



REZOLUȚIA COMITETULUI CULTURĂ ȘI TURISM

Digitalizarea și aplicarea Inteligenței Artificiale în sporirea
culturii și turismului românesc



Forumul Studenților Români de Pretutindeni
16-21 August 2023



ABSTRACT

Având în vedere peisajul cultural și turistic dinamic din România, scopul acestei rezoluții este de a pleda ca decidenții politici din țara noastră să investească în dezvoltarea unor platforme digitale, care să ofere informații complete despre atracțiile turistice, patrimoniul cultural și evenimentele din întreaga țară. Astfel de platforme ar oferi informații exacte și actualizate, stimulând astfel interesul și promovând turismul. Prin integrarea Inteligenței Artificiale, platforma poate analiza datele generate de utilizatori pentru a informa campaniile de marketing și pentru a atrage mai mulți turiști. Recomandările în marketing includ o implicare mai mare în social media, parteneriate cu influenceri și campanii de conștientizare. Propunerea evidențiază în continuare rolul organizațiilor de management al destinației (OMD) în dezvoltarea turismului durabil și recomandă alinierea strategiilor românești la modelele de succes din țări precum Germania, Franța și Austria.

În rezoluție sunt abordate subteme precum: interconectarea turismului cultural și al agroturismului și promovării ecoturismului pentru dezvoltarea durabilă a destinațiilor, mobilizarea investițiilor în sectorul privat pentru stimularea dezvoltării obiectivelor turistice din România, favorizarea expansiunii evenimentelor culturale prin promovarea valorilor naționale și încurajarea sectorului turistic și al patrimoniului cultural prin digitalizare și implementarea tehnologiilor de modelare 3D, precum și crearea unor case de creație pentru artiști, pe scurt aducerea patrimoniului cultural românesc în era digitală.

În concluzie, strategia urmărește să consolideze turismul cultural, să abordeze provocările și să valorifice inovațiile digitale pentru a poziționa România ca o destinație culturală globală.



DESCRIEREA SUBTEMELOR

Tema 1: Platforma digitală interactivă pentru turismul românesc

În 2023 sectorul de turism din România a reprezentat 4,19% din PIB-ul țării. Există elemente de relief, cum ar fi Munții Carpați, Marea Neagră, Delta Dunării și numeroase zone împădurite, râuri și lacuri, ceea ce face ca țara să fie una dintre cele mai mari atracții turistice din Europa. România are, de asemenea, mai multe situri din patrimoniul mondial protejate de UNESCO, precum Bisericile din Moldova, Maramureș și Transilvania, mai multe cetăți dacice și Delta Dunării. În 2022 existau 4,8 mii de unități de cazare turistică, ce au găzduit peste 11 milioane de turiști. (Sursa 1)

Turismul în România a cunoscut în ultimii ani o evoluție complexă, marcată în mare măsură de o multitudine de inițiative private și în mai mică măsură de o coordonare strategică la nivel guvernamental, respectiv regional. Dezvoltarea turismului este într-o anumită măsură haotică și neplanificată. (Sursa 2)

În pofida marelui dezinteres și a dezangajării autorităților, România, ca destinație turistică, posedă câteva avantaje majore care decurg din potențialul său ridicat de dezvoltare în diverse direcții. Sectoare întregi ale turismului (turism balnear, montan, cultural, turism negru etc.) nu sunt încă utilizate eficient și responsabil, pentru a deservi comunităților locale, turiștilor. (Sursa 2)

Printre problemele identificate se numără lipsa identificării și valorificării potențialului turistic în România, deseori nevalorificat în strategiile actuale de promovare. Totodată există o lipsă a evaluării și implementării feedback-ului. În România au existat în trecut mai multe încercări de digitalizare și centralizare a informațiilor pentru turiști. Platforma romaniatourism.com este în prezent activă, dar nu este destul de promovată în mass-media, astfel încât să sporească turismul domestic și fluxul de turiști din mediul internațional.

În primul rând, s-ar putea investi în dezvoltarea unor platforme ușor de utilizat care să ofere informații complete despre atracțiile turistice, patrimoniul cultural și evenimentele din România. Acest lucru ar permite potențialilor vizitatori să aibă acces la informații exacte și actualizate, stimulând interesul și promovând turismul.

Un exemplu de astfel de soluție este reprezentat de către o platformă online ce ar facilita accesul turiștilor, atât români, cât și străini, la informații și instrumente utile legate de obiectivele turistice din România.

Obiectivele turistice prezente vor fi atât din aria celor deja populare, cât și obiective slab puse în evidență până acum și care fac parte din sectoare de turism neabordate momentan în România (exemple: turism negru, artă urbană, statui locale etc.).



Platforma ar oferi mai multe secțiuni, precum: o secțiune de informare, o secțiune de evenimente, o secțiune de hartă interactivă și o secțiune de feedback.

Secțiunea de informare ar cuprinde informații de tip text și media despre obiectivele turistice din România, atât cele deja cunoscute, cât și cele nepopulare. Aceste informații ar cuprinde detalii precum: orele de acces, prețurile de intrare, locațiile obiectivelor, modalități de a ajunge la obiectivele respective, o scurtă descriere și fotografii, iar obiectivele ar fi organizate pe categorii.

Secțiunea de evenimente ar cuprinde o listă cu evenimente specifice fiecărei locații, organizate pe categorii, precum și toate datele despre acestea, ușor accesibile printr-un calendar interactiv.

Secțiunea de hartă interactivă ar cuprinde o hartă a țării, conținând obiectivele turistice, organizate pe categorii de interes. De asemenea, pe hartă se vor putea vizualiza și informațiile din celelalte secțiuni ale platformei (evenimentele specifice unei locații de pe hartă, informații despre obiectivele turistice locale), iar aceasta va oferi și posibilitatea de a planifica trasee turistice prin România, care să cuprindă obiective turistice din proximitate și de interes pentru utilizator.

Secțiunea de feedback ar fi o secțiune a platformei unde turiștii și-ar putea exprima părerea în legătură cu obiectivele turistice vizitate, în scopul analizării sistematice a feedback-ului acestora de către specialiști pentru a ști ce ar trebui îmbunătățit sau schimbat în viitor. Această platformă ar putea utiliza algoritmi de inteligență artificială (de exemplu: monkeylearn.com) pentru a analiza datele, a identifica tipare și a oferi informații pentru campanii de marketing, atrăgând astfel mai mulți turiști către anumite regiuni sau evenimente culturale. Încurajarea utilizatorilor să își împărtășească experiențele, recenziile și fotografiile pe platformă și conținutul generat de utilizatori va adăuga autenticitate și ar ajuta potențialii turiști să afle la ce să se aștepte.

Totodată, această platformă aduce odată cu ea implementarea unui card național al muzeelor pe modelul MuseumKaart din Țările de Jos. Acest card va cuprinde accesul la majoritatea muzeelor din țară, atracții turistice și naturale etc., oferind reduceri pentru studenți, pensionari și persoane cu dizabilități.

Conform legii nr. 59 / 2013, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului este membru al Acordului Parțial Extins. Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului a creat un sistem voluntar de "recunoaștere" pentru Rutele Culturale Turistice. Aceste rute sunt elaborate de organizații din domeniul turismului/culturii sau de autoritățile locale, având scopul de a dezvolta și promova turismul cultural. Astfel, se urmărește satisfacerea nevoilor turiștilor și creșterea competitivității sectorului turistic. Rutele Cultural Turistice Naționale trebuie să cuprindă obiective turistice din minimum trei județe, iar cele realizate la nivel regional vor cuprinde obiective turistice din minimum 2 localități.



Un beneficiu al platformei ar fi centralizarea și integrarea acestor rute cultural turistice locale, regionale, naționale, cum ar fi "Ruta bisericilor de lemn din România" sau "Ruta patrimoniului multiethnic din România". (Sursa 3)

De asemenea, pe platformă ar urma să fie implementat și un chatbot bazat pe inteligență artificială, capabil să răspundă la întrebările utilizatorilor platformei și de a oferi recomandări personalizate de obiective turistice, evenimente sau trasee în funcție de preferințele utilizatorilor, în timp real.

Tot cu ajutorul inteligenței artificiale s-ar putea realiza traducerea platformei într-o gamă largă de limbi străine, spre a putea fi accesibilă cât mai multor turiști străini.

Din punct de vedere tehnic, această platformă ar putea fi implementată sub forma unei aplicații web. Sunt multe tehnologii care ar putea fi folosite pentru construirea acestei platforme: React, Angular sau Vue sunt câteva exemple. Datele prezente în aplicație ar urma să fie stocate într-o bază de date externă, conectată cu aplicația. De asemenea, aceasta ar putea avea și o aplicație de mobil aferentă.

Printre strategiile de marketing utile în acest context ar fi crearea unor campanii de conștientizare care ar promova existența și beneficiile platformei. Acest lucru ar putea implica utilizarea canalelor de social media, Google Ads și chiar colaborarea cu influenceri din domeniul călătoriilor.

Evidențierea beneficiilor cardului național al muzeelor, explicând cum acesta oferă acces ușor la o gamă largă de atracții culturale și prezentarea unor oferte exclusive disponibile prin intermediul platformei, ar atrage tot mai mulți utilizatori.

În vederea dezvoltării sectorului turistic din România, este, de asemenea, esențial să se acorde o importanță deosebită Organizațiilor de Management al Destinațiilor (OMD-uri). Aceste structuri pot juca un rol esențial în promovarea destinațiilor turistice, asigurând o gestionare integrată și sustenabilă a resurselor naturale și antropice, astfel încât România să devină mai competitivă pe scena internațională.

Deoarece timpul alocat OMD-urilor pentru întocmirea planurilor de marketing este de 1 an, iar cadrul legislativ a fost aprobat în 2022, putem oferi recomandări pentru viitorul dezvoltării complexității acestora.

În primul rând, planul de marketing ar trebui bazat într-o oarecare măsură pe baza exemplelor deja implementate în alte țări precum Germania, Franța sau Austria. (exemplu: www.montafon.at) OMD-urile ar trebui să colaboreze strâns cu sectorul privat, inclusiv cu agențiile de turism, hoteluri, restaurante, organizații profesionale (exemplu: Ordinul Arhitecților din România) și alte afaceri relevante. Această colaborare poate duce la crearea de produse turistice inovatoare și la îmbunătățirea calității serviciilor oferite turiștilor.

Accesul OMD-urilor la fonduri europene și la finanțare de la nivel local pentru implementarea proiectelor de dezvoltare turistică ar trebui să fie prioritizat pentru dezvoltarea sustenabilă a destinațiilor.



Tema 2: Interconectarea Promovării Ecoturismului, Turismului Cultural, Agroturismului și pentru Dezvoltarea Durabilă a Destinațiilor

A. ECOTURISMUL

Datorită faptului că ariile protejate constituie ecosisteme de o sensibilitate aparte și având în vedere că obiectivul primordial al delimitării lor vizează conservarea mediului, conform IUCN, gestionarea adecvată a fluxului de turiști devine imperativă. (1)

La momentul actual se poate observa o activitate deficitară în ceea ce privește ecoturismul în România. La ultima actualizare efectuată de Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului în iunie 2023, în România mai erau desemnate drept destinații ecoturistice doar 6 destinații. În anul 2015, existau aproximativ 800 de arii protejate, ce acopereau 5% din suprafața țării. (2) 23% din suprafața țării este acoperită de siturile Natura 2000.

Inițial, se impune elaborarea și punerea în practică a unui sistem riguros de control al accesului vizitatorilor. La momentul actual, demarcarea adecvată a acestor spații lasă de dorit, având ca rezultat o gestionare inadecvată a accesului. Multiplele trasee turistice care penetrează ariile protejate nu dispun, în mod uniform, de puncte de control sau acces. Problema centrală o reprezintă modalitatea de procurare a билетelor de intrare, ce poate fi realizată numai de la rangerii prezenți la anumite intrări. Situația este agravată de faptul că platforma easy2visit.com, deși oferă opțiunea de rezervare online, nu se bucură de notorietate. În plus, un număr semnificativ de turiști nu este conștient de existența unei taxe de acces în aceste spații protejate. Astfel, se propune creșterea numărului de personal la punctele de acces sau dezvoltarea unui sistem avansat de rezervări online, însoțit de instalarea unor porți automatizate și carduri aferente.

Într-o a doua instanță, se constată absența sau insuficiența zonelor destinate observației, precum punctele de belvedere sau zonele special amenajate pentru studiul faunei, florei și avifaunei. Pentru asigurarea conservării adecvate a ecosistemului și a biodiversității, este esențială amenajarea acestor zone de observație, care, în același timp, să minimizeze impactul direct al turiștilor asupra mediului.

Un alt aspect demn de considerat este consolidarea și modernizarea stațiilor informative existente în cadrul ariilor protejate. Deși acestea sunt prezente, ele au fost adesea afectate de fluxul crescut de turiști sau nu sunt suficient de atractive pentru aceștia. O soluție inovatoare ar fi implementarea unor stații informative interactive, folosind tehnologia de Realitate Virtuală, acolo unde contextul și resursele permit.

În concluzie, pentru conservarea și valorificarea adecvată a ariilor protejate, este esențială o gestionare eficientă a turismului. Printre acțiunile prioritare se numără instaurarea unui sistem de taxare și control al accesului, crearea unor zone de observație specializate și revitalizarea punctelor de informare.



Adoptând aceste strategii, ariile protejate vor deveni destinații de excelență pentru vizitatori și specialiști în ecologie, combinând într-un mod armonios conservarea cu educația și turismul responsabil.

B. TURISMUL CULTURAL

Una dintre provocările legate de turismul cultural este găsirea unui echilibru între atragerea turiștilor și conservarea patrimoniului în fața supraexpunerii și deteriorării. Pentru a aborda această problemă, se pot implementa măsuri precum stabilirea limitelor de acces zilnic și introducerea unui sistem de rezervări în avans. Aceste acțiuni ar putea ajuta la controlul numărului de turiști și la protejarea pe termen lung a siturilor culturale valoroase.

Promovarea autenticității experiențelor culturale este esențială pentru a păstra integritatea destinațiilor. O abordare potrivită ar putea include reglementarea strictă a activităților comerciale din apropierea obiectivelor culturale și promovarea adecvată a evenimentelor culturale (de exemplu: Jazz în the Park, Festivalul Internațional de Teatru de la Sibiu, Ploiești Jazz Festival și Festivalul Internațional de Film Transilvania), astfel încât să se evite supracomercializarea și să se mențină autenticitatea experiențelor.

Implicarea comunităților locale în luarea deciziilor legate de turism poate juca, de asemenea, un rol crucial în conservarea și promovarea durabilă a patrimoniului cultural. Prin consultarea activă a localnicilor în procesele decizionale referitoare la dezvoltarea turistică, se poate asigura că nevoile și valorile lor sunt luate în considerare și respectate.

C. AGROTURISMUL

Agroturismul oferă oportunitatea unică de a experimenta viața rurală autentică și tradițiile culturale. Cu toate acestea, dezvoltarea acestui tip de turism se confruntă cu diverse provocări distincte.

Una dintre provocările pe care această formă de turism le întâmpină este infrastructura limitată și accesibilitatea redusă a zonelor rurale. Acestea reprezintă obstacole semnificative în calea dezvoltării agroturismului. O soluție poate fi instruirea și pregătirea adecvată a gazdelor și personalului din domeniul ospitalității pot contribui la îmbunătățirea experiențelor turiștilor și la creșterea satisfacției lor generale.

Tot în categoria agroturismului punctăm și importanța turismului culinar care considerăm că oferă o modalitate cu foarte mult potențial de a explora destinații prin bucate și tradiții gastronomice specifice, evidențiind autenticitatea și experiențele locale. În contextul României, promovarea eficientă, prin campanii de marketing bine direcționate la nivel național și internațional, poate amplifica vizibilitatea bogăției bucătăriei tradiționale și a restaurantelor locale, evidențiind cultura și identitatea comunităților.



Încurajarea utilizării ingredientelor locale și tradiționale poate menține autenticitatea poate deveni o atracție pentru turiști.

Pentru dezvoltarea durabilă a turismului cultural și culinar în România, este esențială o colaborare strânsă între autorități, comunități și industria turismului, pentru a valorifica potențialul divers și proteja patrimoniul cultural și natural. Un exemplu concret este Regiunea Maramureș, cunoscută pentru peisajele pitorești, tradițiile autentice și recenta sa orientare către turismul culinar, care a devenit o atracție pentru cei în căutare de experiențe autentice și memorabile.

Promovarea și conservarea acestor tradiții culinare autentice au devenit o prioritate pentru a oferi turiștilor o incursiune autentică în cultura culinară specifică zonei. Implicarea activă a locuitorilor în inițiativele de pregătire culinară și în oferirea unei ospitalități autentice conferă o notă de sinceritate experiențelor turiștilor. Astfel, aceștia au ocazia să interacționeze direct cu cultura locală, învățând nu doar despre preparatele culinare, cu și despre istoria și tradițiile care îi înconjoară. Evenimentele și festivalurile culinare organizate în regiune reprezintă o altă strategie de atragere a turiștilor pasionați de gastronomie.

Un element central al evoluției turismului culinar în România îl constituie circuitul culinar, care include vizite la ferme tradiționale, ateliere culinare și restaurante locale. Acest circuit oferă turiștilor oportunitatea de a se conecta cu procesul de producție și de a învăța despre ingrediente și rețete tradiționale. Astfel, aceștia nu doar gustă preparatele, ci se implică activ în întregul proces culinar.

Promovarea activă a ofertei culinare regionale reprezintă un alt factor cheie al succesului. Autoritățile locale au dezvoltat strategii de marketing, inclusiv campanii de promovare pe rețelele sociale și parteneriate cu influenceri din domeniul culinar. Aceasta a contribuit la sporirea vizibilității țării noastre ca destinație autentică pentru iubitorii de mâncare. Prin evoluția turismului culinar, anumite regiuni din România (exemplul folosit mai sus, Maramureș) au știut să valorifice bogăția tradițiilor gastronomice și să ofere turiștilor experiențe autentice și memorabile. Colaborarea strânsă cu comunitățile locale, organizarea de evenimente culinare și promovarea activă au contribuit la creșterea interesului pentru turismul culinar în această zonă. Astfel, aceste regiuni au devenit o destinație obligatorie pentru cei dornici să exploreze cultura și tradițiile culinare autentice ale României.



Tema 3: Mobilizarea investițiilor în sectorul privat pentru stimularea dezvoltării obiectivelor turistice din România

Se remarcă o direcție crescută în anumite zone, în care unii profesioniști încep să ia în considerare mutarea lor din zonele urbane către cele rurale sau suburbane, ca răspuns la pandemia COVID-19. Potrivit datelor adunate în 2022, peste 100.000 de români optează în fiecare an să părăsească orașele pentru a se stabili în mediul rural. În timpul celor doi ani ai pandemiei de COVID-19, peste 250.000 de persoane au ales să facă această tranziție din zonele urbane în cele rurale, conform unei analize realizate de către Frames și Arabesque & Mathaus. [1]

Informațiile furnizate de Institutul Național de Statistică (INS) dezvăluie că în 2020, anul culminant al crizei sanitare, 116.491 de indivizi au renunțat la viața urbană în favoarea celei rurale. În direcția opusă, adică dinspre așezările mici către orașe, au migrat doar 77.825 de persoane.

În contextul acestor cifre, specialiștii argumentează că în ultimii doi ani a fost o amplificare a trendului de migrație către zonele rurale, ceea ce este susținut de proporția de 69% din totalul autorizațiilor de construire pentru locuințele rezidențiale, care au fost emise pentru zonele rurale în 2022. În ceea ce privește construcțiile rezidențiale, se preconizează că în mediul rural se vor dezvolta 404.681 de metri pătrați, în comparație cu 275.091 în ianuarie 2022 și 377.606 în februarie 2021.

În luna februarie a anului 2022, au fost eliberate 3.542 de autorizații de construire pentru locuințe rezidențiale (o creștere de 38,9%), acoperind o suprafață utilă totală de 803.035 de metri pătrați (o creștere de 33,3%). Conform analizei, în ultima perioadă, pe lângă dorința de a beneficia de mai mult spațiu și de aer curat, în lista motivelor pentru migrația de la oraș la țară s-a adăugat creșterea semnificativă a costurilor pentru utilități, gaze și energie electrică. [1]

Studiu de caz:

Într-o societate tot mai captivată de ritmul alert al orașelor și de provocările complexe pe care le presupun, se conturează din ce în ce mai clar o nouă abordare a mediului rural. Acesta revine în prim-plan cu un potențial remarcabil, nu doar în ceea ce privește dezvoltarea industrială, ci și în calitatea vieții și în armonia pe care o oferă, devenind astfel o opțiune atrăgătoare, în special pentru cei care caută un mediu sănătos, conexiuni sociale autentice și cheltuieli mai puțin greu de suportat din punct de vedere al utilităților.

Conform diagramelor 1 și 2 putem interpreta faptul că mediul rural încă reprezintă o zonă cu potențial în domeniul industriei de producție cât și în domeniul de conviețuire în zonă, mai ales pentru cei din zona multinaționalelor care doresc un mediu sănătos, benefic social cât și mai ieftin din perspectiva utilităților.



Figura 1 - Impactul COVID-19 asupra populației

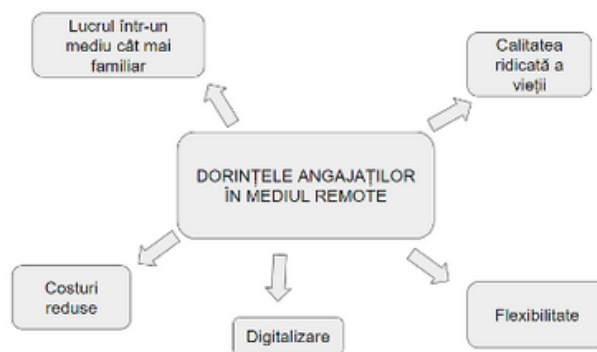


Figura 2 - Nevoile angajaților din marile companii

Strategia de mobilizare investiție - pași:

Identificarea oportunităților - Promovarea potențialului - Parteneriate public-private - Facilitarea accesului la finanțare - Infrastructură și servicii: - Incentive fiscale și reglementări favorabile - Educație și formare - Sustenabilitate și responsabilitate socială - Comunicare constantă. - Monitorizarea și evaluarea

Spre exemplu, zonele pitorești din țara noastră oferă atât beneficii pentru sănătate - aer curat, produse naturale cât și socializarea cu oamenii care încă mai activează în meșteșuguri tradiționale autohtone. Acesta este un mediu oportun pentru cineva care activează în regim remote și poate suferi de anxietate și stres. Prin urmare, prin investiția mediului de afaceri privat - zona de multinaționale - datorită capitalului financiar ridicat - în zona mediului rural tradițional românesc s-ar realiza un contract win-to-win.

Contractul de parteneriat între ambele părți

Pentru companie - finanțatorii/sponsorii:

- Mediu mai sănătos de lucru pentru angajații din remote - randament mai ridicat la locul de muncă;
- Mediu mai atractiv pentru investiția și în zona de turism - investești pentru anumite clădiri din zona și acestea trebuiesc întreținute - mentenanță clădire, securitate, zona gastronomică, aria de entertainment, cât și serviciile conexe;
- Atinge directivele oferite de către Guvern cât și UE, ONU - business sustenabil și respectarea punctelor Agendei 2030/2050;
- Odată ce amenajează zona și se observă rezultatele se poate dezvolta și mai mult.



Pentru zona rurală asociată cu compania:

- Investiția oferită va fi folosită în infrastructura zonei - transporturi cât și domeniul muncii, pentru că aceste investiții trebuie ținute;
- Se dezvoltă aria de turism în zona respectivă, întrucât prin investiții zona va fi mai atractivă. Apoi, dacă acea zonă devine locație de desfășurare a activităților unei companii, atunci aceasta va deveni interesantă și pentru alți investitori cât și pentru public, datorită prestigiului adus prin asociere;
- Odată cu investiția se vor genera noi locuri de muncă. În perioada post-pandemică, mulți oameni din zona mediului rural sunt în căutarea unui loc de muncă - cu sau fără studii de specialitate. Prin urmare, noile locuri de muncă vor fi în zona respectivă, iar angajații din mediul rural nu vor mai fi nevoiți să se deplaseze tocmai în mediul urban pentru un loc de muncă;
- Odată ce se pune în funcțiune acest parteneriat, pe lângă zona turistică se poate accentua și zona culturală. Fiind o zonă rurală special aleasă, este un loc de tradiție unde se mai practică diverse activități meșteșugărești. Acestea pot fi mediatizate în cadrul companiilor partenere prin intermediul unor micro-festivaluri dedicate. Astfel, prin creșterea notorietății se promovează și folclorul.

Studiul de caz de investiții din domeniul privat:

Conform unui articol din 2022. în regiunea Maramureșului, în zona Cavnic, compania Nercom Dinamic a dezvoltat un complex turistic format din hotel, vile, căsuțe turistice și spații conexe aferente - Royal Alpin Crown.[4]

Valoarea totală a investiției a fost de circa 6 milioane de euro.

Un aspect interesant al companiei Nercom Dinamic este aria diversificată de activități - depozit de materiale de construcție, echipamente sanitare, instalații electrice, învelitori de acoperișuri. În subordine este și firma Mitioni Com pe domeniul comerțului, firma Alpine Sky Center care se ocupă de închirierea de echipament sportiv, cât și firma Pomaco Systems pe zona de construcții.[4]

Astfel se poate observa că prin investiția realizată în aria de turism, compania aceasta complexă și-a folosit serviciile din multitudinea de firme pe care le are în subordine și acum are și satisfacții în urma muncii prestate. Beneficii prin exercitarea funcțiilor pe care le deține, deschiderea unui nou business oportun datorat zonei încărcate de cultură din țară, cât și o bunăstare a angajaților datorată mediului de lucru sănătos.

Totodată, dacă analizăm și evoluția comunității locale din Cavnic, prin activitatea companiei Nercom Dinamic, aceasta a evoluat din mai multe puncte de vedere: dezvoltarea de infrastructură datorită investiției în zona turistică, crearea unor noi locuri de muncă pentru mentenanța complexului Royal Alpin Crown, cât și promovarea culturală a zonei.



Legat de ultimul aspect, întrucât zona este frecventată de turiști, acestora le sunt prezentate tradiții și obiceiuri specifice zonei Maramureșului.

Prin intermediul ordinului publicat în Monitorul Oficial al României Nr. 746/17.VIII.2023, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului oferă oportunitatea de dezvoltare a stațiunilor balneare și balneoclimaterice pe baza unei scheme de minimis. Această ocazie constă prin acordarea de stimul financiar pentru proiectele de investiții private în domeniul amintit. Finanțarea este până în cuantumul de 200 000 euro nerambursabili.[5-6]

Acest sprijin financiar reprezintă maxim 50% din valoarea cheltuielilor eligibile pentru proiect și urmărește: reabilitare, construcție, achiziționare cât și formare profesională de personal.[5-6]



Surse bibliografice:

Anon., 2022. PNFAIMM. [Online] Available at: <https://www.pnfaimm.ro/digitalizarea-deltei-dunarii/> [Accessed 18 08 2023]

Anon., 2022. punctul.ro. [Online] Available at: <https://www.punctul.ro/peste-250-000-de-romani-s-au-mutat-de-la-oras-in-rural-in-cei-doi-ani-de-pandemie/> [Accessed 19 08 2023].

Anon., 2023. Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului. [Online] Available at: <https://turism.gov.ro/web/rute-cultural-turistice/> [Accessed 19 08 2023].

Anon., n.d. 3dmdb. [Online] Available at: <https://3dmdb.com/en/3d-models/bucuresti/> [Accessed 19 08 2023].

Clius, M. & Patroescu, M., 2014. An evaluation matrix for ecotourism potential in certain categories of protected areas in Romania. Case studies: National Park, Nature Park, Geopark. 14th International Multidisciplinary Scientific GeoConference SGEM 2014. Department of Regional Development and Environment, n.d. oas.org. [Online] Available at: <http://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea78e/ch08.htm#Private%20Entrepreneurs> [Accessed 19 08 2023].

Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului, 2023. Acte ale Organelor de Specialitate ale Administrației Publice Centrale, s.l.: Monitorul Oficial al României.

Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului, 2023. Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului. [Online] Available at: <https://economie.gov.ro/meat-va-acorda-finantari-de-200-000-euro-pentru-proiectele-de-investitii-private-din-statiunile-balneare-si-balneoclimatice/> [Accessed 18 08 2023].

Lex - 32016R0679 - en - EUR-lex (no date) EUR. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679> (Accessed: 20 August 2023).

Lex - 52018XG1221(01) - en - EUR-lex (no date) EUR. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?qid=1597921978169&uri=CELEX%3A52018XG1221%2801%29> (Accessed: 20 August 2023).

3D models found 3d models. Available at: <https://3dmdb.com/> (Accessed: 20 August 2023).

Ministerul Educației și Cercetării, 2020. ORDIN Nr. 5956/2020 din 4 noiembrie 2020 privind înființarea centrelor județene de excelență, s.l.: Monitorul Oficial al României.

Popa, A., Ionascu, A. E. & Domolescu, D. N., 2021. Innovative Marketing Strategies for the Development of Tourism in Romania. "Ovidius" University Annals, XXI(2).

Postelnicu, C. & Postelnicu, D. C., 2017. Challenges and Development Prospects for Tourism in Romania. Ecoforum, Volume 5 , pp. 84-89.

Statista Research Department, 2023. Travel and tourism in Romania - statistics & facts, s.l.: Statista Research Department.



Tisca, I. A., Istrat, N., Dumitrescu, C. D. & Cornu, G., 2016. Management of sustainable development in ecotourism. Case Study Romania. *Procedia Economics and Finance*, p. 427 – 432.

Vischi, C., 2023. 2mnews. [Online] Available at: <https://2mnews.ro/exclusiv-investitie-privata-de-37-milioane-de-lei-pentru-construirea-in-maramures-a-unui-parc-fotovoltaic-cu-putere-instalata-de-066mwp/> [Accessed 20 08 2023]. *Cultura*. Available at: <http://www.cultura.ro> (Accessed: 20 August 2023).



PROPUNERI ȘI SOLUȚII

În concluzie, o mai bună eficientizare a finanțărilor publice și private în domeniul turismului ar aduce un impact benefic în sporirea numărului de atracții turistice și culturale. Administrația publică dar și micii antreprenori ar putea beneficia de un suport din partea firmelor de consultanță specializate pe atragerea fondurilor. Totodată, se recomandă o promovare mai bună a liniilor de finanțare disponibile în domeniul turismului.

4. Favorizarea expansiunii evenimentelor culturale prin promovarea valorilor naționale - încurajarea sectorului turistic și al patrimoniului cultural.

Aducând în discuție, industria cinematografică din România se recomandă realizarea unor proiectii tematice în funcție de zona geografică. (de exemplu un festival de film despre natura în Delta sau festival despre cultura sașilor.)

Realizarea unor concursuri de scurtmetraje în cadrul unor școli de vară internaționale urmând ca la finalul acestora să se realizeze producții despre anumite tradiții locale. Aceste școli ar trebui să includă mai mulți experți din industrie cum ar fi regizori și profesori de film.

În vederea promovării culturii, se recomandă promovarea anumitor valori culturale în grupurile țintă defavorizate. O colaborare mai strânsă cu agențiile de publicitate creative și influenceri ar avea un impact semnificativ în campaniile de conștientizare a brandului.

În domeniul marketingului turistic, se pot identifica anumite caracteristici distincte, spre exemplu călătorii sunt temporari, experimentând o zonă de bunuri și servicii pentru perioade scurte și necesitând o imediată senzație de confort, marcând diferența între rutina zilnică și "evadarea din cotidian". Călătorii sunt în căutarea relaxării și doresc să păstreze amintiri plăcute, de aceea o strategie de marketing inovatoare ar trebui să pună accent pe metode care să provoace răspunsuri emoționale. Integrarea strategiilor inovatoare în marketingul turistic implică analiza tendințelor curente și moderne din piață. Marketingul în industria turistică trebuie să se adapteze la schimbările dinamice ale sectorului, reflectând diversitatea abordărilor de marketing. ([Sursa](#))

Cele mai eficiente strategii de marketing în turism sunt: publicitatea online, PR-ul online, promovarea vânzărilor online, optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO), marketingul în rețelele sociale (SMM), marketingul prin e-mail (prin newsletter), marketingul mobil (ex: prin aplicații specifice), marketingul viral (marketingul "buzz" sau e-WOM) și brandingul online. ([Sursa](#))



Se efectuează o analiză detaliată pentru fiecare regiune geografică din țară. Datele demografice, economice, sociale, de mediu și de infrastructură trebuie colectate și analizate pentru a înțelege nevoile și provocările specifice fiecărei regiuni. Pe baza analizei, sunt definite obiective specifice pentru dezvoltarea fiecărei zone. Obiectivele includ creșterea economică, reducerea sărăciei, dezvoltarea infrastructurii culturale și protecția patrimoniului cultural.

Este elaborată o strategie detaliată pentru a atinge obiectivele stabilite. Aceste strategii ar trebui să ia în considerare resursele locale, potențialul economic, dimensiunile sociale și mediul. Asigurarea resurselor financiare, umane și materiale pentru executarea strategiilor. Fiecare regiune primește resurse în funcție de nevoile și potențialul său.

Proiecte concrete sunt lansate în fiecare regiune pe baza strategiilor stabilite, precum dezvoltarea infrastructurii culturale și promovarea industriei cinematografice locale. Un sistem de monitorizare și evaluare este în vigoare pentru fiecare proiect și pentru dezvoltarea filmelor regionale. Sistemul urmărește progresul, identifică probleme potențiale și permite ajustări strategice în timp real.

Pentru a se adapta la schimbări, se fac ajustări regulate de-a lungul anilor, ținând cont de schimbările socio-economice, tehnologice și de mediu. Dezvoltarea trebuie să fie flexibilă și adaptabilă. În dezvoltarea locală, cooperarea între diferite sectoare, organizații guvernamentale și neguvernamentale și implicarea comunităților locale sunt esențiale pentru succes.

Case de creație pentru artiști - pentru asigurarea unui spațiu în care turiștii să poată desfășura activități specifice culturii noastre

Se recomandă înființarea unor centre de excelență și ateliere specializate cu intenția strategică de a atrage tineri artiști și pictori și de a le răspândi popularitatea în rândul tinerilor. Acordarea de burse și granturi ar avea scopul de a insufla sprijinul necesar pentru aspirațiile și angajamentele tinerilor.

Se recomandă cooperarea activă cu expoziții și evenimente internaționale de artă pentru a maximiza vizibilitatea și recunoașterea artiștilor și operelor de artă românești într-un context global. Vorbind despre digitalizarea marketingului cultural, se recomandă crearea și gestionarea unei platforme online pentru artiști, (o vitrină virtuală) pentru expunerea și comercializarea lucrărilor în domeniul digital.

Totodată, se recomandă introducerea de evaluări regulate pentru a analiza rezultatul și impactul inițiativelor adoptate, cum ar fi monitorizarea și evaluarea impactului, impactul asupra economiei, conștientizarea culturală și progresul profesional al artiștilor.

Vizând să reflecte întruchiparea complexă și fidelă a identității românești, în acest mod s-ar promova diversitatea culturală și adevărata expresie a diversității culturale în opera artiștilor.



5. Patrimoniul Cultural Românesc în Era Digitală

Evidențiind semnificația profundă a culturii și a patrimoniului cultural în cadrul identității naționale și recunoscând potențialul revoluționar al tehnologiei digitale în conservarea și diseminarea valorilor culturale, ne propunem să introducem un proiect axat integral pe digitalizarea culturii și patrimoniului cultural. Acesta va integra instrumente digitale cu obiectivul de a stimula și intensifica interesul față de muzee, centre culturale, rezidențe memoriale și altele asemenea.

Principalul deziderat al proiectului este de a inova și de a îmbogăți experiența vizitatorilor din muzeele și locurile memoriale dedicate compozitorilor și literaților români. Aceasta se va realiza oferind o analiză detaliată asupra operei și personalității acestora, mediată de tehnologia digitală. Ambiționăm să furnizăm o experiență multisenzorială.

Proiectul vizează integrarea unei coloane sonore, constând în lucrări muzicale ale compozitorului în cauză sau adoptarea unui software ce poate emula vocea scriitorului, având capacitatea de a recita extrase reprezentative din creațiile sale.

Propunem implementarea unui algoritm de inteligență artificială capabil să emuleze cu precizie timbrul vocal al personalităților reprezentate. În ceea ce privește aspectul sonor, se va opera o selecție riguroasă a pieselor muzicale semnificative, ce vor fi digitizate la o calitate superioară. În privința implementării vocale, inteligența artificială va fi programată să recite fragmente emblematică din operele literare, asigurând astfel o experiență autentică.

Platforma digitală va oferi vizitatorilor opțiunea de a alege și a investiga diverse piese muzicale sau extrase literare, oferindu-le posibilitatea de a personaliza experiența. Interfața cu platforma va fi concepută pentru a fi intuitivă, asigurând accesul și pentru vizitatorii cu nivel redus de competență tehnologică. Înregistrările muzicale și literare destinate fiecărui artist vor fi păstrate într-un mediu digital protejat, cu măsuri stricte împotriva accesului neautorizat. Vor fi stabilite protocoale specifice pentru menținerea integrității datelor pe termen lung.

Instituțiile partenere, precum muzeele și casele memoriale, vor angaja resurse pentru a promova această inițiativă prin diverse canale, incluzând publicații, site-uri și medii sociale. Se propune, de asemenea, îmbogățirea tururilor virtuale cu informații adiționale despre exponate. De asemenea, se va pune accent pe informarea publicului referitor la relevanța digitalizării în conservarea și promovarea patrimoniului cultural. Alocarea bugetară va fi stabilită având în vedere complexitatea tehnologică și resursele necesare. Finanțarea poate proveni din surse mixte, incluzând granturi guvernamentale, donații din partea organizațiilor culturale și sprijinul entităților private. Această inițiativă accentuează necesitatea integrării tehnologiei digitale în muzee și case memoriale, cu obiectivul de a furniza o interacțiune culturală contemporană și stimulativă. Concretizarea acestui proiect va amplifica conservarea și promovarea valorilor culturale, asigurând continuitatea relevanței moștenirii artistice pentru generațiile viitoare.



Patrimoniul cultural adaugă o dimensiune valoroasă vieții fiecăruia și are un rol fundamental în dezvoltarea și întărirea coeziunii sociale în Europa. Patrimoniul cultural al Europei beneficiază de susținere prin intermediul unui set de politici, programe și inițiative de finanțare implementate de Uniunea Europeană.

Sectoarele culturale și creative: Arhitectura, conservarea patrimoniului cultural imobil și digitalizarea.

În strategia pentru Cultură și Patrimoniul Național 2016-2020 se subliniază necesitatea digitalizării sectorului cultural, recunoscând digitalizarea ca un factor esențial pentru încurajarea creativității, inovării și accesului la cultură. Cu toate acestea, deși această viziune a fost exprimată, implementarea digitalizării în domeniul cultural a rămas într-un stadiu incipient, ceea ce a devenit evident mai ales în perioada pandemiei.

Conservarea Patrimoniului Cultural prin modelele 3D detaliate ale clădirilor oferă o soluție eficientă pentru conservarea și documentarea patrimoniului cultural. Într-o lume în continuă schimbare, clădirile istorice și culturale sunt expuse riscurilor naturale, degradării, sau chiar pierderii complete. Din punct de vedere arhitectural, prin crearea modelelor 3D ale acestor clădiri, se capturează fiecare detaliu arhitectural, ornament și caracteristică, formând o reprezentare digitală autentică.

Studiul de caz

Proiectul "Paris 3D Saga" reunește Centrul de Cercetare a Monumentelor Istorice din Franța și parteneri tehnologici cu scopul construirii 3D a monumentelor istorice din Paris. Tehnologii avansate, precum scanarea laser și modelarea 3D, permit crearea unor reprezentări realiste ale clădirilor celebre, cum ar fi Notre-Dame și Bastilia.

Scopurile includ reconstituiri detaliate, experiențe interactive pentru utilizatori, aspect educațional și conștientizare a istoriei și patrimoniului cultural al orașului.

Finanțarea poate proveni din bugete publice, finanțare privată, fonduri europene, parteneriate public-private, subvenții, granturi și colaborări internaționale, toate contribuind la promovarea și conservarea bogatului patrimoniu cultural parizian. "Paris 3D Saga" ilustrează cum tehnologia poate crea punți între trecut și prezent, oferind o experiență captivantă de învățare despre istorie și cultură prin reconstituiri digitale realiste.

Situația din România cu privire la modelele 3D:

La momentul actual, în România situația modelelor 3D este superficial demarată existând clădiri, spre exemplu: clădirea Palatului Parlamentului, Hotelul Intercontinental - București, Cluj Arena, Tribunalul Timișoara, într-un domeniu online de modelare 3D(<https://3dmdb.com>), care nu oferă credibilitate și încredere în documentare.



Patrimoniul României este afectat de lipsa accesului public la informații, ceea ce limitează potențialul de dezvoltare economică și socială bazat pe resursele culturale locale. Gestionarea și protecția patrimoniului, inclusiv al comunităților locale, suferă din cauza lipsei documentației adecvate. Chiar și obiectivele documentate suferă, având tururi virtuale învechite și incomplete, generând confuzie în explorarea digitală. Deficiențele de resurse umane și expertiză reprezintă o altă provocare, însă aceasta poate fi depășită prin colaborarea cu autoritățile culturale competente.

O soluție eficientă constă în introducerea documentării în format 3D a patrimoniului și integrarea acestui proces în curriculum-ul universităților specializate. Această inițiativă ar avea dublu impact: ar îmbunătăți competențele studenților în tehnologia 3D și i-ar motiva prin oferirea de credite recunoscute pentru angajamentul lor. Astfel, nu doar conservarea patrimoniului ar beneficia, ci și dezvoltarea abilităților studenților, asigurând un viitor mai prosper pentru gestionarea bogățiilor culturale ale României.

Crearea unui mediu virtual bine documentat și interactiv pentru patrimoniul cultural stimulează un interes crescut, atât din partea instituțiilor de învățământ și cultură (școli, universități, muzee etc.), cât și din partea turiștilor care doresc să se informeze în mod direct despre obiectivele culturale și istorice.

FORUMUL STUDENȚILOR ROMÂNI DE PRETUTINDENI 16-21 AUGUST 2023

