

SUMAR

Strategia de dezvoltare a destinației Eco Maramureș Direcții prioritare de acțiune pentru 2023 - 2027

Scopul dezvoltării destinației de ecoturism

Crearea unui model de dezvoltare economică responsabilă ce valorifică avantajele naturale și culturale ale Maramureșului istoric prin agregarea unei rețele de furnizori de servicii de ecoturism și experiențe turistice cu un impact minim asupra mediului.

Viziunea pentru următorii 4 ani:

În 2027, destinația Eco Maramureș este una dintre cele mai căutate destinații ecoturistice, de notorietate la nivel național, care îmbogățește imaginea clasică a Maramureșului istoric cu elemente noi despre natură și peisajul tradițional. Comunitățile locale cunosc caracterul ecoturistic al zonei și contribuie la păstrarea acestuia. Oferta turistică integrată, cu un impact minim asupra mediului, susținută prin servicii turistice distincte și de înaltă calitate, valorifică într-un mod sustenabil specificul locului și aduc în destinație categorii de turiști responsabili, dispuși să contribuie la păstrarea valorilor patrimoniale și dezvoltarea comunităților locale.

Obiectivul 1. Îmbunătățirea funcționabilității și sustenabilității destinației prin creșterea atractivității acesteia și asigurarea condițiilor favorabile ecoturismului.

Direcții de acțiune și măsuri specifice

D.1.1. Diversificarea ofertei turistice, activități recreative noi outdoor:

- M.1.1.1 Extinderea teritoriului destinației cu 2 UAT-uri noi, cu oferte de turism activ bine structurate
- M.1.1.2. Amenajarea unor poteci senzoriale cu scop educativ și stimulare a simțurilor pentru copii, turiști și persoane cu dizabilități ușoare
- M.1.1.3. Amenajarea unui centru ecoturistic ca punct de plecare pe trasee, organizare de ateliere experiențiale pentru turiști

D.1.2. Semnalizarea obiectivelor turistice în intravilan

- M.1.2.1. amplasarea de indicatoare în localități

D.1.3. Întreținerea infrastructurii mici de vizitare

- M.1.3.1. monitorizarea anuală a stării infrastructurii de vizitare: 86 km trasee de drumeție și 164 km de trasee de biciclete
- M.1.3.2. recondiționarea marcajelor și a infrastructurii interpretative pe traseele turistice

D.1.4. Dezvoltarea de infrastructură turistică mare la obiectivele majore din destinație cu implicarea APL

- M.1.4.1. Amenajări de spații recreative outdoor

D.1.5. Actualizarea politicii de mediu unitare la nivelul destinației și implementarea acesteia de către factorii decizionali și furnizorii de servicii turistice

- M.1.5.1. Workshopuri de planificare participativă cu factorii decizionali – politica de mediu actualizată
- M.1.5.2. Implementarea politicii de mediu de către APL și membrii rețelei de ecoturism

Destinație ecoturistică dezvoltată cu sprijinul financiar al Romanian-American Foundation și Fundația pentru Parteneriat, prin intermediul programului "Green Entrepreneurship – Dezvoltarea economică locală durabilă prin ecoturism

Obiectivul 2. Creșterea veniturilor din ecoturism pe plan local, prin extinderea rețelei de ecoturism, diversificarea ofertei locale pe piața turistică și organizare de evenimente pentru atragerea de vizitatori care să petreacă mai multe zile în destinație.

Direcți de acțiune și măsuri specifice

D.2.1. Extinderea rețelei de ecoturism și asigurarea calității superioare a serviciilor oferite de membrii rețelei

M.2.1.1. Atragerea de noi membri în rețea – structuri de cazare, structuri de alimentație, producători, meșteșugari și CIT-uri

M.2.1.2. Asigurarea calității serviciilor: consiliere, networking, formare

D.2.2. Organizarea de evenimente locale cu program extins (2-3 zile) care să pună în valoare cultura, tradițiile dar și obiectivele naturale din destinație

M.2.2.1. Organizare de evenimente combinate cu componentă artistică, participarea meșteșugarilor și drumeții scurte în natură

D.2.3. Valorificarea superioară a producției primare de legume și fructe, inclusiv din flora spontană – introducerea produselor în oferta turistică a destinației

M.2.3.1. Înființarea unor centre de procesare care să fie utilizate în comun de către producătorii locali

M.2.3.2. Dezvoltarea unei rețele de desfacere pentru produsele realizate

D.2.4. Dezvoltarea unei game de suveniruri pe care turiștii le-ar putea lua acasă, organizarea producției și desfacerii în rețeaua locală de ecoturism

M.2.4.1 Dezvoltarea unei game de suveniruri pe teme etno reinterpretate

M.2.4.2. Dezvoltarea unei rețele de desfacere pentru produsele realizate

Obiectivul 3. Creșterea prestigiului brandului Eco Maramureș, prin internalizarea și asumarea acestuia pe plan local și activități de marketing pentru creșterea notorietății destinației pe plan național.

Direcți de acțiune și măsuri specifice

D.3.1. Atragerea clientelei din segmentele de piață vizate

M.3.1.1. marketing digital: website, social media, google adds

M.3.1.2 promovarea destinației la târgurile de turism la standul Eco – România

D.3.2. Internalizarea brandului în parteneriatul local și în rețeaua Eco Maramureș

M.3.2.1. info trip-uri scurte pt membrii rețelei la obiectivele din destinație care sprijină brandul

M.3.2.2. asistență în amenajarea/întreținerea colțului informativ, dotarea acestuia cu materiale de informare despre destinație și oferta de servicii pentru turiști

M.3.2.3. branduirea partenerilor cu placi informative partener Eco Maramureș

M.3.2.4. asistență pentru asigurarea comunicării brandului de către parteneri

D.3.3. Întărirea brandului pe teritoriul destinației - newsletter și activități educative în scolile din destinație

M.3.3.1. newsletter trimestrial trimis actorilor locali,

M.3.3.2. organizare de activități educative în colaborare cu scolile din destinație

Destinație ecoturistică dezvoltată cu sprijinul financiar al Romanian-American Foundation și Fundația pentru Parteneriat, prin intermediul programului "Green Entrepreneurship – Dezvoltarea economică locală durabilă prin ecoturism

D.3.4. Monitorizarea impactului acțiunilor implementate

M.3.4.1. monitorizarea fluxului de turiști în structurile de cazare din rețea, calculul duratei medii de ședere și gradul de ocupare

M.3.4.2. interviuarea turiștilor pentru urmărirea poziționării destinației, cercetarea interesului și satisfacției turiștilor

M.3.4.3. măsurarea online a notorietății brandului – prin urmărirea traficului pe principalele canale de promovare online: website-ul destinației și paginile pe social media