

Anexă la decizia Consiliului Raional Edineț
nr. ... din

PLANUL DE MARKETING ÎN TURISM PENTRU RAIONUL EDINEȚ

PLANUL DE MARKETING ÎN TURISM PENTRU RAIONUL EDINEȚ

Elaborat de: Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova



Edineț 2024

Cuprins:

SUMAR EXECUTIV	4
1. ANALIZA DIAGNOSTIC A DESTINAȚIEI TURISTICE	9
1.1 <i>EVALUAREA POTENȚIALULUI TURISTIC ACTUAL AL RAIONULUI EDINEȚ</i>	<i>9</i>
1.1.1 <i>CARACTERISTICA GENERALĂ A ATRACȚIILOR DIN RAIONUL EDINEȚ</i>	<i>9</i>
1.1.2 <i>ATRACȚIILE TURISTICE ALE RAIONULUI EDINEȚ</i>	<i>9</i>
1.1.2.1 <i>CONTEXT REGIONAL</i>	<i>9</i>
1.1.2.2 <i>ATRACȚII TURISTICE NATURALE</i>	<i>11</i>
1.1.2.3 <i>ATRACȚII TURISTICE ANTROPICE</i>	<i>12</i>
1.1.2.4 <i>CELE MAI IMPORTANTE ATRACȚII TURISTICE ÎN EDINEȚ</i>	<i>16</i>
1.2 <i>PERFORMANȚELE DESTINAȚIEI TURISTICE EDINEȚ</i>	<i>29</i>
1.2.1 <i>FACILITĂȚILE ȘI DOTĂRILE TURISTICE EXISTENTE ÎN DESTINAȚIE</i>	<i>29</i>
1.3 <i>CAPACITATEA PERSONALULUI LOCAL DE A ASISTA PROFESIONAL DESERVIREA TURIȘTILOR</i>	<i>32</i>
1.4 <i>EVALUAREA PRODUSULUI TURISTIC AL DESTINAȚIEI EDINEȚ COMERCIALIZAT PE PIAȚĂ</i>	<i>33</i>
1.5 <i>POLITICILE PUBLICE SECTORIALE LOCALE PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI LOCAL</i>	<i>35</i>
1.6 <i>ANALIZA COMPORTAMENTULUI ȘI PREFERINȚELOR TURIȘTILOR ȚINTĂ ÎN MOLDOVA</i>	<i>38</i>
2. DEFINIREA PUBLICULUI ȚINTĂ	40
2.1 <i>SEGMENTAREA PIEȚEI TURISTICE</i>	<i>40</i>
2.2 <i>IDENTIFICAREA NEVOILOR ȘI AȘTEPTĂRIILOR FIECĂRUI SEGMENT</i>	<i>40</i>
3. ANALIZA SWOT A SECTORULUI TURISTIC ÎN EDINEȚ	43
4. STRATEGIA DE INTERVENȚIE PENTRU MARKETINGUL DESTINAȚIEI TURISTICE EDINEȚ	44
4.1 <i>MESAJUL DE COMUNICARE</i>	<i>46</i>
4.1.1 <i>VIZIUNEA DE MARKETING TURISTIC A DESTINAȚIEI EDINEȚ</i>	<i>46</i>
4.1.2 <i>MESAJUL DE MARKETING CE REFLECTĂ UNICITATEA ȘI ATRACTIVITATEA DESTINAȚIEI EDINEȚ</i>	<i>46</i>
4.1.3 <i>CREAREA UNUI SLOGAN / UNEI IDENTITĂȚI UNICE UȘOR DE REȚINUT</i>	<i>48</i>
4.2 <i>CANALE DE COMUNICARE</i>	<i>49</i>
4.3 <i>DEZVOLTAREA EXPERIENȚELOR UNICE ASOCIATE CU DESTINAȚIA TURISTICĂ EDINEȚ</i>	<i>50</i>
4.4 <i>PROMOVAREA ATRACȚIILOR ȘI FACILITĂȚILOR TURISTICE</i>	<i>54</i>
4.5 <i>CADRUL INSTITUȚIONAL ȘI COLABORĂRILE CU PARTENERII LOCALI</i>	<i>55</i>
4.6 <i>MONITORIZARE ȘI EVALUARE</i>	<i>60</i>
5. PLANUL DE ACȚIUNI SOFT PENTRU 2024-2026	62
6. ACȚIUNI SOFT PRIORITARE PENTRU PRIMUL AN, 2024	67
7. ACȚIUNILE PRIORITARE DE AMANAJARE A ATRACȚIILOR ȘI INFRASTRUCTURII TURISTICE ÎN EDINEȚ	72
ANEXA 1 SONDAJUL REALIZAT CU REPREZENTANȚII APL DIN RAIONUL EDINEȚ	75
ANEXA 2 SONDAJUL REALIZAT CU REPREZENTANȚII CONSILIULUI RAIONAL EDINEȚ ȘI GRUPUL DE LUCRU AL PROIECTULUI DE TURISM	77
ANEXA 3 SONDAJUL REALIZAT CU REPREZENTANȚII MEDIULUI DE AFACERI DE TURISM/HORECA	79
ANEXA 4 SONDAJUL REALIZAT CU REPREZENTANȚII AGENȚIILOR DE TURISM ȘI GHIZILOR ÎN VIZITĂ LA EDINEȚ	81

Lista Abrevierilor

ADR Nord - Agenția de Dezvoltare Regională Nord

ADTM - Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova

AE - agenți economici

APL - Autorități publice locale

BL - buget local

CIT - Centru de informare a turiștilor

CRE- Consiliul raional Edineț

D - Donatori

MC - Ministerul Culturii

OMD - organizație de management a destinației

RD Nord - Regiunea de dezvoltare Nord

mun. - municipiu

SCE - Secția Cultură Edineț

Sumar Executiv

Planul de marketing în turism pentru raionul Edineț pentru perioada 2024-2026 este elaborat de grupul mixt de experți (dr. Viorel Miron, Iulian Bercu, Adrian Solomon, Angela Boian, dr. Marina Miron) ai Asociației de Dezvoltare a Turismului în Moldova (ADTM) din inițiativa realizată de Consiliul raional Edineț în cadrul proiectului „Promovarea Inteligentă a Potențialului Turistic din raionul Edineț” în cadrul programului „EU4Moldova: Comunități Locale”, finanțat de Uniunea Europeană, Ministerul Federal German pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (BMZ), Cooperarea Austriacă pentru Dezvoltare (ADC) și Ministerul Afacerilor Externe al Republicii Polone – Asistența Poloniei și implementat de Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei (GIZ), Agenția Austriacă pentru Dezvoltare (ADA) și Solidarity Fund PL (SFPL) în Moldova.

Scopul acțiunii constă în dezvoltarea și promovarea turismului și a antreprenoriatului de valorificare a potențialului turistic din r-nul Edineț. Unul dintre obiective constă în creșterea atractivității destinației turistice Edineț, dar și sporirea fluxului de turiști interesați de activități în regiune. De asemenea, proiectul își propune să valorifice și să exploateze potențialul turistic activ în destinația Edineț prin parteneriate dintre autoritățile publice locale și locațiile de turism activ din raion, pentru menținerea și deservirea calitativă a oaspeților și turiștilor de aici.

Proiectul contribuie direct la: promovarea patrimoniului local din comunitățile raionului Edineț, cooperarea între APL-uri, ONG-uri și sectorul de afaceri, sprijinirea întreprinderilor locale în practicarea durabilă în domeniul turismului, stimularea inițiativei private în practicarea turismului activ, conservarea biodiversității prin sporirea și diversificarea numărului de vizitatori.

Beneficiarii Planului de marketing sunt: Administrația r-nului Edineț, administrația publică locală, antreprenorii din domeniul turistic și HoReCa, ONG-urile de turism, patrimoniu și mediu.

La elaborarea Planului de marketing au fost utilizate următoarele metode de cercetare: (i) chestionarea; (ii) colectarea, procesarea și analiza datelor statistice; (iii) agregarea datelor pentru planificarea strategică.

În elaborarea Planului de marketing au fost utilizate următoarele surse de informații: (i) datele statistice furnizate de administrație; (ii) cadrul normativ în domeniul turismului și micului business; (iii) documente și note informative ale beneficiarilor (APL); (iv) interviuri în 4 focus grupuri tematice din raionul Edineț (APL, specialiști în cultură și turism, agenți economici, ghizi de turism, reprezentanți ai agențiilor de turism naționale, specialiștii locali); (v) acte administrative emise de autoritățile r-nului Edineț; (vi) documente pregătite de specialiștii locali și hărțile terenurilor incluse în r-nul Edineț.

Analiza diagnostic a destinației scoate în evidență **potențialul turistic deosebit** al r-nului Edineț, care este determinat de atracții, inclusiv unicate:

- în destinația turistică Edineț descoperim o natură expresivă reprezentată de:
 - 3 rezervații peisajere,

- 3 parcuri de arhitectură peisajeră,
- și alte 7 monumente ale naturii geopaleontologice,
- Registrul monumentelor ocrotite de stat prezintă în raionul Edineț un total de 379 monumente protejate, inclusiv:
 - 320 monumente de importanță națională,
 - 59 monumente de importanță locală,
 - 193 monumente de arheologie,
 - 34 monumente de arhitectură,
 - 49 monumente de istorie,
 - 4 monumente de artă,
 - 5 cetăți eneolitice,
 - 27 biserici vechi protejate (dintre care 8 de lemn),
 - 4 conace și case memoriale,
 - 3 obiecte de importanță socială,
 - 3 obiecte de importanță economică.

În urma unei evaluări a solicitărilor vizitatorilor și a calității atracțiilor pe teritoriul raionului Edineț, s-a evidențiat o **listă scurtă a principalelor atracții** ale acestei destinații:

- ✓ Muzeul Ținutului Edineț din mun. Edineț
- ✓ Grădina Publică „Vasile Alecsandri” din mun. Edineț
- ✓ Mănăstirea „Nașterea Domnului”, s. Zăbriceni
- ✓ Rezervația peisagistică „La Castel”, s. Gordinești
- ✓ Peisajul Prutului, s. Cuconeștii Vechi
- ✓ Recifii din Brînzeni
- ✓ Defileul Fetești
- ✓ Defileul Trinca
- ✓ Defileul Buzdugeni
- ✓ Biserica de lemn „Sfinții Arhangheli Mihail și Gavriil”, s. Rotunda
- ✓ Biserica de lemn „Sf. Treime”, sf. sec. al XVIII-lea, s. Târnova.

În Edineț se evidențiază fluxuri importante de vizitatori moldoveni tranzitari prin Regiunea de Nord a Moldovei (spre Bălți, Chișinău, Suceava/România, Cernăuți/Ucraina). Traseul este parcurs de un număr mare de vizitatori străini, care estimativ este de cca. 10% din numărul total de intrări în țară.

La fel, pe teritoriul r-ului Edineț funcționează și se bucură de solicitare câteva trasee pentru vizitatori, respectiv: (i) trasee muzeale și extra-muzeale; (ii) trasee pentru drumeții și alergători în zonele toltrelor Prutului; (iii) trasee tematice sau speciale (în rezervații) pentru deservirea anumitor delegații, grupuri de elevi/studenți etc.

O parte din excursii sunt ghidate (generale și tematice) de ghizi de la muzee, dar sunt practicate și plimbări în spații naturale în defileele stâncoase ale afluenților Prutului. La fel în Edineț sunt organizate de evenimente raionale și regionale, unde turiștii sunt invitați să procure produse locale.

Performanțele economice ale r-ului Edineț ca și destinație turistică sunt dependente de numărul de vizitatori, taxele achitate în locațiile vizitate și valoarea excursiilor realizate. Trebuie să remarcăm

că în perimetrul celor 33 de comunități locale din r-nul Edineț antreprenorii locali din turism și HORECA au performanța de a localiza cca 10% din capacitatea de cazare (459 locuri cazare) a RD Nord, însă la un nivel modest de calitate în cele 8 unități comerciale (hoteluri, pensiuni, campinguri), iar majoritatea unităților de alimentație sunt concentrate în or. Edineț. Cca 100 persoane sunt angajate în unitățile comerciale ce deservește oaspeții, vizitatorii și turiștii raionului Edineț, inclusiv:

- ✓ 6 ghizi în Muzeul Ținutului Edineț (inclusiv 1 pers. pentru excursii extra-muzeale);
- ✓ 1 ghid local în Muzeul de Istorie și Etnografie s. Țirnova;
- ✓ 1 ghid în Mănăstirea „Nașterea Domnului” din satul Zăbriceni;
- ✓ 48 angajați în structurile de cazare;
- ✓ peste 50 persoane deservește clienții în unitățile de alimentație publică recomandate turiștilor.

Problemele și discrepanțele performanțelor economice ale destinației constau în: (i) lipsa unui sistem de monitorizare a numărului de vizitatori/turiști conduce la necunoașterea aspectelor legate de interesul consumatorilor pentru vizite și asta slăbește puterea de vânzare a ofertelor r-nului Edineț (recreative, cognitive, educative etc); (ii) oferta de cazare este limitată și dezechilibrată teritorial; (iii) oferta recreativă se reduce la plimbări pe trasee fără elemente de autoghidaj în jurul atracțiilor naturale și antropice sau pe poteci neamenajate și nemarcate corespunzător. Parțial aceasta este completată de oferta unor antreprenori stabiliți în localitățile de aici, care însă nu valorifică suficient calitatea de destinație turistică a r-nului Edineț; (iv) oferta cognitivă se reduce la excursii tematice organizate aproape în exclusivitate de ghizii de muzeu elevilor la solicitarea acestora; (v) oferta educativă a r-nului Edineț se reduce la câteva colecții muzeale și excursii pe segmente restrânse; (vi) lipsa unui sistem bine organizat de prestare a serviciilor de ghidaj; (vii) nivel redus de cunoaștere a managementul vizitatorului de către personalul din structurile de ospitalitate; (viii) cunoașterea redusă a limbilor de circulație internațională reduce din capacitatea r-nului Edineț de a deservi fluxuri turistice internaționale; (ix) oferte excursioniste reduse la câteva tipuri (generale, degustații, muzeale, fenologice) pe un număr limitat de categorii de vizitatori (grupuri organizate de elevi, delegații, vizitatori neorganizați); (x) capacități reduse de implementare a parteneriatelor cu agenții economici în vederea unor planuri investiționale strategice pe teritoriul r-nului Edineț; (xi) promovarea ofertei r-nului Edineț este fie pe seama personalului specializat îngust (ghizi) și nespecializat (personalul din muzee), fie sporadic ale administrației locale pe rețele de socializare sau în interviurile TV/radio.

Totodată, destinația Edineț, bogată în patrimoniu cultural, istoric și natural, este subreprezentată în mediul online față de alte raioane din Moldova, care beneficiază de o prezență digitală activă și strategică. Promovarea turistică a Edinețului nu include utilizarea extinsă a soluțiilor tehnologice avansate sau abordări de marketing digital inovatoare. Strategiile de promovare par să fie mai tradiționale și nu se bazează pe cele mai noi tehnologii sau metode de marketing online.

Planul de marketing prezintă un set de sugestii de acțiuni specifice, care ar îmbunătăți calitatea ofertei turistice în destinația Edineț, inclusiv:

- ✓ Rute turistice tematice cu combinații din câteva atracții notorii din Edineț;
- ✓ Programe turistice pentru 2 zile;

- ✓ Pachete turistice integrate care să combine cazarea cu activități în aer liber, culturale și de relaxare, cum ar fi vizite la obiectivele naturale, istorice locale și participarea la festivaluri tradiționale.

Strategia de intervenție pentru marketingul destinației turistice Edineț trebuie să facă față câtorva provocări majore, inclusiv:

- să răspundă la întrebarea turistului „De ce să călătorești în Edineț?” (și nu Briceni, Soroca, Glodeni...),
- distanța mare de la Chișinău (și alte centre furnizoare de vizitatori),
- în Edineț atracțiile sunt dispersate teritorial, cu o vădită dominare a peisajelor,
- dorința de aventură este una din preferințele de bază a turistului ținută pentru o călătorie în Edineț,
- două treimi din turiști călătoresc prin țară împreună cu familia,
- absența de pachete turistice integrate,
- Edineț nu este încă promovat intens ca și destinație turistică,
- majoritatea angajamentelor anterioare pentru turism nu sunt onorate.

Viziunea de marketing turistic propusă în document este:

“Descoperă bijuteria ascunsă a Republicii Moldova - Edineț, o adevărată zonă nedescoperită din țară. Aici, timpul pare să se fi oprit pentru a-ți oferi o experiență autentică rurală. Călătorește printre peisajele idilice, explorează poveștile pline de istorie ale localităților vechi și savurează gastronomia tradițională în mijlocul unei naturi neatinse. În Edineț, vei găsi liniștea și autenticitatea pe care le cauți, transformând fiecare moment într-o aventură inedită. Edinețul te așteaptă să îi explorezi secretele!”

Mesajul de marketing al Edinețului va sublinia combinația unică de peisaje naturale, patrimoniu cultural și experiențe autentice, creând o invitație irezistibilă pentru cei care caută o reconectare cu natura și tradițiile.

"Edineț - bijuteria ascunsă a Republicii Moldova, o adevărată zonă nedescoperită din țară"

Pentru a asigura o implementare reușită a mesajului de marketing al Edinețului, abordarea strategică se concentrează pe adaptarea și optimizarea celor 7 P ai marketingului: produs, preț, plasament, promovare, persoane, proces și dovadă fizică. În document sunt explicate aspecte legate de:

- ✓ Canale de comunicare (web specializat și rețele de socializare interconectate, agregarea producătorilor de conținut despre Edineț, aplicații mobile, etc);
- ✓ Dezvoltarea și promovarea experiențelor unice asociate cu destinația Edineț (poziționarea pe piața turistică, elaborare de ghiduri tematice pentru turiști, marketingul digital, campanii de publicitate, participări la târguri și evenimente cu impact, etc);
- ✓ Promovarea atracțiilor și facilităților turistice, inclusiv prin crearea de pachete turistice atractive și de oferte speciale, rutelor tematice, etc.;

- ✓ Cadrul instituțional și sporirea colaborării cu partenerii locali (cadrul de administrare a Secției raionale Cultură Edineț, responsabilitățile Centrelor locale de informare a turiștilor, precum și necesitatea și funcțiile unei Organizații de management a destinației turistice Edineț;
- ✓ Cadrul eficient de monitorizare și evaluare a implementării Planului de marketing, inclusiv prin asigurarea funcționalității unui Comitet de monitorizare, etc.

Obiectivele strategice pentru Planul de marketing a destinației turistice Edineț:

OS 1 Dezvoltarea ofertei turistice a destinației

OS 2 Capacitarea resurselor umane pentru industria turistică locală

OS 3 Promovarea eficientă a destinației turistice

Datorită propunerilor venite din teritoriu, a fost adăugat încă un obiectiv strategic:

OS 4 Îmbunătățirea infrastructurii turistice

În Planul de acțiuni pentru 3 ani au fost identificate **65 de acțiuni soft și 29 acțiuni legate de infrastructură**, grupate în funcție de direcția strategică la care se atribuie. Fiecare acțiune are perioada ei de implementare, responsabili și parteneri. Majoritatea acțiunilor vor necesita acoperire financiară. Costul total al Planului de marketing a fost estimat la aproximativ **5,88 mln. lei**. Astfel pentru OS 1 „Dezvoltarea ofertei turistice a destinației sunt prevăzute” cca. 2,82% din bugetul total, 2,74% pentru realizarea OS 2 „Capacitarea resurselor umane pentru industria turistică locală”, cca. 94,44% (5,56 mln. lei) sunt pentru OS 3 „Promovarea eficientă a destinației turistice”.

Totodată, pentru componenta de infrastructură și amenajare turistică a atracțiilor sunt calculate pentru **29 acțiuni și proiecte hard alte 17,16 mln lei** (într-un tabel separat atașat la prezentul document).

1. Analiza diagnostic a destinației turistice

1.1 Evaluarea potențialului turistic actual al raionului Edineț

1.1.1 Caracteristica generală a atracțiilor din raionul Edineț

Raionul Edineț, spre deosebire de alte raioane, este unul dintre cele mai dotate cu atracții turistice importante. Mai mult, are o diversitate mare de atracții, care nu crează o „umbră” una asupra alteia, ca de exemplu, cetatea Soroca eclipsează restul atracțiilor din raion, vinăria Purcari eclipsează atracțiile raionului Ștefan Vodă sau Orheiul Vechi ține în umbră Codrii orheiene și mănăstirile codrene.

În același timp, deficitul de informații despre atracțiile din Edineț - aparent un factor negativ pe piața turistică, poate fi totuși transformat în factor care poate „umple” mai rapid vidul de informații despre această destinație. Mai mult, lipsa de informații pliat pe existența unor atracții majore (La Castel, „Mica Elveție a Moldovei” de la Fetești, defileul Trinca, etc.) poate amplifica interesul potențialilor turiști pentru Edineț.

Ponderea vădită a atracțiilor turistice naturale, totuși nu slăbește din valoarea atracțiilor civilizaționale produse aici de mai multe generații (peșteri cu vestigii preistorice, 5 cetăți getice, 4 conace boierești, 27 biserici vechi cu cea mai mare colecție de biserici din lemn din Moldova, cca 380 monumente protejate de stat, etc.).

Astfel, Edineț este o veritabilă destinație deschisă vizitatorilor, care abia așteaptă să fie descoperită. Mai jos este o scurtă prezentare a principalelor atracții naturale și culturale, care formează imaginea generală despre Edineț ca și destinație turistică.

1.1.2 Atracțiile turistice ale raionului Edineț

1.1.2.1 Context regional

Regiunea de nord a Republicii Moldova cuprinde 11 raioane și municipiul Bălți. Populația în teritoriul delimitat constituie cca 28,7 % din populația țării, fără regiunea transnistreană, inclusiv populație rurală cca 65,3% din totalul pe regiune. Totodată, aici sunt amplasate 571 localități, inclusiv 551 satești. Specializarea economică a regiunii este: cultivarea cerealelor, sfeclei de zahăr, pomicultura, industria de prelucrare a producției agricole.

Industria turistică este caracterizată de peste 20 hoteluri și unități similare cu un total de 4417 locuri, inclusiv 3 hoteluri, 3 pensiuni, 1 tabără estivală și camping funcționale în Edineț (cca 400 locuri).



Regiunea de nord a Republicii Moldova este caracterizată de un potențial turistic al 102 arii protejate de stat cu o suprafață totală de cca 16,6 mii ha, 2 plaje de importanță națională, 42 muzee, 178 edificii ecliziastice de importanță națională și 454 de importanță locală. Aceste resurse implicit determină eventuala specializare a zonelor turistice din regiune.

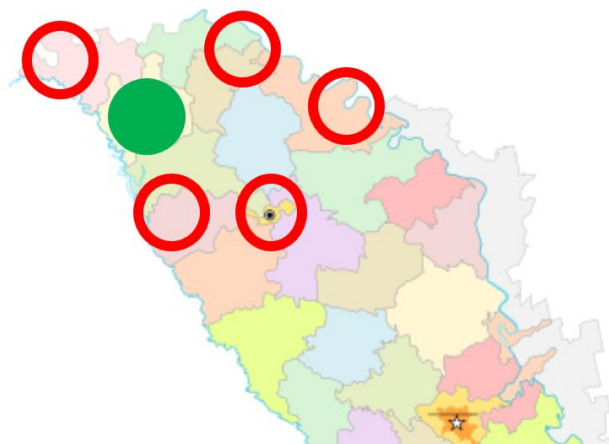
Resursele turistice din Regiunea de nord a Republicii Moldova

	Nr. ANP	Suprafața ANP, ha	Zone de odihnă naționale	Lăcașuri de cult naționale/locale
m. Edineț			-	5/-
Râșcani	11	1480,1	1	9/8
Fălești	2	1169	-	13/4
Sângerei	13	237,6	-	11/7
Briceni	11	1295,52	-	17/1
Ocnița	17	1248,6	-	14/5
Edineț	15	2271	-	24/2
Dondușeni	14	1591,3	-	25/2
Drochia	7	112,8	-	17/2
Florești	-	-	-	24/4
Soroca	9	925,1	1	10/5
Glodeni	3	6247	-	9/5
Total	102	16578,02	2	178/454

Sursa: Anuarul statistic al Moldovei, 2022 și calculele autorilor

Ariile naturale protejate de stat sunt caracterizate prin 7 tipuri (cca 25% din suprafața fondului de arii naturale), inclusiv cea mai mare rezervație științifică din țară „Pădurea Domnească”, 13 rezervații naturale, 12 rezervații persajistice, 46 monumente ale naturii (inclusiv una dintre cele mai mari peșteri din lume – „Emil Racoviță”), 10 parcuri vechi ș.a. care au importanță primordială pentru dezvoltarea activităților turistice și excursioniste.

În regiune sunt mai multe destinații turistice importante, care grupează și promovează de mult timp atracțiile și facilitățile turistice prin nordul Republicii Moldova. Asemenea destinații turistice competitive în regiune sunt câteva, printre care: Bălți, Briceni-Criva, Soroca, Ocnița-Naslavcea, Glodeni etc. care fac o concurență reală pentru zona turistică Edineț.



Zona turistică Edineț reprezintă toltele de la Prut - supranumite și „insulele mărilor străvechi” în cele mai diverse forme: țiglăie, chei, atoluri coraliere străvechi, stânci cu peșteri cândva populate ș.a. Localitățile de aici concentrează mai multe atracții turistice: or. Edineț (Muzeul Ținutului Natal, Muzeul de Artă Populară, sit arheologic cu vestigii de „cultură Edineț” din sec. XIX-VIII î.e.n.), s. Rotunda (pădure, biserică din lemn de tip casă țărănească de la sfârșitul sec. al XVIII-lea), s. Trinca (monument natural geopaleontologic „Toltele r. Draghiște”, stațiuni în peșteri și grote din Epoca fierului (≈ sec. VIII î.e.n.), în această localitate s-a născut Vasile Stroescu – om de înaltă cultură și mare

mecenat), s. Fetești (rezervație peisageră, supranumită de localnici „Mica Elveția a Moldovei”, monument natural geopaleontologic, care formează un adevărat atol coralier din tolte-insulițe), s. Gordinești (rezervație peisagistică „La Castel” cu „Peștera Dediului”), s. Brânzeni (atol coralier din toltele-insulițe, parcul și reședința mecenatului V. Stroescu, peșterile de la Brânzeni cu vestigii de cca 40-10 mii ani), s. Tețcani (tolte în cheile r. Vilia) etc.

1.1.2.2 Atracții turistice naturale

Peisajele din raionul Edineț sunt bine cunoscute datorită multiplelor arii naturale de excepție formate în special de stâncile „Toltelelor de la Prut” încorsetate de albiile râulețelor cu versanți împăduriți, ce-și etalează frumusețe în toate cele 4 anotimpuri. Astfel, în destinația turistică Edineț descoperim 3 rezervații peisajere, 3 parcuri de arhitectură peisajeră și alte 7 monumente ale naturii geopaleontologice. Acestea sunt:

Rezervații peisajere (de peisaje geografice):

- La Castel (746 ha, valea r. Racovăț, fîșie lată de 200 m cu lungimea de 5 km pe malul stîng, mai jos de s. Gordinești)
- Fetești (555 ha, la nord-est de s. Fetești)
- Zăbriceni (596 ha, la nord-vest de s. Onești)

Monumentele de arhitectură peisajeră:

- Parcul din s. Brînzeni (2 ha)
- Parcul din s. Hincăuți (27 ha)
- Parcul din s. Stolniceni (3 ha)

Monumente ale naturii:

- Grotele Brînzeni (14 ha)
- Recifele Brînzeni (44 ha)
- Defileul Buzdugeni (100 ha)

- Defileul Burlănești (10 ha)
- Râpa Volodeni (6ha)
- Defileul Trinca (70 ha)
- Defileul Fetești (68 ha)

O analiză detaliată prezintă un număr de atracții naturale de un interes turistic sporit:

- La Castel (s. Gordinești)
- Recifele și grotele din s. Brînzeni
- Defileul Trinca
- Defileul Fetești

Aceste atracții incontestabile ale destinației turistice Edineț sunt totuși fie amplasate în zone mai puțin accesibile (motiv pentru care au și ajuns până azi într-o stare relative conservată), fie rămân necunoscute publicului larg. Ele necesită o mai mare vizibilitate turistică (marcaje, panouri informative, informații distribuite pro-activ), iar potecile de aici – transformate în rute turistice amenajate cu cele necesare pentru vizita diferitor segmente de turiști și excursioniști.

Aceste atracții locale importante, acolo unde se consideră prioritare, necesită amenajare specifică locațiilor turistice în ceea ce privește organizarea accesibilității mai bune pentru vizitatori, estetizarea și amenajarea spațiului adiacent, elaborarea unei note informative relevante despre ele, dotarea cu echipamente pentru vizitele de scurtă durată (foișoare, măsuțe, scaune, tomberoane, loc de bivouac etc.). Crearea ofertelor turistice atractive pentru aceste locații și promovarea lor prin agențiile de turism și alți organizatori de călătorii, ar spori numărul de vizitatori în aceste locuri autentice din nordul Moldovei. Aceste măsuri vor fi propuse în planul de acțiuni al prezentului document.

1.1.2.3 Atracții turistice antropice

Raionul Edineț este amplasat într-o zonă de transit de la nord spre sud și de la Prut spre Nistru, poziție ce pune o amprentă asupra mărturiilor civilizaționale din diferite perioade ajunse până în zilele noastre. Astfel, Registrul monumentelor ocrotite de stat prezintă în raionul Edineț un total de **379 monumente protejate**, inclusiv (grupate selectiv):

- 320 monumente de importanță națională,
- 59 monumente de importanță locală,
- 193 monumente de arheologie,
- 34 monumente de arhitectură,
- 49 monumente de istorie,
- 4 monumente de artă,
- 5 cetăți eneolitice,
- 27 biserici vechi protejate (dintre care 8 de lemn),
- 4 conace și case memoriale,
- 3 obiecte de importanță socială,
- 3 obiecte de importanță economică.

Deși este o diversitate aparent mare, principalele atracții valoroase pentru potențialii turiști sunt:

- 5 cetăți preistorice, mai bine poziționate sunt cele de la Trinca și Cuconești Vechi;
- 27 de biserici vechi (inclusiv 8 din lemn, la fel 23 sunt din sec.XIX, cea mai veche fiind la Tîrnova din sec. XVIII);
- 4 conace și case memoriale, dintre care cel al celebrului mecenat Vasile Stroescu;
- 3 monumente de importanță economică, 2 fiind din sec. XIX;
- 3 monumente de însemnătate socială de la înc. sec. al XX-lea.

Dintre cele mai vechi vestigii civilizaționale din Edineț sunt cele 5 cetăți getice, care în țările din regiune sunt valorificate turistic într-o proporție mare. Rostul prezentului document strategic este să evidențieze importanța acestora pentru atragerea atenției turistului, precum și necesitatea pregătirii unor mesaje de poziționare a acestor atracții care să le confere adevărata valoare și un potențial de promovare binemeritat.

Cetăți în rn. Edineț

Localizare administrativă	Tip	Cronologie
Bădragii Vechi - IX	Cetățuie	Eneolit
Brânzeni III	Cetățuie	Eneolit
Coconești Vechi	Cetățuie	Eneolit
Gordiești - II	Cetățuie	Eneolit
Trinca	Cetățuie	Eneolit

Lăcașele de cult din Edineț sunt practic în fiecare localitate, dar puțini știu despre faptul că aici ele reprezintă 12 stiluri ecliziastice diferite, iar bisericile de lemn reprezintă cea mai mare colecție din Moldova. Trebuie să recunoaștem că 2 biserici din lemn din Registrul monumentelor în prezent sunt demolate (Brânzeni, Stolniceni). La fel, primăria Parcova atenționează despre necesitatea de a înscrie în Registrul monumentelor și a bisericii din lemn „Sf. Nicolae” din s. Fântâna Albă.

Biserici vechi în rn. Edineț

Localizare	Tip	Cronologie
Tîrnova	Biserica de lemn „Sf. Treime”	Sf. sec. XVIII
Bădragii Vechi	Biserica „Sf. Gheorghe”	1823
Bleșteni	Biserica „Sf. Treime”	1830
Volodeni		
Rotunda	Biserica de lemn „Sf. Arhanghel Mihail”	1831 (reconstrucție 1991)
Hlinaia	Biserica de lemn „Sf. Nicolae”	1858
Gordiești	Biserica „Sf. Arhanghel Mihail”	1861
Burlănești	Biserica de lemn „Sf. Arhanghel Mihail”	1868
Edineț	Biserica „Sf. Vasile cel Mare”	1870
Alexăndreni	Biserica de lemn „Sf. Arhanghel Mihail”	1870
Chetroșica Nouă	Biserica „Sf. Nicolae”	1872
Brătușeni	Biserica „Sf. Apostoli Petru și Pavel”	1873
Corpaci	Biserica „Sf. Nicolae”	1873

Stolniceni	Biserica de lemn „Acoperemântul Maicii Domnului”	1885
Terebna	Biserica de lemn „Sf. Nicolae”	1885
Șofrîncani	Biserica „Sf. Gheorghe”	1897
Alexeevca	Biserica „Sf. Nicolae”	Sec. XIX
Brânzeni	Biserica de lemn „Sf. Arhanghel Mihail”	Sec. XIX
Fântâna Albă	Biserica lemn „Sf. Nicolae”	Sec. XIX
Gășpar	Biserica „Sf. Arhanghel Mihail”	Sec. XIX
Goleni	Biserica „Sf. Nicolae”	Sec. XIX
Hincăuți	Biserica de lemn „Sf. Arhanghel Mihail”	Sf. sec. XIX
Onești	Biserica „Sf. Arhanghel Mihail”	Sec. XIX
Trinca	Biserica „Sf. Arhanghel Mihail”	Sec. XIX
Parcova	Biserica „Sf. Arhanghel Mihail”	1916
Coconești Vechi	Biserica "Adormirea Maicii Domnului"	1922
Cupcin	Biserica „Sf. Treime”	1925

Prezentarea valorii estetice a lăcașelor de cult, pe lângă celei spirituale, rămâne o provocare pentru turismul din Edineț.

Locuințele oamenilor de vază din Edineț completează oferta generală a destinației, însă datorită stării precare sau utilizării în alte scopuri decât cele turistice, reduc puternic din capacitatea atractivă a lor. Mai mult, acestea pot servi drept un catalizator pentru lansarea unor noi atracții turistice (atelieri de meșteșugari, producători locali, etc) și facilități turistice (pensiuni, zone de campare, mini-restaurante locale, etc.) în jurul lor.

Conace și case memoriale în rn. Edineț

Localizare	Tip	Cronologie
Alexăndreni	Casa scriitorului Valentin Roșca	Încep. sec. XX
Brînzei	Conac cu parc al lui V. Stroescu	Jum. II a sec. XIX
Poiana	Conac cu parc al lui Cantacuzino	Sec. XIX
Șofrîncani	Conacul lui Stremiade	Anii 70 ai sec. XX

Spre exemplu, la moment se elaborează studiul de fezabilitate pentru Conacul familiei Cantacuzino (un conac cu parc din 36 specii unice de arbori în s. Poiana com, Hincăuți) pentru a putea aplica la proiecte de amenajare turistică din surse interne și atrase.

Monumente de importanță socială în rn. Edineț

Localizare	Tip	Cronologie
Edineț	Clădirea fostului spital particular	1910
Burlănești	Mozaic. Fațada Casei de Cultură	Anii 60 ai sec. XX
Stolniceni	Spitalul cu parc dendrologic	Încep. sec. XX

Aceste monumente la fel crează o listă de atracții ce pot fi incluse în traseele turistice locale. Amenajarea turistică a acestora este la fel determinată.

Monumente de importanță economică în rn. Edineț

Localizare	Tip	Cronologie
Chiurt	Moară de apă	Sf. sec. XIX

Fetești	Complexul fostei herghelii	Încep sec. XX
Șofrâncani	Oloinița și moara de aburi	1876

Din analiza traseelor turistice recomandate, constatăm că doar un număr limitat din această listă este propusă spre vizita turiștilor: Biserica de lemn din s. Rotunda, 1-2 conace aflate în stare degradată, câteva edificii vechi din or. Edineț, la care se mai adaugă mănăstirea recentă Zăbriceni. Astfel, marea majoritate a mostrelor civilizatoare din localitățile raionului nu sunt cunoscute nici localnicilor, nici turiștilor.

În raionul Edineț sunt înregistrate doar 2 muzee, deși asemenea structuri dar neînregistrate oficial sunt și în alte localități, găzduite în școli, case de cultură sau case muzeu (ex: Parcova, Fântâna Albă). Astfel, muzeele funcționale prezintă 12% din capacitatea fondului muzeal și cca 14% din numărul angajaților muzeali la nivelu RD Nord. Totuși, trebuie să constatăm o performanță redusă a numărului mediu de vizitatori raportată la numărul de angajați, fapt ce implică necesitatea unor acțiuni mai sporite de atragere a vizitatorilor, inclusiv din rândul turiștilor.

Performanțele muzeelor din Edineț, 2022

	Muzee - total, unitati	Numarul pieselor de muzeu din fondurile de baza, unitati	Numarul de vizite, persoane	Numarul lucratorilor, persoane	nr piese mediu muzeu	nr med.vizitatori	nr. med Personal	nr vizitatori/angajat
Total pe RM	132	1640710	707673	839	12430	5361	6	843
RD Nord	42	193595	82226	134	4609	1958	3	614
rn. Edineț	2	23730	4939	19	11865	2470	10	260
% din total RM	1,52%	1,45%	0,70%	2,26%				
% din total RDN	4,76%	12,26%	6,01%	14,18%				

În urma unei evaluări a solicitărilor vizitelor și a calității atracțiilor pe teritoriul raionului Edineț, echipa de proiect a evidențiat o **listă scurtă a principalelor atracții** ale acestei destinații:

- Muzeul Ținutului Edineț din mun. Edineț
- Grădina Publică „Vasile Alecsandri” din mun. Edineț
- Mănăstirea „Nașterea Domnului”, s. Zăbriceni
- Rezervația peisagistică „La Castel”, s. Gordinești
- Peisajul Prutului, s. Cuconeștii Vechi
- Recifii din Brînzei
- Defileul Fetești
- Defileul Trinca
- Defileul Buzdugeni
- Biserica de lemn „Sfinții Arhangheli Mihail și Gavriil”, s. Rotunda
- Biserica de lemn „Sf. Treime”, sf. sec. al XVIII-lea, s. Târnova.

1.1.2.4 Cele mai importante atracții turistice în Edineț

În continuare oferim scurte descrieri celor mai spectaculoase monumente create de natura și valorificate în diferite proporții în scopuri turistice în raionul Edineț.

Recifii din Brînzani

Încadrată într-un cadru natural impresionant, localitatea Brînzani se bucură de un patrimoniu natural și antropic remarcabil, cu recife care se înalță la înălțimi de peste 210 metri, înconjurându-i pe toți cei care îndrăznesc să pășească în această zonă mirifică. Această prezență a recifelor conferă Brînzenilor o atmosferă unică și fascinantă, atrăgând ecologiștii, călătorii și cercetătorii.

Ecologiștii sunt fermecați de diversitatea și măreția monumentelor naturii prezente în această regiune. Recifele nu sunt doar simple formațiuni geologice, ci adevărate sanctuare ale biodiversității.



Savanții și arheologii consideră Brînzenii un adevărat paradis arheologic. În cadrul acestor recife și pe teritoriul înconjurător, au fost descoperite numeroase artefacte și vestigii istorice care atestă prezența umană și evoluția civilizației în această zonă. De la artefacte antice la urme ale civilizațiilor dispărute, fiecare descoperire oferă o fereastră fascinantă către trecutul acestei regiuni.

Paleontologii găsesc în Brînzani o adevărată comoară, asemănătoare unei biblioteci vii a unor ere îndepărtate. Fosilele descoperite în acest areal sunt dovezi ale unor epoci îndepărtate, oferind o perspectivă unică asupra evoluției planetei și a vieții pe Pământ de-a lungul milioane de ani.

Râul Racovăț serpuiește cu îndrăzneală printre aceste recife, conturând un tablou spectaculos al unei naturi puternice și impunătoare. Istoria acestui râu este înrădăcinată în trecutul geologic al zonei, când forțele naturii au sculptat și modelat peisajul într-o manieră spectaculoasă. Acesta reprezintă nu doar o cale de apă, ci și un martor al trecutului tumultuos și al evoluției geologice și biologice din această regiune.

Astfel, Brînzenii se relevă ca un veritabil sanctuar al naturii și al istoriei, atrăgând cercetători și pasionați de știință pentru a descoperi misterele și bogățiile ascunse ale acestui loc fascinant.

Defileu Buzdugeni

În inima peisajului pitoresc al nordului Moldovei, unul dintre monumentele naturale remarcabile este Defileul Buzdugeni, situat în apropierea satului Buzdugeni și învecinat cu râul Racovăț. Acest defileu impresionant a fost sculptat în masivul de toltre de-a lungul milioanei de ani, fiind considerat cel mai adânc defileu din Republica Moldova, cu o adâncime ce depășește 200 de metri și o lungime de aproximativ 1 kilometru.

Particularitatea deosebită a acestui defileu rezidă în peisajul său spectaculos și în biodiversitatea sa remarcabilă. Versantul drept al defileului, în special, impresionează prin frumusețea sa naturală și diversitatea sa biologică. Arbuști, ierburi și flori colorate împodobesc versantul, iar stâncile multicolore acoperite de mușchi și licheni conferă peisajului o atmosferă de basm.



În adâncul acestui versant se ascunde o comoară arheologică și istorică: o peșteră neolitică de formă rotundă. Aflată la aproximativ 10 metri de vârful versantului, această peșteră este aproape invizibilă din exterior și este protejată de influențele intemperiilor. Săpată cu mîgală în stîncă de toltre, peștera s-a păstrat aproape în întregime de-a lungul mileniilor. Accesul către această peșteră este unul dificil, fiind necesară traversarea unei cărărușe înguste și șerpuitoare de-a lungul cornișei stîncii. Este o descoperire remarcabilă, atât de bine camuflată în peisajul sălbatic încât este aproape imposibil să o găsești fără să știi despre existența ei.

Această peșteră neolitică reprezintă nu doar o comoară arheologică, ci și o fereastră către trecutul îndepărtat al acestei regiuni, oferind oportunitatea cercetătorilor și pasionaților de istorie de a înțelege și de a aprecia evoluția umană și schimbările geologice care au avut loc de-a lungul mileniilor în Moldova.

Sărutul Draghiștei

În peisajul idilic al localității Brînzei se găsește un loc de o frumusețe aparte, situat între doi recifi imponenti, acolo unde râul Draghiște își împlinește cursul, vărsându-și apele în râul Racovăț. Acest punct de întâlnire al apelor este cunoscut sub numele de "Sărutul Draghiștei" sau localnicilor le place să-i spună "La Craci". Punctul de convergență al râurilor, marcat de această unire poetică, devine un simbol al armoniei și al echilibrului în natură. Aici, vizitatorii pot admira spectacolul naturii și pot simți apropierea de această forță liniștitoare și înălțătoare.



Rezervația cultural naturală Cuconeștii Vechi - Atlantida de Edineț

La nordul Republicii Moldova, în raionul Edineț, pe malul pitoresc al Prutului descoperim Rezervația Cultural Naturală „Cuconeștii Vechi”, pe o suprafață de aproape 100 de hectare, situată în perimetrul fostului sat Cuconeștii Vechi. Această rezervație este printre puținele arii protejate în țară care îmbină trei elemente – istoric, cultural și natural. La Cuconeștii Vechi, apa a distrus vatra unui sat strămoșesc, dar a dat viață memoriei. Cuconeștii Vechi este un miracol al dăinuirii noastre în timp, e locul întâlnirii cu istoria adevărată a acestui neam.

Trecătoarea ȝiganilor

O altă atracție turistică a satului Cuconeștii Vechi este Trecătoare ȝiganilor, locul unde pe timpuri se putea de trecut Prutul și pe unde se exportau din țară diferite produse agricole (până la construcția podurilor peste Prut).

Rezervația peisagistică „La Castel”

Rezervația peisagistică „La Castel” este o arie protejată, situată în apropierea satului Gordinești, de-a lungul văii Racovățului, pe o fâșie cu lățimea de 200 de metri și lungimea de cinci kilometri. Ea prezintă un peisaj natural de toltre, suprafața cărora este afectată de multiple formațiuni carstice. Șirul de toltre este întretăiat de numeroase pâraiașe, unele formând cascade. În prezent acest loc este un muzeu istorico-geologic natural în aer liber, o minune a naturii, moștenită de noi datorită depozitelor multimilionare din vremuri străvechi. Aici vizitatorul poate descoperi peisaje, care opresc respirația, floră și faună bogată și cel mai important, poate auzi de la băștinași legendele locale asociate cu acest loc.



„Mica Elveție a Moldovei” din Fetești

În zona satului Fetești natura a creat un monument deosebit, numit de savanți Amfiteatrul de la Fetești, care înconjoară de la nord, vest și est satul Fetești, și are o adâncime de circa 100 m, concentrând ca într-o arenă satul. Stânci înalte, pleșuve, adesea total dezgolite, grote și peșteri aproape inaccesibile

pe sub care vuiesc încontinuu Draghiștea și numeroase izvoare, șerpuiind printre copaci și tufari, alcătuiesc un anturaj cu adevărat montan. Acest loc este cunoscut și sub numele de „Mica Elveție a Moldovei” datorită peisajelor feerice pe care le creează. Recent aici a fost edificat un foișor care „planează” deasupra Rezervației Fetești și poartă o denumire foarte romantică **„Aripa Dragostei” din Fetești**. Este o belvedere amenajată în rezervația peisagistică Mica Elveție. De aici vizitatorii pot admira peisajul deosebit al rezervației, faimosul defileu, capul de mamut care se ivește din stânga pleșuvă a defileului, dar și impresionantul Țiglău al Feteștiului.



Cariera Fetești

O fostă carieră de piatră a transformat această localitate într-o atracție turistică deosebită. Cariera din Fetești a fost abandonată încă din perioada sovietică, după ce au secat depozitele de minerale de aici. Ceea ce a distrus omul, a reparat natura, transformând fosta cariera într-un loc unic prin frumusețea sa. Aici zăcămintele de piatră de calcar reprezintă o mărturie impresionantă a forței naturii, iar cariera abandonată din sat oferă un cadru spectaculos pentru pasionații de fotografie și pentru toți cei care apreciază frumusețea naturală a acestor locuri.



Defileul Trinca

Relief satului Trinca este unul abrupt, cu numeroase stânci și defileuri. Cei, care riscă să escaladeze pantele înalte ale defileului, sunt răsfățați cu o priveliște și peisaje covârșitoare, iar cei mai curajoși pot urca până la *peștera lui Scridon*. Aceasta se află la o înălțime de 65 m deasupra defileului, are o dimensiune de 135 m² și datează din paleoliticul mijlociu. Se presupune că în perioada preistorică grotă a fost locuită de oameni. O altă atracție geologică este *peștera hulubilor* sau cum o numesc localnicii *trompa elefantului* ceva mai mică decât peștera menționată mai sus și are o suprafață de 80 m². Defileul Trinca atinge în lungime cam un kilometru, iar înălțimea pantelor ajunge la maximum 140 de metri. Unele porțiuni ale defileului, privite mai atent, creiază impresia unor sculpturi lucrate cu multă migală de cioplitori.



Defileul Burlănești

Defileul Burlănești se află la mai puțin de un kilometru de cariera de la Fetești. Este un monument al naturii de tip geologic sau paleontologic, relativ scurt, are o suprafață ce nu depășește 0,5 km, fundul său este presărat cu bolovani mari și mici, care s-au rostogolit de pe pantele sale, din acest motiv râul Draghiște în acest loc este deosebit de șerpuitor și capricios. S-a format timp de câteva milenii ca rezultat al adâncirii râului Draghiște din contul masivului de calcar de vârstă badeniană din partea inferioară a recifului și a celui de vârstă volhiniană din partea superioară (Sarmațian inferior). Defileul este format din două șiruri de toltre, care se află într-un unghi drept față de celălalt.



Grădina Publică „Vasile Alecsandri” este o oază de verdeață în centrul municipiului Edineț, care-i



frapează din start pe cei ce vizitează Edinețul. Ideea fondării acestei grădini apare imediat după al Doilea război mondial, dar anii-cheie privind fondarea acesteia sunt considerați anii 60 ai sec. XX. Grădina a fost plantată în locul livezilor bătrâne ale boierilor Cozițin, pe o suprafață de 47 ha, fiind formată din copaci de conifere și foioase, tufari etc.

Parcul este bine planificat și are un aspect pitoresc. Aici funcționează o cascadă din trei lacuri, peste care sunt amplasate poduri lucrate din metal forjat. Zona centrală a

parcului cu havuzuri și fântâni arată ademenitor. Frumoasă este și așa-numita Insula de poveste, situată la mijlocul unui lac. Parcul rămâne atractiv pentru vizitatori în orice anotimp, lăsând cele mai plăcute impresii.

Monumente istorice

Fostul conac al familiei Cozițin

Clădirea actuală a primăriei or. Edineț este amplasată în fostul conac al familiei Cozițin. Date generale despre istoria fondării acestei clădiri nu se cunosc. Se știe cu exactitate că în perioada interbelică această clădire a găzduit jandarmeria urbană, iar mai apoi în perioada sovietică a fost utilizată în calitate de sediul al policlinicii raionale.



Conacul cu parc al familiei Cantacuzino din s. Poiana. Parcul și conacul sunt situate la distanțe egale de cele trei sate ale comunei Hincăuți – Clișcăuți, Poiana și Hincăuți, la 18 km de orașul Edineț și la 224 km depărtare de Chișinău.

Conacul a fost fondat în secolul al XIX-lea și a aparținut inițial stolnicului Gheorghe Loizu. În a doua jumătate a secolului al XIX-lea, moșia a trecut în mâinile familiei Cantacuzino. În secolul al XX-lea, moșia se afla în proprietatea familiei Schmidt, de origine germană. Tot atunci clădirea centrală a conacului a fost reconstruită, fapt care reiese din felul în care arată frontonul, care amintește un lăcaș al luteranilor.



Unii cercetători spun că ar fi fost conceput în stilul neogotic, cu elemente decorative răspândite anterior în Europa Occidentală. Familia de boieri Cantacuzino a fost una dintre cele mai avute din spațiul românesc și care are o istorie foarte bogată. Pe timpurile sovietice conacul a fost transformat într-o Casă de Copii pentru orfani, ca apoi să fie reprofilat într-o Stațiune Curativă de talie unională pentru reabilitarea pacienților bolnavi de tuberculoză. În anii '90 ai secolului al XX-lea Stațiunea a fost transmisă la balanța Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”.

Bătrânii din sat își amintesc că ultimul proprietar al conacului ar fi fost un oarecare conte german Scheider sau Schleder. Nu departe de clădirea principală a conacului, la marginea pădurii, au fost înhumați ultimii proprietari ai acestei moșii, cuplul Schmidt. Acum locul înmormântării este marcat de două cruci simple din metal, iar rămășițele celor decedați au fost reînhumate în cimitirul orășenesc Briceni.

În anul 2012 conacul a fost vizitat de către fiica cea mai mică a ultimilor proprietari ai conacului, care avea mult peste 80 de ani. Ea a părăsit conacul la vârsta de doisprezece ani, în prezent locuiește în România. În incinta conacului au fost filmate unele scene din filmul „Lăutarii”. În prezent este un monument de arhitectură de importanță națională.

Conacul cu parc al lui Vasile Stroescu din s. Brînzeni datează din a doua jumătate a sec. XIX și este



realizat în stilul clasic rusec. În anii 1870–1880, această entitate economică era un exemplu bine cunoscut în Basarabia, datorită gradului mare de rentabilitate. Complexul includea anexe de tot felul: căsoaia, hambar, oloiniță, grajduri pentru cai, fierărie. Conacul era unul tipic pentru boierii basarabeni din a doua jumătate a sec. al XIX-lea. Spre sfârșitul secolului, în fața conacului a fost plantat un parc. În prezent este un monument de arhitectură de importanță națională.

Conacul Stremiade – este situat în partea de nord-est a satului Șofrîncani. Acest conac datează din sec. al XIX-lea, casa din acest complex a fost ridicată în timpul proprietarului de origine greacă Spiridon Constantin Stremiade (1826-1898). La începutul sec. al XX-lea proprietar devine Ijacovski, care a construit înaintea casei un canton, a amplasat un parc cu specii rare de copaci. Clădirile au avut de suferit în urma construcțiilor auxiliare. Acoperișul clădirii principale era făcut din șindrilă, apoi înlocuit cu cel din ardezie. Întregul conac reprezintă în sine un complex de clădiri cu o încăpere largă în mijloc, care reflectă în sine dezvoltarea arhitecturală a Basarabiei. (La moment se află în proprietate privată).



Spitalul cu parc dendrologic din s. Stolniceni. Pe moșia Stolniceni, soții Mihai și Eliza Stroescu au construit, după modelul francez, un spital de boli infecțioase și un dispensar, pe care le-au dotat cu



cele mai moderne aparate și un inventar medical performant pentru vremea lor. Complexul spitalicesc se compunea din blocul principal al spitalului, dispensarul menționat mai sus, blocul de laborator, bucătărie, farmacie, depozite și alte construcții gospodărești.

În anul 1910, în preajma spitalului din Stolniceni, pe malul stâng al Ciuhurului, a fost plantată o livadă cu pomi fructiferi și amenajat un parc dendrologic. Livada a fost sadită de o parte și de alta a drumului, ce duce spre blocurile spitalului, iar parcul – în spatele spitalului. Pentru obținerea

efectului estetic necesar, la amenajarea spațiului au fost folosite varietăți vegetale, precum: brazi, pini, paltini, jugaștri, plopi, liliac etc. În interiorul parcului a fost creată o alee din ulm sub formă de litera S – prima litera din numele satului Stolniceni și a familiei Stroescu.



Clădirea fostului spital din satul Trinca construit de Mihai Stroescu în 1912

Seminarul Teologic din 1875, mun. Edineț

Clădirea fostului Seminar Teologic oferă orașului un aspect aparte și își începe istoria în urma cererii Congresului Eparhial al preoțimii din Basarabia, la anul 1869, în orașul Bălți, pentru a primi copiii din județele Hotin, Soroca și Bălți, care nu mai încăpeau în școala similară din orașul Chișinău.

La 1 noiembrie 1872 a fost adoptată Hotărârea cu privire la transferarea școlii spirituale din Bălți la Edineț. În anul 1873 s-au început lucrările de construcție a școlii și tot în acest an, în septembrie, s-au început studiile. La 11 martie 1877 s-a finisat construcția școlii (la moment clădirea Gimnaziului „Grigore Vieru”) și a căminului pentru elevi (la moment clădirea Liceului Teoretic „D. Cantemir”).



Cimitirul evreiesc din Edineț

Cimitirul evreiesc din Edineț este unul din cele mai vechi cimitire din Europa, fiind amplasat în partea de sud a orașului. Cimitirul este împărțit în zona veche și cea nouă.

În vara anului 1941 pe teritoriul Basarabiei au fost create 49 de lagăre de concentrare și ghetouri. Unul din aceste lagăre era în Edineț, în care conform unor estimări ale cercetătorilor au murit în jur de 13 000 de evrei. În partea din dreapta a cimitirului se află două gropi comune ale victimelor holocaustului. Unii bătrâni își mai amintesc anul 1941, când evreii erau mânați desculți, în lanțuri, până la cimitir, unde își săpau groapa, după care erau împușcați și cădeau direct în ea. Cimitirul este inclus în lista obiectivelor ce sunt parte diferitor excursii tematice prin oraș.

Monumente religioase

Biserica „Sf. Vasile” or. Edineț



Biserica din Edineț a fost construită în 1870 din piatră pe moșia boierului Cozițin Petru și Sofia. Pentru construcția bisericii familia Cozițin a donat 2000 de ruble. A fost sfințită de Sfântul Vasile cel Mare și are hramul cu același nume.

Mănăstirea „Nașterea Domnului” din satul Zăbriceni

Mănăstirea „Nașterea Domnului” a fost înființată la data de 4 august 1999, din apropierea satului Zăbriceni. Acest așezământ monahal este amplasat la o margine de pădure, într-un loc pitoresc, fiind unica mănăstire din raionul Edineț și singura mănăstire de călugări din întreaga Episcopie de Edineț și Briceni, pentru că celelalte trei – Călărășeuca, Rudi și Briceni – sunt mănăstiri de maici.

Pe teritoriul mănăstirii au activat și 2 școli teologice: Seminarul Teologic Liceal (1999-2009) și Facultatea de Teologie Ortodoxă (2004-2009).



Mănăstirea nu înseamnă doar rugăciune și pocăință, dar și multă muncă. Aici călugării prepară cu mare dragoste diferite produse ecologice precum: ceaiuri, miere naturală, siropuri din pădărie și din mugur de brad și pin, etc. Din anul 2013, ceaiurile „Biocămara” sunt certificate ca produse ECO, în anul 2016, au obținut indicația geografică protejată „Ceai de Zăbriceni”.



Biserica de lemn „Sfinții Arhangheli Mihail și Gavriil” din satul Rotunda

Biserica de lemn din satul Rotunda este bijuteria religioasă, istorică, dar și turistică a raionului Edineț.

Aceasta reprezintă o casă țărănească, cu acoperiș în pante, fără cupole, ce a păstrat aspectul exterior caracteristic sec. al XVII-lea, având o structură arhitecturală asemenea celei din evul mediu. Planul arhitectural reprezintă o casă de locuit, cu un acoperiș trainic din șindrilă. Complexul este format din biserică și clopotniță aparte. Biserica a fost construită din lemn, de meșteri locali în anul 1802.

Biserica de lemn „Sfânta Treime” din s. Tîrnova

Biserica a fost deschisă în anul 1812. La construcția ei au participat locuitorii din sat, dar și cei din satul vecin, Halahora. Construcția de bază a fost ridicată din lemn, iar fundamentul din piatră. Deși pictura murală a fost distrusă, vechile icoane s-au păstrat și asta datorită oamenilor din localitate care în anii ateismului au apărut biserica într-un mod aparte. În biserica „Sfânta Treime” și astăzi se oficializează servicii divine. Este inclusă în Registrul monumentelor ocrotite de stat ca monument de importanță națională.



Biserica de lemn din Alexăndreni cu hramul „Sfinții Arhangheli Mihai și Gavriil”. Această biserică datează din anul 1792. La început a fost construită de localnici în satul Corestăuți, raionul Briceni, carcasa fiind ridicată din bârne de lemn care erau acoperite cu scânduri, iar acoperișul era din stuf. Se consideră că în anul 1800 a fost dezinstalată din satul Corestăuți și adusă și asamblată în satul Alexăndreni. La fel este inclusă în Registrul monumentelor ocrotite de stat ca monument de importanță națională.

Biserica de lemn din Hincăuți

Biserica de lemn „Sf. Arh. Mihail și Gavriil” a fost adusă la Hincăuți din localitatea Lomancineț, județul Hotin. Locașul sfânt face parte din categoria bisericilor vechi moldovenești, fără cupola, cu acoperiș în două ape, compartimentată în pridvor, pronaos și altar. Deasupra acoperișului clopotniței, a naosului și a altarului se află câte o cruce de fier forjat. Pe temelia din piatră au fost așezate bârnele, căptușite pe din afara cu scânduri. În perioada regimului sovietic lăcașul nu a activat. Actualmente biserica de lemn din Hincăuți este monument de arhitectură de importanță națională și este ocrotită de stat.



Biserica „Sf. Arhangheli Mihail și Gavriil” din s. Trinca a fost construită în anul 1845 de către familia Stroescu. Este un monument architectural de importanță locală.

Muzee

Muzeul Ținutului Edineț

Cu o istorie adânc implantată în inima Edinețului sunt și clădirile Muzeului Ținutului. Construite în anii 1922–1924 de Druț Leibman Șmil, au fost transmise mai apoi Societății evreiești locale pentru spital.

În timpul celui de-al Doilea război mondial, în luna martie a anului 1944, în ambele clădiri a fost amplasat statul-major al regimentului 123 de grăniceri, care primise misiunea de a restabili frontiera. Mai apoi, după război, în incinta principală a complexului a activat policlinica raională și stomatologică.

În luna mai 1975 a fost adoptată hotărârea Comitetului Executiv Edineț privind transmiterea clădirii fostei policlinici pentru muzeu. La 29 mai 1982 a fost deschisă prima expoziție staționară în cadrul *Secției de istorie și etnografie*, cu un patrimoniu de peste 10 000 piese de divers tip. În anul 2019, în cadrul secției a fost inaugurată o nouă sală dedicată represiunilor staliniste. În 2021, a fost prezentată publicului larg o nouă sală de arheologie care cuprinde obiecte arheologice, o imitație unui tumul, o



peșteră – locuință a oamenilor preistorici și o imitație a unui sit arheologic în care copiii pot săpa și descoperi artefacte.

La 16 ianuarie 1984 a fost deschisă *Secția Natură*. Această secție se divizează în patru compartimente importante: protecția solului și subsolului, fenologia ținutului, protecția naturii, protecția florei și faunei din aria raionului Edineț. Aici sunt expuse și unele plante, păsări și insecte introduse în

Cartea Roșie a Republicii Moldova, diverse animale împăiate, precum: cerbul nobil, ierul de stâncă, mistrețul, diverse păsări etc. În secția Natură sunt expuse 697 exponate.

Practic o nouă instituție muzeală, *Secția de artă populară* – a fost deschisă la 15 ianuarie 1993. Scopul ei era de a studia obiceiurile și tradițiile, precum și de a promova în masă meșteșugurile populare locale, de a scoate din anonimat meșterii populari din zona de nord a Moldovei. Patrimoniul acestei secții cuprinde 496 exponate.

În anul 2016, în secția de artă populară a muzeului a fost deschisă sala „CASA MARE” aici a fost montată o expoziție staționară cu toate lucrurile ce țin de *casa mare* a neamului nostru.

Muzeul este vizitat nu numai de cetățeni ai Republicii Moldova, dar și de oaspeți din diferite state precum: Letonia, Lituania, Italia, Germania, Israel, Rusia, Belarusia, Spania, SUA ș.a.



Muzeul Ținutului Edineț este mai degrabă o instituție cultural-științifică, iar colaboratorii acestuia continuu își desfășoare activitatea de colectare a materialelor și de efectuare a cercetării diverselor teme de un interes sporit pentru localnici, dar și întreaga republică.

Muzeul „Casa Amintirilor” din satul Hincăuți



În micul sat Hincăuți, în anul 2022, a avut loc lansarea unui muzeu privat. De la bun început s-a poziționat ca locație plină de amintiri ale locuitorilor și care deschide cortina teatrului vieții rurale, reprezintă sufletul și cultura satului.

Muzeul este format din două săli. În prima sală vizitatorul poate face cunoștință cu diverse repere istorice ale satului Hincăuți și cu soarta locuitorilor săi. A doua sală este dedicată lucrărilor de artizanat și tradițiilor culturale. Perla

adevărată a muzeului este un covor mare vechi, realizat de meșteri locali încă în anii 1880-1890, donat muzeului de către Nicolae Baciuc, locuitor al satului.

Casa memorială „Arhimandritul Sofian Boghiu” din Cuconeștii Vechi

Casa Memorială „Arhimandritul Sofian Boghiu” a fost deschisă în satul de baștină a marelui duhovnic



român – Arhimandritul Sofian Boghiu. Muzeul este amplasat într-o casă bătrânească aflată practic în ruine la momentul procurării, ultima casă care a rămas după dispariția fostului sat Cuconeștii Vechi. Imobilul a fost restaurat pentru inaugurarea în incinta acestuia Casei Memoriale a Părintelui Sofian Boghiu.

În paralel s-a lucrat cu memoria localnicilor, care l-au cunoscut pe Părintele Sofian, pentru colectarea unui număr cât mai mare de mărturii care pot oferi

imaginea de ansamblu a personalității sale.

Casa memorială, după ample lucrări, și-a deschis prima dată ușile pentru vizitatori la 14 septembrie 2020.

Foișorul părintelui Sofian

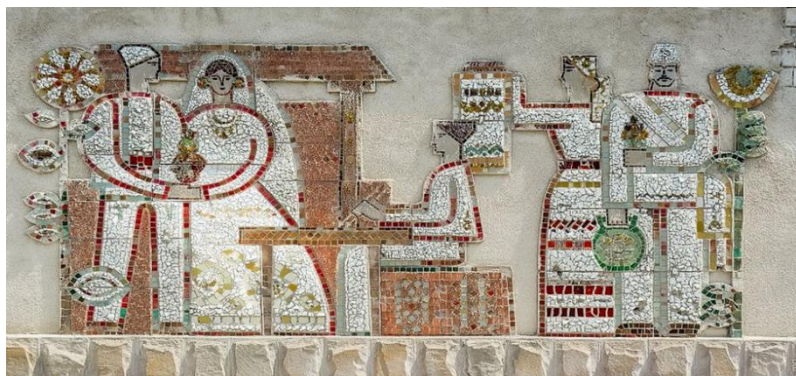
Recent în apropierea casei memoriale „Arhimandrit Sofian Boghiu” din satul Cuconeștii Vechi a fost construită o scară de acces către Prut cu 33 de trepte din beton armat și o terasă cu baptisteriu mai numit „foișorul Părintelui Sofian”. Această belvedere, aidoma unui cuib de rândunică, domină acum întreaga împrejurime și poate fi observat de la zeci de kilometri, de pe ambele maluri ale Prutului.



Monumente industriale

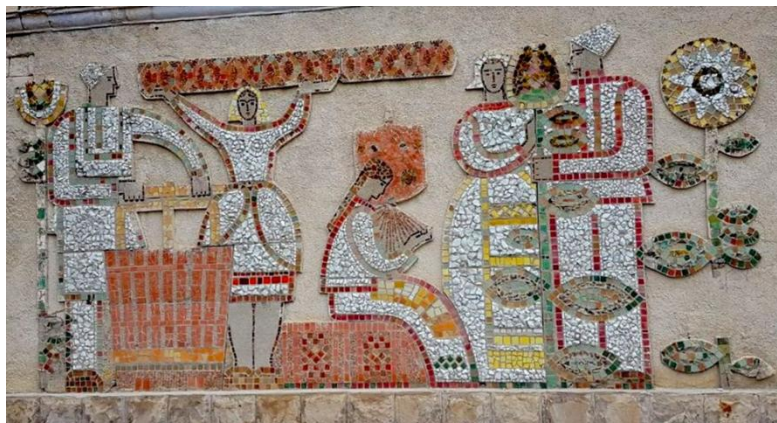
Oloinița și moara de aburi din s. Șofrîncani a fost construită pe la sf. sec. al XIX-lea fiind așezată în partea estică a satului. Partea principală a clădirii a fost construită în 1876 în perioada mecanizării active a proceselor de producerea uleiului și făinii. Mecanismele morii sunt puse în funcțiune de un motor electric. Pereții sunt construiți din blocuri de piatră și cărămidă roșie. Blocul central este alcatuit din două nivele predestinate pentru mecanismele morii. În anul 60 ai sec. XX au fost construite încăperi depozitare cu un nivel. Acoperișul ridicat cu două frontoane, din metal care mai tirziu a fost înlocuită cu foi de ardezie. După datele Agenției Naționale de Inspectare a Monumentelor oloinița și moara se afla în stare satisfăcătoare. Obiectivul se regăsește în Registrul monumentelor ocrotite de stat, are statut de monument de importanță națională.

Mozaica Casei de Cultură Edineț constă din două panouri mari, realizate în 1969 odata cu construcția Casei de Cultură. Aceste două mozaici au înălțimea de 2,5 m și lungimea de 5,3 m fiecare. Mozaicul din partea stângă a intrării în Casa de cultură reprezintă o întruchipare a nunții tradiționale moldovenești. Sunt realizate principalele figuri ale evenimentului tradițional precum mirele și mireasa și nunii, care întâmpină pe tinerii însurăței cu pâine și sare, ulciorul cu vin și un buchet de flori. În centrul compoziției nelipsiți sunt lăutarii – element distinct al nunții moldovenești, întruchipați de țambalistul.



sare, ulciorul cu vin și un buchet de flori. În centrul compoziției nelipsiți sunt lăutarii – element distinct al nunții moldovenești, întruchipați de țambalistul.

Pe a doua mozaică sunt reprezentate etapele de procesare a uleiului din semința de floarea soarelui: de la plantarea și creșterea floarei soarelui până la culegerea roadei și stoarcerea uleiului prin utilizarea tehnicilor vechi manuale de obținerea acestuia.



Totodată, în urma comunicării cu persoanele interesate din raionul Edineț au fost scoase în evidență importante **mărturii ale culturii locale imateriale**, cum ar fi:

- Legende de locuri;
- Istoria locală;
- Tradițiile populare locale;
- Ansambluri folclorice;
- Meșteri populari locali;
- Evenimente culturale locale importante (ex: Tabăra internațională de creație a pictorilor și sculptorilor "Parcova NOVA");
- etc.

Acestea necesită valorificare specifică pentru a fi atractive turiștilor, inclusiv prin acțiuni de susținere a colectivelor artistice ce promovează cultura și tradițiile locale (ex: procurarea atributelor necesare, costumelor tradiționale locale etc), promovarea tradițiilor populare locale la diverse evenimente, îmbunătățirea activității instituțiilor culturale etc. Aceste măsuri sunt propuse în planul de acțiuni al prezentului document.

1.2 Performanțele destinației turistice Edineț

1.2.1 Facilitățile și dotările turistice existente în destinație

Destinația turistică Edineț este amplasată la o anumită distanță de principalii furnizori de turiști (220 km de la Chișinău, 72 km de la Bălți, 100 km de la Soroca, 156 km de la Suceava, 126 km de la Cernăuți) și acest lucru presupune necesitatea unor structuri de cazare aici. Astfel în această destinație sunt cca 10% din capacitatea de cazare regională, iar la moment în raionul Edineț sunt funcționale următoarele **unități de cazare**:

- hotel „Vila Bomond” (mun.Edineț, str. Independenței 37A),
- hotel „Florentina” (mun.Edineț, str.Independenței 228),
- hotel „Bastilia” (la ieșire din mun. Edineț),
- pensiunea „Sălcioara” (s. Hlina Mică),

- pensiunea „Floarea de colț” (s. Onești),
- locația „IazDen” pentru cazare, odihnă, pescuit (s. Hincăuți).

Trebuie să constatăm la nivel de destinație un dezechilibru dublu:

- o pondere însemnată a capacității de cazare în mun. Edineț față de restul raionului,
- precum și o lipsă a unităților de cazare în preajma principalelor atracții turistice solicitate.

Totodată, în prezent, în Edineț se observă o insuficiență a structurilor de cazare ce prestează servicii de calitate la prețuri libere, majoritatea hotelurilor înregistrând indici scăzuți de ocupare.

Analiza calitativă a spațiilor comerciale de cazare în rn. Edineț

denumire	nr.odăi	locuri	personal
Hotel „Bomond”	12	24	9
Hotel „Florentina”	10	22	6
Hotel „Bastilia”	9	18	2
Pensiunea agroturistica „Salcioara”	11	22	3
Pensiunea „Floare de colț”	3	11	0
„IazDen”	4	8	1
Camping „La Fetești”	3	10	2
Tabăra „Poienița veselă” din s. Ruseni	24	200	25
Total	76	315	48

Cu toate acestea, majoritatea structurilor de cazare nu corespund criteriilor naționale/internaționale de calitate.

Performanțele sistemului de cazare în Edineț

	Numarul de camere			Numarul de locuri-pat			
	2008	2022	% 2022/2008	2008	2022	% 2022/2008	nr. med. loc/camere
Total pe tara	8149	8333	104,30%	28265	24709	87,42%	2,97
RD Nord	1071	1117	116,30%	5264	4417	83,91%	3,95
rn. Edineț	92	107	113,74%	489	459	93,87%	4,29
% din total RM	1,13%	1,28%		1,73%	1,86%		
% din total RDN	8,59%	9,58%		9,29%	10,39%		

Analiza dinamicilor performanțelor sectorului de cazare scot în evidență o creștere ușoară a numărului de odăi, dar pe fondul unei descreșteri a numărului factologic de locuri de cazare cuplat cu un grad de confort mai jos (în mediu peste 4 paturi într-o odaie).

La fel, constatăm un interes constant pentru oferirea de cazări în casele familiilor localnicilor din raion sau unele zone de odihnă amenajate, ca de exemplu:

- „Casa părintească muzeu” (familia Cucoară, s. Parcovă);
- „Casa copilăriei mele” (familia Tîrnovan, s. Fintina Alba);
- Popas la iazul „Hîrtopului” (Aurel Bradu).

Din **serviciile de alimentare** putem menționa în destinația turistică Edineț:

- Restaurant „Kreposti” (mun. Edineț, str. Șos. Bucovinei 15B),
- Restaurant „Bastilia” (mun. Edineț, traseul Chișinău- Cernăuți, M14),
- Restaurant „Family” (mun. Edineț, str. Independenței 84),
- Restaurant „Smarald” (mun. Edineț, str.Independenței 167),
- Restaurant „Sangal” (mun. Edineț, str.Independenței 37A),
- Restaurant „Paradis” (mun. Edineț, str.Independenței 31A),
- Restaurant „Bucovina” (mun. Edineț, Șos. Bucovinei 66),
- „Arina Banquet Hall” (mun. Edineț, str. 31 august 2A),
- „AromaCafe” (mun. Edineț str.Ștefan Vodă 6),
- „Stalbe s Burgers Gastrobar” (mun. Edineț, str. Independenței 126/2),
- „Coffein” (mun. Edineț, str. Independenței),
- „Jasmin Cafe” (mun. Edineț, str. Independenței 57 2),
- Pizzeria “Vatra” (or. Cupcini str. Chisinaului 15/1),
- TribCaffe (mun. Edineț, srl Tribum),
- Sala de ceremonii „Diana” (s. Parcova).

La fel, constatăm o pondere dominantă a structurilor de alimentație recomandate turiștilor în mare parte în mun. Edineț, iar din oferta acestora practic lipsesc preparatele locale autentice. Totodată trebuie să remarcăm că aici există o serie de elemente de gastronomie (unice, originale) ce pot fundamenta motivația vizitelor în localitățile din Edineț, cum ar fi:

- ✓ Supa cu šiuchiței,
- ✓ Golgoros,
- ✓ Sarmale roșii,
- ✓ Găluște de bigos,
- ✓ Pârjoale din hrișcă,
- ✓ Babă găurită,
- ✓ Plăcintă cu sveclă de zahăr și miez de nucă,
- ✓ Plăcinte colțișoare,
- ✓ Alivancă,
- ✓ Mălai de mături cu bostan,
- ✓ Pălăncuță pe vatră,
- ✓ Turte cu jufla,
- ✓ Covrigi umflați,
- ✓ Torta de Edineț,
- ✓ Jintiță,
- ✓ Vișinata de Edineț,
- ✓ Țuică din sfeclă de zahăr,
- ✓ Chisăliță din fructe verzi,
- ✓ Coraslă fiartă – băătură.

Iar în Parcova intenționează să se organizeze **Festivalul Babelor**, pentru a celebra baba albă; baba neagră și mâncarea tradițională de la nordul Moldovei cu cântece și dansuri autentice.

1.3 Capacitatea personalului local de a asista profesional deservirea turiștilor

În destinația turistică Edineț momentan activează peste 100 persoane în deservirea turiștilor, aceste persoane sunt distribuite în felul următor:

- 6 ghizi în Muzeul Ținutului Edineț (inclusiv 1 pers. pentru excursii extra-muzeale);
- 1 ghid local în Muzeul de Istorie și Etnografie s. Țirnova;
- 1 ghid în Mănăstirea „Nașterea Domnului” din satul Zăbriceni;
- 48 angajați în structurile de cazare;
- peste 50 persoane deservesc clienții în unitățile de alimentație publică recomandate turiștilor.

Majoritatea acestora sunt implicați în prestarea serviciilor turistice de bază (cazare, alimentare, ghidaj) și sunt angajați în unități instituționalizate, care sunt funcționale un timp îndelungat pe piața turistică. Totodată, o bună parte sunt fie personal administrativ și auxiliar, fie sezonier. Personalul de contact direct cu clientela (cca 50 persoane) de cele mai multe ori nu e instruit potrivit rigorilor de pe piața turistică. La fel, o parte din servicii nu sunt prezente pe piața turistică din destinația Edineț (ex: organizarea agrementului), însă sunt momentan compensate cu vizite la puținii meșteri populari locali sau vizitele la evenimentele culturale locale din localitățile de aici, ceea ce este insuficient. Mai mult, caracterul atracțiilor localizate în zonele naturale ale Edinețului, determină o lipsă sau insuficiență de personal lângă acestea, dar și o mobilitate redusă a ghizilor de a însoți călătorii pe trasee tematice. Drept consecință, turiștii nu ajung să fie îndemnați să viziteze aceste locuri și respectiv să-și extindă aria de călătorii, petrecând în r-nul Edineț o perioadă mai mare de timp. Judecând după prezența mai mult ca modestă, sporadică și necalitativă pe piața de marketing (online/social media) a ofertei destinației turistice Edineț, putem concluziona că, implicarea personalului dedicat vânzării și marketingului pro-activ este insuficientă. Astfel, sunt necesare instruirea și implicarea mai activă a personalului în promovarea propriei oferte deopotrivă cu oferta destinației Edineț. Fiecare unitate de deservire a oaspeților necesită să funcționeze ca un punct de informare despre călătoriile turistice prin raion, iar personalul de aici trebuie să obțină abilitățile și cunoștințele necesare acestui demers, precum și să dețină suficiente instrumente de promovare în acest sens. Astfel, hărțile turistice cu ofertele tematice, broșuri și materialele distributive, împreună cu web-ul dedicat turismului din Edineț și alte instrumente digitale, vor fi necesare pentru personalul de contact cu turiștii în fiecare unitate de deservire a oaspeților.

În cadrul analizei unor posibilități suplimentare de susținere a proiectelor locale de turism în r-nul Edineț primăriile au arătat disponibilitatea de a elabora/promova proiecte dedicate și a găsi mijloace financiare pentru acțiuni concrete de turism (ex: traininguri specializate a persoanelor implicate, elaborarea de documente strategice de turism local, hărți turistice, material promoțional, organizarea de evenimente cu impact turistic, etc.) localizate pe teritoriul subordonat.

1.4 Evaluarea produsului turistic al destinației Edineț comercializat pe piață

Destinația Edineț, bogată în patrimoniu cultural, istoric și natural, este subreprezentată în mediul online față de alte raioane din Moldova, care beneficiază de o prezență digitală activă și strategică. Această lipsă de vizibilitate online (pe www.descopera.md numai 1 atracție din raionul Edineț se găsește în top 50 din Republica Moldova) limitează potențialul său turistic, iar informațiile disponibile se regăsesc doar în articole sporadice sau reportaje pe site-uri de știri locale (www.diez.md, www.tvrmoldova.md, www.unimedia.info, www.ea.md etc.) și pe câteva platforme de rezervări, cum ar fi www.booking.com și www.airbnb.com. Aceasta sugerează că raionul Edineț nu este încă promovat intensiv ca destinație turistică.

Un prim pas în evaluarea produsului turistic al destinației Edineț comercializat pe piață este analiza comparativă cu alte raioane din republică. Prin comparație, raioanele Orhei, Rezina sau Soroca, sunt recunoscute pentru promovarea eficientă prin rețele sociale, campanii de marketing digital și colaborări cu influenceri, pe când Edineț are o prezență online limitată și duce lipsa unei strategii coezive de promovare.

Unele exemple din Moldova arată cum diferite destinații utilizează resursele și caracteristicile locale pentru a se diferenția pe piața turistică. Fiecare folosește o combinație de evenimente, parteneriate și promovare digitală pentru a atrage și a menține interesul vizitatorilor. Aceste strategii pot fi adaptate și aplicate pentru a îmbunătăți oferta turistică a raionului Edineț.

Astfel, Complexul cultural-natural „Orheiul Vechi” este promovat printr-o combinație de evenimente culturale, inclusiv festivaluri tradiționale și activități în aer liber, care atrag atenția atât turiștilor locali, cât și celor internaționali. Promovarea se face prin site-uri dedicate, inclusiv pentru cazări și evenimente, broșuri informative și o prezență puternică pe rețelele sociale, care povestesc istoria și frumusețea naturală a zonei.

Mănăstirea Saharna, recunoscută pentru frumusețea naturală și importanța spirituală, este promovată ca o destinație de pelerinaj și turism de natură. Strategiile de promovare includ organizarea de evenimente religioase care atrag vizitatori din întreaga țară și din străinătate, utilizarea rețelelor sociale pentru a arăta peisajele pitorești și promovarea experiențelor de meditație și odihnă spirituală.

Complexul monastic Țipova, care include una dintre cele mai mari peșteri monahale din Europa, este promovat prin punerea în valoare a combinației unice de patrimoniu istoric și frumusețe naturală. Tururile ghidate ale mănăstirii și peșterii sunt elemente cheie în atragerea turiștilor, iar promovarea se face prin broșuri, site-uri de turism și prezentări la târguri de turism naționale și internaționale.

În raionul Edineț, un aspect de evidențiat e absența pachetelor turistice integrate care să cuprindă colaborări între diferitele servicii turistice, cum ar fi cazarea, restaurante și atracțiile locale. Aceasta înseamnă că nu există oferte colective sau acorduri de colaborare între, de exemplu, hoteluri și deținători de atracții (mănăstire, muzee, parcuri, etc.) care să ofere o experiență completă turistului, acesta fiind lăsat să-și organizeze singur programul și logistica vizitei în destinația turistică Edineț. Aflat în dilema de a călători mult prin Edineț sau a se limita doar la servicii unitare, turistul neinformaț preferă de regulă doar un număr limitat de servicii, ceea ce reduce puternic din consumul turistic

potential înregistrat în destinație. Lipsa unor astfel de sinergii reduce eficiența promovării turistice a regiunii și este un dezavantaj în atragerea unui număr mai mare de vizitatori. Fără pachete turistice care să combine cazarea cu activități culturale sau de relaxare, potențialii turiști ar putea alege alte destinații care oferă o experiență mai integrată și simplificată (ex: Orheiul Vechi). Acest fapt subliniază o oportunitate semnificativă pentru prestatorii locali de a dezvolta produse turistice mai atractive și mai competitive pe piața din Moldova. Destinația turistică Edineț fiind amplasată mai departe de piețele furnizoare de turiști, pentru Edineț necesită aproape obligatoriu minim o cazare și respectiv un program mai complex de vizite spre atracțiile din această zonă. De aceea și colaborarea dintre structurile de cazare și alte atracții și facilități turistice este determinantă pentru viitorul destinației turistice Edineț.

Pentru a crește vizibilitatea și atractivitatea Edinețului ca destinație turistică, se recomandă adoptarea unor tehnici de promovare digitală existente pe piața Moldovei. Implementarea unor soluții inteligente, cum ar fi dezvoltarea unei platforme web integrate, utilizarea intensivă a rețelelor sociale, parteneriatele cu influencerii și turismul digital, ar putea transforma semnificativ modul în care destinația este percepută și experimentată de turiști. Astfel pentru Edineț, ar trebui:

- creat conținut atractiv și informativ, de către o echipă dedicată,
- dezvoltat un site web dedicat turismului în raion,
- menținută o prezență constantă pe rețelele sociale,
- utilizarea eficientă a SEO¹ va îmbunătăți vizibilitatea online,
- colaborările cu influenceri vor extinde reach-ul² campaniilor publicitare pentru destinația turistică Edineț.

Pare că în prezent, promovarea turistică a Edinețului nu include utilizarea extinsă a soluțiilor tehnologice avansate sau abordări de marketing digital inovatoare. Strategiile de promovare par să fie mai tradiționale și nu se bazează pe cele mai noi tehnologii sau metode de marketing online.

Cu toate acestea, este important să menționăm că aceasta este o oportunitate pentru Edineț de a îmbunătăți și moderniza abordările de promovare turistică. Aceste schimbări nu numai că ar putea atrage mai mulți vizitatori, dar ar putea spori calitatea experienței turistice, oferind informații accesibile și interacțiuni captivante prin intermediul tehnologiei. Prin urmare, există un potențial semnificativ pentru Edineț de a adopta și implementa soluții inteligente de promovare pentru a-și îmbunătăți prezența turistică.

Experiența altor destinații similare prezintă un set de sugestii de acțiuni specifice, care ar îmbunătăți calitatea ofertei turistice în destinația Edineț, inclusiv:

1. **Rute turistice tematice** cu combinații din câteva atracții notorii din Edineț;
2. **Programe turistice** pentru 2 zile;

¹ SEO: search engine optimisation (din engl. optimizarea pentru motoarele de căutare).

² reach - termen folosit în marketing pentru a descrie numărul de persoane sau de potențiali clienți cărora un mesaj publicitar sau o campanie încearcă să ajungă.

3. **Pachete turistice integrate** care să combine cazarea cu activități în aer liber, culturale și de relaxare, cum ar fi vizite la obiectivele naturale, istorice locale și participarea la festivaluri tradiționale, va oferi o experiență completă vizitatorilor.

La aceste propuneri se poate de recomandat și următoarele acțiuni:

- **Implicarea comunității locale:** utilizarea poveștilor și experiențelor locuitorilor în materialele de marketing va adăuga autenticitate și va crește interesul turiștilor. Parteneriatele cu afacerile locale, inclusiv restaurante și pensiuni, vor spori coeziunea ofertei turistice.
- **Focalizarea pe unicitatea naturală, culturală și istorică** a regiunii și implicarea oamenilor locului în procesul de marketing sunt esențiale pentru atragerea unui număr mai mare de vizitatori și contribuția la dezvoltarea economică locală.
- **Capacitarea personalului din turism și ospitalitate** pentru a promova oferte turistice competitive.
- **Agregarea tuturor ofertelor turistice și informațiilor** relevante pe o platformă unică de prezentare atractivă a destinației Edineț.
- **Implementare de strategii de marketing on-line:** Edinețul trebuie să creeze campaniile de marketing pentru a-și consolida prezența în mediul online și pentru a concura eficient pe piața turistică;

Aceste schimbări nu doar vor îmbunătăți vizibilitatea raionului Edineț, ci și vor atrage mai mulți vizitatori, sprijinind dezvoltarea sustenabilă a regiunii.

1.5 Politicile publice sectoriale locale pentru dezvoltarea turismului local

Politicile publice locale de turism din raionul Edineț sunt stabilite în documentele strategice de nivel raional (Strategie de dezvoltare socio-economică a raionului) și cele ale primăriilor (strategiile de dezvoltare socio-economică a localităților). Mai jos sunt evidențiate principalele aspecte legate de turism în ambele tipuri de documente, inclusiv analizate modul de prezentare a turismului cu domeniu economic local, direcțiile strategice și acțiunile relevante turismului angajate de APL.

Strategia de dezvoltare socio-economică a raionului Edineț (2021 – 2025) este documentul care stabilește cadrul de dezvoltare echilibrat din perspectiva mai multor sectoare, inclusiv turismul.

Documentul evidențiază poziția geografică favorabilă pentru turism a destinației Edineț, amplasată în partea de nord-vest a Republicii Moldova pe Platoul Moldovei la 202 km de capitala Chișinău și fiind mărginită de raioanele Briceni, Ocnița, Dondușeni, Râșcani, la vest pe râul Prut cu România. Raionul Edineț are 49 localități organizate în 32 primării: municipiul Edineț, orașul Cupcini, 11 comune și 19 sate.

Raionului este accesibil turistului internațional, fiind traversat de magistrala internațională M14 (Brest-Briceni-Chișinău-Tiraspol-Odesa) cu lungimea de 34,43 km, magistrale auto de importanță națională R8 (Edineț – vama Otaci la Nistru) în partea de est și R45 (Brătușeni-Zaicani-Pârjota, iar de aici spre vama Costești la Prut). Magistralele naționale constituie 18,7% din numărul total al drumurilor raionului.

Suprafața totală a teritoriului raionului constituie 93,3 mii ha (932,91 km²), inclusiv terenuri cu potențiale atracții: fonful silvic – 8,1 mii ha (8,7%), fondul apelor – 2,8 ha (3,0%).

Edineț, în contextul național și regional este promovat ca un potențial pol de creștere în cadrul Regiunii de Dezvoltare Nord (RDN), iar existența unui potențial economic, administrativ, turistic și asociativ și a unei infrastructuri avantajoase (intersecția unor coridoare de transport importante), poate contribui la devenirea acestuia a unui raion dinamic și competitiv. Pentru a reuși acest lucru documentul strategic precizează necesitatea definirii unei identități și implicit, construirea unui *brand atractiv al raionului*, prin care urmărește să-și schimbe imaginea într-un mod pozitiv inclusiv cu scopul de a: (i) atrage noi rezidenți și turiști; (ii) crește numărul de activități culturale; (iii) crea o destinație turistică de înaltă calitate, etc.

Destinația turistică Edineț se poziționează pe piață cu stânci miraculoase ale Defileului Fetești și Grotele Brînzei, ce impresionează călătorii prin măreția monumentelor sale naturale, una dintre cele mai mari și frumoase grădini publice din regiune – Grădina publică „V. Alecsandri”, amplasată în or. Edineț fiind preferată pentru agrementul cetățenilor și oaspeților raionului. La fel e evidențiată existența patrimoniului cultural material mobil (bunuri culturale aflate în muzeu și colecții) și imobil (monumente, clădiri istorice) și patrimoniu cultural imaterial (tradiții, festivaluri, obiceiuri). Astfel, Edineț urmărește să devină un raion de succes și sustenabil din Regiunea de Dezvoltare Nord cu întreprinderi economice funcționale și suficiente locuri de muncă, cu drumuri renovate și iluminate, cu multi copii și tineri, turism dezvoltat.

Strategia evidențiază **principalele atracții turistice** din raion precum și **cadru strategic de intervenție** necesar valorificării acestora. Mai jos urmează listarea principalelor politici publice locale și grupuri de acțiuni programate pentru încurajarea și dezvoltarea turismului:

Direcția strategică 1. Reabilitarea infrastructurii de bază și asigurarea eficienței energetice în scopul furnizării unor servicii de calitate.

Obiectiv strategic 1.2. Renovarea infrastructurii drumurilor raionale.

Măsuri și acțiuni prioritare necesare la nivel raional:

- Îmbunătățirea căilor de acces prin reconstrucția drumurilor de la Edineț spre alte localități.
- Îmbunătățirea căilor de acces spre punctele de trecere a frontierei.
- Îmbunătățirea căilor de acces spre terenurile agricole amplasate la periferia zonei.
- Amenajarea teritoriilor publice pentru atragerea investițiilor strategice, inclusiv prin sporirea accesibilității lor.

DS 2. Dezvoltarea economiei raionului Edineț prin atragerea investițiilor și dezvoltarea turismului.

OS 2.5 Dezvoltarea turismului ca ramură economică generatoare de venit.

Prioritățile incluse în aceste documente strategice se referă la:

- Diversificarea instrumentelor de promovare turistică;

- Includerea potențialului turistic național în circuitul turistic internațional;
- Diversificarea și valorificarea tipurilor de agrement;
- Susținerea și stimularea agenților economici din industria turistică care contribuie la dezvoltarea turismului intern și receptor;
- Modernizarea infrastructurii turistice și amenajarea destinațiilor turistice;
- Crearea unui mecanism eficient de colaborare cu autoritățile publice locale;
- Crearea condițiilor favorabile de promovare a brand-ului și produselor locale;
- Promovarea obiectelor istorice și culturale locale;
- Fortificarea obiectelor turistice din oraș;
- Conservarea stațiunilor naturale și al patrimoniului cultural;
- Dezvoltarea de oferte turistice și crearea oportunităților de investiții în turism;
- Îmbunătățirea infrastructurii de turism, servicii și marketing;
- Promovarea spiritului antreprenorial și a competențelor manageriale;
- Creșterea calității resurselor umane în prestarea serviciilor în sfera turismului.

DS 4. Ridicarea nivelului de calitate a serviciilor educaționale și promovarea raionului Edineț ca pol cultural-sportiv regional

OS 4.4. Promovarea și dezvoltarea patrimoniului cultural

Prioritățile se referă la:

- Stoparea procesului de degradare a patrimoniului cultural prin crearea unui sistem modern și eficient de conservare și punere în valoare a patrimoniului;
- Modernizarea societății prin promovarea creativității artistice;
- Promovarea diversității culturale și a dialogului intercultural;
- Rentabilizarea activității instituțiilor de cultură prin modernizarea managementului cultural;

DS 5. Conservarea și protecția mediului înconjurător

OS 5.2. Protejarea spațiilor verzi și dezvoltarea infrastructurii de agrement

Strategia include un set de obiective și măsuri care vor asigura îmbunătățirea sistemului de management, utilizare rațională și protecție a resurselor naturale, crearea și asigurarea funcționării unui sistem adecvat de gestionare a deșeurilor; reducerea impactului negativ al activității economice asupra mediului și îmbunătățirea măsurilor de prevenire a poluării mediului etc.

Totodată, **22 de localități** dispun de Strategie sau Plan strategic de dezvoltare socio-economică în care se regăsesc **direcții sau obiective strategice dedicate turismului** sau obiective strategice care doar tangențial se referă la activități legate de turism. În aceste documente cu angajamente strategice ale APL de niv. I prioritate se pune pe:

- turismul rural,
- valorificarea potențialului cultural prin promovarea tradițiilor, bucătăriei locale,
- dezvoltare de structuri de cazare locale.

Trebuie să remarcăm că, 6 comune nu au Plan strategic sau acesta este expirat, 1 comună îl are în proces de elaborare.

1.6 Analiza comportamentului și preferințelor turiștilor țintă în Moldova

Analiza comportamentului și a preferințelor turiștilor țintă este făcută în conformitate cu ultimile sondaje naționale, din care s-a extras elementele ce sunt relevante ofertei turistice a raionului Edineț și se suprapune cu așteptărilor prezumate ale potențialilor turiști din această destinație.

Numărul turiștilor ce călătoresc cu mașina proprie constituie 75% din total în sondajele naționale. Având în vedere distanța mare față de centrele turistice (Chișinău și Bălți) și lipsa mijloacelor de transport în comun, este probabil ca turiștii țintă să fie cei care dețin o mașină și pot asigura astfel transportul pentru cel puțin patru sau mai mulți prieteni sau membri ai familiei.

În sondajele naționale surprindem o componentă importantă - prezența familiei în călătorie. Astfel, două treimi din turiști călătoresc prin țară împreună cu familia. Aceste caracteristici, raportate la raionul Edineț, oferă un avantaj din perspectiva atragerii turiștilor, dar și conștientizarea necesității asigurării unor condiții de odihnă accesibile familiilor cu copii - de la o parcare organizată și protejată, până la condiții sanitare (WC, duș, curent) chiar și în zonele de campare.

O altă caracteristică a turiștilor țintă o reprezintă tipul călătoriilor, care oscilează de la organizat (un turist care se lasă în grija agențiilor de turism, tendință în scădere) până la amatorii de călătorii neplanificate și dorința de explorare a unor destinații noi, fără o planificare a călătoriei din timp (acest segment rămâne relativ constant, oscilând în jur de 40%-50% din numărul total al turiștilor). Astfel, dorința de aventură este una din preferințele de bază a turistului țintă pentru o călătorie ce rezonază cu oferta din raionul Edineț, în special datorită abundenței de peisaje naturale și rezervații protejate. Aceasta caracteristică poate fi una din componentele de bază a mesajului de poziționare și targetare în momentul promovării raionului Edineț.

Distribuția pe categorii de vârste a potențialilor turiști la nivel național este relativ uniformă (26-35 ani – 38%, 35-45 ani – 36%, 46-55 ani – 25%), cu toate acestea, raportată la distanța care urmează să fie parcursă, necesită a fi luate în considerație focusarea pe primele două grupuri de vârstă, respectiv persoane de 26-45 ani, care se pliază bine cu caracteristicile evidențiate mai sus, în special dorința unei odihne active.

Analiza de mai sus denotă că, în ceea ce privește tipul de odihnă, se evidențiază o tendință clară către activități mai dinamice ce necesită o implicare fizică. Cifrele la nivel național arată că aproximativ două treimi dintre turiști preferă o odihnă activă, inclusiv activități energice și intense. Această preferință pentru activități care implică mișcare sugerează că ofertele de turism ar trebui să fie diversificate și să includă o gamă largă de activități recreative și de aventură pentru a atrage și a satisface nevoile acestui segment de piață. Oferta turistică a raionului Edineț poate fi formată în mare parte din vizitele la rezervații naturale cuplate cu odihna activă și vizitarea atracțiilor de istorie locală.

Sondajele naționale cu răspunsuri multiple în linii mari susțin categoriile de călători descrise mai sus. Astfel, în top trei preferințe sunt evidențiate și vizitarea peisajelor naturale (preferate de 90% din total intervievați), precum și participarea la evenimentele pentru familie cu copii (preferate de 82%).

Suplimentar la nivel national, mănăstirile și bisericile sunt preferate pentru vizite (de 91% din toți potențialii turiști). Chiar dacă reprezintă o cotă de interes maxim, acest indicator generat la nivel național prin sumarea a top trei răspunsuri ale preferințelor turiștilor, este mai potrivit pentru centrul țării cu mănăstirile de codru sau din stâncăriile Nistrului. Pentru destinația Edineț, aceste călătorii sunt reușite pentru mănăstirea din s. Zăbriceni și bisericile din lemn și le recomandăm pentru completarea ofertei turistice de bază, deși interesul pentru acestea este unul sumar la turistul activ.

Totodată, sondajele naționale privind preferințele turiștilor mai includ și „turismul istoric”, care poate fi solicitat în cazul raionului Edineț, datorită ofertei Muzeului Ținutului Edineț și a altor muzee sătești, conacele personalităților sau cetăților getice din pământ. Acest tip de turism este preferat de circa 45% dintre turiști și poate completa oferta turistică de bază a destinației Edineț.

Din perspectiva locului de trai (rural, urban și Chișinău) al turiștilor țintă, constatăm că preferințele sunt relativ uniforme, totodată acestea rezonază cu oferta destinației turistice Edineț, dacă ne referim la top 10 atracții. Astfel, cei din mediul rural de regulă au trei preferințe dominante, precum (i) vizitarea cetăților și mănăstirilor, (ii) participarea la evenimente pentru familie cu copii, (iii) peisaje naturale. Cei din mediul urban preferă cel mai mult (i) vizitarea cetăților și mănăstirilor, (ii) peisaje naturale și (iii) evenimente pentru familie cu copii / drumeții pe trasee marcate. Cu mici ajustări, cei din Chișinău preferă: (i) peisaje naturale, (ii) vizitarea cetăților și mănăstirilor și (iii) pensiuni cu infrastructură unde copii pot interacționa cu animalele de la țară.

2. Definirea Publicului Țintă

2.1 Segmentarea pieței turistice

În condițiile unui flux relativ redus de turiști în raionul Edineț, comparativ cu alte destinații din Republica Moldova și regiune, segmentarea clasică pe țară de origine (local / internațional) și cea pe preferințe de călătorii (odihnă pasivă / activă, cultură și istorie, sport activ) trebuie completată cu segmentarea pe clientela, care să fie distribuită pe durate de timp alocate pentru călătorie. De altfel, sondajele naționale prezintă că turiștii locali și cei străini sunt în egală măsură interesați de odihnă activă, cât și de istoria ținutului, atracțiile religioase, naturale, gastronomie etc. Totodată, exercițiul de segmentare a turiștilor potrivit duratei de timp pe care o intenționează să o petreacă în raionul Edineț va permite ajustarea mai bună a ofertelor turistice și strategiilor de promovare la preferințele dominante ale clientelei. Totodată, segmentarea pe termenul de aflare în destinația Edineț reprezintă un filtru ce ajută la selectarea turiștilor potrivit motivației clătoriei. Astfel, recomandăm mai jos segmentarea în câteva categorii de vizitatori pentru:

- jumătate de zi (până la 6 ore)
- 1 zi fără cazare
- 1 zi cu cazare
- 2 zile
- mai mult de 2 zile.

Această segmentare ar permite crearea unor oferte turistice complexe, care ar propune soluții pentru un mix de diverse tipuri de turism. Spre exemplu, în situația în care unitățile de cazare și de alimentare sunt concentrate preponderent în orașul Edineț, turiștilor li se va propune itinerare diverse tematice pornind-revenind din oraș. Însă, segmentarea de mai sus nu exclude ci completează repartizarea uzuală pe motivații/preferințe de călătorie, cum ar fi:

- exploratorii de cultură locală
- admiratorii de natură și aventurierii
- gurmanzii și cunoscătorii gastronomiei
- amatorii sporturilor active
- familiștii în căutarea destinațiilor prietenoase pentru copii, etc.

Totodată, această setare pe durata de aflare a turistului în destinație ar putea permite aplicarea unor strategii de marketing gen „plătește pentru 1 excursie și primește 2” ș.a.

Trebuie totuși să constatăm că, în condițiile unei oferte limitate, majoritatea turiștilor pe un termen de 12 ore și mai mult într-o destinație, preferă, de regulă, o combinație confortabilă din toate atracțiile accesibile.

2.2 Identificarea nevoilor și așteptărilor fiecărui segment

Sondajele naționale reliefează un număr de probleme și așteptări enunțate de turiști în destinațiile din Republica Moldova, valabile parțial și pentru Edineț, inclusiv:

43% respondenți vor prețuri moderate la un sejur, mai mici decât în cazul călătoriilor în alte regiuni sau în orașele apropiate din statele vecine.

Trebuie să menționăm că, prețurile pentru o noapte de cazare în or. Edineț, potrivit site-ului www.booking.com, oscilează în prezent între 33-43 euro/odaie dublă. Totuși, în or. Bălți (cel mai probabil concurent) chiriile odăilor oscilează între 24-52 euro/odaie dublă, fiind evidentă o diversitate mai mare.

O așteptare evidentă (menționată drept critică de 30% din respondenți) este existența unei surse accesibile de informare despre potențialul turistic al destinației Edineț.

Trebuie să constatăm că, la moment practic unica sursă de informare calificată este Centrul de Informare și Promovare Turistică Edineț (<https://www.facebook.com/p/Centru-de-Informare-%C5%9Fi-Promovare-Turistica-Edine%C5%A3-100083144981327/?paipv=0&eav=AfalTf3jCl9WUW4zkERzbOu1bX56vbZTCOak3kWplD2Ft46MHo5EZP1kH1hv0Fro48w&rdr>)

Spre deosebire de alte destinații de importanță națională (Soroca, Orhei, Bălți, etc.), în Edineț informațiile sunt fragmentare și promovate sporadic sau pe surse ne accesate de regulă de turiști.

22% din respondenți se arată nemulțumiți de calitatea rutelor de transport local.

Analiza graficelor curselor locale arată o adaptare a acestora pentru ritmurile de lucru (dimineață spre oraș, seara spre sate) ale sătenilor angajați în or. Edineț și nu pentru călătorii și excursii spre localitățile sătești.

O așteptare majoră a turiștilor este existența distracțiilor (terenuri de joacă) pentru familii cu copii (cca 18% din turiști).

Este una din așteptări care adaugă atractivitate turismului în destinații solicitate, pe lângă celelalte oferte de activități și atracții culturale, naturale sau istorice.

În concluzie, un preț sub media națională pentru sejur nu este o garanție că turistul va alege destinația Edineț. Un rol important îl joacă diversitatea ofertei turistice, existența unei rețele de atracții amenajate cu spații de distracții pentru copii și activități pentru maturi, toate promovate insistent de surse de informare accesibile turiștilor. În acest caz, prețul chiar și puțin peste media națională va fi acceptat de turistul potențial.

O doleanță universală pentru toți turiștii este de a descoperi cât mai multe atracții într-un termen cât mai restrâns. În acest sens, principalele caracteristici-cheie ce influențează crearea ofertei turistice în Edineț o reprezintă distanța între atracții și diversitatea acestora.

Astfel, pot fi sugerate următoarele **programe de vizite reieșind din segmentele selectate**, care ar include nevoile și așteptările turiștilor din fiecare segment:

- **Vizita pentru jumătate de zi** (până la 6 ore) poate include două atracții cu valoare culturală în or. Edineț, o atracție culturală / naturală în rază de 10-15 km, o atracție gastronomică în or. Edineț sau împrejurimi;
- **Programul de o zi** (până la 12 ore, fără înnoptare) poate include trei atracții culturale / naturale în or. Edineț, două atracții culturale / naturale în rază de 15 km-20 km, două atracții gastronomice;
- **Vizita de o zi cu cazare** poate include patru atracții culturale / naturale în orașul Edineț, patru atracții culturale / naturale în rază de până la 25 km, patru atracții gastronomice locale;
- **Programul complex de 2 zile** poate include patru atracții culturale / naturale în or. Edineț, șase atracții culturale / naturale în raion, șase atracții gastronomice locale.

3. Analiza SWOT a sectorului turistic în Edineț

Puncte Tari	Puncte Slabe
- Așezare geografică favorabilă; - Acces la drumuri naționale și internaționale; - Profilul economic diversificat (agricultură, comerț, industrie, servicii); - Monumente bine păstrate; - Locații naturale pitorești și istorice; - Potențial ecologic important (păduri, lacuri, parcuri); - Fond forestier bogat; - Muzeul Ținutului Edineț funcțional recunoscut (regional, național); 3 hoteluri funcționale, 3 pensiuni, 1 tabără estivală, 1 camping; - Există o agenție turistică; Există meșteri populari; - Peste 10 colective de artiști disponibili pentru oferte turistice; - Organizarea anuală a festivalurilor raionale; - Participarea activă a locuitorilor și APL în viața culturală; - Cadre calificate în domeniul de cultură.	- Turism slab dezvoltat; - Resurse financiare, investiții autohtone și străine insuficiente pentru dezvoltarea turismului; - Locații de cazare insuficient promovate; - Ofertă de agrement insuficientă; - Lipsa unei tradiții în domeniul turismului; - Insuficiența cadrelor calificate în domeniile turism, mediu, cultură; - Drumuri deteriorate spre atracții locale; - Case de cultură în stare nesatisfăcătoare; - Bază tehnico-materială slab dezvoltată (costume naționale uzate, instrumente muzicale insuficiente) pentru agrement cultural; - Lipsa unor produse de marcă (brand) recunoscute pe plan internațional; - Lipsa punctelor de comercializare a produselor de artă și artizanat local.
Oportunități	Amenințări
- Proximitatea vecinătății cu UE; - Existența parteneriatelor de dezvoltare cu: FEN, FISM, GIZ, USAID, fondurile UE; - Atragerea străine investițiilor în domeniu; - Colaborarea cu ADR Nord; Efectuarea schimbului de experiență; - Explorarea zonei geografice favorabile; - Dezvoltarea parteneriatelor între întreprinderile locale și străine; - Promovarea unor produse agroalimentare tradiționale pe piețele republicane; - Dezvoltarea evenimentelor și a festivalurilor; - Participarea la concursuri, expoziții naționale și internaționale; - Organizarea taberelor internaționale de promovarea a tradițiilor culturale; Editare de reviste culturale; - Implicarea instituțiilor de cultură în proiecte culturale naționale și internaționale; - Interes sporit față de patrimoniul cultural și natural.	- Informarea insuficientă a populației despre valoarea patrimoniului turistic cultural și natural; - Migrarea specialiștilor și forței de muncă spre sectoare mai bine plătite, în alte regiuni ale țării sau peste hotare; - Politizarea instituțiilor guvernamentale; - Resurse externe insuficiente; - Exploatarea nerațională a pădurilor; - Calamități naturale; - Devalorizarea valutei naționale; - Îmbătrânirea colaboratorilor din domeniul culturii; - Mediul fiscal și legislativ instabil.

4. *Strategia de intervenție pentru marketingul destinației turistice Edineț*

Intervenția pentru a promova pro-activ destinația Edineț pe piața turistică este canalizată de un cadru clar de provocări evidențiate în diagnosticul de mai sus pentru care sunt posibile mai multe soluții. Descriem câteva dintre principalele provocări cu scurte explicații și recomandări ce se vor regăsi în planul de acțiuni.

Prima provocare este evidentă: **„De ce să călătorești în Edineț?”** (și nu Briceni, Soroca, Glodeni...), suprapusă de regulă cu o altă întrebare suplimentară valabilă „de ce să mergi în nord și nu sud sau centru?”. Drept răspuns la această provocare poate fi o prezentare a valorilor locale remarcabile din top 10 atracții de la Edineț, suplimentată cu imagini spectaculoase ale peisajelor reprezentative și comoditatea deplasării pe un drum național... Astfel, în planul de acțiuni ar trebui să se regăsească angajamente de amenajare a atracțiilor majore de aici, elaborarea unui ghid turistic al destinației Edineț, precum și promovarea de programe turistice model pentru 1, 2, 3...zile pentru a cuprinde aceste locuri. Asta parțial ar răspunde și la o altă întrebare a turistului „De ce să rămâi în Edineț 2 zile?”.

Într-adevăr, **distanța mare de la Chișinău** (și alte centre furnizoare de vizitatori), scurtează timpul excursiilor în destinația Edineț și deaceia e necesară o cazare. Această constatare invocă o altă mare provocare pentru destinația turistică Edineț. De fapt, „ce oferă suplimentar o cazare în Edineț vs. deplasarea înapoi spre casă?” – este întrebarea la care businessul turistic de aici trebuie să poată oferi argumente clare în favoarea unei căzări aici. La fel ca și pentru altă întrebare posibilă a călătorului – „De ce să rămâi peste noapte în Edineț și nu în alte locații de cazare concurente, cum ar fi Bălți, de exemplu? Credem că în planul de acțiuni trebuie să se regăsească și angajamente de amenajare specială a spațiilor de cazare existente, dar și diversificarea ofertelor prin servicii suplimentare în hoteluri/pensiuni (ex: locații specializate unor activități tradiționale, spații estetice cu animale în pensiuni)...

O altă provocare profesională rezultă din constatarea că în Edineț **artațiile sunt dispersate teritorial, cu o vădită dominare a peisajelor** cu stâncării greu accesibile din zona de vest a raionului. Acest fapt, impune călătorului câteva dileme călătorului contemporan care trebuie să decidă „de ce trebuie să meargă în zone cu peisaje și nu să le contempleze „pe sticlă?” și în general „de ce trebuie să meargă la toltre și nu la alte stâncării mai aproape – la Nistru?”. Astfel, este crucială evidențierea valorii cognitive a naturii concentrată într-un peisaj conservat și protejat. Totodată, ghizii și materialele distributive trebuie să explice valoarea estetică a peisajului (dincolo de banalul „fine, kruto” sau exagerările verbale. Aceasta impune o argumentare clară a opțiunilor pentru călătorii / drumeții în asemenea locații pentru câteva ore, dar în siguranță (personală și pentru automobilul parcat). La fel sunt necesare traininguri profesionale în acest sens pentru ghizi, prestatori de turism, personal de contact cu turiștii, precum și elaborarea de descrieri profesionale (diferite pentru diferite auditorii) pentru atracțiile de top în destinația turistică Edineț.

La acestea se mai adaugă o nouă provocare legată de faptul că, **dorința de aventură este una din preferințele de bază a turistului țintă pentru o călătorie în raionul Edineț**. Astfel, mesajul promotional trebuie să se focalizeze pe contingente de persoane de 26-45 ani, iar oferta turistică pentru Edineț va trebui să fie formată în mare parte din vizitele la rezervații naturale cuplate cu

odihna activă. În general, pentru destinațiile similar celei ca Edineț, ofertele de turism ar trebui să fie diversificate și să includă o gamă largă de activități recreative și de aventură.

De fapt, ***două treimi din turiști călătoresc prin țară împreună cu familia***, ceea ce reprezintă o provocare în sine pentru Edineț, din perspectiva necesității asigurării unor condiții de odihnă accesibile familiilor cu copii. Astfel, indiferent cum aceștea călătoresc (organizat prin agenții de turism sau de sinestătător cu automobilul propriu), sunt necesare itinerare marcate pe diverse tematici pornind-revenind din oraș, locuri de agrement pentru copii în cadrul locațiilor/facilităților turistice, dar și aplicarea unor strategii de marketing gen „plătește pentru 1 excursie și primește 2”.

În general, ***absența de pachete turistice integrate*** care să cuprindă colaborări între diferitele servicii turistice, cum ar fi cazarea, restaurante și atracțiile locale – este o altă provocare pentru destinația turistică Edineț. Acest fapt impune turistului situația unei dileme: fie a călători mult prin Edineț, fie a se limita doar la servicii unitare într-o singură locație. Astfel, colaborarea între structurile de cazare și alte atracții și facilități turistice este determinantă pentru viitorul destinației turistice Edineț. Or, ofertele cu minim o cazare și respectiv un program mai complex de vizite spre atracțiile din această zonă sunt imperios necesare.

Trebuie să constatăm că, raionul ***Edineț nu este încă promovat intens ca și destinație turistică***, astfel turistul ar putea alege alte destinații care oferă o experiență mai activă și diversificată. Iată de ce, este necesară folosirea unei combinații de evenimente, parteneriate și promovarea digitală pentru a atrage și a menține interesul vizitatorilor. La fel sunt necesare broșuri tipărite, site-uri de turism (website dedicat și site-uri specializate pentru cazari și numeroase evenimente organizare periodic), tururi ghidate, organizarea de evenimente/ activități în aer liber care atrag vizitatori din întreaga țară și din străinătate, utilizarea rețelelor sociale pentru a arăta peisajele pitorești și promovarea experiențelor, prezentări la târguri de turism naționale și internaționale, etc.

Trebuie totuși să remarcăm că, analiza implementării strategiilor anterioare, arată că ***majoritatea angajamentelor pentru turism nu sunt onorate*** – și acest fapt este o provocare suplimentară, pentru că prezentul document poate urma soarta angajamentelor strategice anterioare. Astfel, beneficiarii acestui *Plan de marketing* vor trebui să argumenteze cu datele din prezentul document de ce turismul este o prioritate (și nu alte domenii) în raionul Edineț. La fel, vor trebui să explice de ce turismul este pe responsabilitatea APL și Grupul de lucru de proiect (și nu pe „stat”, alți actor privați). Este bine știut că, acțiunile scrise într-un document strategic aprobat nu înseamnă automat și statutul de declanșator al acestora pentru proiecte de turism local. Astfel în planul de acțiuni vor fi incluse următoarele: elaborarea de proiecte pentru parteneriate PP de turism aplicabile pentru diferiți actori locali și atrași, gruparea proiectelor în jurul atracțiilor de top din raion, accent pe consumul turistic sporit și beneficiile pentru bugetul local, promovarea de campanie PR implicativă, implicarea mai activă a ONG locale, dar și argumentarea acestor acțiuni consecutive/etapizate legate între diferite documente strategice aprobate de APL nivelul I și II.

4.1 Mesajul de Comunicare

4.1.1 Viziunea de marketing turistic a destinației Edineț

Din provocările enumerate mai sus, rezultă o necesitate de a formula o viziune din care să recurgă logica intervenției documentului strategic. În acest sens, este importantă alegerea pentru formularea viziunii din perspectiva fie a turistului (ca și beneficiar final al acțiunilor de turism la nivel de destinație), fie a ofertantului de servicii turistice (ca executant și responsabil de implementarea acțiunilor de turism). În urma dezbaterilor în cadrul focus-grupurilor organizate la Edineț, s-a decis ca viziunea să fie formulată din perspectiva turistului, iar mesajul de marketing să fie centrat pe nevoile, dorințele și interesele potențialilor turiști, oferindu-le informații relevante și convingătoare pentru a-i determina să aleagă destinația Edineț și serviciile turistice din acest raion.

Mai mult de jumătate din oferta turistică a destinației Edineț sunt atracțiile naturale, cum ar fi toltrele, rezervațiile naturale și peisaje pitorești, restul fiind reprezentat de atracții culturale răspândite pe întreg teritoriul Republicii Moldova, precum mănăstiri și muzee. Linia de poziționare propusă adoptă conceptul de „Terra incognita” - un termen istoric pentru zonele care nu erau încă cartografiate sau cunoscute de exploratori.

Viziunea de marketing turistic propusă:

“Descoperă bijuteria ascunsă a Republicii Moldova - Edineț, o adevărată zonă nedescoperită din țară. Aici, timpul pare să se fi oprit pentru a-ți oferi o experiență autentică rurală. Călătorește printre peisajele idilice, explorează poveștile pline de istorie ale localităților vechi și savurează gastronomia tradițională în mijlocul unei naturi neatinse. În Edineț, vei găsi liniștea și autenticitatea pe care le cauți, transformând fiecare moment într-o aventură inedită. Edinețul te așteaptă să îi explorezi secretele!”

Avantajele acestei poziționări sunt multiple:

- Accentul se pune pe diversitatea și autenticitatea atracțiilor, nu pe o singură atracție majoră, oferind o experiență turistică complexă;
- Îndemnul de a descoperi ultimul tărâm nedescoperit de pe harta Republicii Moldova angajează turistul într-o aventură captivantă și unică;
- Această poziționare crește încrederea în sectorul turistic local, chiar și în contextul unor provocări inițiale, cum ar fi infrastructura limitată;
- Permite integrarea unor oferte locale autentice în „meniul turistic” obișnuit, cum ar fi evenimente etnofolclorice, legende și locații neobișnuite.

4.1.2 Mesajul de marketing ce reflectă unicitatea și atractivitatea destinației Edineț

Definirea mesajului de marketing pentru raionul Edineț presupune o atentă articulare a elementelor care ilustrează unicitatea și atractivitatea acestei destinații. Un mesaj eficient de marketing trebuie să capteze esența Edinețului, evidențiind caracteristicile distinctive care atrag vizitatorii. În această

regiune, timpul pare să se oprească, oferind o escapadă din ritmul alert al vieții urbane. Mesajul de marketing al Edinețului va sublinia combinația unică de peisaje naturale, patrimoniu cultural și experiențe autentice, creând o invitație irezistibilă pentru cei care caută o reconectare cu natura și tradițiile.

"Edineț - bijuteria ascunsă a Republicii Moldova, o adevărată zonă nedescoperită din țară"

sau "Descoperă Edineț, inima verde a Moldovei, unde tradițiile se întâlnesc cu natura într-un dans memorabil." Acest slogan poate servi drept punct central al campaniei noastre, accentuând conexiunea profundă dintre cultura locală și peisajele naturale. Viziunea noastră de marketing subliniază promisiunea unei experiențe autentice și relaxante, într-un cadru unde fiecare colț ascunde povești de istorie și cultura.

Promovarea Edinețului ca o „bijuterie ascunsă” adaugă un element de curiozitate și aventură, atrăgând vizitatorii interesați să exploreze locuri neatinse de turismul de masă. Vom utiliza imagini și povești captivante pentru a arăta frumusețea naturală și bogăția culturală a regiunii, de la festivalurile tradiționale la peisajele fantastice care oferă scenarii perfecte pentru drumeții și picnicuri.

Un alt aspect crucial al mesajului nostru de marketing este accentul pe sustenabilitate și conservarea patrimoniului natural și cultural. Acesta este un punct de atracție major pentru turiștii care valorizează turismul responsabil și doresc să contribuie pozitiv la locurile pe care le vizitează.

În concluzie, mesajul de marketing pentru Edineț va încuraja vizitatorii să descopere „ultimul colț nedescoperit al Europei”, unde pot trăi experiențe autentice și pot găsi o oază de pace și frumusețe naturală. Prin aceasta, ne propunem să transformăm Edinețul într-o destinație de neuitat, care își așteaptă vizitatorii să-i descopere comorile ascunse și să se îndrăgostească de farmecul său rustic.

Acest mesaj poate fi adaptat și extins în funcție de specificul campaniilor viitoare, dar oferă o bază solidă pentru comunicarea valorilor și atractivității Edinețului ca destinație turistică.

Mixul de marketing recomandat

Pentru a asigura o implementare reușită a mesajului de marketing al Edinețului, abordarea noastră strategică se concentrează pe adaptarea și optimizarea celor 4-7P ai marketingului: produs, preț, plasament, promovare, și când este cazul, persoane, proces și dovadă fizică.

Produs: Oferta noastră turistică va include pachete diversificate care valorifică unicitatea culturală și naturală a Edinețului. Acestea vor varia de la tururi ghidate ale siturilor istorice și naturale, până la experiențe immersive în comunitatea locală, cum ar fi ateliere de artizanat sau gastronomie tradițională.

Preț: Strategia de prețuri va fi competitivă, orientată spre oferirea de valoare adăugată pentru turist, pentru a atrage diverse segmente de piață, de la buget limitat până la turism de nișă premium. Pachetele se vor adapta la diferite nivele de accesibilitate financiară, menținând un echilibru între calitate și cost.

Plasament: Vom utiliza canale multiple pentru a plasa produsul nostru pe piață, inclusiv online prin website-uri de turism și parteneriate cu agenții de turism, dar și prin intermediul participărilor la târguri de turism și alte evenimente internaționale, pentru a maximiza vizibilitatea.

Promovare: Campaniile de promovare vor fi multifacete, combinând marketingul digital, prin social media și campanii de email, cu publicitate tradițională, cum ar fi broșuri și panouri publicitare. Vom folosi storytelling-ul pentru a construi o narativă atractivă în jurul Edinețului, accentuând experiențele autentice pe care le oferă.

Persoane: Personalul implicat în turism va trebui să beneficieze de traininguri pentru a asigura că fiecare interacțiune cu turistul întărește mesajul de brand și contribuie la o experiență memorabilă.

Proces: Vom recomanda optimizarea proceselor de rezervare și customer service pentru a asigura o experiență cât mai plăcută și lipsită de stres pentru vizitatori, inclusiv accesibilitate și suport informativ facil.

Dovadă fizică: Elementele de branding, cum ar fi materialele promoționale și amenajările locale, vor reflecta calitatea și autenticitatea experienței în Edineț, asigurându-se că prima impresie a turistului este una pozitivă și de lungă durată.

Această abordare strategică complexă și bine structurată va contribui esențial la creșterea atractivității Edinețului ca destinație turistică, asigurând succesul pe termen lung într-un peisaj turistic competitiv.

4.1.3 Crearea unui slogan / unei identități unice ușor de reținut

Pentru a promova raionul Edineț eficient, mesajele de marketing ar trebui să pună în evidență unicitatea și atracțiile cheie ale destinației turistice. Poziționarea pe piață a destinației turistice Edineț, menționată de mai sus, se propune a fi dezvoltată prin slogane care ar conține următoarele elemente:

- Sintagme care ar arăta unicitatea ofertei (ex: rar, ultima, ultimul)
- Sintagme care ar accentua „prospețimea” ofertei turistice promovate (ex: nedescoperit)
- Sintagme care ar crea asociații cu alte atracții magnetice din Republica Moldova, astfel oferind un credit de încredere din partea turistului (ex: mănăstiri, păduri, canioane și stânci etc.).

Mai jos sunt listate câteva propuneri de slogane și mesaje publicitare, ce pot fi utilizate în campanii de promovare în diferite contexte pentru diferite contingente de turiști:

- ✓ **Descoperă Edineț: comoara ascunsă a Moldovei!** Acest slogan subliniază ideea că Edineț este o destinație neexplorată și plină de surprize, atractivă pentru cei care caută să descopere noi locuri.
- ✓ **Edineț: Acolo unde istoria întâlnește natura!** Acest mesaj scoate în evidență combinația unică de peisaje naturale și situri istorice pe care Edineț le oferă, fiind ideal pentru turiștii interesați de natură și istorie.
- ✓ **Trăiește autentic în inima Moldovei – vizitează Edineț!** Mesajul accentuează autenticitatea experiențelor pe care vizitatorii le pot avea în Edineț, invitându-i să trăiască la fel ca localnicii.
- ✓ **Edineț - povești nespuse, peisaje nedescoperite!** Acest slogan atrage atenția asupra elementului de mister și neexplorat al Edinețului, ideal pentru atragerea aventurierilor și a exploratorilor.
- ✓ **Savurează tradiția la fiecare pas – descoperă Edineț!** Punând accent pe bogăția culturală și tradițiile locale, acest mesaj încurajează vizitatorii să exploreze cultura profundă a regiunii.
- ✓ **Escape to Edineț: Your gateway to tranquility!** Acest slogan este orientat către cei care caută o escapadă din agitația urbană, oferindu-le o destinație de pace și liniște.

- ✓ **Edineț – o poartă spre trecut, o fereastră către natură!** Mesajul combină atractivitatea istorică și naturală a Edinețului, promovând regiunea ca o destinație perfectă pentru educație și relaxare.

Câteva denumiri scurte ar putea complete această listă:

- ✓ Edineț - o călătorie, mii de amintiri!
- ✓ Sărbătorește spiritul Moldovei la Edineț!
- ✓ Edineț – unde tradiția întâlnește natura!
- ✓ Edineț – descoperă rădăcinile Moldovei!
- ✓ Respiră istoria, trăiește Edinețul!
- ✓ Pasiune și patrimoniu în fiecare colț al Edinețului!
- ✓ Explorează secretele Edinețului!
- ✓ Explorează Edineț – descoperă autenticitatea!
- ✓ Edineț – descoperă ultima oază de autenticitate rurală!
- ✓ Explorează Edinețul – țărâmul ultimelor locații autentice!
- ✓ Edineț – visteria turistică ascunsă a Moldovei!
- ✓ Edineț – căile necunoscute prin locații neatinse!
- ✓ Edineț – explorează ultimele secrete ale Moldovei!

Pentru fiecare dintre aceste mesaje, campaniile de marketing trebuie să includă imagini vizuale puternice, videoclipuri atractive și testimoniale ale vizitatorilor, pentru a amplifica impactul mesajului și a atrage un număr mai mare de turiști. Aceste mesaje ar trebui integrate în toate materialele de marketing, de la website-uri și broșuri până la postări pe rețelele sociale și reclame digitale.

4.2 Canale de Comunicare

Destinația turistică Edineț este încă necunoscută publicului larg, iar informația calitativă apare rar și în articole sporadice. Acest lucru trebuie schimbat prin crearea unui „ecosistem” propriu controlat cu o circulație a informației despre ofertele turistice ale raionului Edineț, în care toate instrumentele utilizate ar ghida / „plimba” consumatorii de informații turistice de la un instrument la altul.

Instrumentul cel mai potrivit ar fi „bază” pentru stocarea informațiilor despre potențialul turistic și ofertele diverse din destinația turistică Edineț. Acesta ar putea fi un site www.visitedinet.md, fiind reprodus un concept internațional (se utilizează cuvântul cunoscut în diverse limbi „visit” și denumirea destinației - țară, regiune, oraș, atracție). Acest site ar reprezenta o „arhivă” cu informații despre toate atracțiile din raionul Edineț, rutele și ofertele turistice, inclusiv atracțiile naturale, istorice și de aventură.

Celelalte instrumente ar promova site-ul respectiv și tot conținutul de pe el, inclusiv prin **rețelele de socializare**, în special, crearea unor conturi dedicate pe Facebook (pentru auditoriul matur, consumator de informații), Instagram și Tik-Tok (pentru un auditoriu mai tânăr – consumator de mesaje vizuale, foto și video).

Utilizarea opțiunilor online, pe lângă un website dedicate destinației și social media arondată, ar putea fi suplimentată cu bloguri și conexiuni la platformele tematice uzuale în turism, etc. O promovare activă pe rețelele de socializare este posibilă în condițiile asigurării unui flux continuu de conținut. Aceasta se poate obține prin crearea conținutului de echipa de administrare, deși este recomandabil de a crea un flux de conținut de la consumatori (prin concursuri, monitorizare a influențelor din turism, mass-media etc.) și utilizarea acestuia pe paginile proprii.

Sectorul turismului este unul dintre cele mai agreate de **producătorii de conținut**. În Republica Moldova există o serie de proiecte de promovare a turismului, cu care se recomandă de inițiat o serie de colaborări pentru promovarea raionului Edineț. Printre aceste proiecte sunt:

- ✓ <https://www.facebook.com/RedescoperaMoldova>
- ✓ <https://www.facebook.com/lapasprintara.tvr>
- ✓ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100086845821521>
- ✓ <https://www.facebook.com/calatoriicugust>
- ✓ <https://www.facebook.com/etnotravelmd>
- ✓ <https://www.facebook.com/neampornit> etc.

Această listă se va actualiza periodic.

La fel, există o serie de influențatori, care activează pentru promovarea anumitor destinații locale, cum ar fi:

- ✓ <https://www.facebook.com/nataalbotofficial>
- ✓ <https://www.facebook.com/vladimir.carmanov.1> etc.

Și această listă se va actualiza periodic. Parteneriatele cu influențatorii și proiectele de turism se bazează pe două scenarii, în special, invitarea la evenimentele existente (târguri, festivaluri, competiții etc.) sau organizarea unor vizite de informare cu scopul prezentării unor oferte și produse turistice locale noi. De regulă, influențatorilor le este asigurat transportul, cazarea și alimentarea, dar fără obligația de a le oferi onorarii.

4.3 Dezvoltarea experiențelor unice asociate cu destinația turistică Edineț

Acțiunile continue și periodice legate de identificarea și promovarea unor experiențe turistice unice și autentice specifice raionului Edineț, cum ar fi ateliere tradiționale, tururi ghidate de localnici sau demonstrații culinare, sunt dintre cele mai bune recomandări pentru destinațiile necunoscute și în creștere. În acest sens, este necesară crearea unor ghiduri tematice care să însumeze experiențele unice oferite turiștilor în opțiuni variate pentru destinația turistică Edineț în funcție de preferințele și interesele lor.

Poziționarea raionului Edineț în cadrul acestui plan de marketing cu atracții ce evidențiază puternic destinația turistică, precum toltele și peisajele naturale, oferă un cadru clar pentru experiențe unice și îndemnul la drumeții, relaxare și aventuri în natură. Deși toltele se repetă în raioanele vecine, în

Edineț acestea par a fi cele mai spectaculoase și cele mai des reprezentate de profesioniștii în arta fotografiei, fapt ce confirmă valoare estetică remarcabilă a acestora.

Elementele unice ale naturii din Edineț se pliază excelent cu dorința potențialilor turiști de a combina mișcarea cu explorarea unor atracții mai neobișnuite pentru peisajul turistic din Republica Moldova. Bineînțeles că, acestea nu exclud combinarea în cadrul unor pachete și rute turistice a experiențelor unice generate de contactul cu oamenii locului, meșteșugarii de aici sau gastronomia tradițională. Toate acestea vor fi potrivite în a crea magnetismul necesar al ofertei pregătită special pentru segmentele de consumatori determinați anterior.

Crearea unui ghid al experiențelor unice care să ofere turiștilor opțiuni variate pentru interesele acestora se încadrează bine în conceptul creării și promovării unui conținut comun pentru toate materialele distributive atât fizic (tipărite) cât și pentru întregul ecosistem digital dintr-o platformă unitară de informare despre atracțiile și facilitățile turistice ale destinației Edineț. Acesta va integra toate informațiile turistice produse până în prezent pentru diferite locații turistice, precum și altele noi care vor acoperi întreg raionul Edineț. Spre exemplu, Centrul de Promovare a Turismului „La Fetești” a creat o serie de trasee de la 2 la 50 km care pot fi parcurse pe jos, în alergare sau cu bicicleta, fiecare dintre vizitatori având posibilitatea să scaneze un QR-code pentru a obține harta digitală detaliată funcțională.

O unificare a informațiilor despre programe și trasee turistice ar focaliza mesajele mai bine pe segmentele alese de turiști și va uniformiza eforturile promoționale. Astfel, fiecare din programele/traseele turistice să poată conține elemente generatoare de experiențe unice. Setările acestei platforme ar permite declanșări programate de informații utile călătorului în momentul căutării în fiecare destinație solicitată instantaneu. De exemplu, informația din ghid cu privire la cazare să fie sincronizată cu o recomandare de drumeție / plimbare cu bicicleta spre o locație din top-ul atracțiilor (Fetești, Gordinești, Trinca, Cuconești Vechi, etc.), o experiență culinară sau poate o locație amenajată pentru agrementul copiilor (ex: interacțiunea cu animalele de casă, etc.). Acest fapt va favoriza diferite combinații și forme de turism în raionul Edineț, inclusiv celui de aventură printre cele mai expresive toltre din Republica Moldova.

În general elaborarea unor ghiduri turistice informative, atât în format tipărit, cât și online, va oferi informații practice despre atracții, facilități, cazare, restaurante și alte aspecte relevante călătoriilor într-o destinație nouă și neobișnuită pe piața turistică din Republica Moldova, precum este Edineț.

Fiecare din produsele care promovează raionul Edineț trebuie să fie fiabil pentru a putea fi folosit în ecosistemul digital, sursa fiind pe site-ul www.visitedinet.md, iar fiecare poză sau video din ghid va face parte din postările active de pe rețelele de socializare.

Utilizarea QR-codurilor pe larg va direcționa de pretutindeni clientela spre ghidurile digitale ale acestui ecosistem. Această metodă ar putea oferi și o statistică reală privind utilizarea și cererea față de informații despre atracții concrete. În cazul accesării unor finanțări, pot fi editate hărți și ghiduri pentru promovare atracțiilor raionului Edineț. Reieșind din optimizarea cheltuielilor de producție a ghidurilor, e necesar ca orice ghid tipărit să fie produs în parteneriat cu agenți economici locali, care ar beneficia de promovare de produse și servicii proprii.

La fel este necesară **dezvoltarea unei aplicații mobile sau a unui website interactiv** care să ofere informații în timp real și să permită turiștilor să își planifice vizita în destinația turistică Edineț. Site-ul în prezent este o necesitate pentru ca orice potential turist să aibă posibilitatea să găsească rapid orice destinație sau acceseze orice informație necesară. Site-ul va „arhiva” informația întregului ecosistem creat din rețelele de socializare și de comunicare, suprapuse cu rețeaua de QR coduri în locațiile relevante pe traseele tematice. Iar aplicația mobile ar simplifica la maxim interacțiunea cu această „arhiva”, în lipsa internetului, precum unele zone din Edineț. La fel, o aplicație de acest gen este necesar să ofere și o interacțiune mai mare a turistului cu realitatea din teren (ex: hărți virtuale, imagini reconstituite pentru Castelul din rezervația „La Castel”, morile de altă data de pe râul Draghiște etc.)

Marketingul digital și social media este o opțiune dintre cele mai solicitate pe o piață dinamică precum cea de turism. Or, dezvoltarea unei strategii puternice de marketing digital este determinant pentru o destinație nouă precum cea a raionului Edineț, cu accent pe promovarea online prin intermediul rețelelor sociale, website-ului oficial și altor platforme relevante. La acestea se pot adăuga acțiunile de propagare a campaniilor plătite pe Google Ads, Facebook Ads și alte platforme, pentru a atinge audiențe specific atât de necesare locațiilor turistice de aici.

Principiul de bază a strategiei de marketing digital este crearea ecosistemului unitar, care ar permite rularea unităților de content (texte, grafice, poze, videoclipuri etc.) pe mai multe platforme, atrăgând noi utilizatori în obținând cât mai multe contacte cu aceștea și informându-i instantaneu despre opțiunile de călătorii prin destinația turistică Edineț. Astfel, acest ecosistem va fi alcătuit din:

- ✓ Site-ul www.vizitedinet.com / md
- ✓ Pagina pe Facebook VisitEdinet
- ✓ Contul de Instagram VisitEdinet
- ✓ Contul de TikTok VisitEdinet
- ✓ Canalul de Telegram VisitEdinet

În acest caz, o singură unitate de content va fi multiplicată pe toate aceste canale proprii, precum și pe canalele oferite de instituțiile partenere de stat și a donatorilor străini care promovează turismul în Republica Moldova.

Cea mai mare provocare va fi stimularea operatorilor locali din turism și autorităților locale să asigure un circuit de conținut relevant (text, video și foto) pentru a menține un ritm dinamic de promovare a raionului în cadrul acestui ecosistem.

Campaniile de publicitate obișnuite la radio și tv sunt niște instrumente de regulă mult mai costisitoare în raport cu rețelele de socializare, de aceea și sunt recomandate în cazul promovării unui eveniment special local (ex: festival, competiție, târg etc) cu o puternică amprentă ce poate fi prezentată la nivel național/regional. Conceptul a unor asemenea prezentări media presupune crearea unei simbioze eficiente de promovare atât a evenimentului respective, dar și a locației cu întreaga sa ofertă autentică.

Participarea la târguri de turism și evenimente relevante turismului este la fel o bună modalitate de a promova destinația, oamenii și produsele locale. Târgurile și expozițiile reprezintă locurile unde pot

fi făcute prezentări și expunere de produse și servicii locale în scopul promovării vânzărilor. Acestea crează un cadru organizat pentru a fi demonstrate marelui public bunurile selectate ale producătorilor locali împreună cu cele ale altora din aceiași breaslă din Moldova sau ale mai multor țări. În același timp aici poate fi studiată reacția imediată a consumatorilor la produsele și serviciile demonstrate. Chiar dacă sunt manifestări ocazionale acestea periodic prezintă progresele în mai multe domenii în funcție de tematica acestor târguri și expoziții. Deaceia și sunt interesante atât pentru consumatori cât și pentru producătorii locali.

La târguri internaționale de regulă participă ori este admisă participarea expozanților și vizitatorilor din întreaga lume. S-a remarcat ca ponderea cea mai ridicată o au vizitatorii din țara în care se organizează târgul și din țările învecinate sau apropiate acesteia. (exemple în Moldova: Expoziția internațională specializată de turism, agrement și hoteluri „TOURISM. LEISURE. HOTELS” în aprilie, Expoziția-târg națională multirurală de servicii și mărfuri autohtone „FABRICAT ÎN MOLDOVA” din februarie, Expoziția internațională specializată de produse alimentare și materii prime pentru producerea acestora „FOOD & DRINKS” din mai, Expoziția-târg internațională specializată de produse, utilaje, tehnologii agricole și meșteșuguri „FARMER” din octombrie, etc).

O serie de târguri naționale ce au ca scop major promovarea vânzărilor pe piața internă și a exportului mărfurilor, produselor și serviciilor din Moldova, pot fi adeseori replicate la nivel raional. Acestea vizează promovarea propriilor mărfuri, produse, servicii și stabilirea de relații de afaceri între companiile naționale, dar și cu companii străine pentru export. (exemple Târgul cadourilor de Paști, Ziua națională a vinului din octombrie etc).

Iar târgurile locale ținesc promovarea vânzărilor de mărfuri, produse și servicii locale, dar și satisfacerea cererii specifice unui public țintă. În cazul acestor târguri, activitatea de vânzări și cumpărări de mărfuri, produse și servicii locale, precum și stabilirea de contacte de afaceri între producătorii locali, furnizorii, comercianții, consumatorii sau alți utilizatori ocupă un loc predominant.

Însăși satele din raionul Edineț au peste 1000 de evenimente locale și câteva zeci de evenimente culturale raionale. Dintre acestea se remarcă câteva, care au potențialul de a atrage turiștii naționali și străini.

Lista evenimentelor cu potențial turistic în Edineț

Nr.	Denumirea activității	Locul desfășurării	Termenii de realizare
1.	Concursul „Dragobetele-sărută fetele”		24 februarie
2.	„Ți-am adus un mărtișor”	În toate localitățile	1 martie
3.	Festivalul raional al cântecului pascal „Hristos a Înviat”	Cupcini	aprilie - mai
4.	„Eu port ie cu mândrie”	În toate localitățile	iunie
5.	„Lada cu zestre”	În toate localitățile	
6.	Concursul raional „Suntem urmașii lui Ștefan”	Edineț	iunie
7.	Expoziția raională „Costumul vechi – costum de la origini”	Edineț	iunie
8.	Ziua portului popular	Edineț	iunie

9.	Festivalul zonal „Cântă de răsună lunca”	Terebna	august
10.	Festivalul etniilor	Brătușeni	septembrie
11.	Festivalul raional al covorului „Covorul dorului la Edineț”	Edineț	decembrie
12.	Festivalul tradițiilor și obiceiurilor de iarnă „V-am ura,v-am tot ura” ed. XXII	În toate localitățile	25 decembrie

O inventariere a evenimentelor existente în preajma locațiilor interesante turiștilor în raionul Edineț trebuie să clarifice:

- ✓ perioadele în care sunt organizate evenimentele pentru a evita suprapunerea acestora;
- ✓ domeniile tematice pe care sunt organizate (festivaluri muzicale, târguri, competiții sportive), pentru evitarea unei suprapuneri nepotrivite și a evidențierea celor atractive turiștilor, cele cu potențial de vizibilitate sporită dar și zonele tematice neacoperite de evenimente;
- ✓ conținutul acestor evenimente (Festivalul plăcintelor, Festivalul cântecului ciobănesc, Competiții de alergare, etc) trebuie să urmeze evitarea unei oferte excesivă/abuzivă, să nu provoace inutil o concurență între evenimente de același fel sau organizate în aceeași perioadă.

Astfel, organizarea de evenimente locale sau participarea la evenimente regionale și naționale necesită elaborarea unui program anual detaliat al evenimentelor cu selectarea perioadelor de promovare ale acestora. O recomandare ar fi promovarea în perioada martie-aprilie a calendarului anual de evenimente (suplimentat cu acțiuni de informare cu 4-5 săptămâni până la eveniment). Astfel, turiștii vor avea timp suficient să-și rezerveze timp pentru a vizita evenimentele preferate. La fel și promovarea la evenimentele în desfășurare a evenimentelor ulterioare din raionul Edineț. Astfel, va putea fi acoperit eficient auditoriul țintă, care deja gustă din experiența reușită la unul din evenimentele organizate aici.

4.4 Promovarea atracțiilor și facilităților turistice

Destinația turistică Edineț necesită de a fi promovată printr-un set de activități uzuale pe piața turistică din Moldova și țările din regiune (România, Ucraina), cum ar fi (i) elaborarea de materiale promoționale (broșuri, pliante, materiale video); (ii) organizarea de evenimente locale sau participarea la evenimente regionale și naționale; (iii) crearea de pachete turistice atractive și oferte special pentru un public țintă bine definit.

Elaborarea de materiale promoționale (broșuri, pliante, materiale video), deși încă foarte răspândită, este totuși o acțiune ce tinde spre digitalizare. Sau cel puțin aceeași informație este de regulă dublată în format tipărit și digital. Tendința internațională în domeniul materialelor informative pentru turiști arată că toate materialele promoționale duc spre site-uri ale destinațiilor și alte instrumente care pot folosi mesaje interactive sau, cel puțin, video, care au un efect eficient asupra turistului. Totuși, chiar dacă generează costuri de producție mai înalte, sunt folosite materialele informative printate (flyere, broșuri, pliante), dar cu o capacitate de acoperire informativă mai redusă, de regulă în cazul unor standuri informaționale la expoziții, evenimente sau pentru a informa auditorii cu vârste mai

înaintate. Avantajul tipăriturilor este că asemenea forme de promovare a mesajului este în accesibilitatea și obișnuința încă a multor persoane de a consulta și păstra materiale tipărite atractiv.

Această abordare, totuși oferă opțiunea de a prezenta un cod QR, care fiind scanat face o conexiune automata cu site-ul destinației (ex: în perspectivă ar putea fi aplicația turistică Edineț, ca o versiune optimizată preinstalată a site-ului pentru telefoanele și alte dispozitive mobile). Practicile de a amplasa fizic QR-codurile în tipărituri, indicatoare și marcaje de locații pe întreg itinerarul turistului, sunt pentru ca fiecare persoană să poată afla printr-o simplă scanare toate informațiile despre fiecare atracție sau locație vizitată sau dorită de a fi vizitată. Menționăm în treacăt că aceste practici exclude în mare parte necesitatea unor panourile informative mari costisitoare, care de regulă au o viață scurtă, fiind deseori vandalizate.

Crearea de pachete turistice atractive și de oferte speciale este o formă uzuală de „ambalare” a tracțiilor și facilităților turistice dintr-o destinație. Acest proces trebuie să fie în conformitate cu segmentarea menționată în prezentul document, pentru că ține de oferte bazate pe durata aflării în destinația turistică Edineț, evident cu opțiuni de a mări operativ termenului de aflare aici. Recomandarea de elaborare și promovare a pachetelor turistice în funcție de durata călătoriei turistului în raionul Edineț de la o jumătate de zi până peste 2 zile și care să include un set de atracții care satisfac cerințele de bază ale segmentului ales de clientelă. O dată cu creșterea perioadei de aflare pe teritoriul raionului Edineț va crește numărul de atracții, raza deplasării și nivelul de încărcătură fizică la care pot fi supuși turiștii. Ofertele vor ține de stimularea turistului de se mai reține și a prelungi sejurul în raionul Edineț. Astfel, crearea „lanțurilor de locații” pentru care, vizitând fiecare din ele turistul să poată beneficia de o reducere de 5-10% pentru oricare următoarea, iar această reducere să se perceapă drept plata pentru promovarea locațiilor. O altă strategie de promovare ar fi distracțiile gratuite în cazul cazării sau, o zi (de luni) gratuită în cazul în care vizitatorul se cazează pentru întregul weekend. În același timp, combinația de experiențe în Edineț trebuie să fie în corelare și cu timpul necesar pentru recuperare/relaxare, în special în cazul în care urmează să se revină în aceeași zi la Soroca, Rezina, Bălți, Chișinău, sau altă localitate.

Crearea de rute turistice tematice ar fi o soluție pentru diversificarea ofertei locale în destinația Edineț. Rutele turistice pot fi create reieșind din: (i) locația cu concentrarea mai mare a vizitatorilor – or. Edineț (ex: pe o ruta cu tematică generală „Descoperă Edineț”), (ii) motivații speciale (ex: amatorilor de aventuri în natură le poate fi recomandată un traseu tematic „Descoperă toltrele de la Gordinești, Fetești, Trinca); (iii) perioada unor evenimente anume (ex: sărbători religioase desfășurate la mănăstirea Zăbriceni sau în bisericile locale din lemn cu arhitectură tradițională); (iv) alte motive de agregare tematică a atracțiilor din destinația turistică Edineț (ex: considerente geografice, etc). De regulă, rutele tematice sunt căutate de oameni care marcați de o anumită temă, din care cauză ei sunt predispuși să viziteze mai mult timp atracțiile preferate.

4.5 Cadrul instituțional și colaborările cu partenerii locali

Mediul de afaceri local este deopotrivă beneficiarul și implementatorul acestui plan de marketing pentru destinația turistică Edineț. Astfel devin foarte importante acțiunile coerente și coordonate de implicare a întreprinderilor locale, restaurantelor, hotelurilor în strategia de promovare, colaborarea

cu autoritățile locale pentru îmbunătățirea infrastructurii turistice, dar și participarea la proiecte și inițiative regionale de turism. Pentru realizarea acestor deziderate este necesar de existența inclusiv a unui cadru instituțional clar pentru administrarea și dezvoltarea unui parteneriat dinamic la nivelul destinației turistice Edineț.

Cadrul instituțional

Funcționarea sectorului turistic, fie și la nivelul unei destinații, devine din ce în ce mai complexă pe zi ce trece. Crește tot mai mult concurența între actorii de pe piață și între destinații, între tehnologiile și modelele de afaceri în schimbare, între tendințe și cerere. Este necesar să se asigure dezvoltarea durabilă a turismului în teritoriu în trei dimensiuni (economică, socială și de mediu), să se păstreze bunăstarea antreprenorilor locali, să se promoveze un echilibru între viața confortabilă a populației și aflulul de turiști. Toate acestea necesită o planificare și un management adecvat. Turismul este un motor al economiei și, cu alegerea corectă a unei strategii de destinație și cu un proces de implementare a acesteia organizat în mod competent, turismul creează condiții pentru dezvoltarea durabilă, noi venituri în valută, dezvoltarea atracțiilor turistice, deschiderea de noi evenimente de afaceri, culturale, gastronomice, de sănătate, sportive și de altă natură, sporește cunoștințele, cultura de afaceri și toleranța populației locale. Iată de ce, cadrul coerent și clar de administrare a destinației turistice Edineț, necesită a fi racordat la bunele practice europene în domeniul turismului.

În prezent, cadrul instituțional pentru buna gestionare a turismului în teritoriul raionului Edineț este realizată practic de:

- Secția cultură a CR Edineț, în atribuțiile funcționale ale căreia este și domeniul turismului;
- APL niv.I, care au în atribuții responsabilitățile legate de gestionarea și protecția atracțiilor turistice (patrimoniul cultural-istoric ocrotit și ariile naturale protejate), asigurarea infrastructurii de acces către atracții și facilitățile de deservire a localnicilor și oaspeților acestora, promovarea imaginii pozitive ale comunităților locale, etc. Potrivit legislației naționale, APL pot delega o parte din aceste funcții Birourilor/Centrelor de informare a turiștilor pe care le crează și le finanțează. În raionul Edineț această practică este realizată în or. Edineț și alte câteva localități (Fetești, Trinca, Brânzeni, Gordinești);
- Grupurile de Acțiuni Locale, care reprezintă niște asocieri benevole ale APL, sectorul privat și sectorul asociativ pentru dezvoltarea echilibrată a teritoriului, inclusive prin dezvoltarea turismului. Localitățile din destinația turistică Edineț sunt împărțite între 2 GAL-uri funcționale (GAL „Vasile Stroiescu” și CAL „Răzeșii de pe Ciuhur”), care au propriile strategii cu măsuri prevăzute de dezvoltare a turismului în teritoriul subordonat prin proiecte și propriul cadru de repartizare și implementare a acestora.

Astfel, constatăm că destinația turistică Edineț necesită de a fi gestionată de un cadru instituțional unitar, clar și eficient. Mai jos sunt explicate principalele atribuții ale principalelor instituții de coordonare și administrare a turismului la nivelul destinației, după cum urmează:

Responsabilitățile Secției Cultură CR Edineț:

- Coordonarea implementării politicilor publice de turism în teritoriul raionului Edineț;
- Coordonarea procesului de aliniere a cadrului strategic local la legislația națională de turism;
- Organizarea acțiunilor cultural-turistice în raionul Edineț;
- Promovarea generală a potențialului turistic, prestatorilor de servicii și bunuri turistice a raionului Edineț;
- Încurajarea inițiativelor și proiectelor de turism, promovare a patrimoniului turistic, crearea de Centre de informare a turiștilor, implicarea comunităților locale în acțiuni de turism, etc.

Responsabilitățile CIT Edineț:

- Informarea vizitatorilor privind atracțiile și facilitățile turistice din mun. Edineț și raion;
- Promovarea activităților de turism în destinația Edineț;
- Ghidajul turistic în mun. Edineț și localitățile din raion;
- Elaborarea traseelor turistice tematice în destinația Edineț;
- Completarea fondurilor muzeale cu materiale de interpretare a atracțiilor turistice din zonă;
- Elaborarea materialelor informative cu conținut turistic despre Edineț;
- Co-organizarea evenimentelor cu caracter turistic în destinația Edineț, etc.

Necesitatea OMD Edineț și funcțiile acesteia

Întreprinderile mici și mijlocii din industria ospitalității și a turismului nu sunt încă suficient de consolidate în raion, ceea ce împiedică formarea unei imagini obiective a tuturor nevoilor de pe piața turistică și crearea unui ecosistem care să funcționeze eficient în sectorul turismului la nivelul destinației Edineț. În același timp, trebuie remarcat faptul că sistemul de gestionare, care se bazează exclusiv pe structura autorităților și nu dispune de instrumente eficiente pentru consolidarea altor părți interesate, duce la pierderea inițiativei în sectorul privat, care plasează toată responsabilitatea de regulă pe seama autorităților. Astfel, sistemul de management al turismului în teritoriu trebuie să fie îmbunătățit, ținând cont de experiența altor țări europene, în special a vecinilor Republicii Moldova, și de implementarea celor mai bune practici internaționale și a recomandărilor Organizației Mondiale a Turismului. La fel, în timpul dezbaterilor din focus grupurile din Edineț, s-a invocat necesitatea creării a unei Organizații de management a destinației turistice Edineț (OMD) conform practicilor avansate din domeniu și asigurarea funcționalității acesteia.

Crearea OMD-urilor la nivel local este un pas important din punct de vedere strategic în procesul de descentralizare, precum și pentru dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii, crearea de locuri de muncă, dezvoltarea infrastructurii și atragerea de investiții în raion și comunitățile locale din Edineț. Practica internațională a demonstrat că OMD, ca platformă independentă permanentă, acționează ca lider strategic și consolidator al tuturor părților interesate în domeniul turismului într-o destinație – atât a autorităților, cât și a mediului de afaceri și a publicului. Sarcina-cheie a OMD este de a coordona relațiile și de a dezvolta cooperarea între toate părțile, de a crește nivelul de cunoștințe, calitatea infrastructurii și a serviciilor ca și componente ale produsului turistic, de a crește recunoașterea și competitivitatea destinației pe piața internă și internațională.

În trecut, OMD-urile erau, mai degrabă, departamente obișnuite de marketing și promovare a turismului într-o regiune, iar acum observăm o tendință de evoluție treptată a acestora spre organizații de conducere și consolidare cu un mandat mai larg, care include planificarea strategică, coordonarea și gestionarea întregii game de activități în cadrul unei structuri de management, ce integrează diverși actori interesați – de la autorități la întreprinderi și instituții de învățământ care lucrează în destinație, pentru a atinge un obiectiv comun. În destinația Edineț, în care nu există încă o astfel de organizație, aceasta este, cu siguranță, necesară ca unitate de coordonare pentru a conduce toate aceste procese. Numai o entitate bine organizată poate asigura ca activitatea comună a partenerilor relevanți implicați (a diferitor părți interesate și a profesioniștilor) să fie coordonată, în cadrul unei strategii coerente și a unei viziuni colective, cu obiectivul comun de competitivitate și dezvoltare durabilă a destinației. Aceasta și este pe deplin ceea ce poate fi numit un parteneriat public-privat. În procesul de extindere a funcțiilor sale de la marketing la management, OMD devine o organizație-lider și începe să joace un rol decisiv în consolidarea reprezentanților sectorului turistic într-un anumit teritoriu, precum și a factorilor de decizie, care acționează în interesul dezvoltării durabile.

Asocierile la nivel teritorial (GAL „Vasile Stroiescu” și CAL „Răzeșii de pe Ciuhur”) și asociațiile de întreprinderi turistice existente (ex: pe platforma filialei Edineț a Camerei de Comerț și Industrie) în prezent pot începe să joace rolul de consolidare a OMD-pilot în Edineț, îndeplinind funcțiile unor astfel de organizații, dar au nevoie de sprijin financiar de start pentru a consolida un număr suficient de participanți și părți interesate, precum și pentru a stabili procese și a lansa instrumente, care vor aduce beneficii reale participanților, vor spori competitivitatea produsului turistic al destinațiilor și vor promova teritoriile pe piața turistică națională și internațională. Inițial, aceste resurse financiare trebuiesc pentru angajarea șefului OMD/Managerului destinației Edineț, recrutarea a 2-3 angajați și asigurarea funcționalității oficiului, mai târziu aceste costuri vor fi echilibrate din cotizații de membru, dividende din activitatea proprie, granturi și proiecte cu finanțare internă și externă.

Funcțiile OMD vor fi următoarele:

- ✓ Dezvoltarea și promovarea destinației competitive Edineț pe piața turistică;
- ✓ Elaborarea și aprobarea strategiilor de dezvoltare a turismului și de marketing al destinației;
- ✓ Atragerea de surse de finanțare pentru punerea în aplicare a strategiei;
- ✓ Extinderea numărului și calității participanților la OMD care reprezintă sectorul turismului în orașe și în comunitățile rurale;
- ✓ Cooperarea strânsă cu autoritățile, lobby și apărarea intereselor sectorului turistic în fața autorităților de toate nivelurile și a organelor de autogovernare;
- ✓ Punerea în aplicare a standardelor internaționale de calitate, siguranță, respectare a mediului și durabilitate;
- ✓ Analize cuprinzătoare ale impactului sectorului turistic asupra dezvoltării durabile a teritoriilor, ale impactului economic, social și de mediu al turismului;
- ✓ Cooperarea cu universitățile și instituțiile de învățământ, pentru a îmbunătăți sistemul de educație și formare profesională în sectorul turismului;
- ✓ Formarea unei baze de date a proiectelor de investiții în turism, atragerea și sprijinirea investițiilor în acest sector;
- ✓ Extinderea și consolidarea proiectelor de parteneriat intern și internațional și a comunicării de marketing încrucișat;

- ✓ Promovarea culturii ospitalității și toleranței;
- ✓ Promovarea și implementarea digitalizării și inovării proceselor;
- ✓ Crearea rețelei de Centre de informare a turiștilor;
- ✓ Elaborarea și comercializarea produselor turistice comune ale destinației;
- ✓ Participare în cadrul organizațiilor și parteneriatelor internaționale.

Dezvoltarea unor parteneriate locale, care pot contribui la promovarea raionului Edineț, țin în mare parte de sincronizarea acțiunilor de marketing individual al companiilor respective, formularea în comun a unor demersuri către APL pentru amenajări relevante turismului (ex: îmbunătățirile la atracții turistice, căi de acces spre aceste atracții și facilități, logistica intrărilor spre locații, etc), proiecte comune depuse la donatori, etc. O acțiune special ar ține de colaborarea partenerilor locali privind organizarea de tururi informative în Edineț pentru agențiile de turism, organizatori de evenimente, bloggeri și influenceri ș.a. Cu acestea se recomandă două modalități de construcție a relațiilor de parteneriat (active și pasive) pentru o mai bună acoperire informativă.

Modelul de parteneriat activ se rezumă la acțiunile în care agențiile de turism, organizatori de evenimente, bloggeri și influenceri ș.a. sunt invitați să ajungă în raionul Edineț pentru a fi martori la diverse lansări de programe turistice, rute tematice, evenimente locale pentru a promova și descrie aceste vizite către propriile auditorii prin instrumentele de comunicare pe care le utilizează. Astfel, pentru orice eveniment care poate genera unități de content video sau foto (ex: prezentări de produse, lansări de pensiuni, deschideri de atracții turistice renovate) se recomandă folosirea acestei modalități, chiar dacă generează costuri susținute de partenerii locali. Orice poate fi filmat și fotografiat are potențialul de a genera o dorință a călătorilor de a veni personal și a trece printr-o astfel de experiență. În acest caz le vor fi prezentate date relevante despre turismul local, urmat de vizite de informare la câteva locații reprezentative, degustarea bucatelor locale, vizitarea unor trasee tematice, etc. Astfel încât, atmosfera optimisă să poată fi confirmată prin imagini care ar trezi dorința de a vizita raionul Edineț.

În cazul unui model de parteneriat pasiv, promotorilor externi (agențiile de turism, organizatori de evenimente, bloggeri și influenceri ș.a.) le sunt expediate materiale despre evoluțiile turismului din destinația Edineț, cum ar fi statistici și alte tipuri de informații prezentate sub forma unor grafice sau texte scurte cu îndemnul de răspândire și invitarea la Edineț.

Programul de dezvoltare a resurselor umane pentru turismul din destinația Edineț trebuie să țină seama de organizarea de cursuri de formare și instruire a personalului din industria turistică pentru:

- ✓ a asigura un serviciu de calitate și o primire prietenoasă pentru turiști,
- ✓ prezentarea și interpretarea captivantă și corectă a atracțiilor turistice ale destinației Edineț,
- ✓ stabilirea și menținerea parteneriatelor pe întreg lanțul valoric de turism, etc.

4.6 Monitorizare și Evaluare

Pentru buna implementare a acțiunilor din Planul de marketing este necesară implementarea unui sistem de monitorizare a impactului campaniilor de marketing pentru destinația turistică Edineț. La fel, colectarea feedback-ului de la turiști și analiza datelor va permite actualizarea periodică și adaptarea Planului de marketing în funcție de rezultate și schimbările pe piața turistică locală, regional și națională.

Procesul de implementare a *Planului de marketing în turism pentru raionul Edineț* va începe din momentul adoptării Planului de către Consiliul Raional Edineț. Planul urmează să fie implementat prin parcurgerea etapelor:

Adoptarea Planului de marketing în turism pentru raionul Edineț. În cadrul acestei etape Planul de marketing va fi supus dezbaterilor publice în cadrul unor Audieri Publice (a fost deja discutat public în cadrul a 3 focus grupuri tematice: APL, agenții economici din turism/HORECA, reprezentanții CR Edineț și grupul de lucru al proiectului). După dezbateri și ajustarea propunerilor și recomandărilor făcute, Planul este înaintat Consiliului Raional spre aprobare. După aprobare, aparatul președintelui raionului Edineț și subdiviziunile Consiliului Raional relevante vor coordona elaborarea planurilor de acțiuni trimestriale și anuale privind realizarea Planului de acțiuni al acestui document.

Implementarea Planului de marketing în turism pentru raionul Edineț se va efectua prin realizarea măsurilor și acțiunilor concrete planificate spre implementare. Pentru fiecare acțiune, măsură vor fi concretizate obiective, planul activităților necesare, perioada de desfășurare, responsabilii și partenerii care vor realiza proiectul privind promovarea turistică a raionului Edineț. De asemenea, vor fi identificate și asigurate sursele de finanțare a proiectelor propuse spre implementare pentru creșterea vizibilității destinației turistice Edineț.

Monitorizarea Planului de marketing în turism pentru raionul Edineț. Procesul de monitorizare și evaluare a *Planului de marketing* vizează cadrul instituțional, instrumentele de monitorizare și evaluare, indicatorii de implementare, utilizarea și diseminarea rezultatelor monitorizării și evaluării.

Cadrul instituțional al monitorizării și evaluării este propus să fie constituit din *Comitetul de Monitorizare* compus din reprezentanți ai administrației publice locale și grupul de lucru al proiectului GIZ. Comitetul de Monitorizare va fi responsabil de procedura de aprobare precum și organizarea procesului de implementare a *Planului de marketing în turism pentru raionul Edineț* și a Planului de acțiuni, de identificarea și asigurarea resurselor financiare necesare pentru implementare măsurilor și acțiunilor. Totodată, pentru realizarea tehnicii a procesului de monitorizare, se vor întocmi rapoarte semestriale / anuale de evaluare privind implementarea Planului.

La anumite perioade va fi evaluată activitatea de implementare a Planului. Actualizarea planului de acțiuni va fi efectuată în cazul apariției unor noi necesități sau schimbarea conținutului lor. În asemenea caz planul de acțiuni este corectat și ajustat la schimbările survenite, cu consimțământul Consiliului raional.

Rapoartele intermediare și finale de implementare a acțiunilor și proiectelor de marketing sunt instrumentele principale de monitorizare și evaluare. Trimestrial, responsabilii de implementare vor

prezenta rapoarte intermediare privind implementarea Planului de marketing. La sfârșitul perioadei de implementare a proiectelor realizate din Planul de acțiuni al documentului actual responsabilii de monitorizare vor prezenta rapoarte finale. Implementarea proiectelor finanțate din surse externe vor fi supuse monitorizării și evaluării și de către instituțiile abilitate în conformitate cu contractele de finanțare încheiate.

Rezultatele monitorizării vor fi distribuite autorității publice locale, societății civile, sectorului privat, donatorilor străini, mass-media și publicului larg. Difuzarea informației va avea loc prin intermediul mass-media raionale dar și prin platforme on-line: publicații periodice online, social media etc.

Evaluarea implementării Planului se va efectua prin analiza indicatorilor relevanți de monitorizare. Pentru fiecare acțiune planificată sunt stabiliți anumiți indicatori de implementare. În baza informațiilor furnizate de la responsabilii de implementare, beneficiari sau instituții specializate se vor stabili nivelul și gradul de implementare a acțiunilor și atingere a obiectivelor fixate.

5. Planul de acțiuni soft pentru 2024-2026

Obiectiv strategic	Măsur	Acțiuni/proiecte	Termen limită realizare	Responsabil	Sursă finanțare	Cost total, lei
OS 1 Dezvoltarea ofertei turistice a destinației	1. Stabilirea valorilor identitare ale destinației, inventarul atracțiilor, facilităților de turism	Crearea bazei de date a atracțiilor turistice (naturale, antropice) ale rn Edineț	2024-25	APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Donatori	20000,00
		Crearea bazei de date a facilităților turistice (cazare, alimentare, agrement, etc)	2024-26	OMD, CIT		0,00
		Auditul ofertelor turistice locale (valoare, vizibilitate, accesibilitate, etc)	2024-25	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	20000,00
	2. Dezvoltarea bazei de date de turism a destinației	Elaborarea Registrului turistic al rn Edineț (atracții, trasee, facilități, prețuri, analize)	2024	specialist IT, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Crearea bazei de date a instituțiilor mass-media promotoare de turism (tv, radio, site, social media, reviste, bloggeri, influenceri, etc)	2025	OMD		
		Crearea bazei de date a evenimentelor specializate de turism și domenii conexe (locale, regionale, naționale, internaționale)	2026	OMD, Secția cultură CR	Buget CR, Buget CL, Donatori	20000,00
		Sistem de monitorizare a fluxului de vizitatori	2025	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	50000,00
		Rapoarte analitice privind performanțele turistice ale rn Edineț	periodic	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	6000,00
	3. Implicarea OMD în dezvoltarea produselor turistice competitive ale destinației	Training gestionarea datelor privind performanțele turistice ale destinației turistice	2024	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Instruiri tematice privind crearea și gestionarea produselor turistice competitive ale destinației turistice	2024	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Programarea și gestionarea ofertelor competitive ale destinației turistice Edineț	2025	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00

		Training elaborarea analizelor și statisticilor relevante turismului și fluxului de vizitatori	2025	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
					subtotal OS 1	166000,00
OS 2 Capacitarea resurselor umane pentru industria turistică locală	1. Efectuarea vizitelor de studiu și schimb de experiență privind marketingul destinațiilor turistice	Vizită de lucru și schimb de experiență în zone turistice competitive din Moldova	2024	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	6000,00
		Vizită de documentare în Romania	2024	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	15000,00
	2. Organizarea cursurilor de instruire profesională a persoanelor locale pentru marketing turistic eficient	Modul "Administrarea eficientă a afacerilor în turismul local"	2024	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Arta ghidajului și prezentării atracțiilor turistice"	2024	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Tehnici eficiente de marketing turistic în destinațiile noi"	2025	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Limba engleză în turism"	2024	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Promovarea ofertelor turistice locale folosind instrumentele și tehnologiile contemporane"	2025	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
	3. Dezvoltarea capacităților în marketing turistic la angajații OMD	Modul "Managementul vizitatorului și circuitelor în destinațiile turistice"	2024	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Managementul produselor turistice pe întreg ciclul de viață"	2024	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Elaborarea Dosarelor excursiilor generale, tematice, speciale (texte de control, fișe metodice, material demonstrativ) în destinația Edineț	2024	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Donatori	20000,00
		Modul "Organizarea evenimentelor, degustațiilor produselor/băuturilor locale"	2025	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
	4. Dezvoltarea continuă a competențelor	Modul "Arta de a vinde"	2025	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Marketingul produselor turistice"	2025	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00

	de marketing turistic	Modul "Dezvoltarea sistemului de marketing în destinația turistică"	2025	șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Dezvoltarea Planului de marketing al destinației turistice în Edineț	2025	șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
					Subtotal OS 2	161000,00
OS 3 Promovarea eficientă a destinației turistice	1. Optimizarea online și promovare pe social media a destinației	Auditul permanent a instrumentelor de promovare turistică a destinației Edineț	2024-25	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Crearea infrastructurii rețele de socializare (fb, Instagram, TikTok, etc)	2024-26	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
		Crearea infrastructurii de comunicare digitală specializată (Contului și ChatBot-ului de Telegram, Viber, WhatsApp, etc)	2024-26	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
		Elaborarea conținutului de turism pe pagina web în Edineț - www.visitedinet.md (cu subpaginile pentru actorii de turism)	2024-26	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	150000,00
		Crearea aplicației Android și Apple VisitEdinet	2024	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Adaptarea conținutului website-ului, a materialelor de marketing și campanii de promovare pentru publicul de pe piețe ținte externe (Ro, Ua, En, Gr, Fr, etc)	permanent	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
		Elaborarea conținutului de turism pe pagina fb și asigurarea prezenței active pe social media (campanii Ad:Facebook, Instagram, Tik Tok etc.; GOOGLE Ads, proiecte speciale)	permanent	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
		Utilizarea platformelor de social media populare în România și Ucraina pentru a promova destinația și a interacționa cu potențialii vizitatori.	permanent	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00

2. Promovarea identității destinației și sporirea vizibilității turistice	Crearea de campanii specifice pentru a atrage diaspora moldoveană din străinătate să revină și să descopere Edinețul.	permanent	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
	Utilizarea rețelelor de socializare și a comunităților online ale diasporei pentru a promova destinația.	permanent	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
	Dezvoltarea unui logo și a unei identități vizuale distinctive; definirea unui mesaj de brand care să sublinieze experiențele unice și atracțiile destinației.	2024	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	100000,00
	Plan de acțiuni de promovare outdoor: Billboarduri, Brandmauer, LED-uri	2024	Șef OMD, APL, CIT		600000,00
	Amenajarea informativă a 7 trasee turistice raionale (500 indicatoare și panouri, inclusiv QR code)	2025-26	Șef OMD, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	1250000,00
	Crearea și întreținerea ghidajului electronic (pașaport electronic atracții, conexiuni și accesări QR)		Șef OMD, APL, CIT		
	Amenajarea hărții și panotajului informativ la intrările centrale în rn Edineț	2024	Șef OMD, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
	Amenajarea hărții și panotajului informativ la primăriei/muzee locale/CIT	2024-25	Șef OMD, APL, CIT	Buget CL, Agenți econ, Donatori	56000,00
	Amenajare informațională a top 100 atracții (100 panouri informative mici, QR code)	2024-26	Șef OMD, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	150000,00
	Amenajarea 33 puncte de self-info (muzee, primăriei)	2025-26	Șef OMD, APL, CIT	Buget CL, Agenți econ, Donatori	330000,00
3. Marketing digital și campanii publicitare online și offline	Plan / calendar de comunicare cu presa și influenceri (invitații, comunicate, Interviuuri, evenimente tematice...)	2024	Șef OMD		0,00
	Elaborarea Planului media al destinației turistice rn Edineț: Campanii presă RM, Campanie	2024	Șef OMD		100000,00

		presă externă, TV, radio, web, presa scrisă, inclusiv reviste				
		Promovarea ofertei turistice a raionului Edineț (evenimente lansare produse turistice, spot video, campanii PR, etc)	permanent	OMD, CIT		300000,00
		Acțiuni de publicitate directă: TV, radio, web, Indoor TV, presa scrisă, inclusiv reviste	permanent	OMD		300000,00
		Producerea de material distributiv promoțional (buclete informative, fluturași-hărți, tombole tematice, etc)	permanent	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	150000,00
		Elaborarea și tirajarea (fizic, electronic) Ghidului turistic al r n Edineț	2024	Șef OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		producerea de material foto/video plante/animale rare, unice, bucătărie/meșteșuguri tradiționale etc	permanent	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
		Lansarea de campanii offline prin intermediul afișelor, broșurilor și colaborării cu agențiile de turism locale	permanent	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
4. Participarea la târguri, forumuri, expoziții specializate		Auditul Expozițiilor de profil și conexe (locale/externe)	2024	Șef OMD, CIT		0,00
		Elaborarea Calendarului prezenței r n Edineț la evenimente naționale și internaționale	2024	Șef OMD, CIT		0,00
		Elaborare unui complet expozițional mobil reprezentativ r n Edineț	2025	Șef OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	60000,00
		Asigurare prezență la minim 4 evenimente naționale/regionale anual	2024-26	Șef OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	120000,00
		Participarea la târguri și evenimente de turism în România și Ucraina pentru a crește vizibilitatea destinației.	2024-26	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	150000,00
		Colaborarea cu agenții de turism din România și Ucraina pentru a promova destinația	2024-26	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	150000,00

		în pachetele și ofertele lor turistice				
5. Evenimente (culturale, sportive, turistice, științifice...) și colaborări locale cu impact regional/național	Audit al tuturor evenimentelor din raionul Edineț	permanent	Șef OMD			0,00
	Elaborarea Calendarului evenimentelor "Invită raionul Edineț"	permanent	Șef OMD			0,00
	Încheierea de parteneriate cu afaceri locale din Edineț (hoteluri, restaurante, atracții) pentru a oferi experiențe autentice și integrate călătorilor (pachete speciale, servicii de calitate)	permanent	Șef OMD			0,00
	Colaborarea cu organizații culturale și evenimente locale pentru a atrage atenția asupra destinației	permanent	Șef OMD			210000,00
	Organizarea de evenimente speciale și activități colaborative pentru a atrage atenția și interesul călătorilor.	permanent	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori		300000,00
	Contractare și promovarea prin canale media a Calendarului de evenimente al rn Edineț	permanent	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori		30000,00
	Implementarea Calendarului de evenimente al rn Edineț	permanent	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori		300000,00
	Organizarea unor vizite a bloggerilor, influencerilor la principalele atracții ale raionului Edineț	permanent	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori		180000,00
	Parteneriate strategice cu agenții de turism și companii de transpor pentru promovarea destinației (în pachetele turistice, itinerariile călătorilor, canale de distribuție)	permanent	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori		180000,00
				Subtotal OS 3		5556000,00
Total general						5883000,00

6. Acțiuni soft prioritare pentru primul an, 2024

Obiectiv strategic	Măsur	Acțiuni/proiecte	Termen limită realizare	Responsabil	Sursă finanțare	cost 2024, lei
--------------------	-------	------------------	-------------------------	-------------	-----------------	----------------

OS 1 Dezvoltarea ofertei turistice a destinației	1. Stabilirea valorilor identitare ale destinației, inventarul atracțiilor, facilităților de turism	Crearea bazei de date a atracțiilor turistice (naturale, antropice) ale rn Edineț	2024-25	APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Auditul ofertelor turistice locale (valoare, vizibilitate, accesibilitate, etc)	2024-25	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
	2. Dezvoltarea bazei de date de turism a destinației	Elaborarea Registrului turistic al rn Edineț (atracții, trasee, facilități, prețuri, analize)	2024	specialist IT, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Crearea bazei de date a evenimentelor specializate de turism și domenii conexe (locale, regionale, naționale, internaționale)	2026	OMD, Secția cultură CR	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Rapoarte analitice privind performanțele turistice ale rn Edineț	periodic	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	2000,00
	3. Implicarea OMD în dezvoltarea produselor turistice competitive ale destinației	Training gestionarea datelor privind performanțele turistice ale destinației turistice	2024	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Instruiri tematice privind crearea și gestionarea produselor turistice competitive ale destinației turistice	2024	OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
					subtotal OS 1	62000,00
OS 2 Capacitatea resurselor umane pentru industria turistică locală	1. Efectuarea vizitelor de studiu și schimb de experiență privind marketingul destinațiilor turistice	Vizită de lucru și schimb de experiență în zone turistice competitive din Moldova	2024	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	6000,00
		Vizită de documentare în Romania	2024	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	15000,00
	2. Organizarea cursurilor de instruire profesională a persoanelor locale pentru marketing turistic eficient	Modul "Administrarea eficientă a afacerilor în turismul local"	2024	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Arta ghidajului și prezentării atracțiilor turistice"	2024	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Limba engleză în turism"	2024	angajați IMM de turism	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00

	3. Dezvoltarea capacităților în marketing turistic la angajații OMD	Modul "Managementul vizitatorului și circuitelor în destinațiile turistice"	2024	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Modul "Managementul produselor turistice pe întreg ciclul de viață"	2024	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Donatori	10000,00
		Elaborarea Dosarelor excursiilor generale, tematice, speciale (texte de control, fișe metodice, material demonstrativ) în destinația Edineț	2024	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Donatori	20000,00
					Subtotal OS 2	91000,00
OS 3 Promovarea eficientă a destinației turistice	1. Optimizarea online și promovare pe social media a destinației	Auditul permanent a instrumentelor de promovare turistică a destinației Edineț	2024-25	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	5000,00
		Crearea infrastructurii rețele de socializare (fb, Instagram, TikTok, etc)	2024-26	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Crearea infrastructurii de comunicare digitală specializată (Contului și ChatBot-ului de Telegram, Viber, WhatsAp, etc)	2024-26	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Elaborarea conținutului de turism pe pagina web rn Edineț - www.visitedinet.md (cu subpaginile pentru actorii de turism)	2024-26	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		Crearea aplicației Android și Apple VisitEdinet	2024	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Adaptarea conținutului website-ului, a materialelor de marketing și campanii de promovare pentru publicul de pe piețe ținte externe (Ro, Ua, En, Gr, Fr, etc)	permanent	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Elaborarea conținutului de turism pe pagina fb și asigurarea prezenței active pe social media (campanii Ad:Facebook, Instagram, Tik Tok etc.; GOOGLE Ads, proiecte speciale)	permanent	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00

		Utilizarea platformelor de social media populare în România și Ucraina pentru a promova destinația și a interacționa cu potențialii vizitatori.	permanent	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Crearea de campanii specifice pentru a atrage diaspora moldoveană din străinătate să revină și să descopere Edinețul.	permanent	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Utilizarea rețelelor de socializare și a comunităților online ale diasporei pentru a promova destinația.	permanent	OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
	2. Promovarea identității destinației și sporirea vizibilității turistice	Dezvoltarea unui logo și a unei identități vizuale distinctive; definirea unui mesaj de brand care să sublinieze experiențele unice și atracțiile destinației.	2024	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	100000,00
		Plan de acțiuni de promovare outdoor: Billboarduri, Brandmauer, LED-uri	2024	Șef OMD, APL, CIT		200000,00
		Amenajarea informativă a 7 trasee turistice raionale (500 indicatoare și panouri, inclusiv QR code)	2025-26	Șef OMD, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	625000,00
		Amenajarea hărții și panotajului informativ la intrările centrale în rn Edineț	2024	Șef OMD, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		Amenajarea hărții și panotajului informativ la primărie/muzee locale/CIT	2024-25	Șef OMD, APL, CIT	Buget CL, Agenți econ, Donatori	28000,00
		Amenajare informațională a top 100 atracții (100 panouri informative mici, QR code)	2024-26	Șef OMD, APL, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
	3. Marketing digital și campanii publicitare online și offline	Elaborarea Planului media al destinației turistice rn Edineț: Campanii presă RM, Campanie presă externă, TV, radio, web, presa scrisă, inclusiv reviste	2024	Șef OMD		100000,00

		Promovarea ofertei turistice a raionului Edineț (evenimente lansare produse turistice, spot video, campanii PR, etc)	permanent	OMD, CIT		100000,00
		Acțiuni de publicitate directă: TV, radio, web, Indoor TV, presa scrisă, inclusiv reviste	permanent	OMD		100000,00
		Producerea de material distributiv promoțional (buclete informative, fluturași-hărți, tombole tematice, etc)	permanent	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		Elaborarea și tirajarea (fizic, electronic) Ghidului turistic al r-n Edineț	2024	Șef OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		producerea de material foto/video plante/animale rare, unice, bucătărie/meșteșuguri tradiționale etc	permanent	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Lansarea de campanii offline prin intermediul afişelor, broşurilor și colaborării cu agențiile de turism locale	permanent	angajați OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
	4. Participarea la târguri, forumuri, expoziții specializate	Asigurare prezență la minim 4 evenimente naționale/regionale anual	2024-26	Șef OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	40000,00
		Participarea la târguri și evenimente de turism în România și Ucraina pentru a crește vizibilitatea destinației.	2024-26	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		Colaborarea cu agenții de turism din România și Ucraina pentru a promova destinația în pachetele și ofertele lor turistice	2024-26	OMD, CIT	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
	5. Evenimente (culturale, sportive, turistice, științifice...) și colaborări locale cu impact regional/național	Colaborarea cu organizații culturale și evenimente locale pentru a atrage atenția asupra destinației	permanent	Șef OMD		70000,00
		Organizarea de evenimente speciale și activități colaborative pentru a atrage atenția și interesul călătorilor.	permanent	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	100000,00

		Contractare și promovarea prin canale media a Calendarului de evenimente al rî Edineț	permanent	Șef OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	10000,00
		Implementarea Calendarului de evenimente al rî Edineț	permanent	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	100000,00
		Organizarea unor vizite a bloggerilor, influențierilor la principalele atracții ale raionului Edineț	permanent	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	60000,00
		Parteneriate strategice cu agenții de turism și companii de transport pentru promovarea destinației (în pachetele turistice, itinerariile călătorilor, canale de distribuție)	permanent	Șef OMD, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	60000,00
					Subtotal OS 3	2148000,00
Total general						2301000,00

7. Acțiunile prioritare de amenajare a atracțiilor și infrastructurii turistice în Edineț

Obiectiv strategic	Măsur	Acțiuni/proiecte	Termen limită realizare	Responsabil	Sursă finanțare	Cost total, lei
OS 4 Îmbunătățirea infrastructurii turistice	1. Amenajarea și promovarea traseelor interne și de inter-conectare cu stații de transport public	Amenajarea estetică și întreținerea căilor de acces de la stațiile de transport public spre atracțiile majore din rî Edineț	permenent	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	300000,00
		Amenajarea estetică și întreținerea locurilor de popas și belvedere pe teritoriul rî Edineț	permanent	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	150000,00
	2. Elaborarea studiilor de fezabilitate, planurilor de afaceri, PUZ și a proiectelor investionale pentru infrastructura turistică	Elaborarea dosarelor proiectelor de grant pentru amenajarea atracțiilor și a căilor de acces	permanent	angajați OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	15000,00
		Elaborarea Studiului de fezabilitate pentru amenajarea turistică a rî Edineț	2025	Administrația rî Edineț	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	60000,00
		Elaborare Studii de fezabilitate pentru amenajarea unor zone speciale din rî Edineț (pentru investiții majore în turism)	2025-26	Administrația rî Edineț	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	200000,00

3. Amenajarea atracțiilor turistice de top și muzeelor în destinație		Elaborare Proiecte tehnice pentru amenajarea unor zone speciale din rn Edineț (pentru investiții majore în turism)	2025-26	Administrația rn Edineț	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	300000,00
		Amenajarea machetelor miniaturale a atracțiilor de top pe o hartă a rn Edineț	2024	Administrația rn Edineț, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	200000,00
		Creare unor Centre locale de informare turistică	permanent	Administrația rn Edineț, APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	300000,00
		Amenajarea turistică la Muzeul Ținutului Edineț	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică la Grădina publică Vasile Alexandri, Edineț	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajare turistică la Mănăstirea Zăbriceni	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajare turistică a peisajului Prutului, s. Cucușești Vechi	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajare turistică la Recifii din Brânzeni	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajare turistică la rezervația La Castel, Gordinești	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică în Defileul Fetești	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică în Defileul Trinca	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică la Biserica de lemn, Rotunda	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică în Defileul Buzdugeni	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică la Biserica Târnova	2025-26	APL	Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
		Amenajarea turistică a altor atracții turistice din rn Edineț	2025-26	APL	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	1000000,00
	4. Parteneriate pentru crearea/amplasar	Elaborarea planului de amenajare a zonelor de investiții majore în turism ale rn Edineț	2024	Administrația rn Edineț	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	100000,00

	ea structurilor turistice	Pregătirea portofoliului investițional pentru dezvoltarea parteneriatelor în zonele de investiții majore în turism ale rî Edineț	2024	Administrația rî Edineț	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	50000,00
		Elaborarea și implementarea proiectelor de parteneriat APL-Agenți economici pentru zonele de investiții majore în turism ale rî Edineț (cazare turistică, alimentație publică, agrement divers, transport intern, chirie biciclete/ambarcațiuni, popasuri/adăposturi, parcare, sistem monitorizare, servicii curative, ceaiuri plante medicinale, zone sport/SPA, producere/comercializare suveniruri, mini-zoo...)	permanent	Administrația rî Edineț, Parteneri privati	Buget CL, Agenți econ, Donatori	3000000,00
		Promovarea în comun a destinației turistice rî Edineț pe piața investițională	permanant	Administrația rî Edineț, APL, OMD	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	30000,00
	5. Modernizarea, amenajarea și extinderea spațiilor de deservire a vizitatorilor	Implementarea unui sistem de gestionare a investițiilor de turism și deservirea vizitatorilor pe teritoriul rî Edineț	2025-26	Administrația rî Edineț	Buget CR, Buget CL, Agenți econ, Donatori	20000,00
		Promovarea unui cluster de turism și deservirea vizitatorilor pe teritoriul rî Edineț	2025-26	Administrația rî Edineț	Agenți econ, Donatori	60000,00
Total infrastructură turistică						17155000,00

Anexa 1 Sondajul realizat cu reprezentanții APL din raionul Edineț

Analiza sondajului efectuat pentru evaluarea interesului în dezvoltarea turismului în raionul Edineț oferă o perspectivă detaliată asupra opiniilor celor 22 de participanți - reprezentanți ai organizațiilor publice locale.

Interesul față de atracțiile locale

Toți participanții sunt conștienți de atracțiile principale din Edineț, semn că acestea sunt recunoscute în comunitate.

Majoritatea respondenților (13 din 19 care au răspuns la această întrebare) au inclus deja atracțiile locale în ofertele lor turistice, indicând o predispoziție spre exploatarea resurselor turistice existente. Atracțiile menționate includ diverse locuri naturale și istorice cum ar fi Rezervația La Castel, Mina de piatră de la Gordinești, și Defileul Trinca.

Când li s-a cerut să identifice atracțiile care ar atrage cel mai mult turiștii, Manastirea Zabriceni și Muzeul din Edineț au fost cele mai frecvent menționate, sugerând un interes puternic pentru turismul cultural și istoric.

Percepția asupra potențialului turistic

Percepția asupra potențialului turistic al Edinețului este în general pozitivă, cu 16 respondenți evaluându-l ca fiind mare sau foarte mare. Aceasta subliniază o încredere robustă în capacitatea regiunii de a atrage turiști.

În privința tipurilor de turism care ar putea fi dezvoltate, turismul istoric (21 de mențiuni) și cultural (15 mențiuni) domină preferințele, reflectând bogăția patrimoniului local și interesul pentru valorificarea acestuia.

Disponibilitatea pentru colaborare și nevoi de suport

Toți participanții și-au exprimat interesul de a colabora pentru dezvoltarea turismului în Edineț, ceea ce indică o viziune unitară și o disponibilitate de a lucra împreună pentru obiective comune.

Suportul financiar este cel mai solicitat tip de ajutor (21 mențiuni), urmat de formare și instruire (13 mențiuni) și asistență în dezvoltarea de pachete turistice (12 mențiuni), subliniind necesitatea de resurse pentru implementarea efectivă a inițiativelor de turism.

Sugestii și recomandări

Sugestiile participanților sunt variate, de la dezvoltarea infrastructurii (reparații drumuri, renovări) la promovarea mai agresivă în mass-media și inclusiv dezvoltarea de noi atracții cum ar fi grădina zoologică sau loc autocros. Aceasta diversitate de idei ilustrează creativitatea și ambiția localnicilor de a transforma Edinețul într-o destinație turistică atractivă.

Alte sugestii puntează necesitatea de a extinde traseele turistice și de a include și atracții mai puțin cunoscute și sate mai mici, precum și nevoia desemnării pentru dezvoltarea competențelor în turism.

Concluzii

Interes și Angajament: Există un interes puternic și un angajament general pentru colaborare și dezvoltare turistică în Edineț, ceea ce este un semnal pozitiv pentru inițiativele viitoare.

Focalizare pe Turismul Cultural și Istoric: Atracțiile istorice și culturale sunt cele mai valorizate, indicând o direcție clară pentru strategii de promovare și dezvoltare.

Nevoia de Suport: Solicitățile de suport financiar și educational sunt pregnante, reflectând necesitatea unor investiții considerabile și suport extern pentru materializarea potențialului turistic.

Inovație în Atracții și Promovare: Sugestiile pentru noi atracții și metode de promovare evidențiază o gândire inovativă și o dorință de a exploata la maximum resursele locale.

Anexa 2 Sondajul realizat cu reprezentanții Consiliului raional Edineț și grupul de lucru al proiectului de turism

Analiza sondajului efectuat în cadrul grupului de lucru pentru dezvoltarea turismului în raionul Edineț oferă perspective valoroase de la 7 membri implicați direct în proiect.

Interesul pentru atracțiile locale

Conștientizare universală: Toți respondenții sunt familiarizați cu atracțiile turistice principale din Edineț, ceea ce reflectă o bază solidă de cunoștințe locale.

Includerea atracțiilor în oferte: Majoritatea (6 din 7) sunt pt includerea atracțiilor locale în ofertele turistice. Acest lucru sugerează o acceptare și valorificare activă a potențialului turistic local.

Atracții preferate: Fetești, denumită "Mica Elveție", pare să fie cea mai populară atracție, urmată de Rezervația La Castel și Manastirea Zabriceni. Aceasta sugerează că locațiile naturale și cele culturale istorice sunt văzute ca cele mai atrăgătoare pentru turiști.

Percepții asupra turismului local

Evaluare pozitivă a potențialului: Majoritatea participanților (6 din 7) consideră că Edinețul are un potențial turistic mare sau foarte mare (5 mare, 1 foarte mare). Aceasta indică optimism și suport pentru inițiativele de dezvoltare turistică.

Tipuri de turism: Turismul cultural este cel mai susținut, urmat de istoric și ecoturism, cu mențiuni și pentru gastronomie și agroturism. Aceasta arată o diversitate de interese care pot fi explorate pentru a atrage diferite segmente de turiști.

Disponibilitatea pentru colaborare și nevoi de suport

Disponibilitate totală pentru colaborare: Toți membrii grupului sunt interesați de colaborare, ceea ce este esențial pentru succesul inițiativelor comune.

Suport necesar: Suportul financiar este cel mai solicitat, subliniind o nevoie acută de resurse pentru a pune în aplicare planurile de dezvoltare. De asemenea, formarea și instruirea sunt văzute ca esențiale, indicând o necesitate de a crește competențele locale.

Sugestii și recomandări

Digitalizare și promovare: Propunerile includ crearea unei platforme digitale pentru promovarea turismului, maximizarea digitalizării, și utilizarea mass-media pentru informare. Aceasta indică o recunoaștere a importanței tehnologiei în marketingul modern.

Dezvoltare de produse turistice: Există o dorință clară de a crea pachete turistice complexe care să combine cazarea, vizitele la destinații turistice și experiențe gastronomice, sugerând o abordare integrată și bine gândită a turismului.

Concluzii

Implicare și Cunoaștere: Răspunsurile indică o înțelegere profundă a potențialului turistic și o disponibilitate de a-l exploata, reflectând o implicare serioasă în dezvoltarea turismului local.

Nevoia de Resurse: În timp ce entuziasmul pentru dezvoltare este evident, necesitatea de suport financiar și educațional arată că sunt încă bariere de depășit.

Strategii Diverse: Interesul pentru diverse forme de turism arată că Edinețul poate atrage un spectru larg de vizitatori, de la iubitori ai naturii la cei pasionați de istorie și gastronomie.

Această analiză arată că membrii grupului de lucru sunt optimiști și proactivi în privința dezvoltării turismului în Edineț, dar subliniază și necesitatea unei colaborări extinse și a unui suport consistent pentru a transforma potențialul în realitate palpabilă.

Anexa 3 Sondajul realizat cu reprezentanții mediului de afaceri de turism/HORECA

Analiza sondajului completat de 13 agenți economici din raionul Edineț oferă o perspectivă realistă și critică asupra stării curente și potențialului turismului în regiune. Acest grup pare să abordeze subiectul cu un pragmatism accentuat, evidențiat de evaluările mai moderate și sugestiile punctuale.

Interesul pentru atracțiile locale

Conștientizare: Majoritatea respondenților (12 din 13) sunt familiarizați cu atracțiile principale, dar interesul de a le include în oferte turistice este împărțit (5 da, 5 nu, 3 nu au răspuns), semnalând o diviziune în percepția valorii acestora.

Atracții promovate: Cele menționate frecvent includ Defileul Trinca, Fetești și Rezervația La Castel, sugerând că locațiile naturale continuă să fie văzute ca puncte forte.

Percepții asupra turismului local

Evaluarea potențialului: Evaluările sunt variate, cu 6 considerând potențialul mare și 5 scăzut. Aceasta arată o diviziune în optimismul față de viitorul turismului local.

Tipuri de turism: Ecoturismul și gastronomia sunt văzute ca cele mai promițătoare tipuri de turism (9, respectiv 10 mențiuni). Interesul crescut pentru gastronomie este notabil și sugerează o oportunitate de a valorifica bucătăria locală ca atracție turistică.

Disponibilitatea pentru colaborare și nevoi de suport

Colaborare: Majoritatea (11 din 13) sunt deschiși să colaboreze pentru dezvoltarea turismului, indicând un teren comun pentru acțiuni coordonate.

Suport necesar: Suportul financiar este cea mai mare nevoie (12 mențiuni), reflectând probabil constatarea că investițiile semnificative sunt esențiale pentru a îmbunătăți infrastructura turistică. De asemenea, formarea și instruirea sunt solicitate de majoritate, subliniind o recunoaștere a nevoii de profesionalizare în sector.

Sugestii și recomandări

Propuneri de promovare: Sugestiile includ digitalizarea serviciilor turistice, crearea de pliante informative, și dezvoltarea unui website dedicat turismului și intensificarea comunicării online. Acestea sunt orientate spre modernizarea și eficientizarea marketingului turistic.

Dezvoltare de noi forme de turism: Turismul agricol este menționat ca un domeniu de dezvoltat, ceea ce ar putea atrage un segment nou de vizitatori interesați de experiențe autentice și de contactul cu natura și cultura locală.

Concluzii

Viziune divizată: Există un contrast între viziunea optimistă și cea pesimistă a potențialului turistic, ceea ce ar putea reflecta diferențe în resurse, acces la piață sau experiențele anterioare ale agenților economici.

Prioritizarea investițiilor și formării: Recunoașterea nevoii de suport financiar și instruire sugerează că agenții economici văd importanța resurselor externe și educației în realizarea potențialului turistic.

Inovare în marketing și produs: Sugestiile pentru utilizarea tehnologiei și dezvoltarea de noi segmente de turism indică o orientare către inovație și adaptare la tendințele actuale în turism.

Anexa 4 Sondajul realizat cu reprezentanții agențiilor de turism și ghizilor în vizită la Edineț

Analizând răspunsurile primite de la ghizii care au vizitat Edinețul și au evaluat atracțiile turistice, putem face următoarele concluzii:

1. Referitor la cunoașterea și aprecierea atracțiilor turistice:
 - Majoritatea ghizilor au cunoștințe solide despre atracțiile turistice din Edineț, dar există și un număr semnificativ care au evaluat cunoștințele lor ca fiind parțiale sau nu prea bune.
 - Atracțiile cele mai populare printre turiști sunt Fetești, Mănăstirea Zăbriceni și Muzeul Edinețului.
2. Referitor la aspectele apreciate la atracțiile turistice:
 - Patrimoniul bogat al Muzeului Ținutului Edineț, autenticitatea, ospitalitatea și peisajele naturale sunt aspectele cel mai apreciate la atracțiile turistice.
 - Feedback-ul pozitiv despre ghizi și serviciile turistice demonstrează că există resurse umane pregătite și pasionate pentru a oferi o experiență turistică de calitate la destinație.
3. Îmbunătățiri necesare:
 - Sunt necesare îmbunătățiri la capitolul infrastructura turistică, inclusiv amplasarea în această destinație mai multor indicatoare, toalete publice, puncte de informare turistică și facilități de odihnă.
 - Promovarea, accesibilitatea și diversificarea produselor turistice sunt, de asemenea, puncte de focus pentru îmbunătățirea experienței turistice la destinație.
4. Marketing și promovare:
 - Experiența ghizilor sugerează că promovarea ar putea fi mai activă, cu accent pe utilizarea rețelelor de socializare, colaborarea cu mass-media și organizarea de festivaluri și evenimente (cu agenda și perioada stabilită din timp).
5. Transport și accesibilitate:
 - Accesibilitatea și opțiunile de transport sunt evaluate în general pozitiv, cu o nevoie potențială de îmbunătățire a indicatoarelor și a infrastructurii rutiere.
6. Facilități turistice și gestionarea experienței turistice:
 - Facilitățile turistice sunt considerate în mare parte suficiente, dar pot fi îmbunătățite. Gestionarea experienței turistice este evaluată în general pozitiv, dar există loc pentru îmbunătățiri în unele aspecte.
7. Recomandări pentru viitor:

- Diversificarea produselor turistice, promovarea mai activă, dezvoltarea parteneriatelor și colaborarea transfrontalieră pentru a stimula turismul intern și receptiv.

La final ținem să menționăm că evaluările ghizilor oferă o perspectivă valoroasă asupra punctelor forte și a domeniilor care necesită îmbunătățiri în promovarea și gestionarea turismului în Edineț. Aceste informații pot fi utilizate pentru a ghida strategiile viitoare de dezvoltare turistică în raionul Edineț.