au scăzut la 25 în 2018.

Capacitatea și activitatea de cazare turistică

Județul Giurgiu	2014	2015*	2016	2017*	2018

Capacitatea de cazare					
Existentă (locuri), din care:	**570**	**589**	**636**	**817**	**809***
- în hoteluri	286	286	286	415	439*
- în hosteluri	20	34	72	72	72*
- în moteluri	264	264	228	228	228*
- pe motonave	-	-	-	-	-
- în pensiuni agroturistice	-	5	5	57	25*
- in pensiuni turistice	-	-	45	45	45*
În funcțiune (mii locuri-zile), din care:	**210,6**	**213,8**	**225,4***	**283,6**	**288,3***
- în hoteluri	104,4	104,4	104,7*	137,1	153,6*
- în hosteluri	9,9	12,4	26,4*	26,3	26,3*
- în moteluri	96,3	95,6	76,1*	83,2	83,2*
- pe motonave	-	-	-	-	-
- în pensiuni agroturistice	-	1,4	1,8*	19,3	8,8*
- in pensiuni turistice	-	-	16,5*	16,4	16,4*
Sosiri (mii), din care:	**23,1**	**24,9**	**25,3***	**27,9**	**26,9**
- în hoteluri	**11,1**	**10,7**	**11,5***	**12,2**	**11,4**
- în hosteluri	**1,0**	**1,4**	**5,3***	**5,3**	**3,7**
- în moteluri	**11,1**	**12,6**	**7,1***	**7,4**	**8,9**
- pe motonave	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
- în pensiuni agroturistice	**-**	**0,2**	**0,2***	**2,1**	**0,9**
- in pensiuni turistice	**-**	**-**	**1,2***	**1,0**	**2,0**

Innoptări (mii), din care:	**41,9**	**40,9**	**47,6***	**54,1**	**48,0**
- în hoteluri	**17,0**	**12,1**	**13,1***	**16,8**	**17,7**
- în hosteluri	**4,2**	**6,2**	**12,1***	**11,9**	**4,9**
- în moteluri	**20,7**	**22,3**	**19,2***	**20,3**	**19,7**
- pe motonave	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
- în pensiuni agroturistice	**-**	**0,3**	**0,4***	**2,3**	**1,0**
- in pensiuni turistice	**-**	**-**	**2,8**	**2,9**	**4,7**
Indicii de utilizare netă a capacității în funcțiune (%)	**19,9**	**19,1**	**21,1**	**19,1**	**16,7**

*** date revizuite**

Nopțile de cazare în structurile turistice pe tipuri de cazare au înregistrat un total de 41.906 turiști în 2014, număr care a crescut ușor la 48.048 de turiști în 2018. Cele mai căutate au fost motelurile cu 20.692 de turiști în 2014 și 19.678 în 2018.; urmate de hoteluri cu 17.010 în 2014 și 17.735 în 2018, dar per ansamblu, din punct de vedere turistic și economic, situația este nesatisfăcătoare. În hosteluri, unde se cazează majoritatea turiștilor tineri, au fost înregistrate 4.204 înnoptări în 2014 și 4.908 în 2018 - creșteri nesemnificative. Singurul an în care vizitatorii au fost înregistrați în vile turistice a fost 2017. 4.710 turiști au fost cazați în pensiunile turistice în 2018, ceea ce arată interesul pentru acest tip de locație de cazare - pe de o parte datorită costurilor mai mici, iar pe de altă parte datorită dorinței de relaxare într-o atmosferă rurală.

Numărul locurilor de cazare din districtul Russe variază în ultimii ani, dar dinamica nu este mare, deoarece capacitatea totală de paturi fluctuează ușor. Potrivit datelor INS Russe, Birourilor teritoriale de statistică, BTS Nord, actuale la data de 18.03.2020, în ianuarie 2020 pe teritoriul districtului Russe existau 56 de locuri de cazare cu o capacitate totală de 2.159 paturi, din care 25 hoteluri cu 1.144 paturi.

Trebuie remarcate unele tendințe. Creșterea prestării de servicii pentru cazare individuală prin intermediul platformelor de internet Booking și Airbnb implică nu numai tot mai multe rezervări individuale și independență în călătorii, ci și extinderea bazei cu unități de cazare. Multe dintre site-uri sunt încă în proces de înregistrare, în ciuda modificărilor impuse de lege. În detrimentul reducerii cu

aproximativ 60% a numărului unităților de cazare cu o capacitate de peste 10 paturi, baza hotelurilor de patru stele s-a dublat aproape în câțiva ani. Baza principală de cazare din regiune este formată din locații cu una sau două stele - peste 80%, aproximativ 10 locații au trei stele și doar aproximativ 6% au patru stele. Este de remarcat faptul că ocuparea totală a paturilor este garantată prin mai multe rezervări de cazare bugetare (la prețuri mici) cât despre cota de piață a veniturilor - creșterea provine din vânzările de înnoptări la hoteluri de patru stele - peste 40 la sută. Există o contracție dramatică a vânzărilor realizate de unitățile de cazare turistică de trei stele. În general, formarea adecvată a prețurilor este o problemă internațională, dar la nivel local se observă o dificultate în atingerea prețului mediu dorit pe pat în diferitele categorii de stele. Creșterea pragurilor de preț este dificilă de realizat, dar fără aceasta este imposibilă dezvoltarea turistică a districtului Russe. În cele din urmă, creșterea în principal pentru străini, dar și pentru bulgarii care cumpără cazare de patru stele în detrimentul hotelurilor de trei stele, este mai mult decât elocventă.

ACTIVITATEA LOCURILOR DE CAZARE PE ZONE STATISTICE, REGIUNI STATISTICE ȘI PE DISTRICTE ÎN ANUL 2020

Zone statistice Regiuni statistice districte	Locuri de cazare - număr	Paturi - număr	Paturi - nopți de cazare - număr	Înnoptări realizate - număr		Persoane care s-au cazat - număr		Venituri din cazare - leva	
				Total	inclusiv străinii	Total	incl. străini	Total	inclusiv străinii
Russe.	57	2.255	678.208	90.357	16.586	54.937	10.400	4.165.724	991.852

Sursă: INS din 09.03.2021

Alături de serviciile tradiționale - parcare, internet și TV prin cablu etc., hotelurile din segmentul superior oferă, de asemenea, facilități suplimentare pentru oaspeți - room service, transfer de la aeroport, închiriere de mașini și biciclete, centre spa și wellness, masaje, fitness, piscină, solar și etc.

Modalitatea de a se alege un loc de ședere este în principal prin platforme bazate pe internet. Publicitatea personalizată și recomandările prietenoase sunt, de asemenea, un canal puternic de comunicare. Aproximativ 80 % din capacitatea de cazare din district este concentrată în orașul Russe, ceea ce uneori pune presiune pe serviciile hoteliere din Russe.

Ocuparea medie lunară a bazei de pat este de aproximativ 25% - 26%. Cu serviciul de patru stele există o creștere a numărului de locuri de muncă și crește la 40%, datorită creșterii duble a numărului de paturi.

Infrastructura turistică în imediata apropiere de obiectivele cultural-istorice și religioase din localități și din jurul mănăstirilor din regiunea Russe este redusă la locuri de recreere pe termen scurt. În unele dintre zonele accidentate din jurul mănăstirilor există trasee de drumeții marcate, trasee de drumeții și eco-poteci. Cu excepția complexului mănăstirii Comana, unde există o bază hotelieră, nu există locuri pentru a petrece noaptea în mănăstiri sau lângă acestea.

Supra-structura în domeniul restaurantelor

Acest tip de infrastructură asigură masa principală și suplimentară a turiștilor.

Pe raza județului Giurgiu există în jur de 165 locuri active de alimentație publică (conform datelor INSSE-Giurgiu) printre acestea figurând restaurante nou înființate, iar în moteluri și pensiuni existând alte tipuri de locuri de alimentație publică. În jur de două treimi din restaurante sunt situate în municipiul Giurgiu, iar în jurul mănăstirii Comana se oferă, împreună cu cazare și mâncare. În apropiere de alte locuri turistice există apă curentă, șoproane, foișoare și alte facilități. În apropiere de alte unități există pavilioane comerciale pentru produse alimentare și băuturi, restaurante care oferă mâncare din bucătăria locală. Pe raza districtului Russe sunt înregistrate peste 720 de locuri de luat masa și pentru divertisment, aici ca și în județul Giurgiu, majoritatea acestor unități găsindu-se în orașul principal - Russe, unde sunt înregistrate 524 de unități, (conform datelor INS la data de 01.06.2021) printre care se numără restaurante, fast-food-uri, cafenele - în total 396, iar celelalte sunt localuri pentru servit diferite băuturi, și baruri.

Supra-structura comercială care se referă direct la turismul cultural-istoric și religios se efectuează prin comerțul cu suveniruri vândute turiștilor, de obicei direct la obiectivul turistic sau în apropierea sa. În mănăstirile din euroregiune aproape nu există ofertă de mâncare, rareori se vând icoane, obiecte bisericești și suveniruri.

Amplasarea unor unități de comercializare suplimentare (parte a supra-structurii turistice), iar pe-a locuri unde este necesar - realizarea unei infrastructuri și supra-structuri turistice absolut noi în regiunea transfrontalieră, va contribui la un grad mai ridicat de dezvoltare și la generarea de venituri din resurse turistice. Acest lucru ar influența în mod direct creșterea sectorului turistic și ar contribui și la creșterea cotei industriei în economia generală a euroregiunii Russe-Giurgiu.

1.6. Fluxul turistic. Profilul turistului.

Fluxurile turistice reprezintă un ansamblu de grupuri turistice care se îndreaptă pe anumite rute în centre speciale, pentru a petrece timpul liber într-un mod plăcut și util, efectuând diverse călătorii.

Pe plan mondial există patru zone turistice majore - Europa, Statele Unite, Japonia și Australia. Aceștia sunt numiți de către experți „lumea celor care pleacă". Acestora li se alătură mai recent și China, precum și Rusia, datorită populației numeroase, a clasei de mijloc în creștere și a solvabilității crescute. Există, de asemenea, în locuri mici în care se formează fluxuri turistice - Israel, Canada.

Cu toate acestea, Europa oferă cel mai intens flux turistic - pe continent și de pe continent către alte zone turistice. Natura europeană este marcată de diversitate, continentul este leagănul civilizațiilor antice, pe teritoriul său relativ de mic se găsesc zeci de țări bogate în resurse turistice, ceea ce stimulează călătoriile turistice. Nivelul ridicat de dezvoltare economică a țărilor din Europa Occidentală, precum și veniturile populației de acolo sunt, de asemenea, un stimulent pentru turism - depășind semnificativ media mondială.

Motivul principal pentru astfel de călătorii în scop turistic este o serie de factori - naturali (mări, plaje, râuri și fluvii, păduri, ape minerale etc.) și antropici (monumente și obiective culturale, istorice și religioase, opere de artă, evenimente sportive și congrese, etc.).

Fluxul turistic din regiune este format din mai multe grupuri de turiști.

Grupul principal care formează fluxul turistic se datorează pieței naționale a fiecăreia dintre cele două țări și este un factor determinant structural pentru euroregiunea Russe-Giurgiu. În jur de 70 % (75 698 de mii) dintr-un total de 107 066 de vizitatori în anul 2018, și tot atât – 70% (77 144) dintr-un total de 112 627 de vizitatori în anul 2019 sunt cetățenii bulgari care au vizitat sau s-au cazat în districtul Russe.. Respectiv, cazările realizate de cetățenii bulgari în anul 2018 sunt 120 119 (străinii au realizat 63 502 de înnoptări), anul 2019 - cetățeni bulgari 122 930 (cetățeni străini – 57 522).

Pe raza județului Giurgiu vizitele în scop turistic, pentru anul 2018 se ridică la 26 860 (de persoane), respectiv în anul 2017 numărând 27 921 de persoane. Raportul dintre turiștii români și străini pentru anul 2018 este următorul: Români 24 690 de persoane, adică 91.92%; cetățeni străini: 2 170 de persoane, adică 8.08%. Nopțile de cazare în anul 2018 au fost de 48 000 dintre care cetățenii străini - 4 700. Pe raza județului Giurgiu pentru anul 2019 vizitatorii înregistrați numără 26 500 de persoane, dintre care cetățenii străini sunt 1 900. Nopțile de cazare în anul 2019 s-au ridicat la 46 600 - români, 3.400 - cetățeni străini.

Al doilea grup ca mărime și care formează fluxul turistic sunt străinii, cetățenii Uniunii Europene. De exemplu, atât în anul 2018, cât și în 2019, aproximativ 50% din nopțile petrecute de cetățenii străini în districtul Russe sunt realizate de cetățeni ai Uniunii Europene. Datorită reducerii drastice a călătoriilor interne, dar mai ales internaționale din cauza crizei COVID-19 care a debutat în anul 2020, raportul se schimbă și în 2020 există doar aproximativ 17% din înnoptările efectuate de vizitatorii străini.

Districtul Russe a fost vizitat în anul 2020 de 54 937 de turiști, dintre care 81 % sunt cetățeni bulgari (44 537 de persoane); nopțile de cazare realizate ridicându-se la 90 357, dintre acestea 73 771 (81.64 %) fiind realizate de cetățeni bulgari.

În județul Giurgiu, în decembrie 2020, comparativ cu aceeași perioadă a anului precedent 2019, sosirile la recepțiile unităților turistice au scăzut cu 92,0%, iar înnoptările au scăzut cu 93,6%. Aceste date statistice despre sectorul turistic sunt strânse de Direcția Județeană de Statistică Giurgiu. În districtul Russe, în luna decembrie 2020, în comparație cu anul 2019, vizitele au scăzut de la 7129 la 2857 de persoane, iar înnoptările realizate au scăzut de la 11 935, la 5 100.

Cele mai multe nopți de cazare în districtul Russe în 2019 au fost realizate de oaspeți din România (aproximativ 11.000), Germania (peste 4.600), Italia (peste 2.200), Franța (peste 2.000). Cele mai multe nopți de cazare din județul Giurgiu sunt realizate de oaspeți din Germania, Bulgaria, Italia, Franța.

Cel de-al treilea grup este constituit de vizitatorii din țările terțe, din afara Uniunii Europene, iar din țările europene care nu sunt membre ale Uniunii Europene cu cele mai multe nopți sunt înregistrați oaspeții din Ucraina, Turcia, Moldova, Regatul Unit. Printre alți turiști din țări de pe alte continente care au făcut cele mai multe vizite și înnoptări, au fost cetățeni din Statele Unite, Israel și Japonia.

Cel mai mare număr de vizitatori străini în zonă vin să viziteze obiective culturale și naturale, să realizeze călătorii de afaceri, o parte semnificativă a călătoriilor în tranzit (ca cetățeni ucraineni, ruși, turci). Vizitarea rudelor și prietenilor nu este și ea un motiv neobișnuit de călătorie în zonă.

Vizitatorii străini sunt esențiali pentru veniturile din turism generate în districtul Russe, aducând în bugetul districtului în anul 2019 care ține și palmaresul veniturilor din turism generate de vizitatori străini - 1,8 milioane de euro, ceea ce reprezintă aproximativ 40% din veniturile locurilor de cazare. În ciuda numărului lor mai mic, datorită sejururilor mai lungi, veniturile generate de acești turiști sunt mai mari.

Căile de traversare a fluxurilor turistice în spațiu formează centrele turistice, care au anumite coordonate geografice (latitudine și longitudine). Pentru a deveni un punct atractiv, aceste centre trebuie să dispună de un anumit set de resurse turistice naturale și antropice. În plus, trebuie îndeplinite o serie de condiții socio-economice și politice: Potențialii turiști să aibă la dispoziție destul timp liber, posibilități financiare

și dorința de a cheltui o parte din banii lor pentru turism; stabilitatea politică și absența conflictelor militare și a actelor de terorism și, desigur, disponibilitatea de locuri de cazare, de luat masa și divertisment. La rândul lor, centrele turistice au, de asemenea, un impact economic și social asupra fluxurilor turistice.

Există (conform definiţiei clasice a lui Moliner Montejano) patru fluxuri turistice principale, care s-au format în anii 80 ai secolului trecut. Concentrația centrelor turistice pe distanțe scurte în spațiu, la nivel regional, formează zone geografice turistice. Euroregiunea Russe-Giurgiu nu se încadrează în domeniul de aplicare al nici unuia dintre cele patru fluxuri turistice principale, dar împreună cu alte centre turistice existente în regiune poate face parte dintr-o zonă turistică specifică alături de litoralul bulgar, cele trei vechi capitale bulgare, București și partea centrală a României cu numeroasele sale repere culturale și istorice.

Note metodologice

Din anul 2012, în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. 692/2011 al Parlamentului European și al Consiliului privind statisticile europene referitoare la turism și Regulamentul nr. 1051/2011 al Comisiei, de punere în aplicare a Regulamentului nr. 692/2011 al Parlamentului European și al Consiliului privind statisticile europene referitoare la turism, în ceea ce privește structura rapoartelor de calitate și transmiterea datelor, ***analizele statistice ale activității unităților de cazare se efectuează lunar.***

Observațiile raportează hoteluri, campinguri, precum și cazare pe termen scurt cu mai mult de 10 paturi, care funcționează în perioada de raportare curentă.

„Alte spații de cazare pe termen scurt" înseamnă sate de vacanță și sate turistice, pensiuni, case de oaspeți, bungalouri, case de vacanță, cabane, camere și apartamente private și alte spații de cazare pe termen scurt.

Numărul de paturi în funcțiune înseamnă capacitatea maximă de paturi pentru fiecare zi a lunii raportate.

La veniturile din nopțile de cazare se adaugă sumele plătite, fără valoarea serviciilor suplimentare.

Ședere, ciclicitate și venituri. Odată cu creșterea numărului de nopți de cazare și de persoane care s-au cazat, se observă și o extindere a duratei medii a șederii. Venitul mediu din nopțile de noapte pentru turiștii bulgari și străini este de aproximativ 23 de euro în anul 2018. Procentul predominant de călători în tranzit determină durata medie de ședere redusă. Numai în anul 2020, 670 000 de bulgari au trecut granița Russe-Giurgiu. Costurile zilnice relativ de scăzute se datorează lipsei serviciilor suplimentare oferite de destinație în ansamblu.

Vizitele și numărul de nopți de cazare și turiști care au înnoptat au marcat o ușoară creștere din luna mai până în septembrie. În timpul iernii, vizitele obiectivelor locale devin dificile, în special în afara orașelor Russe și Giurgiu, incluzând, dar fără a se limita la, condițiile meteorologice adverse. Opțiunile de a petrece timpul în interior și în stațiunile de schi montane sunt atractive. Practic, amplitudinile mari între sezoanele turistice de vârf și cele joase nu sunt remarcabile.

Croaziere fluviale pe Dunăre accelerează creșterea și aduc turiștii în orașele portuare și regiunile adiacente. Aici accentul se pune pe prezentarea destinației, pasagerii unei nave fiind de obicei aproximativ 200 de persoane. Practic, acest tip de turism nu invadează agresiv teritoriul destinației, nu este unul „intruziv", cu mulți vizitatori, așa că se bucură de o primire călduroasă din partea comunităților locale. Durata obișnuită a croazierelor pe Dunăre este între 9 și 25 de zile. Aproximativ 170 de nave operează pe Dunăre, principalele puncte de îmbarcare fiind Passau, Viena, Budapesta. Aproximativ 85% se deplasează între Passau și Budapesta.

„Axa" centrală, punctul de focalizare a acestui tip de croazieră este turismul cultural și istoric. Profilul de bază este format din turiști cu vârsta de peste cincizeci de ani, cu un nivel socio-cultural decent și putere de cumpărare la fel de decentă. Au interese în muzica clasică, artă, gastronomie. Predomină germanii și americanii. Croaziere tematice sunt pentru muzică, mâncare și vin, artă, cultură, istorie și multe altele. Agențiile de turism vând aproape toate rezervările către grupuri din Statele Unite, Europa Occidentală, Japonia. Sezonul de vârf este din martie până la sfârșitul lunii octombrie. Serviciul include toate cheltuielile - cazare pe mal, unde se aplică, cazarea pe navă, mesele de bază, divertismentul, vizitarea obiectivelor turistice etc.

Se observă și o dinamică în comportamentul turiștilor - creșterea intereselor acestora în afara programului obișnuit, iar acest lucru necesită flexibilitate din partea operatorilor de turism pentru a include în pachete diferite și variate opțiuni.

Este o provocare pentru regiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu să se încadreze în noile oportunități. În ultimii ani, numărul mediu de pasageri care vizitează orașul Russe este de peste 25 de mii. Puține dintre navele de croazieră care acostează oferă și înnoptări la mal pentru turiști și datorită acestui fapt o parte semnificativă a pasagerilor vizitează orașul doar o jumătate de zi. Marea provocare cu care se confruntă districtul Russe și județul Giurgiu și în general industria turismului, este de a oferi o soluție pentru prelungirea șederii călătorilor în regiune.

De obicei, prețul pachetului include excursiile pe mal. Criteriile de selecție a obiectivelor turistice de vizitat sunt variate, iar destinațiile includ - obiective culturale, istorice și naturale păstrate, diverse evenimente interesante - festivaluri, sărbători etc.; disponibilitatea infrastructurii turistice - diverse locuri pentru mese și divertisment, servicii suplimentare, personal calificat și nivelul serviciilor și al prețului, etc;

accesibilitate bună printr-o rețea de transport îngrijită și întreținută. Deși serviciile turistice disponibile pe raza districtului Russe și județului Giurgiu sunt la un nivel care îndeplinește multe dintre criteriile enumerate, este necesar și un „ambalaj" adecvat pentru a le prezenta organizatorilor de croaziere.

Preconizările arată că după criza mondială a turismului din 2020 și, într-o anumită măsură, în 2021, va exista o redresare treptată și o revenire la nivelurile anterioare în anul 2022, iar în următorii ani o creștere în intervalul 2-4%. O bună realizare ar fi atingerea unei creșteri durabile și menținerea numărului de persoane care au înnoptat în regiune la peste o sută de mii de oameni pe an, iar nopțile de cazare realizate - atingerea cifrei de o sută optzeci de mii de oameni.

ACTIVITATEA LOCURILOR DE CAZARE ÎN FUNCȚIE DE ZONE STATISTICE, REGIUNI STATISTICE ȘI PENTRU DISTRICTUL RUSSE ÎN ANUL 2019

Zone statistice Regiuni statistice Districte	Locuri de cazare număr	Paturi - număr	Paturi Înnoptări - număr	Înnoptări realizate - număr		Persoane care au înnoptat - număr		Venituri din cazare - leva	
				Total	inclusiv străinii	Total	incl. străini	Total	inclusiv străinii
Russe.	57	2.258	723.048	180.482	57.552	112.627	35.483	9.263.966	3.602.006

Sursa: INS

ACTIVITATEA LOCURILOR DE CAZARE ÎN FUNCȚIE DE ZONE STATISTICE, REGIUNI STATISTICE ȘI PENTRU DISTRICTUL RUSSE ÎN ANUL 2020

Zone statistice Regiuni statistice Districte	Locuri de cazare număr	Paturi - număr	Paturi Înnoptări - număr	Înnoptări realizate - număr		Persoane care au înnoptat - număr		Venituri din cazare - leva	
				Total	inclusiv străinii	Total	incl. străini	Total	inclusiv străinii
Russe.	57	2255	678208	90357	16586	54937	10400	4165724	991852

Sursa: INS

ACTIVITATEA LOCURILOR DE CAZARE ÎN FUNCȚIE DE ZONE STATISTICE, REGIUNI STATISTICE ȘI DUPĂ DISTRICTE ÎN LUNA AUGUST 2020

Zone statistice Regiuni statistice Districte	Locuri de cazare - număr	Paturi - număr	Paturi Înnoptări - număr	Înnoptări realizate - număr		Persoane care au înnoptat - număr		Venituri din cazare - leva	
				Total	incl. străini	Total	incl. străini	Total	incl. străini
Russe.	51	1.978	60.282	9.916	2.324	6.885	1.778	450.223	124.875

1.7. Oferta de produse și potențialul de dezvoltare

De importanță esențială pentru dezvoltarea Euroregiunii Russe-Giurgiu ca destinație cu accent pe patrimoniul creștin cultural-istoric și religios, este crearea unui accent specific pe mixul de marketing al produselor, prețului, imaginii, distribuției, promovării, comunicării, impresiilor , etc. Toți actorii locali - publici și privați au de jucat un rol semnificativ, odată cu viziunile, politicile, strategiile și tacticile pe care le-au dezvoltat pentru a realiza un serviciu turistic durabil în euroregiunea transfrontalieră. Crearea acestor aspecte și a infrastructurii, precum și a regulilor pentru realizarea turismului, este o prioritate a sectorului public. Prioritatea sectorului privat este construirea unei suprastructuri turistice lângă resursele turistice (în vecinătatea lor), pentru comercializarea produsului turistic. Pentru prosperitatea turismului cultural-istoric și religios în euroregiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu, construcția sa ca destinație turistică regională este de o importanță esențială. Ca o axă geografică a destinației poate fi considerat fluviul Dunărea, unind ambele părți ale acestui spațiu. Monumentele creștine spiritual-religioase și culturale cu fenomenele lor paralele dar care se intersectează în timp, pot fi definite ca axe culturale.

Promovarea turismului cultural, istoric și religios va oferi un orizont pentru ca turismul să se dezvolte ca un sector prioritar, cu accent pe satisfacerea dorințelor turiștilor și creșterea nivelului de trai local. Abundența obiectivelor patrimoniului cultural, istoric și religios creștin, rămâne până acum neutilizată în esența sa, și lăsând la o parte complexului mănăstirii din Comana, nu este oferită în mod corespunzător în întreaga Euroregiune. Avantajul competitiv al turismului cultural, istoric și religios este că intră mai mereu în colaborare strânsă cu alte forme de turism, deschizând loc promovării așezărilor mici din regiune la o scară altfel de neimaginat pentru acestea. Lipsa unei poziționări adecvate în oferta turistică

cultural-istorică și religioasă, promovarea și utilizarea insuficiente a oportunităților patrimoniului existent, afectează în mod direct nivelul de interes.

Ofertele pentru vizitatori și pentru promovarea turismului cultural, istoric și religios sunt aproape inexistente și, atunci când sunt disponibile, atrag atenția doar spre cele mai renumite obiective.

Componentele care oferă conținut unei destinații turistice, în jurul cărora se bazează imaginea sa codificată, sunt:

- concentrarea geografică a resurselor turistice;
- existența unei baze materiale - infrastructură și suprastructură turistică;
- imaginea personală și atractivitatea destinației;
- sectorul public și privat cu interese specifice;
- activitatea organelor bisericești locale;
- mixul de marketing al regiunii;
- turismul și celelalte industrii;
- Resursele la intrare - personalul din industrie, investițiile, antreprenoriatul, așteptările turistice, fluxul turistic etc.;
- Nișa de piață asupra căreia se va pune accentul;
- bunuri și servicii turistice;
- spațiul pentru construirea unui produs turistic complet;
- Spiritul de unire între oferta și consumul produsului turistic în cadrul destinației;
- Formatul limitat al posibilităților de primire a turiștilor în destinație, pentru păstrarea interesului față de destinație
- ciclul de viață realizat al destinației ca urmare a fazelor dezvoltării sale.

Elementele care determină deplasarea și mișcările fluxului turistic către o destinație specifică au caracteristicile definitorii pentru a transforma un spațiu și obiectivele din acesta într-unul turistic. În general, acestea sunt:

- justificarea și necesitatea călătoriei, luarea deciziilor, realizarea unei călătorii spontane sau planificate;
- turismul cultural-istoric și religios ca tradiție și moștenire cu pelerinajele creștine, este una dintre cele mai vechi forme de turism din lume și interesul pentru acesta este mare;
- resursele turistice și mai ales concentrarea acestora reprezintă o atracție puternică pentru turiști și constituie o condiție esențială pentru călătorii; Euroregiunea Russe-Giurgiu, cu diversitatea

resurselor sale turistice, atrage un număr de turiști, dar lipsa unei valorificări semnificative este evidentă;
- dorința unei experiențe psihologice și emoționale profunde prin contactul cu obiecte autentice crește pe fondul criticilor din ce în ce mai mari la adresa obiectelor artificiale;
- călătoria turistică determinată este o modalitate de a dobândi experiențe diferite și de a îndeplini vise;
- ridicarea nivelului calificării educaționale a vizitatorilor crește implicit și curiozitatea față de diversitate, împingând spre îmbogățirea cunoștințelor cultural-istorice și religioase;
- disponibilitatea unei resurse limitate de timp liber (sau non-liber) contribuie la apariția unei călătorii cu scop cultural-cognitiv și / sau religios;
- accesibilitatea obiectivului turistic vizitat este un element esențial;
- nivelul rețelelor de transport are un impact direct asupra călătoriilor turistice; lipsa infrastructurii rutiere sau neîntreținerea acesteia, lipsa indicatoarelor cu instrucțiuni de comunicare generale și specifice către obiective sunt mai mult decât un obstacol - sunt un motiv pentru refuzul vizitatorului și crearea unei oportunități obiective de a face sau a împiedica călătoria;
- creșterea mobilității care rezultă în călătorii organizate individual și / sau neorganizate;
- Dependență crescută de suprastructura turistică creată în locul turistic, ceea ce face ca ședederea vizitatorilor să fie una integrală și satisfăcătoare. Baza turistică construită în Euroregiune este pentru un număr limitat de turiști și depășirea volumului specificat ar crea probleme;
- pregătirea comunității locale pentru a fi gazdă turistică. Acest element are o legătură cu personalul și asigurarea economică a turismului în zona - gazdă;
- vizitatorii mulțumiți revin pentru a-și repeta senzațiile și pentru a descoperi altele noi;
- Asigurarea personalului calificat cu educație adecvată, furnizarea de servicii la nivelul vizitatorilor.

Unele accente mai semnificative în utilizarea obiectivelor de patrimoniu creștin pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în regiunea transfrontalieră

- în zona separată pentru cooperarea transfrontalieră în euroregiunea Russe-Giurgiu există condiții favorabile pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios;
- este imperativ să se urmărească o viziune turistică pe termen lung pentru realizarea unui număr mai semnificativ de călătorii culturale, de cunoaștere și pelerinaje;
- Numeroase obiective creștine au un potențial semnificativ, dar neexploatat.
- Gradul de încărcare a resurselor antropice de cult este cu mult sub nivelul capacităților lor și are potențialul de utilizare semnificativ mai activă;

- există oportunități pentru organizarea pe scară mai largă a evenimentelor festive legate de tradițiile religioase ortodoxe ale populației din Euroregiune;
- există oportunități favorabile pentru combinarea într-un mod firesc, natural a turismului cultural-istoric, religios și pelerinajului cu alte tipuri de turism;
- porturile de pasageri din Russe și Giurgiu oferă oportunități pentru orientarea turiștilor să viziteze locuri turistice;
- Asigurarea unei baze materiale turistice specializate, care vizează prestarea de servicii optime care vor satisface nevoile turiștilor, este o provocare;
- este necesară optimizarea coordonării cu operatorii de turism pentru descoperirea produselor turistice moderne;
- este necesar să se apeleze la operatorii de turism și la agenții de turism din străinătate pentru a se asigura distribuția produselor turistice pe piețele internaționale;
- Pe ordinea de zi este și creșterea calității serviciilor turistice pentru a se asigura un grad mai înalt de satisfacție și o protecție a consumatorilor;
- implementarea schimbului de informații, interacțiunea eficientă, coordonarea unificată, acordurile clare privind cooperarea între partenerii pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în regiune și între autoritățile administrative și bisericești la nivel național și local și organizațiile neguvernamentale de ramură în domeniul turismului;
- Eforturile structurilor din Bulgaria și România ar trebui să fie orientate spre dezvoltarea imaginii euroregiunii ca un loc de realizare a turismului cultural-istoric și religios.

O verificare a fluxului turistic din districtul Russe arată că există o concentrare puternică de vizitatori în orașul Russe - peste 90% din vizitatori și înnoptări. Vizitatorii principali sunt cetățeni bulgari - studenți și pensionari, organizați în grupuri de agențiile de turism. În jur de două treimi din principalele activități turistice au loc în Russe, iar în celelalte așezări din district activitățile turistice sunt complementare și subordonate principalului centru al orașului Russe. Hotelurile de familie sunt relativ subdezvoltate în ciuda disponibilității sistemelor moderne de rezervări private precum sunt Booking, Airbnb. Împreună cu orașul Russe, unde din punctul de vedere al turismului cultural-istoric și religios, vizitatorii vizitează cel mai des Catedrala Sfânta Treime, Biserica Catolică Sf. Paul al Crucii și mai rar alte obiective, turiștii mai vizitează și satul Basarbovo din apropierea orașului, cu mănăstirea rupestră „Sf. Dimitar Basarbovski”, precum și bisericile rupestre din satul Ivanovo. Toate mănăstirile din euroregiune sunt vizitate de mulți turiști și activ în zilele sărbătorilor templelor religioase respective.

În județul Giurgiu, alături de vizitatorii centrului regional și Catedrala Episcopală „Adormirea Maicii Domnului”, principalul loc vizitat este complexul Comana, unde lângă mănăstire există un complex hotelier dezvoltat cu peste 50 de paturi, Centru SPA și trei vile pentru cazare. În general, în restul județului situația este similară cu cea din districtul Russe.

Potențialul de dezvoltare a întregii destinații se ascunde în locurile de cazare și mâncare subdezvoltate din întreaga Euroregiune Russe-Giurgiu. O nișă aproape neatinsă se ascunde în dezvoltarea de noi rute pentru turismul cultural-istoric și religios, cu serviciile turistice însoțitoare la fața locului și la obiective, de exemplu dezvoltarea ofertei de servicii cu valoare adăugată în și în jurul mănăstirilor și altor locuri, dezvoltarea de mici structuri turistice suburbane pentru cazare și catering - un tip de case de oaspeți de familie.

1.8. Resurse umane

În domeniul resurselor umane, industria turismului din Euroregiunea comună Russe-Giurgiu se confruntă cu diverse probleme: cu un deficit de personal din motive pur demografice; cu un flux semnificativ de personal; cu competiția dinafara breslei; cu alte sectoare comerciale pentru a angaja personal mai calificat. Industria turismului din Euroregiune este compusă în principal din întreprinderi mici sau microîntreprinderi cu un personal de cel mult 20-25 de persoane. În ultimii ani, numărul angajaților din structurile de cazare și de catering din Euroregiunea pe partea bulgară este puțin peste 2.000, numărând mult sub 1.000 în partea română. Câteva sute de oameni sunt angajați în domeniul culturii și divertismentului.

Companiilor de turism le este greu să angajeze personal, iar marea problemă cu găsirea specialiștilor foarte calificați este în permanență pe ordinea de zi. Dificultăți semnificative se ascund și în găsirea și selecția de bucătari, recepționeri care stăpânesc limbi străine, manageri de vânzări și marketing, lucrători pentru departamentul alimente și băuturi, tehnicieni de întreținere.

Calitatea produsului turistic oferit în domeniul turismului cultural-istoric și religios depinde de calitatea serviciului ghidului - cu cunoștințe calificate în domeniul temelor religioase cultural-istorice, precum și asigurarea de tehnică de comunicare adecvată pentru serviciul ghidului.

În turismul cultural-istoric și religios ghidul lucrează cu vizitatori de aceeași credință, cu cei din ramuri diferite ale religiei sau aparținând unor confesiuni diferite. Este necesar ca ghidul să aibă cunoștințe despre istoria religiilor, bazele și învățăturile religiei respective. Este necesar ca ghidul să aibă cunoștințe nu numai despre orientarea sa confesională, ci și despre alte religii, pentru a căuta și a arăta turiștilor intersectările din spațiile confesionale și varietatea practicilor de cult. Ghidul trebuie să fie cunoască și să ia în considerare diferențele turiștilor într-un context religios.

În atribuțiile ghidului, acest lucru găsește o aplicare directă la cazarea turiștilor în hoteluri, în standardele alimentare, de exemplu - perioadele de post din an sau posturile săptămânale, cântările bisericești și textele biblice. Ghidul trebuie să-i informeze pe turiști cu privire la cerințele de bază și cele specifice înainte de a vizita obiectivul turistic în ceea ce privește îmbrăcămintea, fotografierea, păstrarea liniștii, deplasarea vizitatorilor etc.

Ghidul turistic trebuie să cunoască perfect arhitectura templului, arta creștină - pictură, vitraliile, sculptura în lemn, muzica bisericească, sărbătorile religioase și riturile. Este deosebit de important atunci când se vizitează lăcașurile de cult bisericești - biserici ortodoxe, mănăstiri, capele, izvoare sfinte - ca ghidul să poată cunoaște și să ia în considerare diferențele în construcția templelor - tipurile de temple creștine - bazilică, rotondă, centrică, cu cupole încrucișate și părți separate - pridvor, naos (naos central) și altar cu specificul lor, amplasarea interioară și amplasarea accesoriilor bisericii. Este necesar ca ghidul să aibă cunoștințe bogate despre cărțile sfinte, îmbrăcăminte, obiecte bisericești pentru a distinge tipurile de rituri liturgice, sacramente și rituri bisericești și persoanele care le îndeplinesc - diacon, preot și episcop. În timpul închinării într-o mănăstire, ghidul trebuie să cunoască amplasarea și construcția clădirilor obiectivului monahal - principalul templu și capele mănăstirii, sala de mese, camerele de oaspeți, dormitoarele, refectoriul, sala capitulară etc.

Fiecare dintre obiectivele bisericești vizitate are propria sa istorie - anul construcției, maeștri, preoți, picturi murale, realizarea iconostasului, icoane etc.

Ghidul trebuie să cunoască perfect informațiile specifice istoriei ortodoxe locale. Discursul ghidului trebuie să fie corect din punct de vedere teologic și să fie prezentat la un nivel cu terminologia necesară. În biserica și mănăstirea creștină, serviciul de ghidaj turistic pentru grupuri, este o componentă obligatorie. Ghidul facilitează turiștii în interacțiunea lor cu locul turistic, cu specificul său bisericesc. În anumite momente, ghidul turistic va fi subordonat ghidului bisericii și apoi va conduce grupul doar în rolul său de organizator al călătoriei. În temple și mănăstiri, unde nu există un ghid al bisericii, discursul va fi ținut de ghidul turistic al grupului.

Aproximativ cincizeci de operatori de turism și agenții de turism sunt autorizați în districtul Russe. Aproape toate sunt situate în Russe. Majoritatea serviciilor turistice sunt prestate la fața locului. Peste douăzeci de operatori de turism și agenții de turism sunt autorizați în județul Giurgiu.

Pe de altă parte, operatorii de turism și agențiile de turism vând în primul rând călătorii în străinătate și vacanțe în stațiunile din Bulgaria și România. În euroregiunea Russe-Giurgiu, vizitatorii sosesc neorganizați pentru turism de weekend sau pentru un sejur mai lung. Principalele resurse de ghiduri turistice sunt concentrate în orașele Russe și Giurgiu. Tururile oferite au loc în principal în cele două orașe, mănăstirea rupestră din Basarbovo și bisericile rupestre din satul Ivanovo, complexul mănăstirii Comana. Engleza, germana, franceza și rusa sunt principalele limbi pe care le stăpânesc cadrele turistice, bineînțeles alături de bulgară și română.

1.9. Cadrul instituțional

Politica turistică pentru marketing și publicitate și dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios sunt orientate spre îndeplinirea obiectivelor de dezvoltare durabilă. În esență, este vorba despre un sistem de

instrumente instituționale, juridice, economice și de piață, împreună cu mecanisme voluntare pentru formarea intenționată a comportamentului turistic care se încadrează în obiectivele pentru o dezvoltare durabilă. **Mecanismele** pentru aducerea la îndeplinire a politicii turistice sunt: **instituționale**, cu structura de organe de conducere de stat și locale, cu funcții clar definite; **legale** și care cuprind norme legale în domeniul turismului și culturii, coroborate cu cadrul legal european; **economice** și care cuprind un set de instrumente fiscale, de piață, de credit și financiar, de asigurare; **voluntare**, bazate pe formele negocierilor afacerii cu instituțiile statului.

O privire de ansamblu asupra cadrului general pentru managementul turismului și planificarea strategică a turismului cultural în contextul situației socio-economice actuale a euroregiunii Russe-Giurgiu ajută la identificarea, prin analiza documentelor strategice, a obiectivelor, a domeniilor prioritare și a măsurilor de dezvoltare a turismului cultural, istoric și religios în regiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu. Sistemul de documente strategice pentru dezvoltarea turismului, în special a turismului cultural și istoric, constă din documente cheie la nivel național, transfrontalier și european:

- Rezoluția Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei CM / Rec (2007) 12 privind Traseele culturale ale Consiliului Europei;
- Rezoluția Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei CM / Res (2013) 66 privind acordul parțial extins al Consiliului Europei privind rutele culturale din 18.12. 2013;
- Comunicarea CE COM (2010) 352 „Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic pentru turismul european“
- Directiva 2014/60 / UE a Parlamentului European și a Consiliului din 15 mai 2014 privind returnarea monumentelor culturale scoase ilegal de pe teritoriul unui stat membru;
- Regulamentul Consiliului nr. 116/2009 din 18.12.2008 privind exportul de bunuri culturale;
- Tourism Development Master Plan covering the period 2007- 2026;
- Strategia de dezvoltare turistică sustenabilă a turismului în Bulgaria 2014-2030;
- Masterplan for National Tourism Development 2007-2026 (Master Planul pentru turismul național al României2007 –2026)
- The 2018 National Tourism Development Strategy
- “National Sustainable Development Strategy of Romania 2013 –2020 –2030”
- New Trends in Romanian Tourism in 2018
- “Sectorial Strategy in the field of Culture and National Patrimony”
- “National Strategy for Eco-Tourism Development in Romania”
- “Masterplan for the Development of Balneary Tourism, phases I and II”
- Strategia de Dezvoltare a județului Giurgiu
- GIURGIU STRATEGIA JUDETULUI GIURGIU

- Planul strategic pentru dezvoltarea turismului cultural în Bulgaria (elaborat în 2007);
- Concepția pentru împărțirea turistică în regiuni a Bulgariei;
- Programul National de Dezvoltare: Bulgaria 2020;
- Planul strategic pentru dezvoltarea turismului cultural în Bulgaria, adoptat prin Minuta nr. 40.8 a Consiliului de Miniștri din 14.10.2009;
- Strategia regională pentru dezvoltarea districtului Russe pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Russe pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Ivanovo pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Dve Mogili pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Borovo pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Byala pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Tsenovo pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Vetovo pentru perioada 2014 – 2020.
- Planul municipal de dezvoltare a Municipiului Slivo Pole pentru perioada 2014 – 2020.

Obiectivele și directivele strategiei propuse pentru euroregiunea Russe-Giurgiu sunt luate în considerare în contextul unor documente strategice și valabile pentru regiunea Dunării, pentru fiecare dintre țările România și Bulgaria, pentru regiunea transfrontalieră dintre cele două țări și în mod specific pentru euroregiunea Russe-Giurgiu. Cele mai importante dintre ele sunt: Strategia UE pentru regiunea Dunării, Conceptul pentru zonarea turistică a Bulgariei; Criteriile de evaluare pentru strategiile naționale de dezvoltare a turismului - România; Planul național de turism al României 2007 - 2026; Strategia comună pentru dezvoltarea teritorială durabilă a zonei transfrontaliere România-Bulgaria, în cadrul unui proiect internațional cu participarea Centrului de afaceri pentru sprijinirea întreprinderilor mici și mijlocii - Russe; Planul general ERGO Masterplan al Euroregiunii Russe-Giurgiu - soluții operaționale și planificare generală pentru gestionarea integrată a oportunităților de dezvoltare, în cadrul unui proiect al Municipiului Russe și al Municipiului Giurgiu; Profilul investițional al Euroregiunii Russe - Giurgiu, conform unui proiect al Municipiului Russe și al Municipiului Giurgiu; Strategia pentru dezvoltarea, îmbunătățirea și inovarea unui produs turistic cultural și istoric comun; Strategia integrată pentru marketingul și promovarea unui produs turistic cultural și istoric comun: Transdanube.Pearls - Network for Sustainable Mobility along the Danube. Sustainable regional tourism and mobility plan of Russe Region, conform proiectului „Transdanube. Perle”; Cultură contează - cooperare transfrontalieră pentru gestionarea patrimoniului cultural (în cadrul proiectului Memofish al Camerei de Comerț și Industrie Bulgaro-Române, în cooperare cu partenerii în proiect)

Politicile publice pentru dezvoltarea și gestionarea turismului în Bulgaria și România sunt în mare parte gestionate la nivel central. Viziunile strategice pentru turism din ambele țări clasifică toate formele posibile de turism în ceea ce privește atractivitatea turistică, fără a acorda priorități unor sectoare.

O serie dintre aceste documente strategice încurajează participarea Bulgariei și a României la pachete turistice comune de produse turistice transfrontaliere împreună cu o serie de țări vecine, pentru a crea noi locații turistice. Acesta este un instrument pentru dezvoltarea echilibrată și optimizarea pozițiilor de nișă în atractivitatea turistică română și bulgară și este o premisă pentru acțiuni de marketing comune și actualizarea acestora la branding regional.

În majoritatea planurilor de dezvoltare regională ale municipalităților și comunelor, în ciuda gradului diferit de prioritizare, turismul este privit ca un sector economic cu potențial de dezvoltare. Aceste oportunități sunt interpretate ca o opțiune de a crea un sector economic puternic bazat pe turismul cultural-istoric și religios.

Sectorul turistic din Bulgaria este mai dezvoltat în ansamblul său și relativ mai puțin reprezentat decât în România. Potrivit unui studiu realizat de IncomingRomania printr-un studiu comparativ al raportului dintre populația a cinci țări din Europa de Est și facilitățile de cazare disponibile pentru cazare turistică, România trebuie să acopere o diferență mare față de alte țări în ceea ce privește numărul de camere de hotel și numărul de turiști. În 2019, dintr-un total de 227.315 locuri de cazare (camere în hoteluri, pensiuni, apartamente hoteliere, pensiuni etc.), doar 107 711 reprezintă o cameră de hotel, clasificată de la 1 la 5 stele, adică. aproximativ 47%.

Nr. crt	Tari	Populatia	Total spatii cazare	Camere in hoteluri (1-5 stele)	Numar turisti in 2018
1	Cehia	10.66 mil	210.415	105.292	21.3 mil
2	Ungaria	9.67 mil	99.870	61.539	12.5 mil
3	Bulgaria	6.99 mil	170.200	125.000	7.79 mil
4	Polonia	37.86	399.362	136.200	33.89 mil
5	**Romania**	**19.4 mil**	**227.315**	**107.711**	**13.30 mil (estimare 2019)**

Sursa: IncomingRomania Sursa: EST Hospitality Research, INS Romania, Czech Statistical Office, Hungarian Central Statistical Office

În Bulgaria, capacitățile uriașe în turism sunt concentrate în zona litoralului Mării Negre, stațiunile de schi montane și mai multe orașe cu resurse culturale și istorice, precum Veliko Tarnovo, capitala Sofia și orașul Plovdiv, fostă capitală culturală europeană în 2019. În România, aceste capacități sunt concentrate

în partea centrală a țării, unde alături de multe orașe istorice, „ancore" turistice foarte atractive sunt vechile centre mănăstirești și, bineînțeles, orașe precum Brașov, capitala București și Sibiu, care a fost de asemenea Capitală Europeană a Culturii în 2007 și în stațiunile de pe litoral. Împreună cu stațiunile dezvoltate și orașele turistice dezvoltate, este necesară atragerea vizitatorilor în alte zone pentru a genera surse de venit din activități de afaceri - cazare, masă, taxe și alte costuri ale vizitelor obiectivelor turistice etc. Potențialul unui număr mare de obiective culturale și istorice în regiunile țării și în special cele situate în Euroregiunea Russe - Giurgiu sunt încă slab reprezentate sau subdezvoltate. Necesitatea dezvoltării unor obiective cultural-istorice și religioase semnificative, prezentarea lor atractivă, asigurarea de personal calificat, infrastructura care va asigura sosirea turiștilor - construită și întreținută, atracțiile și serviciile suplimentare, stau la baza activității analitice și a planificării în realizarea turismului cultural-istoric și religios în această euroregiune, perspectiva priorităților strategice naționale în România și Bulgaria.

Turismul cultural adoptă o definiție modernă de la Organizația Mondială a Turismului la cea de-a 22-a sesiune a Adunării Generale, în orașul chinez Chengdu din 2017, conform căreia:

„Turismul cultural este un tip de activitate turistică în care principala motivație a turistului este să învețe, să descopere, să experimenteze și să consume atracții / produse mobile și imobile într-o destinație turistică.

Aceste atracții și produse sunt asociate unui set de caracteristici materiale, intelectuale, spirituale și emoționale distincte ale societății, cuprinzând arta, arhitectura, patrimoniul istoric și cultural, patrimoniul culinar, literatura, muzica, industriile creative și cultura vie a comunității cu mod de viață, sistem de valori, credințe și tradiții. "

Definiția modernă scoate în evidență un caracter mai extins al turismului cultural modern, referindu-se nu numai la monumente și situri, ci și la stilul și obiceiurile de existență, creativitatea și cultura vieții de zi cu zi în general.

Documentele internaționale de bază privind realizarea unui produs turistic comun pentru patrimoniul cultural, cu rute transfrontaliere, sunt cele două convenții UNESCO: Convenția UNESCO privind protecția patrimoniului cultural și natural mondial din 16 noiembrie 1972 și Convenția UNESCO din 17 noiembrie 1970 privind interzicerea și prevenirea importului, exportului și transferului de proprietate ilicită de bunuri culturale.

În legislația Uniunii Europene, principalele documente privind implementarea rutelor transfrontaliere comune și a activităților turistice în domeniul patrimoniului cultural, istoric și religios sunt: Convenția culturală europeană din 19 decembrie 1954; Convenția pentru protecția patrimoniului arhitectural al Europei din 3 octombrie 1985; Convenția europeană pentru protecția patrimoniului arheologic din 16

ianuarie 1992; Directiva 2014/60 / UE a Parlamentului European și a Consiliului din 15.05.2014 privind returnarea bunurilor culturale scoase ilegal de pe teritoriul unui stat membru și de modificare a Regulamentului nr. 1024 / 2012 și a Regulamentului nr. 116 / 2009 al Consiliului din Europa din 18 decembrie 2008 privind exportul de bunuri culturale.

Trebuie luate în considerare și avute în vedere următoarele: actele pe fond; cerințele față de țările care au aderat la acorduri; principiile stabilite și obiectivele stabilite în legătură cu protecția internațională a patrimoniului cultural. De asemenea, trebuie ținută seama de organismele internaționale care pun în aplicare protecția în practică, de componența acestora și de puterile și obligațiile statelor aderente la convenții în legătură cu activitățile lor.

În Bulgaria, principiile de bază pentru protecția și dezvoltarea culturii sunt introduse în Legea pentru protecția și dezvoltarea culturii - MO, nr. 50 din 1.06.1999

În România sunt adoptate o serie de legi și reglementări care au fost publicate și pot fi găsite toate la http://cimec.ro/legislatie/legislatie-culturala.html. Printre acestea, cele mai semnificative sunt Legea № 422 din 18.07. 2001 privind protecția monumentelor istorice, Legea privind protecția patrimoniului arheologic din 2000, Legea nr. 26 din 29 februarie 2008 privind protecția patrimoniului cultural imaterial, Legea nr. 55 din 15 mai 2020 privind anumite măsuri de prevenire și combaterea efectelor pandemiei COVID-19.

În materie există o serie de regulamente și reglementări în ambele țări, care completează și specifică subiecte care acoperă domeniul de aplicare al cadrului legal.

1.10. Tendințele preconizate și legate de comportamentul turistic în domeniul turismului cultural și religios

Volumul cotei de piață a turismului cultural-istoric și religios este în legătură directă și depinde de disponibilitatea și calitatea produsului turistic și de utilizarea acestuia, cu o direcție clară cu ritm accelerat de expansiune. Potrivit analizelor realizate la nivel mondial, piața este de aproximativ patruzeci la sută și nu de puține ori rata de creștere, anual, marchează un salt de la 12% la 15% la sută.

Utilizatorii sunt diferiți iar dorințele lor sunt și ele foarte diferite, acest lucru necesitând diferențierea și segmentarea informațiilor și comunicării pentru a provoca interesul și procesul decizional pentru călătorii. Sunt necesare instrumente pentru diferențierea fină a grupurilor de consumatori ai produsului turistic pentru care trebuie aplicată o analiză multidirecțională a factorilor - psihologici, demografici, geografici, culturali și în funcție de sistemul de valori, prejudecăți și credințe, idei contemporane și istorice, legende urbane sau preconcepții existente. Sarcina este de a ajuta și direcționa industria

turismului local într-un mod adecvat către grupuri țintă atent de turiști atent selecționați și care sunt de acord să plătească pentru turism pe baza patrimoniului creștin cultural-istoric și religios.

Turistul de astăzi are numeroase pretenții cu privire la locație. Odată cu odihna, își dorește să primească mai multe trăiri culturale, în natură și experiențe. Euroregiunea Russe-Giurgiu poate oferi un astfel de mix modern, deoarece există potențialul de a oferi un bogat mix turistic de istorie, mod de viață, cultură, tradiții.

În prezent, industria turistică din regiunea Russe-Giurgiu se concentrează pe piețele care sunt mai dispuse să accepte produsele turistice locale disponibile. Creșterea numărului de turiști necesită eforturi concrete pentru comercializarea activă pe piețele turistice cu resurse și potențial de creștere.

Piețele determinante, cu posibilitatea de a accepta invitații turistice sunt piețele de bază care determină structura - anume Bulgaria și România și piețele prioritare de turiști din Germania, Franța, Italia.

Principalii factori care atrag turiștii în regiune sunt obiectivele turistice și peisajul. Principalele motive pentru ca turiștii bulgari și cei români să rămână în zonă, sunt călătoriile în familie, vacanța și întâlnirea cu prietenii și rudele.

Stabilirea anumitor piețe exacte este extrem de specifică, întrucât vizitatorii care vin cu diferite ocazii și din diferite destinații au propria motivație și atitudini de călătorie. Impresiile sunt formate prin percepția sau codul cultural și cognitiv al fiecăruia dintre turiști despre locul, ora sosirii, mediatizarea și mesajele publicitare, timpul disponibil pentru odihnă, vizita nouă sau repetată. Pentru unii turiști, locația poate fi mai ușor accesibilă, pentru alții mai dificilă. Formarea obiceiurilor pentru vizitarea unei anumite destinații ține de educația turistică și de cultivarea cunoștințelor relevante ale turistului despre destinație.

Piața de bază din Euroregiune formează aproximativ 70% din toate înnoptările și are aproximativ aceeași contribuție la veniturile în termeni procentuali. Amplasarea în apropiere de frontieră a regiunilor și conexiunea lor prin Podul peste Dunăre determină gradul de importanță al pieței interne de bază pentru Euroregiune. Bulgarii și românii sunt cheia pieței datorită oportunităților pentru călătorii scurte cu saturație mai mare a trăirilor. Cea mai mare parte sunt oameni din orașele mai mari din apropierea euroregiunii.

Vizitatorii din țările europene sunt importanți pentru euroregiune și pentru vizitele de o zi în sezonul de navigație și turiștii de pe vasele de croazieră de pe Dunăre.

Conform profilului turiștilor din regiune, trebuie oferită o abordare segmentată în comunicarea publicitară a destinației. Eforturile implică vizarea unor segmente înguste de consumatori de pe piețele de bază care sunt interesați de euroregiunea Russe-Giurgiu și tind să consume produse turistice bazate pe patrimoniul cultural, istoric și creștin-religios.

În plus, în fiecare segment au fost identificate tipuri specifice de consumatori (cu interese turistice specifice). Unul dintre tipurile de utilizatori este așa-numitul „cercetător cultural” și profilul său se formează prin căutarea non-stop a călătoriilor și potențialul de a absorbi în mod constant lucruri noi din cultură, tradiții și mediu, subiectul vizitei. „Amatorul” interesat de experiența autentică, cu opțiuni pentru implicare și percepție activă a vieții culturii locale și modelul de viață, un fan al călătoriilor individuale.

Un alt tip de călător este cel cu interesele creative, un fel de cercetător cultural, dar cu un interes clar angajat în evenimentele culturale. Călător care caută în general trăiri prin industria creativă - muzee, teatre, muzică și alte tipuri de festivaluri de artă, concerte etc. Orientat mai ales în direcția recreerii, mai puțin spre studiu și interes pentru potențialul cultural. Acesta se odihnește într-un anumit loc și completează valoarea ședерii cu vizite ale patrimoniului cultural, istoric și religios.

Principalele segmente ale piețelor strategice sunt turiștii dornici de experiență. De obicei aceștia vin în grupuri - familie, prieteni de familie, un grup de prieteni care doresc să fie împreună, împărtășind timpul în căutarea de noi experiențe, o schimbare în viața de zi cu zi și schimb de experiențe. Sunt dornici să descopere locuri noi, departe de destinațiile turistice obișnuite, asigurându-și astfel o evadare de aglomerația și stresul vieții zilnice, oferindu-și timpul celor dragi și lor înșiși. Ei „se încumetă” la călătorii scurte, dar adesea și la distanțe scurte. Se mai întâlnesc și grupuri turistice organizate, aceștia însă sunt un segment relativ mic. Nu au un profil clar de vârstă sau un stil de vacanță. Sunt de obicei oameni sociali și care adoră experiențele personale unice. Ei sunt de obicei purtătorii unui interes viu față de obiectivele culturale, istorice și religioase.

Elevii și studenții sunt un grup independent, care se deplasează adesea în grupuri. Se angajează în excursii oferite de agențiile de turism și de operatorii de turism și, în general, sunt curioși despre subiecte precum istoria, cultura, religia. De obicei întreprind excursii scurte, de multe ori înafara sezonului turistic activ.

Diferitele segmente de turiști au preferințele lor specifice atât despre modul în care călătoresc, cât și despre modul în care percep informațiile de la mass-media, precum și despre modul în care își planifică

vacanțele. Aceste informații diverse trebuie analizate și folosite pentru construirea pieței în combinația de destinații din Euroregiune în scopuri de marketing, pe segmente specifice, atunci când agenda o impune.

2. Factori pentru dezvoltarea turismului cultural și religios

Vizitarea locurilor culturale și istorice este o funcție a multor factori, principalii fiind preferințele turiștilor; nivelul de cultură generală personală și al calificări; informațiile obținute în prealabil despre regiune și loc, și despre patrimoniul său cultural-istoric și religios; posibilitățile financiare pe care le are consumatorul - bugetul său; atitudinea mentală și psihologică, atitudinea față de religie, tradițiile și stilul de viață etc.

Semnificativ este gradul de finalizare a infrastructurii adiacente obiectivelor culturale, istorice și religioase și nivelul de amenajare turistică. Acest lucru corespunde direct cu atractivitatea obiectivului turistic și al întregii destinații. Mulți dintre cercetători se străduiesc să definească tocmai această noțiune, printre ei fiind și G. Golembski, potrivit Mariei Grozeva, incluzând în noțiune semnificația turistică a obiectivului sau destinației, starea mediului, protecția acestui mediu și accesibilitatea infrastructurii. Este evident că în diversele activități legate de stimularea pentru creșterea spectaculoasă a turismului cultural, istoric și religios, trebuie luați în considerare mulți factori, unii dintre ei menționați de cercetătorii bulgari Vasil Marinov și Petar Petrov în studiul „Provocări cu care se confruntă turismul bulgar în pragul secolului XXI "În Probleme de geografie ediția 2000: ,,1. factorii destinației; 2. factori legați de regiunile și țările care generează cererea turistică; 3. factori care asigură legătura dintre destinații și regiunile genetice; 4. factori legați de numărul mare de destinații competitive substituibile din punct de vedere al turiștilor ”.

Pe plan internațional, legate de turismul cultural, istoric și religios sunt Organizația Mondială a Turismului (OMT), Organizația Națiunilor Unite pentru Educație, Știință și Cultură - UNESCO, Organizația Orașelor Istorice Mondiale, Uniunea Europeană și instituțiile sale culturale etc. Niciuna dintre aceste organizații nu înregistrează informații generale și statistic valabile despre turismul cultural, istoric și religios. La intervale diferite, cu diferite ocazii, se efectuează studii, dar rezultatele obținute îndeplinesc scopuri și obiective specifice studiului.

Printre ceilalți factori care contribuie la progresul turismului cultural, istoric și religios se numără schimbarea percepție valorilor patrimoniului cultural, istoric și religios, valoarea veniturilor și limita timpului liber. Dinamica existenței presupune un consum comprimat de experiențe turistice și acest lucru presupune o preferință pentru excursii turistice scurte dar care oferă multe trăiri, cum ar fi un weekend cu o scurtă escapadă din oraș sau o combinație între vacanța tradițională dar cu vizite scurte și intense a siturilor culturale și istorice.

În anul 2018 fiecare a zecea întreprindere din economia de afaceri nefinanciară europeană aparținea industriei turismului. Aceste 2,3 milioane de întreprinderi angajează aproximativ 12,3 milioane de persoane. Întreprinderile din industriile cu activități legate de turism reprezintă 9,5% dintre angajații din economia totală nefinanciară și 22,4% dintre angajații din sectorul serviciilor. Ponderea industriilor turistice în cifra de afaceri totală și valoarea adăugată în funcție de factorii de cost este relativ mai mică, întrucât industria turismului reprezintă 3,9% din cifra de afaceri și 5,8% din valoarea adăugată a economiei nefinanciare din țările Uniunii Europene.

Anul 2018 a marcat o creștere de 9% a turiștilor în Europa. Creșterea numărului de turiști în sudul Europei și în regiunea Mării Mediterane este semnificativă, iar numărul turiștilor din China, lumea arabă și America de Nord și de Sud care vizitează regiunea a crescut. O creștere de 6% a fost observată în Europa Centrală și de Est.

Dezvoltarea turismului în Bulgaria și România

În legătură cu răspândirea pandemiei de COVID-19, atât la nivel global, cât și în Europa, precum și în Bulgaria și România, au fost necesare o serie de măsuri de urgență sau de carantină. Pentru multe dintre lunile anului 2020, nu s-au efectuat anchete statistice la punctele de control de frontieră din cauza anulării zborurilor internaționale și a restricționării trecerilor transfrontaliere și datorită răspândirii la nivel mondial a virusului COVID-19. Preconizările arată că după campaniile de vaccinare din 2021 și lansarea medicamentelor pentru tratamentul acestui virus, criza economică, inclusiv cea din industria turismului - poate cel mai profund afectat domeniu, vor trece rapid, iar sectorul își va reveni, nu doar la nivelurile anterioare, dar se preconizează că va reimpune o tendință către o creștere anuală constantă încă din 2022 și după aceea.

Practic, până la criza provocată de COVID 19, turismul din Bulgaria și România a crescut constant.

Conform datelor INS - Bulgaria, în 2018 numărul total de vizite turistice ale străinilor în Bulgaria a fost de 12.368.363, iar creșterea față de 2017 a fost de 4,4%. În anul 2019 numărul total marchează o nouă creștere ajungând la 12,552,152, ceea ce reprezintă o creștere de aproape 1,5% față de 2018. Un număr total de 5.860.447 de străini au fost în vacanță sau excursie în Bulgaria, ceea ce reprezintă o creștere de 1% față de 2018, când numărul acestora era de 5.804.576 de persoane.

Potrivit datelor INS - România în anul 2019 peste 13.268.756 de persoane s-au cazat în centrele de cazare turistică din România, comparativ cu 12,8 milioane de turiști în 2018. Dintre aceștia, 2.671.708 erau străini, comparativ cu 2,8 milioane în 2018, ceea ce este extrem de insuficient, potrivit oficialilor locali din industria turismului. Nu mai puțin de 1,21 milioane de persoane au fost cazate în București, o ușoară creștere față de anul precedent.

În timp ce în Bulgaria fluxul turistic uriaș este practic concentrat pe litoralul Mării Negre în sezonul turistic de vară, în România, capitala București conduce clasamentul cu peste 2 milioane de turiști care au înnoptat acolo în 2018, urmată de Brașov (1,36 milioane) și Constanța (1,31 milioane). Top 10 includ alte zone precum Cluj, Mureș, Sibiu, Prahova, Bihor și Suceava. Singurul județ mare care a înregistrat o scădere (-5,08%) în 2018 față de anul precedent este Timiș, unde s-au cazat aproximativ 378.000 de turiști, inclusiv 117.000 de străini.

Pe de altă parte, Teleorman a înregistrat doar 10.609 de turiști, dintre care 948 erau străini. Clasamentul a fost completat de Călărași (cu 21.480 turiști), **Giurgiu** (26.860), Olt (32.318) și Sălaj (39.033).

Turiști în Giurgiu

Turiști în anul 2018 26.860

În comparație cu 2017 - 27.921

Diferență: -1,061 / -4%

Sursa: INS

Turiști în 2018 români / străini

Români: 24 690 (91,92 %) / străini: 2 170 (8,08 %)

Principalele piețe externe pentru produsul turistic românesc sunt din Germania, Israel, Italia, SUA, Ungaria, Franța și Regatul Unit, iar pentru produsul turistic bulgar din ultimii ani sunt România, Grecia și Germania, urmate de Turcia, Macedonia și Rusia.

Întrebări de importanță majoră se pun, în alegerea unei locații, în legătură cu condițiile financiare, cele de cazare și servicii, resursele naturale, igiena, uneori chiar percepția turistului despre condiții. Liniștea și

securitatea locului ales, potențialul de vizitare a obiectivelor turistice sunt, de asemenea, printre aspectele importante. Mai mult de trei sferturi dintre călători aleg ruta și locația online.

Durata vacanței turiștilor străini în sezonul estival este de șase până la șapte nopți pe litoral, iar în interiorul țării aproximativ cinci până la șase zile. În alte anotimpuri, sejurul este de două până la trei nopți, iar cu ocazia sărbătorilor, vacanțelor și a sezonului de schi în ianuarie este de aproximativ patru până la cinci zile.

Potențialul turismului în districtul Russe și județul Giurgiu

Turismul se numără printre sectoarele prioritare pentru economia atât a districtului Russe, cât și a județului Giurgiu. Potențialul euroregiunii în domeniul resurselor turistice naturale și antropice este dat de o combinație de resurse naturale și moștenire culturală, istorică și religioasă, tradiții și obiceiuri.

Luarea în considerare a factorilor de dezvoltare a turismului cultural-istoric și religios se bazează pe resursele culturale și naturale din Euroregiunea Russe - Giurgiu, ale căror perspectivă principală este ca împreună cu locațiile deja bine cunoscute, să fie găsite și prezentate locații mai puțin cunoscute, dar cu potențial valoros în a se dezvolta și a deveni obiective turistice.

Atractivitatea resurselor cultural-istorice și religioase dintr-o anumită regiune trebuie examinată din punct de vedere al convertirii lor în obiective turistice. **Criteriile includ** o evaluare a valorii culturale și istorice, cum ar fi starea fizică, atractivitatea, autenticitatea, nivelul de risc asociat locului și obiectivului creștin religios, politica de gestionare(management) a acestuia, împreună cu nivelul oficial de protecție a locului și obiectivului specific. **Un alt criteriu** îl constituie evaluarea valorii de exploatare, cum ar fi accesibilitatea pentru vizite și infrastructură, precum și evaluarea popularității și imaginea locului și a obiectivului specific.

Criteriile astfel alese țin cont și de tendințele în dezvoltarea comportamentului turistic, care se exprimă prin creșterea cerințelor vizitatorilor față de calitatea, unicitatea, diversitatea serviciului turistic și atractivitatea acestuia. Turiștii solicită calitate crescută a infrastructurii tehnice a țării și a bazei materiale și tehnice a infrastructurii turistice, iar oferta de servicii specifice în funcție de hobby-uri și interese specifice este deja considerată parte a standardului adoptat. Există o tendință de creștere a ponderii călătoriilor pentru tineri, inclusiv a studenților care se angajează în vizitarea locurilor și obiectivelor de turism cultural, istoric și religios, împreună cu creșterea rolului comunicațiilor în platformele hoteliere și ale operatorilor de turism în direcția căutării, descoperirii, planificării și realizării călătoriei. Există o tendință durabilă de creștere a călătoriilor efectuate de turiști seniori.

Evaluarea efectuată a scos în evidență obiectele mai mult sau mai puțin populare, luând în considerare factori precum resursele istorice și patrimoniul, resursele culturale, religia, resursele naturale.

Resursele disponibile trebuie evaluate sub aspectul eventualei creații a unui brand, oferindu-se o imagine (fizionomie) individuală fiecărui obiectiv turistic spre deosebire de alte obiective. Identificarea potențialului și personalizarea resursei turistice trebuie realizate ca un singur proces unitar. Brandul trebuie să unească diferite aspecte: experiențe turistice, emoție, infrastructură, costuri financiare, siguranță, nivelul valorii culturale, istorice și religioase a obiectivului.

Marcarea teritoriului și a obiectivelor sporește valoarea generală, impunând standarde în cerințele pentru aplicarea diverselor tehnici, pentru descoperirea locațiilor care răspund nevoilor turiștilor individuali în spații și repere specifice. Crearea unui brand nu poate fi, indubitabil, un leac universal pentru nicio locație. Întrebarea cheie este cum trebuie valorificate întreprinderile și entitățile instituționale existente în regiune pentru ca să lucreze în interesul comun, pentru a construi și promova marca.

În crearea unui brand al unui teritoriu, obiectiv sau loc, există anumite caracteristici similare și acestea trebuie respectate. Instrumentele prin care se face brandingul trebuie să transmită spiritul unui loc, oferindu-le oamenilor posibilitatea de a simți ceea ce face locul respectiv atât de unic, până la punctul de a deveni un fel de „ancoră” pentru fiecare turist.

Viziunea în formarea unui brand sau a unui complex de branduri trebuie să conțină incorporate valorile comunității, alături de arhitectura și infrastructura. Brandul trebuie să reprezinte și să fie purtătorul autenticității neschimbate a valorilor spirituale inerente resurselor suportate. Câteodată, impunerea unor mărci separate pentru anumite produse și piețe este probabil justificată datorită activităților specifice legate de vizitatori, produse sau resurse.

Se conturează obiective specifice pentru a fi incluse în locații de interes general, în masă, dar și în locații de piață mai restrânse, care au potențial și sunt în prezent dezvoltate sau prezintă potențial de a se dezvolta ca atracții turistice independente.

Catedrala Sfânta Treime este situată în orașul Russe. Clădirea lăcașului sfânt a fost construită în anul 1632. În sec. al Xx-lea biserica a fost declarată monument cultural de importanță națională.

Mănăstirea Sf. Marina, lângă satul Karan Varbovka, municipiul Dve Mogili,districtul Russe. Mănăstirea de femei de la Karan Varbovka este activă și locuită de un număr mic de călugărițe în vârstă. Biserica mănăstirii a fost construită în anul 1890, iar apoi izvorului sfânt (ayazmo) i-a fost redată forma unei fântâni.

Mănăsturea rupestră "Sf. Dimitar Basarbovski" este situată pe valea râului Russenski Lom, lângă satul Basarbovo și la 10 km de orașul Russe. Acesta datează din cel de-al doilea regat bulgar, numele mănăstirii fiind menționat pentru prima dată într-un registru fiscal otoman din 1431. Mănăstirea este singura mănăstire rupestră activă din Bulgaria.

Complexul mănăstirii rupestre de la Gramovets, care se află la 4,5 km nord de satul Koshov. Până la complex a fost trasată o potecă eco, care începe de la baza stâncii. Datorită locației sale, complexul poate fi accesat doar printr-o potecă îngustă, ceea ce face obiectivul unul dificil de accesat. Complexul nu este gestionat nici întreținut într-o manieră organizată.

Complexul bisericilor rupestre din Ivanovo este situat în apropierea satului Ivanovo. Acesta a fost înființat în forma prezentă în anii 1920. Pe pereții încăperilor complexului de biserici se pot descifra inscripții cu relatări istorice importante. Obiectivul se află pe lista Patrimoniului Mondial UNESCO.

Biserica Sf. Gheorghe este situată în centrul larg al orașului Russe. Construită inițial și sfințintă prima dată înainte de anul 1640 exista o biserică de lemn, iar noua biserică a fost sfințită în 1843. Icoanele din vechea catapeteasmă, pictate de maeștrii de la Școala de pictură din orașul Tryavna în 1842, sunt păstrate în biserică.

Biserica Sf. Petka este situată și ea în zona centrului larg al orașului. Proiectul arhitectural al bisericii a fost prima încercare îndrăzneață și reușită de a recrea Biserica Rotundă (Biserica de Aur) din Preslav, construită de țarul bulgar Simeon I. Biserica a fost sfințită de mitropolitul Mihai Dorostolski și Chervenski la data de 30 aprilie 1944.

Catedrala Adormirea Maicii Domnului - situată în mun. Giurgiu. O inscripție din 1859, scrisă în limba română cu litere chirilice, arată că o biserică subterană a fost construită pe același loc în 1806, la acea vreme Giurgiu făcând parte din Imperiul Otoman, iar autoritățile otomane nepermițând construirea de biserici supraterane. Actuala biserică a fost construită între 1840 și 1852, după ce Giurgiu a fost retrocedat Țării Românești.

Mănăstirea Comana - situată în municipiul omonim din județul Giurgiu, zona Muntenia, România, este o clădire religioasă inclusă pe Lista monumentelor istorice din România. Prima dată a fost ctitorită de voievodul și domnitor al Țării românești Vlad Țepeș, cu o donație pentru mănăstire, în anul 1461. Obiectivul este gestionat și întreținut într-o manieră organizată.

Schitul Strâmbu-Găiseni – din comuna Găiseni, a fost înființat în sec. al XVI-lea și este amintit pentru întâia oară în documente din anii 1526 și 1605. Acest schit capătă o importanță specială nu atât de mult prin prisma participării lui Neagoe Basarab, cât prin prisma faptului că stă dovadă și completează

imaginea unei epoci de aur, strălucitoare a Țării Românești, fiind unul dintre elementele care ne oferă acea „bază artistică“ acea regulă, care poate avea și excepții.

Mănăstirea Buna Vestire din Bolintin a stat la o răscruce de drumuri din cele mai vechi timpuri ca un lăcaș sfânt de cult. Istoricul Petre S. Năsturel demonstrează, pe baza unei note găsite într-un manuscris grecesc de pe Muntele Athos, că mănăstirea Bolintin a existat și în timpul lui Basarab I, 1310 - 1352, fiind așadar una dintre cele mai vechi mănăstiri din Țara Românească. Printre domnitorii care au făcut danii se numără: Vlad voievod (1436-1446), Vladislav al II-lea (1447-1456), Basarab voievod (1474-1477), Basarab cel Tânăr (1477-1482), Neagoe Basarab (1512-1521).

Biserica “Sf. Pantelimon” din com. Vedea construită în anul 1845 de către dr. Apostol Arsache. În anul 1874 spre sfârșitul vieții ctitorului sfântul locaș este repictat de Gheorghe M. Tăttărescu.

Există anumite paralele între religie și branduri. Setul de termeni este legat la nivel semantic. Ei poartă sacralitatea și spiritul lor unic și personal și care conțin identitatea lor imanentă naturală. În forma sa naturală primordială, turismul religios este impregnat de credință conținând în sine calea emoțională fiind, de asemenea, subiectul unui mix de mesaje de marketing și branding.

Notele cu privire la potențialul (de a fi purtători ai unui brand) locurilor și obiectivelor religioase specifice sugerează diferite opțiuni. Una dintre acestea este crearea unui brand pentru întreaga destinație, angajat în turism cultural, istoric și religios sau marcarea diferitelor locuri și obiective. Care dintre cele două abordări va fi cea adecvată este subiect al unui studiu atent, discuție și analiză a beneficiilor și a posibilelor avantaje și dezavantaje. Dialogul aici este în principal al clerului eparhiei Russe și al eparhiei Giurgiu, deoarece ei au sarcinile de a gestiona și administra o mare parte a siturilor religioase.

1. Analiza părților interesate

Părțile interesate sunt toate entitățile cu interese în procesul de dezvoltare a unui produs turistic cu orientare cultural-istorică și religioasă. Opiniile și interesele lor trebuie luate în considerare la elaborarea „Strategiei comune
pentru turismul cultural-istoric și religios în regiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu” în perioada 2022-2027. Pentru compilarea acesteia, se folosește definiția că părțile interesate sunt instituții, organizații, structuri sau persoane ale căror interese pot fi încălcate - într-un context pozitiv sau negativ - de strategia generală sau pot fi clasificate ca fiind cele care pot fi corelate și astfel influențează efectele implementării strategiei generale.

Pe baza informațiilor anterioare și a analizei părților interesate, strategia comună se bazează pe punctul de vedere că este crucială pentru identificarea instituțiilor, organizațiilor, persoanelor și grupurilor cu interese specifice, corespunzătoare exploatării pe termen lung a patrimoniului cultural, istoric și religios într-un context turistic. Tocmai rolul posibil al diferitelor subiecte este garanția esențială pentru vitalitatea fiecărui produs nou în turism.

Pentru stabilirea părților interesate se folosesc Standardele de efectuare a consultațiilor opiniei publice reglementate de Consiliul de miniștri al Bulgariei. După o listă întocmită se identifică organizațiile și instituțiile relevante și / sau susceptibile să influențeze politicile cheie și / sau cele asupra cărora este probabil să reflecte implementarea acestor politici.

În funcție de analiza părților interesate, în conformitate cu metodologia de selecție a principalelor părți interesate, vor fi implicate persoanele juridice și persoanele relevante:

Grup	PĂRȚI INTERESATE
Autoritățile la nivel central	• Ministerul Dezvoltării Regionale și a Lucrărilor publice • Ministerul turismului
Instituții religioase	• Biserica Ortodoxă Bulgară • Biserica Ortodoxă Română • Mitropolia Russe • Episcopia Giurgiului
Autoritățile publice regionale și locale	• Consiliul de Dezvoltare Regională; • Consiliile regionale de coordonare; • Guvernatorii/Prefecții districtului Russe și județului Giurgiu;

Grup	PĂRȚI INTERESATE
	• Consiliile și administrațiile municipale din Euroregiunea Russe - Giurgiu
Structuri ale societății civile (ONG-uri)	• Comunități de interes public; • Asociații de interes public; • Asociații municipale; • Grupuri de inițiativă locală; • Asociații de afaceri pe domenii; • Organizațiile angajatorilor și ale partenerilor sociali; • Cercurile academice; • Companiile și asociațiile turistice;
Mediul de afaceri	• Operatorii turistici; • Agenții de turism; • Hotelieri; • Afaceriști în domeniul restaurantelor; • Afaceri locale - ghizi turistici, animatori.
Parcuri naturale și instituții	• Direcții (custozi) ale parcurilor naturale

4. Analiza SWOT

Scopul analizei este de a se încadra cât mai mult posibil în contextul situației sociale și economice actuale a euroregiunii Russe-Giurgiu, în conformitate cu obiectivele și prioritățile naționale pentru dezvoltarea regională a Bulgariei și României, precum și cu strategia pe termen lung și orientarea politicii regionale a

Uniunii Europene. Analiza se supune cadrului normativ și domeniului instituțional de implementare, monitorizare și evaluare. Astfel, analiza este implementată într-un mod cât se poate de organic în sarcinile definite de documentele strategice, domeniile cheie și sarcinile pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în Euroregiunea Russe-Giurgiu.

Pentru nevoile proiectului se prezintă o analiză SWOT, în conformitate cu orientările pentru schimbarea mediului economic și social înconjurător și în conformitate cu factorii de creștere imanenți din Euroregiune. Sarcina principală constă în stabilirea unei strategii comune pentru turismul cultural-istoric și religios în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu 2022 - 2027, care va ține seama de impactul așteptat al mediului economic și social înconjurător și de oportunitățile Euroregiunii.

Analiza SWOT precisă și orientată practic este o premisă pentru diferențierea mai precisă a sarcinilor strategice, a direcțiilor și activităților specifice din strategia comună pentru turismul cultural-istoric și religios în Euroregiunea Russe-Giurgiu. La elaborarea acestei analize specifice au fost luate în considerare prevederile din Normele Metodologice cu privire la planificarea strategică ale Ministerului Dezvoltării Regionale a Bulgariei și ale Ministerului Dezvoltării, Lucrărilor publice și administrației - al României pentru actualizarea actualelor planuri de dezvoltare regională.

Analiza a fost realizată în baza datelor actuale, iar în orizontul de timp al perioadei planificate din 2022 până în 2027 sunt luate în considerare probabilitățile pentru dezvoltarea preconizată a acestora, pe baza concluziilor și recomandărilor din evaluările curente și din documentele incluse în Planurile municipale de dezvoltare întocmite de autoritățile locale din districtul Russe și județul Giurgiu. Indicatorii cu influență externă sunt prezentați în secțiunea cu oportunități și amenințări, în timp ce factorii cu influență internă își găsesc locul în secțiunea despre punctele forte (tari) și punctele slabe. Analiza ia în considerare și factori demografici precum îmbătrânirea populației și declinul numărului acesteia pe baza proceselor demografice obiective, comune continentului.

O atenție specială trebuie acordată schimbărilor negative ale imaginii economice și sociale, în urma pandemiei provocată de COVID-19, în special în viitorul apropiat, în anii 2021 și 2022, iar pe baza măsurilor de redresare economică luate, următoarea fază de creștere și dezvoltare se prevede în orizontul de timp din anul 2022 și până în 2027.

1. PUNCTE FORTE (TARI):	2. PUNCTE SLABE:
1.1. Prezența oportunităților strategice pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și	2.1. Tendința persistentă de diminuare a numărului a populației din Euroregiune este o barieră semnificativă în calea prestării de

	religios: Locuri și repere istorice, clădiri și facilități religioase cu câteva sute de ani de istorie, obiective arhitecturale, muzee, instituții, cu posibilitatea organizării evenimentelor culturale, festivalurilor, spectacolelor. Posibilități diversificate, ample de combinare cu alte activități turistice. 1.2. Combinație între obiective turistice culturale, istorice și religioase și alte obiective naturale și arheologice din regiune. 1.3. Experiență bogată în cooperarea transfrontalieră între structurile administrative din Euroregiunea Russe - Giurgiu. 1.4. Managementul proactiv și cadrele disponibile cu experiență și capacitate administrativă angajate în administrația districtuală Russe, Consiliul județean Giurgiu și municipalitățile din regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu constituie în totalitatea lor o premisă importantă pentru dezvoltarea turismului cultural și istoric într-o nouă etapă. 1.5. Tradițiile în organizarea, experiența istorică și	servicii turistice la nivel înalt. 2.2. Pericol de blocaje rutiere frecvente, trafic greu și de blocarea legăturilor de transport ale singurei conexiuni rutiere între cele două părți ale euroregiuni Russe-Giurgiu - anume Podul peste Dunăre. 2.3. În majoritatea locurilor și obiectivelor se remarcă o lipsă de servicii de bază și auxiliare din infrastructura specializată. 2.4. Absența schemelor informaționale care pot oferi o dimensiune concretă și a aplicațiilor digitale pentru locurile și obiectivele cultural-istorice și religioase din Euroregiunea Russe - Giurgiu. 2.5. Unele dintre monumentele culturale, istorice și religioase nu pot fi întreținute și nu sunt atractive pentru vizitele turistice. 2.5. Locațiile și facilitățile de cazare sunt concentrate exclusiv în cele două centre regionale - Russe și Giurgiu 2.6. Lipsa sau slaba calitate a facilităților de cazare și de luat masa în locurile cu potențial de dezvoltare a turismului cultural, istoric și religios în afara centrelor regionale. Lipsa facilităților sanitare și igienice în locuri și obiective de interes turistic și care reprezintă interes turistic, lipsa parcărilor amenajate, iar în unele locații alimentarea cu energie electrică și apă este problematică.

perspectiva durabilă în cooperarea dintre administrațiile districtuale/județene și municipalitățile din Euroregiunea Russe-Giurgiu stau la baza implementării strategiei generale pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios. 1.6. Oportunități identificate pentru realizarea afacerilor în domeniul turismului cultural-istoric și religios, precum sunt disponibilitatea declarată a investitorilor mai mari de a investi în infrastructura turistică. 1.7. Existența tradițiilor practice afirmate în dezvoltarea turismului cultural și istoric în regiune. 1.8. Posibilitatea de instituire a unui management orizontal în cooperare între părțile interesate. 1.9. Existența unei infrastructuri rutiere dezvoltate și prin Podul Prieteniei - peste Dunăre, pe o arteră transfrontalieră directă. Existența unei căi fluviale și a porturilor fluviale de pasageri pe ambele maluri, în Russe și Giurgiu, precum și prin Aeroportul Internațional	2.7. Carența capacității autorităților administrative. Existența unor idei inexacte despre direcțiile dezvoltării turismului. 2.8. Grad scăzut de cooperare între autoritățile districtuale/județene cu cele locale, subiecții economici și turistici și grupurile comunității locale. Gestionarea produsului turistic este un proces complex pentru care nu există suficiente competențe în regiune. 2.9. Lipsa tehnică și de investiții pentru creșterea turismului cultural, istoric și religios în regiune. 2.10. Infrastructură rutieră amortizată și prost întreținută. 2.13. Performanță slabă a euroregiunii în domeniul turismului cultural, istoric și religios. Suprapunere slabă între conținutul PR și promovarea, lipsă de promoții în platformele digitale populare. 2.14. Lipsa unei organizări responsabilă de creșterea euroregiunii în direcția dezvoltării sale într-o locație cultural-istorică și religioasă. Un număr mic de locuri și obiective turistice impuse sau create. 2.16. Lipsa frecventă a unui sistem multilingv de îndrumare pentru ghidarea pe scurt și pentru a oferi

București. 1.10. Existența locurilor și obiectelor de o valoare culturală și istorică excepțională, cu diversitate în epocile și arhitectura istorică prezentate, precum și în diferitele tendințe prezente în tradiția creștină. 1.11. Plaja de prețuri ale produselor turistice se caracterizează prin valori scăzute spre medii - înalte în regiunea Russe-Giurgiu. 1.12. Părțile interesate sunt conștiente de importanța produsului cultural și istoric pentru dezvoltarea destinației în regiune.	informații despre locuri și obiective - semne, indicatoare etc. Nu există o rețea informațională integrată de informații topografice. 2.17. Nivel slab de utilizare a tehnologiilor de comunicare și informare în activitatea locurilor și a obiectivelor.
3. OPORTUNITĂȚI:	**4. AMENINȚĂRI:**
3.1. Interesul tot mai crescut pentru turismul cultural, istoric și religios într-o perspectivă internațională și regională, națională și locală. 3.2. Creșterea interesului pentru călătoriile și recreerea motivate de locație sau religie (pelerinaje). 3.3. Realizarea potențialului de absorbție a unei resurse financiare semnificative prin Programul Interreg VI-A România - Bulgaria 2021 – 2027, dar și cu	4.1. Prezența pandemiei globale COVID-19 și ca urmare - un declin drastic al turismului 4.2. Amenințări teroriste și extremiste. 4.3. Schimbări climatice bruște și durabile datorită încălzirii globale - cataclisme termice - secete, furtuni și inundații, valuri de căldură și friguri severe, amplitudini rapide și mari ale temperaturii. 4.4. Neajutorarea instituțiilor în lupta cu piața neagră a valorilor

ajutorul altor instrumente financiare precum Danube transnational programme și altele. 3.4. Creșterea numărului de pasageri pe liniile de croazieră. Creșterea fluxului turistic pe segmentul călătoriilor individuale, creșterea numărului de pasageri pe zboruri low-cost, precum și a infrastructurii adiacente. 3.5. Implementarea unei politici naționale, interstatale și europene în domeniul dezvoltării turismului cultural-istoric și religios. 3.6. Existența unei rețele de entități economice competitive în domeniul ofertei servicilor pentru turismul cultural-istoric și religios. 3.7. Dinamica atitudinilor și nevoilor comportamentale ale turiștilor. 3.8. Oportunități pentru dezvoltarea și implementarea mecanismelor de stimulare financiară și fiscală. 3.9. Subvenții și stimulente pentru operatorii economici care își desfășoară activitatea pe piața turistică în vederea adaptării obiectivelor și locurilor turistice măsurilor de siguranță anti-	culturale și istorice și cu braconajul valorilor culturale și religioase. 4.5. Numărul tot mai mare de cadre specializate care părăsesc regiunea datorită remunerației nesatisfăcătoare etc. 4.6. Lipsa predictibilității în cadrul legal. 4.7. Apropierea de capitala București atrage turiștii să se angajeze în drumeții și excursii turistice scurte în județul Giurgiu și să revină la oportunitățile oferite de serviciul turistic din capitală. 4.8. Creșterea costurilor antreprenorilor din domeniul turismului pentru adaptarea obiectivelor și atracțiilor la măsurile de siguranță ca urmare a COVID-19 și un risc real de faliment cu care se confruntă numeroase IMM-uri. 4.9. Pierderea memoriei culturale a regiunii. 4.10. Depopularea totală a unor localități; 4.11. Prag de vârstă foarte ridicat, deficit demografic galopant. 4.12. Venituri mici, putere de cumpărare și nivel de trai scăzute. 4.13. Cadru general neconcordant în guvernanța politică și instabilitatea economică. 4.14. Agravarea situației investiționale. 4.15. Deficitul de atenție din partea potențialilor investitori asupra

COVID-19 și reducerea riscului de faliment, prin resurse financiare din fondurile europene. 3.10. Absorbția investițiilor străine în trasee și situri turistice. Instrumente potențiale pentru stimulente economice și fiscale. 3.11. Creșterea tehnologiilor de comunicare digitală este o soluție pentru conservarea patrimoniului cultural, istoric și religios. 3.12. Conservarea aspectului arhitectural prin renovarea clădirilor și implementarea unor reglementări la nivel local. 3.13. Cooperare cu specialiști în vederea obținerii asistenței necesare Cooperare cu specialiști în vederea obținerii asistenței prin diferite modalități - consultanță, coordonare instituțională etc. pentru conservarea patrimoniului cultural, istoric și religios. 3.14. Măsuri pentru conservarea patrimoniului cultural-istoric și religios din regiune, prin atragerea unor experți independenți, acțiunile de conservare fiind în unison cu opiniile științifice și cu asistența organizațională și financiară a administrației. 3.15. Folosirea experienței internaționale de ultimă generație în conservarea	investițiilor de capital din regiune. 4.16. Dorința de soluții comune generice, nu pas cu pas și cu etape clare către accente de piață clar definite. 4.18. Creșterea prețurilor resurselor de bază - energie, apă și, ca rezultat - creșterea prețurilor serviciilor turistice. 4.19. Lipsa de înțelegere între părțile implicate cu privire la industria turismului. 4.20. Ignorarea comunităților locale, a investitorilor, a mass-media locale, a partenerilor publici și sociali.

	obiectivelor culturale și istorice. 3.16. Monitorizarea rețelelor sociale în vederea identificării operatorilor de turism de nișă și intrarea în parteneriat cu aceștia, pentru a studia atitudinile și comportamentul turistic și a lucra la optimizarea organizației. 3.17. Implementarea unei formule moderne pentru gestionarea deșeurilor, în spiritul turismului durabil. 3.18. Dacă este posibil, crearea și realizarea de produse organice în regiunile și siturile monahale (posibil parteneriat cu producătorii de filiale de produse locale). 3.19. Dacă este posibil, crearea și realizarea de produse organice în regiunile și siturile monahale (posibil parteneriat cu producătorii de filiale de produse locale). 3.20. Acțiuni pentru crearea unor zone de recreere în apropierea obiectivelor de turism cultural, istoric și religios - mine și parcuri mici, oportunități pentru practicarea sporturilor. 3.21. Model de investiții bazat pe absorbția Fondurilor europene după anul 2021 pentru resursele alocate dezvoltării turismului. 3.22. Folosirea aplicațiilor	

digitale pentru călătorii și agrement bazate pe targetarea concretă, viteză, cost redus, feedback de la turist. 3.23. Crearea unei viziuni economice comune de sustenabilitate, la nivel de euroregiune, cu interconectarea turismului cultural-istoric și religios. 2.24. Oportunități pentru dezvoltarea în carieră a specialiștilor cu educație teologică.	

Amplasarea geografică extrem de favorabilă a regiunii transfrontaliere Russe-Giurgiu, în combinație cu prezența unor resurse culturale și istorice bogate, prezintă punctele forte (tari) ale strategiei generale, care se bazează exclusiv pe datele existente despre regiune, împreună cu intențiile apărute ca rezultat în rândul publicului larg și a investitorilor. Instrumentele stabilite de Uniunea Europeană sunt o sursă esențială pentru obținerea unor rezultate strategice. Acest set de instrumente este baza pentru promovarea turismului cultural, istoric și religios în euroregiunea Russe-Giurgiu.

Un punct forte care determină direcțiile specifice pentru realizarea viziunii strategice, împreună cu pregătirea căilor de realizare și cu eliminarea greșelilor, este nivelul semnificativ de conformitate a materialelor strategice interne cu ghidurile strategice europene, reglementările, instrumentele și instrucțiunile respective.

Deficitul și chiar pe-a locuri carența resurselor de investiții pentru acoperirea întregii infrastructuri a teritoriului se numără printre punctele slabe în dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios, deoarece potrivit strategiei generale, soluționarea problemei cu o mare parte din finanțarea suplimentară se va redirecționa către autoritățile municipale și către provocarea apetitului antreprenorial unde urmează a

se avea grijă cu limita compromisurilor acceptabile, avându-se în vedere pericolul de creare a unor premise pentru practicile de corupție.

Implementarea strategiei comune pentru conservarea și folosirea comună a patrimoniului religios cultural și istoric trebuie să înceapă cu o activitate educațională datorită lipsei de experiență pe care antreprenorii și comunitățile regionale o solicită, în ceea ce privește opțiunile pentru implementarea oportunităților de construire a turismului cultural, istoric și religios într-o rețea unificată.

Normele pentru crearea infrastructurii pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios, stabilite în actele normative ale Uniunii Europene, în legislațiile naționale ale Bulgariei și României sunt reglementate într-un grad relativ diferit de o serie diversă de documente, iar acest lucru este un obstacol pentru folosirea lor în scopuri concrete în procesul de implementare a proiectelor.

Un punct fundamental slab, deoarece acest lucru trebuie făcut independent de această strategie, este lipsa unor măsuri specifice și care să implice investitorii și să folosească infrastructura pentru extinderea turismului cultural, istoric și religios.

Oportunitățile sunt justificate prin conexiunea directă între antreprenori și comunități locale în vederea îndeplinirii intențiilor lor, cu activitățile propuse de strategia comună pentru crearea unei infrastructuri moderne pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios. Modernizarea infrastructurii pentru extinderea turismului cultural, istoric și religios este un posibil instrument pentru depășirea unora dintre inegalitățile socio-economice și prin creșterea nivelului de trai în euroregiune, prin creșterea veniturilor și a puterii de cumpărare.

Prăbușirea demografică și direcția generală durabilă descendentă a numărului populației în Euroregiune reprezintă o amenințare majoră pentru punerea în aplicare a strategiei comune, deoarece crearea infrastructurii - o cheie pentru creștere, poate fi oprită din cauza unor factori suplimentari - precum incapacitatea de a atrage fonduri publice, pierderea interesului antreprenorilor etc.

5. Arborele problemelor

Identificarea problemelor legate de dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în Bulgaria și oportunitățile de impact asupra problemelor identificate, constituie o parte importantă a analizei managementului produselor turistice.

În acest scop se aplică **metoda Arborele problemelor** care este practic o aranjare a problemelor într-o ordine ierarhică, căutându-se relația de cauzalitate dintre ele. Dacă o problemă este identificată totodată ca fiind și o cauză - va fi mutată la un nivel inferior, dacă problema este o consecință - la un nivel superior.

În analiză, trebuie făcută o distincție precisă între următoarele trei niveluri: problemă, cauzele problemei, consecințele acesteia.

Criza mondială provocată de COVID 19 are un impact foarte negativ asupra industriei turistice din întreaga lume. Cererea generală de servicii turistice s-a prăbușit din cauza cererii reduse extrem de brusc, industria turismului a redus oferta, iar rata șomajului din sector a crescut. Opțiunile potențiale, oportunitățile și condițiile prealabile pentru dezvoltarea turismului sunt reduse. În ultimele luni se observă o revenire la interesul turistic pe piețele mai mari, acestea fiind primele care au ieșit din efectele crizei, datorită resurselor mai bogate de care dispun și absorbția mai mare și mai rapidă a subvențiilor pentru sectorul turistic, precum și datorită capacității de personal administrativ.

Potrivit statisticilor reflectate în spațiul informațional, turismul internațional se recuperează într-un ritm mult mai alert, datorită condițiilor economice mai bune din lume.

Indiferent de criza COVID, situația din zonele cu industrie și infrastructură turistică mai puțin dezvoltate, inclusiv euroregiunea Russe-Giurgiu, este, în principiu, una nefavorabilă. Migrația populației din zonele economic subdezvoltate continuă să crească, depopularea crește, populația în vârstă crește, factori care cu siguranță îi demotivează pe antreprenori în a-și investi resursele în aceste zone ei preferând să-și direcționeze capitalul doar către centre regionale mari.

Cele mai importante probleme care pot fi identificate și care împiedică dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în euroregiune sunt:

Probleme care decurg din filozofia gestionării regiunilor din țară și a activităților lor de turism. În general, politica de gestionare a turismului din țară este ineficientă. Poziționarea Bulgariei și a României în segmentul turistic al prețurilor scăzute, este atribuită, pe de o parte, lipsei de viziune, politicii generale și poverii istorice în dezvoltarea industriei turismului în ansamblu și, pe de altă parte, intereselor extrem de mercantile, căutării beneficiilor personale ale managerilor și liderilor anumitor grupuri economice, ceea ce influențează foarte mult filosofia managementului afacerii turistice, indiferent de subiectul său de

activitate, dar în special turismul cultural, istoric și religios. În acest context, fondurile alocate în cadrul diferitelor programe nu sunt folosite suficient de rațional și oportun.

Probleme care decurg din nivelul scăzut de calificare și educație al unei părți a populației. Unii locuitori ai regiunii au studii primare sau generale, alții sunt analfabeți și neinteresați de dezvoltarea lor profesională.

Probleme care decurg din infrastructura deficitară a regiunii. În majoritatea localităților, rețeaua rutieră este subdezvoltată, în unele locuri canalizarea este inexistentă sau necorespunzătoare, conexiunea la internet fiind extrem de precară sau lipsă. Este firesc ca populația tânără să caute un alt loc cu condiții de viață mai normale, unde poate avea acces la oportunități mai bune de realizare.

Există probleme care decurg din concurența neloială în industrie etc. Acestea și o serie de alte probleme nu permit utilizarea potențialului euroregiunii.

Necesitatea unei planificări strategice în dezvoltarea regională a turismului cultural, istoric și religios în regiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu este o necesitate conform sondajului realizat sub forma unei discuții în grupuri tip focus și a rezultatelor prezentate de acestea pentru a identifica faptele problematice și relațiile de cauzalitate care provoacă apariția lor.

Principala problemă este numărul redus de vizite turistice. În acest stadiu, în euroregiunea care face obiectul acestui studiu, deși concentrată în cele două localități mari, există o relativă disponibilitate de cazare, dar este incidentă totodată și lipsă de infrastructură adecvată și dezvoltată, din cauza căreia fluxul turistic este de intensitate redusă. Problema cu obiectivele turistice insuficient de bine dezvoltate pentru scopuri turistice se datorează mai multor motive, precum este faptul că turismul cultural și istoric nu a fost, de-a lungul timpului, o industrie prioritară; nu a fost elaborată nici o strategie pentru dezvoltarea acestei industrii; există o lipsă de finanțare suficientă și cu scop. Astfel, atractivitatea teritoriului scade, densitatea sa turistică rămâne relativ de scăzută, la fel rămâne și nivelul său de competitivitate.

Euroregiunea comună este recunoscută în rândul turiștilor, în special cu câteva locuri izolate propice pentru practicarea turismului cultural, istoric și religios, cum ar fi Mănăstirea Basarbovo, Bisericile rupestre din Ivanovo și complexul mănăstirii Comana, dar nu are o viziune comună, datorită lipsei unui produs unic complet care să fie oferit turiștilor. Crearea unui brand teritorial regional cu trasee cu accentul pus pe turismul cultural, istoric și religios are ca scop rezolvarea problemei legate de nerecunoașterea Euroregiunii Russe-Giurgiu ca destinație turistică. Scopul este ca turiștii să înceapă să perceapă euroregiunea ca fiind ceva unic. Una dintre problemele ulterioare este oportunitatea neexploatată de interconectare a obiectivelor turistice între ele și cu asemenea obiective din regiunile

învecinate din ambele țări. Acest lucru se datorează lipsei de interes față de industria turismului în diferite niveluri administrative.

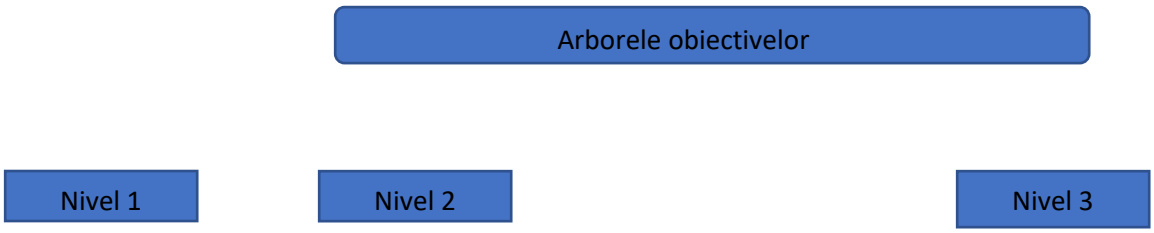
Turismul are o natură multistructurală și, prin urmare, este influențat de diverși factori ai mediului extern și intern. Așadar, nivelul scăzut al vizitelor turistice duce la probleme ulterioare. Pierderea parțială a interesului sau chiar lipsa de interes din partea turiștilor duce la o creștere a numărului de vizite de tranzit în timpul cărora nu se realizează înnoptări.

Schimbările demografice au loc în întreaga țară, iar Euroregiunea în ansamblu se confruntă cu un declin în numărul populației și îmbătrânirea acesteia. Se observă migrația către orașe mai mari și accelerare a proceselor de emigrare.

Tinerii nu au suficiente oportunități de realizare. Majoritatea personalului angajat în domeniul turismului are calificarea redusă și o pregătire lingvistică slabă. Numărul scăzut de vizitatori este motivul utilizării ineficiente a resurselor turistice. Ceea ce, la rândul său, înseamnă locuri de muncă insuficiente, facilități de cazare și divertisment slab dezvoltate, venituri reduse din turism.

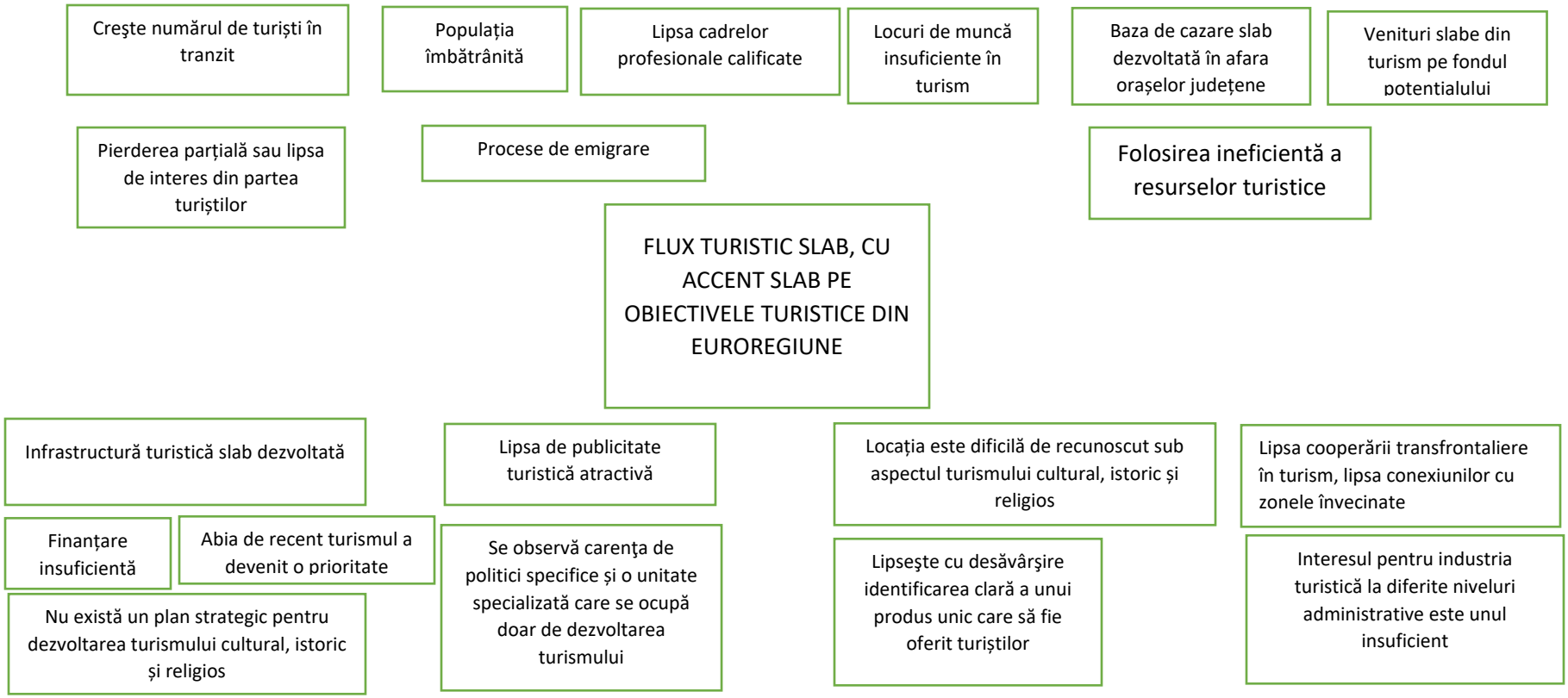
Infrastructura generală este subdezvoltată, se remarcă lipsa de infrastructură bună pentru unele dintre obiectivele turistice. Există restricții legate de finanțarea pentru construirea unui produs turistic puternic, conservarea și întreținerea obiectivelor culturale, istorice și religioase. În afara localităților Russe și Giurgiu, facilitățile de cazare și de luat masa pe teritoriul euroregiunii și în jurul obiectivelor vizate, sunt slab sau insuficient dezvoltate. Nu sunt create condiții propice pentru atragerea investitorilor, ceea ce ar însemna într-un final creșterea economică a sectorului turistic în ansamblu și creșterea atractivității de a locui în regiune.

Metoda „arborele obiectivelor“ permite acoperirea unui număr suficient de semnificativ de măsuri posibile care pot fi utilizate pentru rezolvarea problemelor, dar nu prevede comparația cantitativă a acestora. Această succesiune de etape este legată de procesele de stabilire a obiectivelor strategice pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în regiunea transfrontalieră și procesele de modelare,fiind o parte complexă a coordonării dezvoltării turismului programată și în funcție de anumite scopuri, în regiunea transfrontalieră.



Pentru a se asigura o comparație cantitativă, pentru fiecare dintre sub-obiectivele din „arbore” trebuie identificate criterii comparative și trebuie scoasă în evidență dependența funcțională de un astfel de set de variabile gestionabile, ale căror modificare ar fi adecvată modificării combinațiilor unui anumit grup de activități. Dacă acest lucru reușește, atunci este posibil să se construiască un model matematic pentru estimarea mișcării către sub-obiectivul luat în considerare. Dacă acest lucru se poate face pentru fiecare dintre sub-obiectivele „arborelui”, atunci va apărea un set de micromodele dintre care se poate alege un model pentru a rezolva fiecare problemă luată în considerare. Construirea unui astfel de model este procedura de finalizare a analizei țintă.

Arborele problemelor reprezentat schematic



6. Analiză comparativă între districtul Russe și județul Giurgiu, precum și a regiunii transfrontaliere Russe - Giurgiu cu alte regiuni europene

Euroregiunea Russe-Giurgiu aparține regiunii cu climat mediu din Câmpia Dunării datorită factorilor săi climatici și face parte din subregiunea climatică temperat-continentală a regiunii climatice continentale europene. Caracteristicile elementelor climatice sunt complexe, ceea ce se asociază cu un contrast semnificativ de temperatură vară-iarnă. Condițiile climatice joacă un rol relativ de nefavorabil, limitând formele de turism legate de activitățile de vizitare, creative și în aer liber, la câteva luni din an.

Județul Giurgiu are resurse naturale și antropice limitate, dar există și resurse care sunt puțin exploatate până în prezent.

Potențialul turistic al județului în ceea ce privește structura, importanța și întinderea teritoriului este format din trei zone care întrunesc majoritatea atracțiilor turistice:

- zona Dunării, cu principalul centru de atracție - municipiul Giurgiu;

- Hotarele - Comana - Călugăreni - zona Bulbucata;

- Adunații Copceni - com. Mihăilești, de-a lungul văii râului Argeș.

Locurile turistice cu caracter cultural-istoric și religios sunt deosebit de importante datorită faptului că stau mărturie atât despre bogata istorie a acestor locuri, cât și despre originea numeroaselor personalități importante pentru dezvoltarea politică și culturală a țării. Giurgiu este leagănul unor inovații tehnice importante la nivel de țară: prima linie de cale ferată din România între București și Giurgiu, pe prima linie de telegraf peste Dunăre.

Se conturează o nevoie specifică pentru Giurgiu, localitatecare a fost conectată la fluviul Dunărea de-a lungul activităților sale trecute și prezente, anume - valorificarea și prin resursele existente antropice, elevarea la un nivel mai înalt și ieșirea din rangul localităților de escală sau punct de plecare spre capitala București.

Ca și așezare, municipiul Giurgiu a fost documentat la începutul secolului al XV-lea, în 1403, există dovezi ale istoriei cetății Giurgiu, construită de Mircea cel Bătrân ca punct de rezistență în lupta împotriva otomanilor. Turnul cu ceas înalt de 22 metri și foișorul au fost înălțate de turci ca un punct de observare, în sec. al XVIII-lea. Pe malurile Dunării se găsesc ruinele unei cetăți construite în secolul al XV-lea.

Cetatea Giurgiu a jucat un rol important în luptele antiotomane. Bătăliile din 1461, asociate cu numele domnitorului Țării Românești Vlad Țepeș, au făcut posibilă includerea orașului în traseele turistice

istorice în cadrul atractivului program turistic pentru contele Dracula și bătăliile pentru salvarea creștinismului.

Satul Călugăreni este situat la 25 km de București, la confluența râurilor Neajlov și Câlnițe pe DN 5 București - Giurgiu. Aici, la data de 31 august 1593, a avut loc cunoscuta bătălie, în care Mihai Viteazul a câștigat împotriva oștirii turcești a lui Sinan Pașa. La podul peste Neajlov, lângă Călugăreni, se pot vedea plăcile memoriale, care amintesc acest eveniment și încadrează 4 basoreliefuri: două reprezintă imaginea lui Mihai Viteazul, iar celelalte două - stema Țării Românești de atunci. Monumentele ridicate de Șerban Cantacuzino în 1682, precum și acesta din 1913, amintesc de victoria lui Mihai Viteazul.

Comana, situată la 25 km sud de București, pe linia de cale ferată București-Giurgiu, este importantă datorită numeroaselor evenimente și artefacte istorice. Mănăstirea Comana este un monument istoric ridicat de Vlad Țepeș în 1462, finalizat de Radu Șerban în secolul al XVI-lea și restaurat de Șerban Cantacuzino în secolul al XVII-lea. Complexului mănăstirii se mai adaugă și conacul domnitorului. Lacul și pădurea omonime sunt un loc de recreere și pescuit, fiind totodată și o rezervație naturală. Conacul Drugănescu din comuna Florești-Stoenești, situat la 36 km vest de București, pe malul stâng al râului Sabar, este de asemenea un punct de interes turistic. La nord de Stoenești se află cladirea bisericii, construita in acelasi stil cu vila conacului. În Mironești, municipiul Gostinari, este zona în care puteți vedea ruinele palatului construit de Constantin Cantacuzino în secolul al XVII-lea și biserica fondată în 1699.

În Strategia pentru dezvoltarea durabilă a turismului în districtul Russe în perioada 2020 - 2030 sunt formulate orientări strategice pentru dezvoltare privind infrastructura generală a regiunii, baza de cazare, infrastructura și serviciile pentru turismul cultural și eco-turismul, serviciul de informare al turiștilor, personalul și calitatea serviciului, dezvoltarea și cooperarea instituțională, marketingul și publicitatea în domeniul turismului, precum și posibilele surse de finanțare a măsurilor stabilite în strategie.

Amplasarea districtului Russe și a județului Giurgiu este una favorabilă în ceea ce privește fluxul de turiști străini, datorită prezenței porturilor fluviale. Traficul turistic fluvial se desfășoară prin nave de pasageri, companiile de croazieră care operează pe Dunăre fiind peste 11 în număr, dar doar o parte dintre acestea includ trecerea prin teritoriul regiunii în programele lor.

Avantajele competitive comparative care decurg din amplasarea districtului Russe și a județului Giurgiu sunt, de asemenea, determinate de apropierea de destinațiile turistice majore situate pe malurile Dunării - Viena, Bratislava, Budapesta, Belgrad, precum și în apropierea acestora - București și alte zone pe Dunărea de Sus și de Jos, iar pe plan intern - rutele sub-balcanice cu posibile vizite la Veliko Tarnovo și la destinația maritimă principală - Varna și întreaga coastă a Mării Negre de Nord. Acest lucru face posibilă

atragerea de fluxuri turistice suplimentare, dar creează și o concurență puternică. În acest sens, trebuie luată în considerare posibilitatea comercializării integrate a produselor turistice transfrontaliere și interregionale bazate pe cooperare și beneficii comune.

Resursele naturale din districtul Russe sunt relativ de diverse. Combinația între siturile culturale și istorice și natura, creează unicitate și oferă avantaje pentru dezvoltarea turismului cultural și istoric, religios, pelerinajele, drumețiile pe poteci eco și turismul rural. Specifica unică a naturii de-a lungul albiei râului Russenski Lom - faimoasele canioane, în combinație cu complexul de mănăstiri rupestre de lângă satul Basarbovo și bisericile rupestre din satul Ivanovo, formează un ansamblu cultural-istoric și religios, care a dat forma unui traseu turistic, afirmat de-a lungul anilor.

Districtul Russe oferă obiective protejate culturale, istorice și naturale care împreună cu dezvoltarea și elaborarea noilor atracții constituie o premisă pentru dezvoltarea turismului. Se pot vedea monumente istorice din diferite epoci, se pot vizita festivaluri și evenimente naționale și internaționale. Unele dintre aceste resurse turistice rămân relativ de necunoscute turiștilor locali și străini, dar sunt un element cheie în programele și vizitele fluxului turistic intern din regiune. Indubitabil, distanța strânsă dintre obiectivele individuale permite crearea unor tururi tematice concepute pentru vizitatori cu interese și gusturi diferite, iar aceste caracteristici ar trebui percepute ca fiind un potențial încă neexploatat de a atrage turiști. Printre resursele culturale și istorice mai semnificative se numără: Orașul medieval Cherven; Patrimoniul religios și cultural în rezervația arheologică națională "Bisericile rupestre lângă satul Ivanovo, obiectiv pe lista patrimoniului protejat UNESCO; Mănăsturea rupestră "Sf. Dimitar Basarbovski ”; Catedrala „Sf. Treime ”; Panteonul Renascentiștilor; Castrul „Iatrus” și altele.

Diverse evenimente din calendarul cultural sunt organizate în apropierea obiectivelor sau chiar în incinta lor, existând oportunitatea de recreere într-un mediu natural, acest lucru ajutând la diversificarea experienței vizitatorilor. În cazul obiectivelor amplasate înafara teritoriului urbanizat, atracțiile și obiectivele amplasate în apropiere sunt legate de patrimoniul natural și religios. Toate acestea completează profilul turistic al districtului, ca destinație pentru practicarea diverselor forme de turism - turism cultural-istoric, religios, rural, de aventură și ecoturism în toate anotimpurile.

În comparație cu diverse alte regiuni europene, regiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu este încă în proces de realizare a potențialului turistic pe care îl poate dezvolta.

7. Analiza PEST - procesele și tendințele în dezvoltarea turismului cultural și religios în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu

Analiza PEST este un instrument util pentru studierea mediului și a tendințelor într-o anumită regiune, ca instrument pentru evaluarea situației, oportunităților și orizontului direcției de deplasare a populației.

Fiecare schimbare dezvăluie oportunități și amenințări pentru organizații. Populațiile care se orientează și se adaptează schimbărilor, se bucură, în general, de prosperitate economică.

Ideea despre analiza PEST aparține prof. univ. Francis Aguilar, care folosește termenul ETPS în cartea sa „Scanning the Business Environment“, publicată în anul 1967. Mai târziu, acronimul ETPS a fost reordonat în PEST, pentru un aspect mai armonios.

PEST este o analiză a mediului politic, economic, socio-cultural, tehnologic;

P (Political) - E (Economic) - S (Socio-Cultural) - T (Technological)

Analiza PEST se folosește, în general pentru a evalua mediul extern. Sarcina analizei PEST este de a contura cadrul macro - motivele esențiale care guvernează piața.

Analiza PEST este valoroasă pentru diferite structuri, din trei motive esențiale:

- Oferă posibilitatea pentru deschiderea perspectivelor sau avertizează asupra amenințărilor iminente;
- Trasează direcția de dezvoltare a organizației, având în vedere schimbările din mediul extern;
- ajută la luarea anumitor decizii strategice referitoare la operațiunile comerciale pe pieţele actuale și pe pieţele noi, precum și la dezvoltarea de noi produse actuale.

Mediul politic

Creșterea turismului cultural, istoric și religios este direct legată de politicile locale, regionale și naționale, datorită faptului că cultura este un sistem dinamic și se relevă prin politici culturale, prin gestionarea evenimentelor culturale, atitudinile comunității față de valorile culturale etc.

Statele membre ale Uniunii Europene se străduiesc să păstreze patrimoniul cultural, istoric și religios comun, să promoveze artele europene și industriile creative. Numeroase politici ale Uniunii Europene vin în sprijinul culturii și religiei, inclusiv în domeniile cercetării, educației, politicii sociale, dezvoltării regionale și relațiilor externe. Cadrul politic al UE incorporează promovarea cooperării politice în

domeniul culturii, istoriei, religiei la nivel guvernamental naționale și cu diferite structuri de natură internațională și regională, organizații neguvernamentale.

Principalele politici ale Uniunii Europene în domeniul culturii sunt:

- finanțarea culturii - inclusiv programe educaționale (Erasmus +), sectoarele audiovizual, cultural și creativ, Fondul structural pentru cultură, **cercetarea patrimoniului cultural**;
- cultura digitală - sprijinul pentru politicile media care împuternicesc cetățenii europeni să profite de servicii și oportunități interactive, oferindu-le acces la orice conținut de oriunde din Europa;
- **Patrimoniul cultural;**
- **Un semn pentru patrimoniul cultural** – o inițiativă a UE aprobată prin Decizia 1194 din 2011 a Parlamentului European și a Consiliului Europei. Obiectivul este **promovarea obiectivelor patrimoniului european**, care au devenit simboluri ale integrării, valorilor, idealurilor și istoriei europene și, ca urmare a implementării sale, este de așteptat să aprofundeze procesul de apropiere a Uniunii Europene de cetățenii săi.

Politica națională din Bulgaria și România în domeniul culturii este implementată la nivel național și local, iar guvernele și ministerele culturii sunt responsabile de crearea și implementarea politicii la nivel național; la nivel local fiind implementată de administrațiile regionale și structurile municipale. Cele două ministere ale culturii din Bulgaria și România sunt principalele structuri executive, care definesc și pun în aplicare principiile și obiectivele de bază ale politicii culturale de stat în fiecare dintre țări.

Opiniile privind politica culturală sunt în conformitate cu principiile dezvoltării culturale conturate de Consiliul Europei:

- garantarea libertății de exprimare;
- crearea unui mediu pentru participarea egală la viața culturală, protecția și promovarea culturii diferitelor grupuri etnice și religii;
- sprijinirea educației în domeniul culturii;
- sprijin pentru comunicarea interculturală și schimbul cultural internațional.

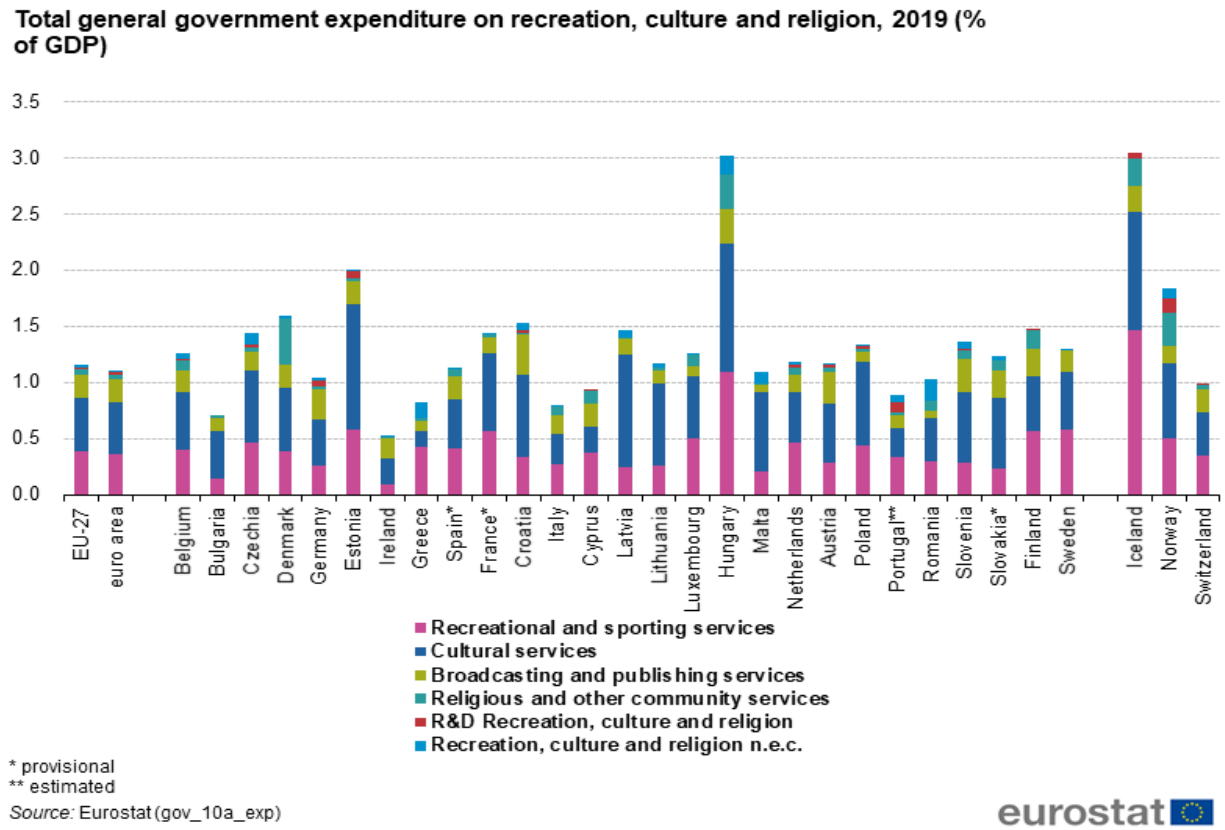
Politica națională a Bulgariei în domeniul culturii pune accent pe protejarea memoriei culturale și a patrimoniului istoric național, construirea unui mediu pentru creștere și îmbogățirea diverselor direcții de dezvoltare culturală ca premise pentru o creștere durabilă, căutarea unei finanțări eficiente, creșterea nivelului de reglementare în domeniu culturii, sprijin pentru conservarea resurselor culturale, digitalizarea conținutului cultural, istoric și religios.

În Bulgaria și România, dezvoltarea continuă a politicilor culturale implică încercări de reformare a sectorului și de realizare a unui mix de finanțării publice cu opțiuni de piață. Obiectivele de bază ale reformelor din ambele țări sunt armonizate cu directivele europene:

- descentralizarea managementului și finanțării culturii;
- libertatea în formarea acțiunilor orientate spre piață ale artiștilor și actorilor culturali;
- schimbări în cadrul legislativ pentru managementul cultural, care contribuie la abordarea provocărilor sociale și economice viitoare;
- aprofundarea armonizării cu legislația Uniunii Europene;
- crearea de facilități administrative pentru dezvoltarea culturii și integrarea în UE;
- egalitatea adevărată cu garanții între instituțiile culturale de stat, municipale și private;
- activarea și creșterea importanței sectorului ONG.

Mediul Economic

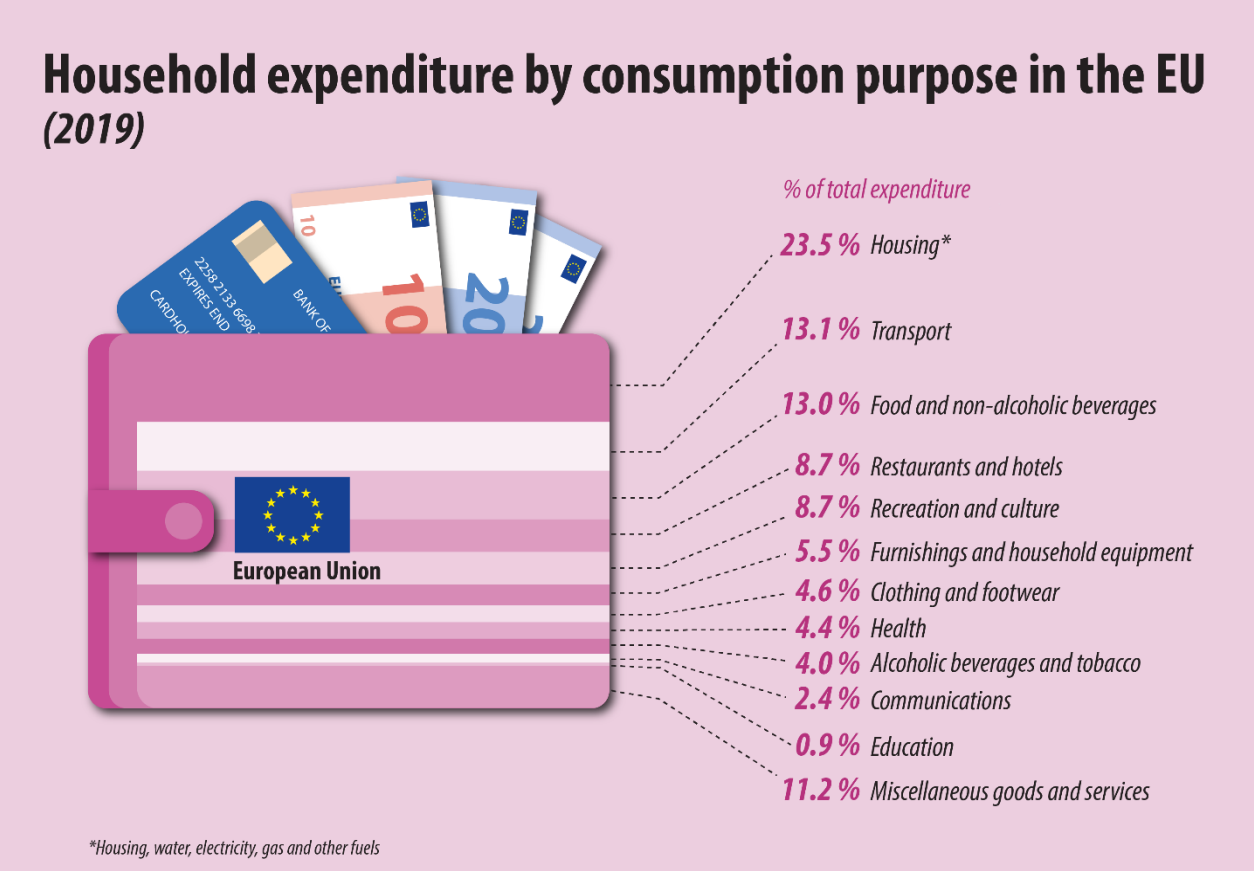
În cele douăzeci și șapte de țări membre UE, cheltuielile generale la nivel de stat pentru recreere, cultură și religie, se ridică la 162 mlrd. EUR sau 1,2 % din PIB în anul 2019. Țările cu cea mai mare pondere din PIB pentru recreere, cultură și religie sunt Ungaria (3,0%) și Islanda (3,1%). Cele mai mici procente se înregistrează în Irlanda (0,5%) și Bulgaria (0,7%). O pondere majoră din cheltuielile totale la nivel de UE-27 este destinată serviciilor culturale, urmate de serviciile de recreere și sport, mass-media și serviciile publicitare, precum și serviciile religioase și alte servicii comunitare.



Sursa: Eurostat Statistics Explained

În anul 2019 cheltuielile gospodăriilor la nivel de UE pentru recreere și cultură constituie 8.7% din totalul cheltuielilor (în medie 1,440 EUR pe locuitor). Țările scandinave Danemarca și Suedia au în mod tradițional cele mai mari costuri pentru recreere și cultură făcute de gospodării, cele mai mici fiind cheltuielile din Grecia.

Sursa: Eurostat



Potrivit datelor Eurostat pentru 2019, România cheltuie aproximativ 1% din produsul său intern brut pentru recreere, cultură și religie - valori, ușor apropiindu-se de media UE, iar Bulgaria aproximativ 0,7% - ocupând ultimul loc, împreună cu Irlanda. Cheltuielile gospodăriilor pentru recreere și cultură sunt sub media UE. În Raportul privind implementarea bugetului de stat al Republicii Bulgaria pentru anul 2019 cheltuielile pentru Grupul Cultură în cadrul programului financiar consolidat se ridică la 648,6 milioane BGN, raportate în principal în următoarele linii bugetare bugetul de stat, bugetele Televiziunii Naționale Bulgare, Radioului Național Bulgar, bugetele municipale. Cheltuielile publice în sectorul culturii sunt pentru obținerea unei creșteri durabile a culturii și artei, protecția patrimoniului cultural și istoric, popularizarea realizărilor artiștilor bulgari și creșterea competitivității produsului cultural.

Mediul social

Poziționarea unor subiecte noi pentru realitățile moderne din viața europeană și concentrarea pe viziunea conform căreia funcția Uniunii Europene este nu numai prosperitatea economică, ci și o comunitate culturală unică cu valori comune, se reflectă în punctul de vedere al Comisiei Europene expus în inițiativa „Idei pentru Europa de mâine". Cultura are un rol fundamental de jucat în modelarea societăților contemporane care alcătuiesc Uniunea Europeană: „Este un principiu cheie al proiectului european și va rămâne ferm înrădăcinat în ideile noastre dacă ne dorim să realizăm o uniune cu adevărat incluzivă, echitabilă și diferită", se spunea în documentul din 2014.

În inițiativa „Idei pentru Europa de mâine" din anul 2021 se mai relatează:

„2. Idei pentru Europa de mâine: un continent al bunăstării și prosperității

2.1 În acest context, CESE propune o nouă narațiune privind Europa, care să lege trecutul îndepărtat și recent de prezentul continentului și care să ofere o viziune pentru viitor bazată pe cooperarea transfrontalieră care consolidează legăturile dintre cetățenii Europei, înrădăcinată în valori precum solidaritatea, justiția socială, cooperarea intergenerațională, egalitatea de gen, prosperitatea durabilă și tranziții ecologice și digitale echitabile."

Potrivit datelor Eurostat, încă din anul două mii cincisprezece, mai mult de șaizeci la sută din populația Uniunii Europene avea cel puțin o dată pe an contact cu diverse activități culturale. Acest contact are un impact serios asupra calității vieții: Crește stima față de sine și sentimentul de apartenență la o comunitate. În grupul de vârstă 16 - 29 de ani, aproximativ 83% dintre tinerii chestionați participă la activități culturale, iar excepția din direcția generală o reprezintă tinerii din Bulgaria și România. Aici, în grupul de 16-29 de ani, doar 50% au participat la evenimente culturale.

În grupul de vârstă 65-74 de ani, în medie 53% din participanții din UE au frecventat cel puțin o activitate culturală, existând disonanțe grave, deoarece în Danemarca procentele sunt de 80%, iar locurile din urma clasamentului sunt ocupate de Bulgaria și România cu 11%. Diferențele în participarea la activități culturale între grupurile de vârstă 16-29 ani și 65-74 ani, între locuitorii Greciei, Croației, României și Bulgariei sunt semnificative. Persoanele cu studii superioare au avut de două ori mai multe participări la activități culturale decât cei cu studii inferioare. La persoanele cu o educație inferioară - cel puțin ciclul primar - se observă diferențe semnificative în ceea ce privește participarea lor la viața culturală, media la nivelul Uniunii fiind de doar 42%, dar există diferențe mari, deoarece cei mai mici indicatori sunt cei din Bulgaria cu 11% și cei mai mari - în Danemarca - 76%.

Veniturile și situația financiară personală au un impact semnificativ asupra participării la evenimente culturale. Și aici situația este aproape identică cu cea a nivelului educațional - proporțional cu venitul, rata de participare crește. Și la nivel de țară este practic la fel - între 76% în Danemarca și până la 7% în Bulgaria. Persoanele cu cele mai mari venituri participă la activități culturale de aproximativ două ori mai

mult decât persoanele cu venituri mai mici. În țările scandinave, diferența în ponderea culturală de participare a persoanelor cu venituri mai mici și mai mari este aproape imperceptibilă - doar 20%. Țările cu cele mai drastice diferențe în participarea la diferite evenimente determinată de veniturile personale, sunt Bulgaria - de opt ori, urmată de România și Croația - de patru ori. Respectiv - Bulgaria, România și Croația au și cele mai mici ponderi în rândul persoanelor cu venituri mici. Pentru persoanele cu venituri reduse, vizitele la cinema și la diferite evenimente au cel mai adesea semnificația unei activități culturale, în timp ce pentru persoanele cu venituri mai mari, prioritatea este acordată vizitelor obiectivelor și evenimentelor culturale.

Cea mai largă scară de participare la evenimente culturale din țările Uniunii Europene se observă în rândul oamenilor din zonele urbane (orașe, municipii) - unde mai mult de jumătate din populație a participat la activități culturale, cu excepția Bulgariei cu 44% și a României cu 38%. În orașele scandinave, din zece persoane, nouă au vizitat un cinematograf, eveniment sau obiectiv cultural. În sate și orașele mici, diferența de participare la evenimente culturale pornește de la 11% în Bulgaria și ajunge la 83% în Olanda și Luxemburg. În unele țări, acest lucru se datorează probabil problemelor legate de accesul la instituțiile culturale.

Mediul tehnologic

Abordarea conținutului cultural în era digitală este la îndemână aproape oricui. Posibilitatea de a se construi experiențe sociale și relații sistemice este esențială pentru vitalitatea produsului. Piața unică digitală a fost construită cu mult înainte ca Internetul și tehnologiile de comunicații să fie principalele motoare ale creșterii și cu mult înainte ca serviciile să reprezinte o pondere majoră a economiei Uniunii Europene.

Astăzi, principalul factor tehnologic care dictează standardele și ritmul în economia digitală modernă sunt tehnologiile IT, rețelele de socializare care cuceresc în totalitate mediul cultural de masă și cel legat de turismul cultural și istoric. Industriile creative sunt pătrunse de interacțiunea dintre invazia masivă a televiziunii, a internetului, a telecomunicațiilor, a tehnologiei informatice,precum și de potențialul oferit de tehnologiile de stocare, analiza Big Data și a datelor conexe. Modalitățile de diseminare și schimb de informații, ușurința accesului la operele culturale, modalitățile prin care autorii colaborează la realizarea și co-crearea și producția sunt rodul erei internetului.

Latura culturală a promovării cunoștințelor și tehnologiei este semnificativă, deoarece este legată de oameni și de potențialul social și economic al industriilor pentru creativitate și informare, crearea de locuri de muncă, bunăstare și angajament cultural. În pânza structurală a economiei creative se află industriile creative și culturale, un accent mixt asupra artei, culturii, afacerilor și tehnologiei. Tipificarea acestor industrii este faptul că sunt toate angajate, fără excepție, și au ca obiect valorile culturale într-o

formă de proprietate intelectuală, care este cadrul ideologic obligatoriu prin care creativitatea este monetizată.

III. PARTEA STRATEGICĂ

1. Stabilirea unei viziuni și misiuni

1.1. Viziunea

Viziunea Strategiei comune pentru conservarea și folosirea comună a patrimoniului cultural, religios și istoric ca bază pentru dezvoltarea durabilă a turismului cultural și religios comun în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu este definită în unison cu cerințele de bază setate de Metodologia de planificare strategică a Republicii Bulgaria și de Ministerul Dezvoltării, Lucrărilor Publice și Administrației din România pentru actualizarea planurilor strategice actuale pentru dezvoltare regională și locală. În procesul de elaborare a viziunii, au fost luate în considerare, de asemenea, standardele în elaborarea reglementărilor strategice ale UE, precum și practicile regionale - Indicații Metodologice, 2010.

Viziunea arată o idee figurativă a stării ideale a infrastructurii și a obiectivelor turismului cultural, istoric și religios, cu puncte slabe reduse și puncte forte subliniate. Prezintă soluții despre cum se dorește a arăta euroregiunea la sfârșitul perioadei 2022-2027, realizându-se totodată punctele de vedere asupra turismului cultural, istoric și religios prezentate în strategia comună. La definirea viziunii au fost respectate mai multe principii.

Primul principiu: Acceptarea pe scară largă la nivel districtual/județean, dar și la nivel municipal, a noțiunilor de transformare durabilă către o extindere echilibrată a turismului cultural-istoric și religios și gestionarea eficientă a acestuia, inclusiv prin instrumentele administrative regionale.

Al doilea principiu: Marcarea ponderii reciproce a părților implicate în vederea creșterii beneficiilor din implementarea strategiei comune pentru turismul cultural-istoric și religios.

Al treilea principiu: Argumentarea academică și calificată cu privire la direcția de creștere, standardele de comparație și ritmul de implementare cu privire la cota de piață dorită și cea reală pentru turismul cultural, istoric și religios din totalul cotei de piață generale a serviciilor turistice.

În urma analizei efectuate a nevoilor existente și a rezultatelor care se doresc a fi obținute, și avându-se în vedere principiile enumerate, se determină viziunea pentru extinderea turismului cultural-istoric și religios în euroregiunea transfrontalieră Russe-Giurgiu:

Prin dezvoltarea și definirea a câtorva rute turistice pe teritoriul euroregiunii transfrontaliere Russe-Giurgiu se va obține conștientizarea specifică cu privire la regiunea care face obiectul studiului, și aceasta va prinde conturi și va fi percepută ca o locație preferată pentru practicarea turismului cultural, istoric și religios, prin dezvoltarea unei punți emoționale între locuri și vizitatori. Transformarea rutelor turistice în produse de piață individuale, presupune fuziunea dintre intențiile și sprijinul tuturor țărilor implicate, iar beneficiile economice și sociale pentru comunitățile locale sunt optimizate. Dezvoltarea rutelor turistice în produse individuale de pe piață este construită cu respect față de utilizarea durabilă a mediului, conservarea și protecția patrimoniului cultural, istoric și religios și a bogăției biologice.

Viziunea pentru creșterea și construirea în continuare a infrastructurii turismului cultural, istoric și religios din Euroregiunea Russe - Giurgiu acoperă punctele de vedere ale tuturor părților interesate de viitoarele transformări. Viziunea conține un orizont pentru o intervenție extinsă și un angajament public față de transformările viitoare. Viziunea încorporează și aduce un motiv de îmbunătățire legat de efortul colectiv al tuturor participanților implicați și se bazează astfel pe o modalitate unificatoare de a descoperi și implementa relații echilibrate și armonioase între extinderea turismului cultural, istoric și religios și diversele grupuri de comunități locale.

1.2. Misiune

Strategia pentru conservarea și folosirea comună a patrimoniului cultural, istoric și religios a fost întocmită ca un document comun și este o metodologie care identifică obstacolele, pentru a propune în baza constatărilor un model pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios comun în regiunea transfrontalieră Russe -Giurgiu. Astfel, părțile au identificat necesitatea de a impune o dinamică economică intensivă în utilizarea durabilă a patrimoniului cultural-istoric și creștin-religios prin instrumente turistice, ca un adevărat motor pentru prosperitatea euroregiunii transfrontaliere. S-a afirmat conceptul introducerii unui produs cultural-istoric și religios comun, unind într-o unitate singură și integrală locurile și obiectivele cultural-istorice și religioase și obiectivele de valoare istorică și estetică mare a monumentelor, dar și cu politica implementată într-un mod priceput pentru expunerea și promovarea acestor obiective în scopuri de turism.

Este necesar ca obiectivele istorice să fie prezentate ca o punte spre prezent și ca un trecut trezit la viață prin expunerea modernă și oferirea lor ca un produs cultural-istoric și religios și ca un „bun" turistic cultural-istoric. Un punct important este interpretarea acestui patrimoniu în așa fel încât să provoace înțelegerea și empatia, trăirile turiștilor - prin concerte, festivaluri, evenimente științifice și altele în jurul și în incinta monumentelor culturale și istorice conservate. Asemenea evenimente au loc în unele locații, dar această activitate trebuie extinsă pentru a îmbogăți imaginea euroregiunii în fața lumii. Trebuie pus accentul pe evenimentele culturale internaționale. Bineînțeles, planificarea strategică unificată și planul

comun de acțiune, create în orizontul proiectului, vor câștiga sustenabilitate pe termen lung doar prin niște operațiuni strategice concepute și setate pe termen lung și care se vor efectua de către organele administrative districtuale/județene și municipale și alte organisme care pot lucra și avea influență asupra gestionării instrumentelor turistice și a patrimoniului cultural-istoric și religios.

Pentru realizarea viziunii pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios, misiunea părților interesate este de a respecta mandatul și potențialul de sprijin din partea organizațiilor partenere, în utilizarea oportunităților de dezvoltare. În baza particularităților prerogativelor și a potențialului structurilor publice și private locale de a influența direcția creșterii turismului cultural-istoric și religios în Euroregiune, misiunea actuală este determinată de implementarea strategiei comune:

Promovarea dezvoltării anticipate și echilibrate a euroregiunii transfrontaliere Russe-Giurgiu, prin creșterea durabilă și accelerată a turismului cultural, istoric și religios, cu o cooperare eficientă și sprijin din partea regiunilor transfrontaliere europene de succes, prin selectarea unei structuri adecvate.

Misiunea astfel definită conține implicarea principală a autorităților regionale și a părților interesate în implementarea politicilor și sarcinilor publice și private. Misiunea extinde responsabilitățile și rolul administrațiilor regionale din Russe și Giurgiu și al autorităților municipale din regiune pentru a încuraja și a asista părțile interesate în dezvoltarea administrației publice și pentru a avea un impact în găsirea unui acord cu privire la o creștere socială și economică accelerată prin implementarea cu succes a oportunităților de creștere a turismului cultural-istoric și religios.

2. Stabilirea obiectivelor strategice

Selecția pentru stabilirea obiectivelor a fost făcută pe baza documentelor strategice definitoare la nivel european și național, precum și pe baza documentelor strategice regionale, care privesc direct euroregiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu.

La selectarea obiectivelor, s-a urmărit intenționat realizarea unui rezultat cumulativ prin totalitatea de instrumente existente și viitoare pentru creșterea turismului cultural-istoric și religios. Obiectivele sunt determinate de imaginea actuală și de direcțiile de dezvoltare a mediului economic deoarece sunt legate

de poziționarea produsului comun pe piața turistică, avantajele sale de piață, oportunitățile financiare, managementul, profitabilitatea și responsabilitatea publică.

Obiectivele urmează modelele de bază pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios, iar intenția este ca îndeplinirea obiectivelor să aducă cele mai mari dividende sociale și economice posibile pentru toți locuitorii euroregiunii, fără a afecta mediul natural și obiectivele cultural-istorice și religioase.

Următoarele obiective strategice clarifică viziunea și misiunea strategiei comune:

Primul obiectiv strategic: Strategia comună să determine prin turismul cultural-istoric și religios construirea unui brand teritorial comun pentru euroregiune în marketingul turistic.

Al doilea obiectiv strategic: Traseele turistice realizate trebuie construite ca destinații turistice atractive.

Al treilea obiectiv strategic: Realizarea interconectării între locurile turistice cultural-istorice și religioase prin stabilirea unor coridoare turistice specifice, cu un nivel sporit de servicii turistice și adăugarea unui număr mai mare de servicii.

Al patrulea obiectiv strategic: Creșterea nivelului infrastructurii turistice pe întreg teritoriul Euroregiunii Russe - Giurgiu.

3. Formularea priorităților, obiectivelor specifice, măsurilor și activităților

În funcție de obiectivele strategice, sunt determinate mai multe **priorități** ale strategiei comune:

1. Stabilirea unui mod comun de comunicare pentru lansarea patrimoniului creștin cultural-istoric și religios comun în euroregiunea Russe-Giurgiu, care va sta la baza atragerii interesului vizitatorilor.
2. Protejarea generală, conservarea și gestionarea patrimoniului cultural-istoric și religios din Euroregiune.
3. Diferențierea Euroregiunii Russe - Giurgiu ca produs unificat actual și brand turistic teritorial.
4. Consolidarea suprastructurii turistice în Euroregiune.

Pentru atingerea obiectivelor strategice, este necesară îndeplinirea următoarelor **obiective specifice:**

1. Impunerea euroregiunii Russe-Giurgiu ca o destinație atractivă pentru piețele țintă ale turismului cultural-istoric și religios.

2. Realizarea contactului cultural, comunitar, spațial între locuitorii și instituțiile euroregiunii.
3. Conturarea turismului cultural-istoric și religios ca o nouă nișă de produs prin prezentarea traseelor turistice create și a aplicării și utilizării lor reale în marketingul turistic.
4. Optimizarea exploatării durabile a patrimoniului cultural-istoric și religios.
5. Realizarea inițiativelor de pionierat pentru promovarea consecventă a destinației ca un nou brand turistic.
6. Distingerea față de moștenirea culturală, istorică și religioasă totală a celor două țări și prezentarea ca un serviciu turistic diferențiat, oferind trasee turistice unice în zona destinației comune.
7. Pregătirea unui plan de lucru pentru distribuirea riscurilor și prezentarea rutelor propuse aparținând zonei spațiale a euroregiunii.

Indicatori pentru atingerea obiectivelor și priorităților strategiei.

Principalii indicatori prin care se va măsura îndeplinirea obiectivelor operaționale și a priorităților din program includ:

Cu privire la prima prioritate:

- Dezvoltarea parteneriatului transfrontalier, realizarea obiectivelor strategice conturate și dezvoltarea echilibrată a turismului cultural-istoric și religios specializat, cu promovare în masă a patrimoniului cultural-istoric și religios și a locurilor naturale;

- ponderea relativă a municipalităților din euroregiune, prin construirea unei rețele pentru prezentarea activă a locurilor și a obiectivelor turistice locale;

- poziționarea euroregiunii, sub aspectul comunicării, ca o destinație turistică pentru turismul cultural, istoric și religios;

- efectuarea unei campanii de informare pentru a sensibiliza potențialii utilizatori;

- implementarea activităților transfrontaliere în domeniul turismului cultural, istoric și religios.

Cu privire la a doua prioritate:

- prezentarea atractivă, îngrijirea și socializarea resurselor naturale și antropice neadulterate;

- extinderea potențialului avantajelor regionale prin amestecarea diferitelor tipuri de turism în euroregiune;

- creșterea numărului de noi proiecte de marketing pentru prezentarea resurselor turistice culturale și religioase antropice;

- organizarea premiselor pentru securitate și siguranță pentru vizitatorii obiectivelor;

- unificarea activităților de comunicare între toate părțile interesate pentru gestionarea și conservarea obiectivelor culturale, istorice și religioase ca resursă turistică.

Cu privire la a treia prioritate:

- consolidarea capacității publice a instituțiilor în plan regional și local, pentru îmbinare și coordonare în vederea dezvoltării turismului cultural-istoric și religios în Euroregiunea Russe - Giurgiu;

- realizarea unei baze pentru creșterea sectorului turistic, creându-se totodată inițiative actuale de turism local, servicii electronice și comerț;

- afirmarea reputației destinației prin construirea și menținerea calităților remarcabile ale produselor turistice promovate, la prețuri corecte;

- creșterea nivelului de ocupare a forței de muncă și a veniturilor persoanelor care trăiesc în regiune și îmbunătățirea nivelului de trai, în timp ce se folosesc resurse umane locale;

- introducerea unui model de marketing segmentat pentru realizarea strategiei comune de dezvoltare a turismului cultural-istoric și religios.

Cu privire la a patra prioritate:

- crearea unei suprastructuri turistice moderne și actualizarea celei existente.

- drumuri noi construite și modernizate pentru a se ajunge la locurile cultural-istorice și religioase la locațiile disponibile și la locațiile cu parcări adiacente și cu infrastructură creată și accesibilă pentru persoanele cu dizabilități;

- volumul specific de obiective noi create - o parte a infrastructurii de pe teritoriul întregii euroregiuni și un număr specific de microîntreprinderi, mici și mijlocii pentru prestarea serviciilor turistice;

- numărul și volumul total de investiții atrase pentru turismul cultural-istoric și religios;

- extinderea practicii de eliberare a certificatelor pentru creșterea nivelului și varietății serviciilor turistice locale

Măsuri și activități pentru realizarea obiectivelor strategice

Realizarea obiectivelor strategiei comune în perioada de cinci ani cuprinsă între 2022 și 2027 include activități care constau în mai multe măsuri, inclusiv planificare strategică, gestionare, control și evaluare.

Realizarea primului **obiectiv strategic** este ca strategia comună să predetermine prin turismul cultural-istoric și religios construirea unui brand turistic comun pentru euroregiune și care să fie prezentat în marketingul turistic.

1.1. Brandul teritorial este o colecție de impresii în mintea consumatorului și include tot ceea ce consumatorii gândesc și simt despre un produs sau serviciu Brandul ca nume, semn sau simbol este utilizat pentru a identifica produsele sau serviciile și pentru a le deosebi față de cei ai concurenților. Brandul conține senzații și idei asociate de consumator și care se referă la produs, inclusiv în absența unei dorințe directe de a le obține sau utiliza.

Brandingul teritorial trebuie să se bazeze pe calitățile de bază ale destinației: natura și peisajul, oamenii și modul de viață, religia și cultura, istoria și tradițiile. Brandul este situat în funcție de modul în care atributele sale sunt acceptate de vizitatori și de gradul de emoție experimentat. Brandul teritorial trebuie să fie legat de autenticitatea destinației și politica de comunicare, iar mesajele publicitare trebuie să fie adecvate faptelor. Obiectivul principal în construirea unui brand puternic este creșterea atractivității Euroregiunii Russe - Giurgiu și transformarea ei într-o destinație atractivă, preferată pe fundalul locațiilor relevante, acest lucru rezultând într-un factor pozitiv economic și social pe baza creșterii turismului cultural, istoric și religios în favoarea părților interesate și a comunităților. **Poziționarea mărcii teritoriale necesită în primul rând** o analiză a situației, găsirea unui accent clar, definirea elementelor de bază și construirea unui „corp ideologic” al brandului, precum și dezvăluirea ulterioară a valorilor sale de bază. Determinarea accentului are loc după efectuarea cercetărilor pe piețele de bază pentru a generaliza și preciza așteptările turistice. **În al doilea rând**, este nevoie de un management integrat al brandului, cu etapizare și coerență, subordonare, cu un orizont lung de acorduri pentru construirea brandului, administrarea caracteristicilor brandului, monitorizarea și controlarea cultivării și dezvoltării mărcii.

1.2.Managementul brandului teritorial trebuie să conțină mai multe activități principale în legătură cu obținerea de informații actualizate, analiza și luarea deciziilor ulterioare. Cercetările de piață și măsurătorile sunt exact instrumentul necesar pentru obținerea de informații. **Prima activitate** necesară este realizarea unei cercetări de piață, anual, într-un eșantion reprezentativ de potențiali turiști de pe

piețele țintă - interne și din țări terțe. Cercetarea trebuie să monitorizeze în fiecare an dinamica vizitelor turistice, atitudinea turiștilor față de destinație și dinamica economică a afacerilor locale.

A doua activitate este efectuarea unei cercetări de piață, anual, în rândul unor respondenți care locuiesc în Euroregiunea Russe-Giurgiu, o cercetare care va oferi informații despre existența dinamicii în ceea ce privește statutul economic și nivelul de bunăstare.

A treia activitate este efectuarea de evaluări, analize și, dacă este necesar, ajustări ale campaniilor publicitare și, dacă este necesar, în strategia de comunicare. Măsurarea creșterii investițiilor în campanii publicitare și activități de comunicare.

A patra activitate privește măsurarea nivelului produsului. Prin compararea prețurilor a două produse altfel comparabile - fără brand și cu disponibilitatea unui brand, se va calcula diferența preconizată și care se datorează valorii aduse tocmai de brand.

A cincea activitate este măsurarea la nivelul consumatorilor, iar scopul este de a se dezvălui atitudinile asociative față de brand, prin aflarea ideilor mentale ale consumatorilor. Abordarea măsoară cunoașterea și înțelegerea brandului, pe de o parte și, pe de altă parte, imaginea - asociațiile generale pe care brandul le generează. Indicatorii de măsurare caută coincidențele și diferențele dintre obiectivele prestabilite în documentele strategice și rezultatele obținute în cercetare.

Realizarea celui **de-al doilea obiectiv strategic** pentru dezvoltarea rutelor în destinații recunoscute și atractive va fi realizată prin mai multe inițiative principale:

2.1. Dezvoltarea traseelor turistice și introducerea managementului integrat al brandului teritorial creat în Euroregiunea Russe - Giurgiu.

2.2. Realizarea evenimentelor publicitare

Include un mix publicitar de canale de comunicare și modalități de a face publicitate destinației și rutelor selectate, prin care urmând a fi promovate locurile și obiectivele specifice din teritoriu. Canalele și instrumentele de comunicare adecvate pentru publicitatea destinației în ansamblu, rutele și obiectivele sunt:

- materiale publicitare și informative și publicații PR în mass-media regională, națională și în mass-media de pe piețele potențiale determinate ca fiind principale - Germania, Italia și Franța; publicații regulate despre destinație în întreaga perioadă a dezvoltări sale și dezvoltării traseelor; efectuarea de tururi cu vizite de jurnaliști; reducerea canalelor media la cele mai eficiente;

- prezență la târguri și expoziții turistice din Germania, Italia, Franța și alte țări europene;
- marketing pe internet cu mesaje personalizate și preferabil pe bază de abonament pentru a primi știri actuale;
- prezența în revistele de specialitate cu articole de călătorie pe subiecte cultural-istorice cognitive și pagini publicitare;
- broșuri și pliante publicitare - distribuție în zona obiectivelor de pe ambele părți ale podului Dunării, în locurile de cazare de pe teritoriul Euroregiunii. Limbi folosite - română, bulgară, engleză;
- publicitate în aer liber în puncte din rețeaua rutieră cu trafic intens;
- publicitate în mass-media locală pentru a stimula turismul intern;
- Bannere și articole pe site-uri turistice; http://christ-ro-bg.eu/; www.booking.com; www.lonelyplanet.com, www.airbnb.com; www.tripadvisor.com; www.bulgariatravel.org, www.roughguides.com, www.viator.com, www.romaniatourism.com etc.

2.3. Activități de comunicare pentru sprijinirea schimbului de informații. Prin acestea vor fi determinate canalele de promovare a produsului turistic și gradul de recunoaștere a acestuia. Sarcina evenimentelor de comunicare este de a obține informații despre Euroregiunea Russe-Giurgiu ca o zonă de recreere comună cu potențial de turism cultural, istoric și religios. Informațiile sunt orientate către publicul intern din părțile interesate.

2.3.1. Un canal bun pentru prezentarea produsului sunt evenimentele de prezentare/introducere dedicate reprezentanților mass-media și părților interesate pentru promovarea destinației, pentru „a se duce vorba” și pentru construirea rutelor. La evenimente speciale pentru mass-media, vor fi promovate traseele și strategia pentru dezvoltarea lor. Se planifică și o plimbare de-a lungul unora dintre traseele și obiectivele de pe teritoriul bulgar și românesc.

2.3.2. Dezvoltarea unei platforme electronice de gestionare a conținutului, care folosește tehnologia cloud pentru colectarea și integrarea, sortarea și clasificarea datelor despre produsele și serviciile turistice din regiunea Russe-Giurgiu, și care oferă acces participanților la afacerile turistice pentru a-și prezenta în mod independent serviciile și obiectivele. Prin intermediul platformei se va permite companiilor și părților interesate să folosească aplicațiile funcționale ale platformei - rezervări, plăți, promoții, activități etc. Aceasta este gândită să funcționeze ca o rețea socială, cu sprijin din partea utilizatorilor și intervenție minimă din partea administratorilor.

2.3.3. Calendar informativ care conține informații despre locurile de pe teritoriul euroregiunii în care se desfășoară evenimente și ce fel sunt - sărbători, târguri, festivaluri, diverse festivități etc.

2.3.4. Știri, analize, articole de revistă și specializate, interviuri, comentarii etc.

2.3.5. Elaborarea unor canale pe rețelele de socializare Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Sotiras, Vbox7, WeChat, Pinterest, VK, Reddit, TikTok, unde vizitatorii pot împărtăși experiențe și emoții, amintiri foto și video, evenimente, impresii din călătoriile lor pe traseele turistice din regiune.

2.3.6. Întreținerea profilurilor pe rețelele sociale pentru a continuarea acoperirii informaționale a euroregiunii turistice. Crearea de ambasadori ai mărcii și rutelor sale. - cu personalități cunoscute din Bulgaria și România și din țările potențiale piețe principale. Parcurgerea traseelor și rutelor și distribuirea sau live pe rețelele sociale. Aducerea unui plus de autoritate prin oameni influenți - influenceri - fac de obicei o treabă excelentă.

2.3.7. Campanii virale de comunicare pe rețelele de socializare; buget de conținut plătit, pentru a ajunge la un public larg țintă, în special în țările care reprezintă piețe potențiale.

Implementarea celui **de-al treilea obiectiv strategic** este perfecționarea continuă a serviciului turistic și calitatea acestuia, extinderea conectivității practice în regiunea turistică între rute și în interiorul acestora, și pentru aceasta se realizează:

3.1. Pregătirea și instruirea părților interesate din Euroregiunea Russe - Giurgiu pentru direcțiile actuale de oferire a produselor cultural-turistice și religioase pentru cazare, locurile de luat masa și centrele de informare turistică. Instruirea va contribui la producerea de pachete turistice, precum și tehnicile pentru oferta lor.

3.2. Transmiterea regulată de știri către profesioniștii din domeniul turismului pentru: găsirea unor modalități practice de a depăși problemele legate de lipsa angajaților, modalități de a face față concurenței neloiale, informații despre licențe, drepturi de autor pentru muzică și televiziune, crearea de abordări de piață etc. transmiterea regulată a informațiilor despre starea brandului - o dată pe an și pe baza unei strategii de stabilire a prețurilor - pregătirea viitorului pachet de tour-operator.

3.3. Creșterea nivelului de calitate al evenimentelor anuale - evenimente culturale, istorice și religioase, care fac parte din mixul turistic din Euroregiunea Russe - Giurgiu.

Obținerea de informații despre tendințele mondiale din turismul cultural, istoric și religios, prin participarea la congrese, seminarii și acces la o varietate de cursuri de formare este o garanție pentru dezvoltarea și desfășurarea evenimentelor culturale și religioase locale, a sărbătorilor, aniversărilor în forma lor modernă. Prezența la expoziții și târguri turistice, participarea la cursuri de specialitate din industrie cu lectori invitați special - profesioniști cu practică și profesori universitari - este un canal important pentru obținerea și, respectiv, aplicarea realizărilor și practicilor inovatoare și de ultimă generație. Combinația de practici și proceduri inovatoare, schimbul și câștigarea de experiență de către

parteneri/contractori cu privire la modul în care au loc procesele, sunt esențiale pentru a câștiga încrederea prestatorilor că vor avea succes în colaborarea lor cu colegii străini.

3.4. Optimizarea canalelor posibile de primire a informațiilor de la potențialii investitori în domeniul turismului cultural-istoric și religios.

Necesitatea creșterii nivelului competențelor și experienței pentru a se îmbunătăți accesul la informații de la potențialii investitori în domeniul turismului cultural, presupune ca emisarii organizațiilor țintă să fie instruiți prin simpozioane naționale și internaționale pe teme legate de optimizarea abordării accesului la informații de la posibilii investitori în domeniul turismului cultural-istoric și religios.

Aducerea la îndeplinire a celui de-al **patrulea obiectiv strategic** presupune creșterea nivelului infrastructurii materiale și turistice în spațiul teritorial al brandului și rutele sale turistice prin implementarea măsurilor de depășire a problemelor existente.

4.1. Activitățile de investiții pentru protecția siturilor includ activități de protecție a diversității biologice din natura înconjurătoare; de protecție a zonelor protejate; de protecție a descoperirilor arheologice; lucrări pentru inventarierea periodică printr-un sistem specializat anti-furt, anti-schimb și anti-contrabandă; implementarea tehnicilor contemporane de conservare; instalarea tablourilor de asigurare a siguranței rutiere; locuri separate pentru echipamentele de strângere sau depozitare a deșeurilor; cercetarea și întocmirea de pașapoarte pentru obiective și locații; asigurarea accesului în siguranță la obiectivele turistice; instalarea indicatoarelor cu instrucțiuni privind comportamentul turistului; instalarea de camere video; paza obiectivelor; digitalizarea fondurilor; actualizarea documentelor de inventar și a registrelor pentru valorile cultural-istorice și religioase; respectarea prevederilor procedurale pentru protejarea obiectivelor, securitate anti-incendii etc.

La elaborarea rutelor turistice urmează a se anexa și liste cu active religioase, cultural-istorice, materiale și non-materiale, de pe teritoriul districtului Russe și Județului Giurgiu cu informații despre fiecare obiectiv din rute și exact ce activități sunt necesare pentru îndeplinirea acestei măsuri.

Implementarea cu succes a măsurii necesită o coordonare foarte bună în activitățile desfășurate de părțile interesate.

4.2. Investițiile pentru restaurare și conservare sunt niște evenimente în cadrul cărora cele mai importante sunt lucrările de îndeplinire a condițiilor stabilite de cadrul normativ și care privesc conservarea valorilor culturale mobile, printre care prevederile privind nivelul de temperatură, umiditate, iluminare, condiții sanitare și de igienă; prevederi pentru conservare, restaurare, filmare foto-video; digitalizarea valorilor mobile cultural-istorice și religioase; construirea unei baze de cataloage virtuale; realizarea unor activități de conservare și renovare în obiective; consolidarea structurală; arhivarea obiceiurilor;

colectarea și documentarea poveștilor istorice și religioase, obiceiurilor, legendelor care privesc locurile și obiectivele și pe care le împărtășesc localnicii; realizarea cercetărilor arhitecturale în teren; managementul accesului la obiective; socializarea moderată și expunerea în fața vizitatorilor teritoriului protejat.

4.3. Investițiile pentru promovarea asigurării de vizibilitate sunt activități care implică amplasarea de indicatoare și panouri informative; amplasarea hărților zonei; construirea soluțiilor de iluminare centrală; amenajarea unui drum asfaltat până la obiective și, acolo unde este posibil, asigurarea unui acces acceptabil; amplasarea panourilor publicitare; locuri selectate corespunzător pentru amplasarea panourilor informative care însoțesc exponatele și vizibilitatea și lizibilitatea informațiilor textuale; iluminare adecvată; instrucțiuni detaliate pentru a ajunge la locurile și obiectivele din paginile organizatorilor.

4.4. Investițiile în extinderea accesibilității obiectivelor se numără printre principalele provocări referitoare la accesul confortabil și rapid la o parte mică din locurile și obiectivele din Euroregiune. Măsurile pentru construcția și reabilitarea infrastructurii care asigură accesul la obiective și celei adiacente necesită resurse de investiții la scară largă pentru construcția de drumuri, străzi, parcări și zone pietonale, iluminat, spații sanitare etc.

4. Definirea unui plan cu tactici pentru aducerea la îndeplinire a strategiei

Planul tactic trebuie să implice participarea specialiștilor în comunicare în timpul dezvoltării strategiei și să contribuie la construirea de modele de relații publice la nivelul primăriilor de pe teritoriul euroregiunii Russe-Giurgiu.

Implementarea politicilor de gestionare a rutelor în destinația turistică.

Stimularea turismului cultural-istoric și religios de către comunitățile locale.

Implicarea vizitatorilor în povestea despre spiritul și a modul de viață al comunității gazdă.

Construirea și prezentarea unui brand teritorial al euroregiunii.

Schimb continuu de informații, coordonare comună în acțiunile partenerilor bulgari și români pentru realizarea viziunii comune pentru construirea și dezvoltarea Euroregiunii Russe - Giurgiu ca destinație pentru turismul cultural-istoric și religios.

Continuitatea fluxului informațional în mass-media locală și națională și trasabilitatea și cercetarea rezultatelor informațiilor, pentru a analiza și îmbunătăți gestionarea proceselor

Monitorizarea și supravegherea periodică a implementării activităților recomandate, în funcție de cerințe și contextul sarcinilor.

Iluminarea, plasticitatea, dinamica și adaptabilitatea la transformările din mediul actual, la atitudinea față de creșterea piețelor locale și externe

Acordarea unei importanțe semnificative reprezentanților administrațiilor locale, având o contribuție semnificativă la creșterea fenomenului turistic

Reconstrucția și restaurarea monumentelor, obiectivelor culturale și istorice religioase și artistice din districtul Russe și județul Giurgiu.

Reabilitarea clădirilor și spațiilor cu valoare artistică.

Restaurarea, extinderea infrastructurii pentru accesul la locuri și obiective de interes turistic.

Construirea, restaurarea și modernizarea locurilor de cazare și alimentație publică, extinderea, îmbogățirea și consolidarea ofertelor turistice în funcție de destinație și de atractivitatea cultural-istorică și religioasă.

Introducerea programelor de instruire pentru angajații din sectorul HORECA, programe ce însoțesc mobilitatea lucrătorilor, facilitarea atitudinilor de afaceri și cooperarea cu universitățile și companiile de top în domeniul prestării serviciilor de turism, oferte pentru stagii, consultări, sprijin, mentorat în domeniul forței de muncă din turism.

Propagarea informațiilor despre destinație și prezentarea patrimoniului cultural, istoric și religios, cu accent pe brandul teritorial.

Crearea rutelor culturale-istorice și religioase comune bulgaro-române și adaptarea adecvată a acestora la piață.

5. Evaluarea comună a resurselor necesare pentru aducerea la îndeplinire a strategiei

Prezentarea informațiilor privind implementarea activităților planificate este descrisă într-un plan de implementare a strategiei comune, iar structura acestuia ia în considerare obiectivele strategice stabilite. Pentru realizarea obiectivelor strategice, în plan sunt incluse câteva măsuri. Implementarea programului se bazează pe resursele de care dispune, precum și pe potențialul de influențare a părților interesate.

Cadrul pentru finanțarea activităților necesare pentru îndeplinirea planului strategic din strategia comună pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios în Euroregiunea Russe - Giurgiu pentru perioada 2022-2027, este unul orientativ. Este realizat în baza informațiilor financiare colectate și a unei evaluări preliminare analitice și de specialitate a fondurilor necesare pentru implementarea majorității acțiunilor formulate în conformitate cu obiectivele stabilite pentru rezultatele preconizate și sursele posibile de finanțare.

Este efectuată evaluarea evenimentelor planificate, care formează o pondere relativă predominantă a tuturor evenimentelor planificate. Nu este determinată o sumă necesară a resurselor financiare pentru îndeplinirea activităților administrative, care sunt furnizate în cadrul bugetelor disponibile ale instituțiilor responsabile respective, precum și pentru activitățile ale căror implementare este legată de veniturile respective din activitatea economică.

Deoarece informațiile financiare colectate nu acoperă toate intervențiile planificate, rezultatele prezentate oferă o evaluare condiționată a resursei financiare necesare. O clarificare importantă este că informațiile financiare colectate sunt orientative, bazate pe nevoile identificate de resurse financiare și se caracterizează printr-un anumit grad de incertitudine. Motivele fiind lipsa unei clarități suficiente cu privire la viitoarea finanțare națională și europeană și posibila dinamică a indicatorilor economici cheie pentru perioada de valabilitate a planului - anume anii 2022-2027.

În cursul procesului neîntrerupt de monitorizare și evaluare este necesară monitorizarea implementării parametrilor financiari ai activităților planificate și, dacă se constată a fi necesar, efectuarea unor acțiuni corective justificate. Distribuirea resursei financiare indicative totale pe obiective operaționale este prezentată în Tabelul 1.

Datorită faptului că planificarea și implementarea se vor realiza, practic, de la începutul unei noi perioade de programare, resursele financiare și suma indicativă a fondurilor nu pot fi determinate în detalii concrete. Astfel, pentru a maximiza flexibilitatea implementării, în setul de instrumente de finanțare sunt oferite alternative la acțiunile specifice.

FINANȚAREA - tabel indicativ

Tabelul financiar care prezintă finanțarea într-o formă orientativă este compilat la nivelul evenimentelor cu indicarea parametrilor financiari necesari pentru implementarea strategiei comune. Parametrii pentru implementarea managementului strategic se situează la nivelul de 16 185 000,00 EUR. Sunt luate în considerare cerințele pentru eligibilitatea beneficiarilor din fondurile actuale europene și naționale, împreună cu mecanismele internaționale de finanțare. Pe fondul finanțării planificate, trebuie făcute câteva observații:

Strategia comună este situată la începutul unei noi perioade de programare, în prezența unei pandemii virale globale cauzată de COVID 19, o situație pandemică ce a creat numeroși factori necunoscuți și durează mai bine de un an. În această situație, nevoile financiare sunt mai degrabă unele absolut indicative, ținând cont mai degrabă de instrumentele financiare operaționale tradiționale și de cadrul legal de reglementare.

Planul comun de implementare a strategiei și planificarea financiară indicativă nu au un calendar pentru desfășurarea procedurilor de coordonare.

Din planul de implementare a strategiei comune și planificarea financiară indicativă lipsesc acțiunile inerente ale unui program operațional specific datorită lipsei de informații suficiente.

În ceea ce privește asigurarea financiară și direcția optimă a resurselor financiare pentru punerea în aplicare a strategiei comune elaborate, este necesar să se realizeze un studiu privind potențialul de asigurare a finanțelor.

Sursele de finanțare pot proveni din bugetul central local - fonduri naționale și internaționale (în principal europene). Fonduri publice naționale și externe - programe operaționale naționale și europene; parteneriate public-private.

6. Evaluare și control - determinarea unui sistem de indicatori calitativi și cantitativi pentru monitorizarea și evaluarea implementării strategiei

Evaluarea performanței nu este un scop în sine. Înainte de a introduce instrumente precum misiune, viziune, strategie, obiective și indicatori, organizațiile din sectorul public trebuie să fie conștiente de scopul și de ce utilizează evaluarea performanței. Există diferite motive posibile pentru acest lucru: performanța poate fi măsurată pentru a se determina ce funcționează și ce nu. În acest caz, rațiunea este studierea procesului, tragerea concluziilor și „învățarea lecțiilor". Măsurarea performanței ar putea ajuta, de asemenea, conducerea să realizeze o organizație mai eficientă. Motivul este că, în acest caz, datele de gestionare și implementare ar putea fi utilizate pentru a se obține o alocare mai optimă a resurselor. În

cele din urmă, evaluarea ar putea fi utilizată pentru a crește responsabilitatea organizațiilor publice pentru implementarea acestora. Obiectivele stabilite în tabel sunt cel mai adesea menționate în contextul evaluării performanței, având ca principal obiectiv îmbunătățirea performanței: Experiența țărilor europene arată că astăzi evaluarea performanței nu mai este motivată doar de scopul evaluării, controlului și aplicarea eventuală de amenzi. Motivele pentru introducerea evaluării performanței sunt deja „multifuncționale" și includ responsabilitatea față de un organism de control, un nivel ridicat de transparență, un proces decizional mai bun (de exemplu, în deciziile de alocare a bugetului, o mai bună punere în aplicare a priorităților), stabilirea obiectivelor pentru anul următor, îmbunătățirea guvernanței interne și îmbunătățirea eficienței și eficacității în general.

Opt obiective ale guvernanței/administrării și evaluarea aducerii la îndeplinire

Evaluare	Cât de bine se descurcă organizația mea cu îndeplinirea sarcinilor pe care le are?
Control	Cum pot fi sigur că subalternii mei/angajații, fac lucrurile corecte?
Buget	Către ce programe, oameni sau proiecte trebuie să direcționeze organizația mea fonduri publice?
Motivația	Cum îi pot motiva pe angajații, angajații din managementul intermediar și părțile interesate să facă lucrurile necesare pentru a îmbunătăți performanța?
Publicitate/Promovare	Cum pot convinge politicienii, legiuitorii, părțile interesate, jurnaliștii și cetățenii că organizația mea își face treaba bine?
Marcare/Bifare	Ce realizări merită să fie marcate/bifate ca fiind un succes?
Îmbunătățire	Ce anume trebuie făcut în mod diferit pentru a îmbunătăți performanța?

Sursa: Robert D. Behn, "De ce trebuie măsurată performanța? Obiective diferite necesită măsuri diferite", Public Administration Review, septembrie / octombrie 2003, vol. 63, nr. 5.

Practica arată și ea că evaluarea performanței este un proces continuu de învățare și îmbunătățire pentru a forma o cultură de evaluare, în care diferiții pași devin parte a culturii organizaționale și a procesului zilnic de desfășurare a activităților organizației. Scopul este de a-i asista pe managerii administrativi în implementarea acestei culturi în organizațiile lor.

În mod condiționat, monitorizarea este împărțită în monitorizare externă și internă, monitorizarea externă fiind realizată de o echipă condusă de administrațiile districtului Russe, Consiliul județean Giurgiu

și municipalitățile euroregiunii Russe-Giurgiu. Aici se vor monitoriza alocarea resurselor, cheltuirea finanțelor, îndeplinirea sarcinilor, termenele de implementare, circumstanțele de forță majoră, modificările necesare, includerea modificărilor urgente, evaluarea dezvoltării reale a implementării strategiei comune.

Criteriile de bază adoptate pentru evaluarea obiectivă sunt justificarea, aplicabilitatea, eficiența, eficacitatea, sustenabilitatea și impactul.

Procesul de evaluare constă din trei pași - evaluare preliminară, intermediară și finală.

Evaluarea preliminară are scopul de bază de a optimiza nivelul strategiei în raport cu aplicabilitatea sa generală, resursele estimate pentru implementarea sarcinilor stabilite, eficiența metodologiei de gestionare a planului, precum și luarea în considerare a nivelului politicilor naționale, regionale și locale în sectorul turismului cultural, istoric și religios și coordonarea strategiei comune cu programele stabilite la nivel european, național și local.

Evaluarea intermediară este obligatorie pentru documentele de planificare. Este principalul mecanism pentru revizuirea sistematică a efectului realizării lor după începutul perioadei de implementare, prin se realizează o evaluare a progresului în realizarea obiectivelor stabilite. În diferitele etape ale fazei de evaluare, obiectivele și evaluările nu sunt aceleași, iar întrebările cheie care așteaptă răspunsuri diferă în funcție de tipul de evaluare obținută.

Evaluarea finală se bazează pe determinarea unor standarde exacte, măsurabile și neutre și joacă un rol esențial pentru o evaluare clară pe termen mediu și ulterior pentru punerea în aplicare a strategiei comune. Raportarea acțiunilor implementate, conform cerințelor și criteriilor indicate, este o obligație de bază în pregătirea raportului final pentru implementarea strategiei comune.

7. Stabilirea unui mecanism de monitorizare și evaluare a implementării strategiei

Monitorizarea și evaluarea implementării strategiei se realizează cu scopul garantării eficienței și eficacității în implementarea măsurilor și activităților stabilite și care intră în domeniul de aplicare a strategiei. Prin dezvoltarea și implementarea ulterioară a sistemului, se urmărește asigurarea unei monitorizări continue a rezultatelor prevăzute de documentul strategic și promovarea lor. Procesul de monitorizare necesită colectarea de date cantitative și calitative pentru implementarea activităților relevante. Sistemul de monitorizare își propune să furnizeze autorităților naționale, regionale și locale competente din Euroregiunea Russe-Giurgiu, precum și tuturor părților interesate, informații periodice

cu privire la progresul realizării obiectivelor și rezultatelor stabilite. Obiectivul principal este identificarea abaterilor sau a zonelor de risc în implementarea activităților stabilite, îmbunătățindu-se astfel implementarea strategiei comune și facilitându-se dezvoltarea continuă a procesului de implementare.

Monitorizarea are scopul urmăririi implementării strategiei comune, componentele care urmează să fie monitorizate fiind: distribuirea implementării proiectelor specifice în timp, distribuirea implementării financiare a strategiei comune, evaluarea eficienței implementării strategiei comune.

Evaluarea implementării strategiei comune se realizează prin compararea rezultatelor obținute cu datele despre starea inițială și scenariul de bază. Pe lângă rezultatele obiective tehnice și economice, este necesară luarea în considerare a rezultatelor necuantificabile, precum și a rezultatelor indirecte.

Prin implementarea mecanismului de monitorizare și evaluare, administrația districtuală Russe, Consiliul județean Giurgiu și municipalitățile din regiune vor obține o eficiență mai mare în identificarea unei probleme sau idei și înțelegerea circumstanțelor și contextului aferent acestora, și transformarea ideii originale într-o viziune strategică și valori, de asemenea

în monitorizarea și evaluarea progreselor realizate în implementarea proiectelor din strategia comună și realizarea rezultatelor planificate ale acesteia.

Monitorizarea strategiei poate fi împărțită condiționat în monitorizare internă și externă.

Monitorizarea externă se realizează de către echipa operațională sub conducerea șefilor administrației districtuale Russe, a Consiliului județean Giurgiu și a municipalităților din regiune. Această presupune punerea accentului pe alocarea resurselor disponibile, cheltuirea fondurilor alocate, implementarea sarcinilor, respectarea termenelor limită, apariția circumstanțelor neprevăzute, propunerea de modificări adecvate, efectuarea de ajustări în timp util, precum și stabilirea progresului real în punerea în aplicare a strategiei.

Monitorizarea internă este introdusă ca o activitate recurentă a membrilor echipei operaționale, numiți de managerii comuni implicați în implementarea și aplicarea strategiei generale.

Monitorizarea externă este externalizată către experți și organizații din exterior. Oferă o certitudine suplimentară în ceea ce privește independența, deschiderea, obiectivitatea și transparența în evaluarea rezultatelor intermediare și finale. Pentru efectuarea monitorizării externe, este crucială implicarea tuturor părților interesate și grupurilor țintă cărora li se adresează strategia generală.

Evaluarea este un element obligatoriu și face parte din procesul de implementare a strategiei comune.

În funcție de obiectivele evaluării, indiferent dacă acestea urmează să îmbunătățească planificarea, să verifice implementarea, să obțină o responsabilizare mai mare, se determină momentul oportun pentru evaluare și această putând fi - preliminară, intermediară și finală.

Evaluarea reprezintă, practic, o revizuire periodică a conformității, eficienței, eficacității, impactului, sustenabilității strategiei comune, în conformitate cu obiectivele predefinite. Se bazează pe rapoarte curente elaborate în timpul implementării, dar poate include studii suplimentare realizate de către observatori externi.

Obiectivul principal al evaluării este îmbunătățirea experienței în planificarea generală și implementarea coordonării, prin urmare principalele obiective ale evaluării în strategia comună sunt legate de planificare, implementare și responsabilitate. Evaluarea este de importanță majoră pentru identificarea tendințelor, urmărirea progresului, învățarea lecțiilor, sincronizarea acțiunilor cu condițiile care se modifică, răspunderea la noi provocări, asigurarea responsabilității și, nu în ultimul rând, dezvoltarea capacității prin învățare.

Mecanismul pentru actualizarea strategiei

Strategia comună pentru dezvoltarea turismului cultural-istoric și religios în Euroregiunea Russe - Giurgiu este un document pe termen lung cu o perioadă de implementare de 5 ani și acoperă perioada 2022 - 2027, fapt care determină necesitatea, în cursul implementării sale, ca documentul să fie actualizat sistematic în urma evaluării continue.

Mecanismul stabilește parametrii pentru actualizarea documentului principal, deoarece actualizarea strategiei comune este un rezultat al proceselor dinamice și al schimbărilor care au loc în procesele sociale și economice din Euroregiunea Russe - Giurgiu.

Obiectivul mecanismului este de a veni în sprijinul unei structuri comune selectată pentru gestionarea strategiei comune, pentru gestionarea și reglementarea procedurilor de actualizare, ca o consecință a propunerilor făcute în evaluările pe termen mediu ale strategiei comune și, de asemenea, ca urmare a actualizărilor dorite și propuse de părțile interesate.

Metodologia de actualizare a strategiei comune

Este necesară conturarea unei metode specifice pentru propunerea modificărilor strategiei comune. Există două proceduri diferite:

Procedura de actualizare, când inițiatorul propunerii de actualizare este conducătorul structurii generale pentru gestionarea strategiei comune în Euroregiunea Russe - Giurgiu:

acumularea informațiilor necesare, consultarea experților de către părțile interesate;

echipele de lucru pregătesc o propunere de lucru și aceasta este coroborată cu conducerea comună prin semnarea documentației aferente propunerii;

diseminarea propunerii de lucru pregătită pentru actualizare;

La nevoie se organizează ședințe de lucru și dezbateri pentru a se discuta propunerile depuse și documentația aferentă;

Obținerea de informații de la părțile interesate pentru opinii, coordonare și schimbări în sprijinul propunerilor înaintate spre adoptarea unei decizii;

versiunea finală a actualizării trimise, motivată de liderii strategiei comune;

adoptarea unei decizii de către autoritățile de management ale structurilor partenere;

Strategia astfel actualizată trebuie completată de documentele nou adoptate și de procesele-verbale relevante din ședințe.

Procedura de actualizare a strategiei comune, în cazul unei propuneri de actualizare făcută de părțile interesate:

inițiativa de actualizare este prezentată la o întâlnire de lucru între structura generală de conducere a strategiei comune cu reprezentanții părților interesate;

Conducătorii structurii comune pentru gestionarea strategiei comune prezintă autorităților de management ale organizațiilor partenere o propunere de actualizare a strategiei comune;

propunerea trebuie să reflecte în mod rezonabil modificările dorite, cu motive pentru impunerea modificărilor;

propunerea este discutată de autoritățile de management ale structurilor partenere, se votează eventuala începere a procedurii de actualizare;

echipele de lucru elaborează o strategie comună actualizată.

În actualizarea strategiei comune, indiferent de persoana de la care a venit propunerea, promovarea și cooperarea joacă un rol important în procedurile de actualizare a strategiei comune, în care echipele operaționale din ambele părți asigură:

Efectuarea discuției publice privind documentația actualizată în implementarea strategiei comune pentru perioada rămasă. Echipele de lucru compilează materialele pentru dezbaterile care vor fi purtate, iar membrii lor - prezența la organizarea ședințelor;

echipele de lucru pregătesc publicațiile pentru site-urile organizațiilor partenere, precum și materialele referitoare la discuțiile publice care sunt publicate cu cel mult 14 zile înainte de data dezbaterilor;

După aprobarea documentelor actualizate de către autoritățile de management ale organizațiilor partenere, șefii structurii comune pentru gestionarea strategiei comune monitorizează publicarea lor pe site-urile web ale organizațiilor partenere.

Descrierea activităților necesare pentru aplicarea parteneriatului și asigurarea informațiilor și publicității

I. Planul de comunicare a strategiei și acțiunile aferente

8.1. Obiectivele planului de comunicare
Planul de comunicare definește obiectivele pe termen lung:
- planul trebuie să vină în sprijinul stabilirii imaginii euroregiunii ca o destinație a turismului cultural, istoric și religios;
- planul trebuie să contribuie la creșterea numărului de înnoptări în scop turistic în Euroregiunea Russe - Giurgiu, prin atragerea potențialilor turiști care practică turismul cultural, istoric și religios;
Împreună cu obiectivele enumerate, planul de comunicare își asumă și obiective pe termen scurt, deoarece acestea se referă la activități specifice privind realizarea lor. Printre acestea se numără acele măsuri de informare extinsă și clară a tot publicului posibil despre oportunitățile de turism cultural, istoric și religios și pelerinaj în Euroregiune. Toate informațiile trebuie prezentate în așa fel încât să ajute potențialul turist să facă o alegere informată, în cunoștință de cauză, pentru călătorie. Astfel, obiectivele pe termen scurt sunt definite după cum urmează:
- încurajarea dorinței și activității turiștilor și pelerinilor de a vizita obiectivele culturale, istorice și religioase din Euroregiune;
- atragerea unor grupuri mai mari de vizitatori din țările terțe;
- creșterea recunoașterii și facilitarea accesului vizitatorilor la locurile turistice, prezentarea de informații detaliate despre tipul de obiective, intensitatea semnificației lor cultural-istorice și religioase; bogăția ritualurilor, obiceiurilor, sărbătorilor și tradițiilor creștine într-o euroregiune comună;
- Asigurarea unui mediu favorabil de mass-media și comunicare cu privire la promovarea Euroregiunii ca o destinație turistică.

8.2. Principii de bază
Planul de comunicare ia în considerare următoarele principii de bază:
- furnizarea de informații cu mesaje clar înțelese și accesibile;

- definirea mesajelor, luându-se în considerare diversitatea publicului țintă, împreună cu specificul diferitelor activități;
- accesibilitatea la informare, la numeroasele sale niveluri.

1.3. Grupuri care fac obiectul planului de comunicare

Planul de comunicare stabilește cu precizie grupurile țintă de vizitatori, asupra cărora se vor concentra activitățile pentru implementarea acestuia. Modalitatea de comunicare trebuie să fie reglementată îndeaproape pentru fiecare grup, luându-se în considerare nevoile grupului de informații, practica de a primi și percepe informații. Activarea potențialului turist în direcția unei anumite destinații joacă un rol semnificativ în mecanismul decizional. De asemenea, caracteristica motivațională afectează sectoarele individuale ale publicului țintă și, prin urmare, - utilizarea diferitelor tehnici și modalități de comunicare.

Grupul de turiști poate fi împărțit în următoarele categorii:

- turiști activi - cei care au informații mai complete despre produsele turistice oferite și care vizitează relativ des locuri și obiective care fac obiectul turismului cultural-istoric și religios. Pentru aceștia, informațiile trebuie să fie mai detaliate, la un nivel superior, inovatoare, oferind produse specifice și trebuie să fie însoțite de informații despre servicii suplimentare.
- Turiștii pasivi sunt niște turiști potențiali, unii care călătoresc relativ mai puțin,
  Care nu au suficiente informații despre oportunitățile oferite de turismul cultural, istoric și religios. În acest caz, este necesară o abordare specifică și atractivă în oferirea informațiilor pentru a trezi interesul acestui tip de turiști față de destinația dată.
- turiștii care caută experiențe emoționale puternice - care doresc să-și amintească călătoria personală cu o experiență de neuitat, care caută senzații vii și încărcate emoțional. Informațiile despre destinație trebuie să fie în concordanță cu opțiunile disponibile și alternative inovatoare de turism din apropiere.
- Turiștii interesați de destinații necunoscute și puțin vizitate sunt cei care merg în locuri slab populate și în împrejurimile lor pentru a vedea și comunica cu localnicii, pentru a vedea și a cunoaște modul lor de viață, obiceiurile și cultura.
- vizitatorii care caută socializare sunt un segment care urmărește socializarea, întâlnirea și comunicarea cu creștinii din alte parohii - clerul ortodox și credincioșii locali.
- Vizitatorii care caută experiențe cognitive și care aparțin unei alte religii, cu interese cognitive și dorința de a se familiariza cu obiectivele culturale, istorice și religioase locale.

- Vizitatorii de weekend se concentrează pe o excursie de una sau două zile și petrec una sau două nopți într-o mănăstire sau într-un loc învecinat de cazare la sfârșitul săptămânii pentru odihnă, relaxare, divertisment.
- vizitatori credincioși (pelerinii) cu interese spirituale specifice, rude ale clerului, grupuri de creștini din alte parohii, oameni care au venit pentru a se descărca psihic, oameni cu profesii care susțin activitățile bisericii, studenți, vizitatori în scopuri educaționale și practice, donatori, donatori, teologi etc.

Grupul pelerinilor include pelerinii - credincioși ortodocși - vizitatori devotați credinței ortodoxe, care se închină măreției Dumnezeului prin participarea la slujbele bisericești. Aici sunt necesare informații detaliate care vor fi oferite acestui tip de turiști, prezentate la un alt nivel spiritual și este necesară luarea de măsuri și luarea în considerare a nevoilor spirituale ale credincioșilor.

Grupul de audiență externe este format din reprezentanți mass-media, lideri ai opiniei publice și ai afacerilor și astfel de vizitatori care nu au nici o legătură directă cu turismul, dar care trebuie văzuți ca posibili mediatori pentru sosirea altor turiști. Informațiile furnizate acestui tip de grup trebuie să fie segmentate cu precizie și să prezinte ideea concretă a destinațiilor preferate pentru turismul cultural-istoric și religios. Aici de importanță esențială este prezentarea și introducerea trăsăturilor locurilor și obiectelor prezentate, precum și a moștenirii spirituale intangibile.
Trebuie efectuată și segmentarea acțiunilor legate de tipurile de media avându-se în vedere faptul că nivelurile de acces la informații nu sunt întotdeauna egale între ele. Mass-media locală are la dispoziție canale directe către o proporție semnificativă de potențiali turiști și adesea presupune și un grad mai mare de încredere. Astfel, este necesar ca acțiunile prevăzute conform planului să ofere un echilibru în prezentarea știrilor și calitatea serviciilor.
Publicul larg, ca parte a acestui grup țintă, așteaptă informații despre întreaga regiune. Aceste informații, deși s-ar putea să nu pară la prima vedere foarte dificile de furnizat, necesită o abordare sistematică, diseminare pe scară largă și asigurarea calității așteptate de public în difuzarea lor.

Grupul publicului intern include:
- Reprezentanți ai celor două biserici locale
- angajații ministerelor dezvoltării regionale și turismului din Bulgaria și România;
- Reprezentanți ai autorităților regionale și locale Russe - Giurgiu;
- organizații neguvernamentale care activează în domeniul turismului;
- agenții de turism și operatorii de turism, precum și centre de pelerinaj de pe lângă Bisericile Ortodoxe Bulgară și Română

Aici cerințele publicului sunt ca informațiile să fie prezentate la un nivel profesional superior. Ideea este de a se activa rolul activ de informare în implementarea planului de comunicare. Furnizarea de informații detaliate despre patrimoniul creștin cultural - istoric și religios către grupul țintă al publicului intern este crucială și, prin urmare, trebuie obținută într-un mod divers și concret. Acest grup trebuie să aibă informații corespunzătoare nevoilor sale directe. Operatorii de turism și agențiile de turism, centrele de pelerinaj se numără printre grupurile de bază ale planului de comunicare, deoarece sunt principalii mediatori în deciziile de a se angaja într-o călătorie. Nivelul produsului turistic se bazează pe pregătire, varietatea serviciilor de calitate superioară și munca operatorilor de turism. De aceea este necesar ca ghizii din agenții să aibă în mod permanent cunoștințele actualizate și complexe în teologie, istoria creștină și cea a altor religii, să cunoască învățătura religioasă. În activitatea cu ei trebuie urmărită oferirea de informații vaste și detaliate, având ca scop să le satisfacă „foamea” de informații.
Împreună cu grupurile țintă enumerate, mai există și o categorie pentru diferențierea vârstei vizitatorilor. În călătoriile turistice specifice turismului cultural-istoric și religios, de cele mai multe ori turiștii aparțin grupurilor de vârstă înaintată - seniori. Este indiferent, de altfel, pentru acest tip de turiști - străini, autohtoni, dacă călătoresc în străinătate sau în țară. Există, de asemenea, vizitatori de vârste mai fragede sau chiar care participă la un ciclu educațional, cum ar fi elevii sau studenții, diferențiați în funcție de nivelurile de vârstă în funcție de perioadele individuale de studiu. Următorul grup sunt familiile cu copii, aceștia fiind turiști care au și calitatea de părinți cu copii în diferite vârste.
Un tip special sunt vizitatorii cu nevoi speciale - turiști cu dizabilități fizice, cu nevoi educaționale speciale, defavorizați social etc. La definirea mixului de comunicare și a măsurilor de prezentare a patrimoniului creștin cultural-istoric și religios, aceste particularități trebuie luate în considerare.

8.4. Canalele informaționale și mijloacele de comunicare care pot fi incluse în planul de comunicare:
- canale și programe TV naționale și regionale;
- posturi de radio locale și regionale;
- Internet - publicații locale și naționale;
- ediții cotidiene locale și naționale, săptămânale, reviste, publicații specializate;
- publicitate in aer liber;
- promovare pe internet;
- publicații cu conținut informațional
- participarea la expoziții turistice specializate;

8.5. Propunere pentru activități și instrumente de comunicare

Propunerea prezentată pentru punerea în aplicare a diferitelor idei și evenimente și implementarea acestora va duce la implementarea obiectivelor stabilite în diferitele orizonturi de timp ale strategiei comune, precum și a sarcinilor din cadrul planului de acțiune de comunicare prezentat. Iată câteva dintre evenimentele cheie:

Construirea unui brand regional de produse și care va deosebi Euroregiunea Russe - Giurgiu într-o destinație modernă pentru turism cultural, istoric și religios;

Spunerea poveștilor locali prin crearea de conținut bazat pe surse, „izvoare" locale, mituri și legende. Crearea de mituri și legende despre locuri și obiective, folosind evenimente locale reale din trecut

Productia de lucrari audio-vizuale. Pentru câștigarea vizitatorilor, este necesară producția și oferta de produse audio-vizuale - materiale publicitare audio-video, filme de prezentare, clipuri audio-video care arată patrimoniul cultural-istoric și religios al euroregiunii Russe-Giurgiu, tradițiile sale creștine, serbările religioase, tradițiile și obiceiurile precum și diferite rute sau trasee de pelerinaj, obiectivul fiind obținerea unui nivel mai mare de informare și conștientizare a potențialilor vizitatori pentru turismul cultural - istoric și religios.

Crearea unui canal specializat pe YouTube în legătură cu folosirea și accesul în masă la conținutul video. Astfel, utilizatorii primesc și percep mai mult și mai ușor conținutul și mesajele dedicate lor. Folosirea paralelă a acestui canal pentru promovare, printre alte platforme de distribuție și partajare a conținutului, cum ar fi Instagram, Twitter, Facebook etc., va ajuta la diseminarea ațintită a informațiilor vizate pentru promovarea destinației;

Producția de informații și conținut publicitar pe suporturi brandate cu logo-ul mărcii turistice
Efectul informațiilor și materialelor publicitare - broșuri, pliante, suveniruri, mape, bannere publicitare, precum și suvenirurile - este că, printr-o selecție corectă, acestea sunt utilizate de multe ori în viața de zi cu zi. Informațiile și materialele publicitare trebuie să fie cel puțin în bulgară, română și într-o a treia limbă.

Difuzarea de spoturi publicitare pe site-uri de internet specializate și cu informații generale, pe posturile de radio și TV, materiale publicitare în edițiile tipărite.
În scopul de a crește numărul și densitatea înnoptărilor în locurile de cazare din Euroregiune, este necesar să se desfășoare campanii de publicitate ciclice, care combină un mix de canale de comunicare. Campaniile publicitare vor construi legături de conștientizare durabile între potențialii vizitatori, utilizatori ai produsului turistic și percepția lor despre Euroregiune ca fiind o destinație cunoscută și apropiată, rezultatul ideal fiind crearea unei atitudini pozitive și trezirea

interesului pentru lăcașuri și locuri religioase și de cult și crearea de atitudini și percepții pozitive durabile despre Euroregiune ca fiind un loc bun pentru petrecerea timpului liber.

Crearea unei pagini web în mai multe limbi http://christ-ro-bg.eu/, care prezintă patrimoniul cultural-istoric și religios tangibil și intangibil al euroregiunii Russe-Giurgiu.

Pentru implementarea corectă a planului de comunicare, este necesar să se construiască o pagină web care să prezinte obiective și destinații importante de vizitat în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu. Conținutul trebuie să fie în bulgară, română și engleză, pentru a ajunge la o gamă mai largă de audiențe și potențiali utilizatori.

Prezentare pe rețelele sociale pentru partajare

Beneficierea de posibilitățile oferite de cele mai moderne mijloace de comunicare - rețelele de socializare pentru prezentarea patrimoniului cultural-istoric și religios este printre cele mai esențiale premise pentru implementarea planului de comunicare. O condiție care trebuie îndeplinită pentru ca implementarea planului să fie constatată a fi una cu succes. Majoritatea consumatorilor primesc o cantitate imensă de informații despre existența bunurilor și serviciilor prin intermediul rețelelor de socializare.

Elaborarea unui ghid turistic specializat

Ghidul conține și oferă conținut turistic practic, îndrumându-i pe vizitatori prin întreaga lor ședere în Euroregiune.

Conținutul oferă informații, fără a se limita la: Expunerea obiectivelor ce merită vizitate în cadrul unui circuit turistic, conținând o scurtă istorie și informații actuale, o listă de atracții din jurul obiectivului, puncte de cazare și masă, direcții de transport, prezentarea practicilor și tradițiilor religioase, obiceiuri, festivaluri, sărbători și datele la care sunt sărbătorite. Manualul trebuie publicat în cel puțin trei versiuni lingvistice.

Desfășurarea unei campanii de informare

Creșterea numărului de înnoptări în euroregiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu este substanțială și bazată pe o campanie de informare adecvată, însoțită de evenimentele relevante. Pentru prezentarea produsului turistic este necesară stabilirea unui plan plin de diferite evenimente, cu sarcina principală de a trezi interesul public și mass-media a potențialilor turiști și pelerini din ambele țări și din străinătate. Ideea este de a prezenta patrimoniul cultural, istoric și religios tangibil și intangibil, prin evenimente vii și memorabile. Evenimente similare sunt: expoziții turistice tradiționale și netradiționale, zile dedicate furnizării de informații pentru prezentarea turismului cultural, istoric și religios în euroregiunea transfrontalieră, briefinguri,

conferințe de presă pentru a arăta un anumit produs turistic, concerte în aer liber și în interior pentru a sărbători anumite sărbători și obiceiuri , festivaluri etc.

8.6. Măsurare și evaluarea

Măsurarea efectelor asupra grupurilor țintă ca urmare a implementării planului de comunicare se determină pe baza implementării unor indicatori precum:

- numărul de materiale create cu conținut original;
- numărul de materiale difuzate cu conținut audio-vizual;
- numărul de materiale publicitare tipărite produse și diseminate;
- numărul de vizitatori unici ai paginii web;
- numărul de ghiduri turistice diseminate;
- numărul persoanelor care au primit informații și materiale publicitare;
- numărul de urmăritori (followers) pe rețelele de socializare;
- numărul de publicații și numărul de clipuri publicitare și videoclipuri distribuite;
- numărul de articole publicitare publicate, publicații, comunicate de presă;
- numărul de evenimente de informare organizate;
- numărul de participanți la evenimente;
- numărul de parteneriate media convenite.

Pentru implementarea cu succes a campaniei de promovare și informare, se aplică calculul dintre valoarea acoperirii media și bugetul alocat pentru campania de comunicare respectivă. Se percepe ca fiind un rezultat bun atunci când există o creștere a valorii raportului de proiect. Costul acoperirii media este calculat în baza valorii medii a anunțului.
În cadrul proiectului **„Moștenirea creștină în coridorul cultural Russe-Giurgiu”** , au avut loc două întâlniri transfrontaliere în Bulgaria și România între reprezentanții Bisericilor Ortodoxe Bulgară și Română, specialiști în domeniul turismului religios, operatorii de turism și agențiile de turism. Au fost create o pagină web, o aplicație mobilă, mai multe videoclipuri scurte; 2 panouri informative în bulgară, engleză, română, situate în obiectivele proiectului - biserici ortodoxe. Specialiștii care lucrează în proiect, propun diversificarea patrimoniului religios în regiunea transfrontalieră oferind crearea a trei rute turistice pentru turismul cultural-istoric și religios în Euroregiune.

Concluzie

În implementarea activităților aferente proiectului **„Moștenirea creștină în coridorul cultural Russe-Giurgiu”** această lucrare prezintă o strategie pentru dezvoltarea turismului cultural, istoric și religios în Euroregiunea Russe - Giurgiu.

Strategia unește domenii tematice în care sunt prezentate viziunea, obiectivele, prioritățile pentru dezvoltarea euroregiunii transfrontaliere Russe - Giurgiu ca o destinație turistică pentru turismul cultural, istoric și religios, care va contribui la conservarea și utilizarea comună a patrimoniului creștin.

A fost efectuată o analiză situațională cu oportunitățile de popularizare a zonelor transfrontaliere din Bulgaria și România cu resursele lor culturale și istorice.

Creșterea fluxului turistic către sfera teritorială a regiunii transfrontaliere ca destinație turistică pentru turismul religios este extrem de necesară pentru realizarea amplă a proiectului. Acesta este motivul pentru care programul de implementare și propunerea pentru un plan de acțiune de comunicare pentru realizarea obiectivelor și priorităților operaționale, conceptul dezvoltat pentru elaborarea rutelor turistice pentru turism religios în zonele transfrontaliere cu prezentarea caracteristicilor generale, a temelor și tipurilor lor, ocupă un loc special în Strategie. Accentul este pus pe dezvoltarea prioritară a regiunii transfrontaliere ca destinație turistică spirituală impresionantă pentru un turism cultural, istoric și religios sustenabil.

Prin cooperarea dintre districtul Russe și județul Giurgiu, trebuie creată o **hartă comună unificată a obiectivelor turistice culturale, istorice și religioase** din Euroregiunea Russe - Giurgiu, inclusiv traseele turistice. Acest lucru va spori promovarea și promovarea locurilor turistice.

Strategia actuală pentru turismul cultural-istoric și religios este o imagine (rețea) detaliată, amplă, care acoperă diferite aspecte pentru dezvoltarea tipurilor moderne de specialitate de turism, cum ar fi cel cultural-istoric și religios. Călătoriile turistice își extind aria de acoperire, iar direcțiile și destinațiile turistice către care sunt direcționați turiștii sunt extrem de diverse. În aceste călătorii realizate, pentru turist primează spiritualul și cunoașterea culturii confesionale locale, acestea fiind un motiv, un scop, satisfacerea intereselor și un vis devenit realitate prin această călătorie. Pentru populația locală, turismul contribuie la îmbunătățirea bunăstării, a calității și a condițiilor de viață, stimulează investițiile în infrastructură, sprijină conservarea și utilizarea resurselor turistice, îmbunătățește mediul de afaceri, stimulează creșterea economică, promovează orașele mici, este unul dintre motoarele de dezvoltare regională și crearea de legături de comunicare la diferite niveluri - local, regional, național, internațional.

Prezenta strategie este utilă pentru afacerile turistice locale, administrația publică regională, pentru profesioniștii implicați în procesul de realizare a serviciului turistic, pentru specialiștii științifici din domeniul turismului, pentru toți cei interesați de această problemă.

Strategia pentru turismul religios se adresează tuturor părților interesate pentru realizarea practică a turismului cultural, istoric și religios și extinderea potențialului turistic dobândit în domeniul teritorial pentru cooperarea transfrontalieră.

Anexă. Cadrul financiar indicativ pentru realizarea Strategiei comune de turism cultural în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu

PERIOADA 2022 - 2027	Finanțare proprie și publică locală			Finanțare publică externă						Finanțare privată		Total	
Măsuri	Buget local	Buget de stat	Parte comună (%)	Buget central	Parte comună (%)	Fonduri UE	Parte comună (%)	Alte surse	Parte comună (%)	PPP/alte finanțări private	Parte comună (%)		
OBIECTIVUL STRATEGIC 1: Dezvoltarea rutelor ca destinații recognoscibile și atractive din regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu												**€ 650,000.00**	
Măsura 1.1. Elaborarea brandurilor celor patru rute turistice și implementarea unui management integrat al brandului în regiunea transfrontalieră Russe - Giurgiu	**€ 100,000.00**	**€ 100,000.00**	**100%**		**0%**	**€ -**	**0%**		**0%**		**0%**	**€ 200,000.00**	

PERIOADA 2022 - 2027	Finanțare proprie și publică locală			Finanțare publică externă						Finanțare privată		Total	
Măsuri	Buget local	Buget de stat	Parte comună (%)	Buget central	Parte comună (%)	Fonduri UE	Parte comună (%)	Alte surse	Parte comună (%)	PPP/alte finanțări private	Parte comună (%)		
Măsura1.2.: Realizarea unor activități publicitare	€ 70,000.00	€ 70,000.00	93%		0%	€ -	0%		0%	€ 10,000.00	7%	€ 150,000.00	
Măsura 1.3.: Realizarea activităților de comunicare	€ 140,000.00	€ 140,000.00	93%		0%	€ -	0%		0%	€ 20,000.00	7%	€ 300,000.00	
OBIECTIVUL STRATEGIC 2: Creșterea calității serviciilor existente, crearea unor servicii noi și crearea interconectivității funcționale pe teritoriile turistice												€ 1,935,000.00	
Măsura 2.1.: Formarea părților interesate		€ 75,000.00	25%		0%	€ 225,000.00	75 %		0%		0%	€ 300,000.00	
Măsura 2.2 Informarea periodică a breslei turistice	€ 20,000.00	€ 30,000.00	100%		0%	€ -	0%		0%		0%	€ 50,000.00	

PERIOADA 2022 - 2027	Finanțare proprie și publică locală			Finanțare publică externă						Finanțare privată		Total	
Măsuri	Buget local	Buget de stat	Parte comună (%)	Buget central	Parte comună (%)	Fonduri UE	Parte comună (%)	Alte surse	Parte comună (%)	PPP/alte finanțări private	Parte comună (%)		
Măsura 2.3.: Îmbunătățirea organizării și creșterea calității festivalurilor anuale, competițiilor și altor evenimente culturale și care fac parte din rutele turistice	€ 1,500,000.00	€ -	100%		0%	€ -	0%		0%	€ -	0%	€ 1,500,000.00	
Măsura 2.4.: Îmbunătățirea sistemului de acces la informații pentru potențialii investitori în domeniul turismului cultural		€ 25,000.00	29%		0%	€ 60,000.00	71 %		0%		0%	€ 85,000.00	
OBIECTIVUL STRATEGIC 3: Îmbunătățireacalității infrastructurii fizice și turistice pe teritoriul celor trei rute turistice												€ 13,600,000.00	
Măsura 3.1: Investiții pentru conservarea obiectivelor:	€ 300,000.00	€ 200,000.00	42%	€ 300,000.00	25 %	€ 300,000.00	25 %		0%	€ 100,000.00	8%	€ 1,200,000.00	

PERIOADA 2022 - 2027	Finanțare proprie și publică locală			Finanțare publică externă						Finanțare privată		Total	
Măsuri	Buget local	Buget de stat	Parte comună (%)	Buget central	Parte comună (%)	Fonduri UE	Parte comună (%)	Alte surse	Parte comună (%)	PPP/alte finanțări private	Parte comună (%)		
Măsura 3.2.: Investiții pentru restaurare și conservare	€ 400,000.00	€ 400,000.00	22%	€ 1,200,000.00	33 %	€ 1,200,000.00	33 %		0%	€ 400,000.00	11 %	€ 3,600,000.00	
Măsura 3.3.: Investiții pentru încurajarea asigurării de vizibilitate	€ 100,000.00	€ 100,000.00	25%	€ 300,000.00	38 %	€ 200,000.00	25 %		0%	€ 100,000.00	13 %	€ 800,000.00	
Măsura 3.4.: Investiții în îmbunătățirea accesibilității obiectivelor	€ 300,000.00	€ 300,000.00	8%	€ 1,000,000.00	13 %	€ 6,000,000.00	75 %		0%	€ 400,000.00	5%	€ 8,000,000.00	
TOTAL	€ 2,930,000.00	€ 1,440,000.00		€ 2,800,000.00		€ 7,985,000.00		€ -		€ 1,030,000.00		€ 16,185,000.00	
PARTE DIN BUGETUL TOTAL	18.10%	8.90%		17.30%		49.34%		0.00%		6.36%		100%	

bibliografia cărților folosite, surse:

Strategia comună pentru dezvoltarea teritorială durabilă a regiunii transfrontaliere România - Bulgaria