

ROMÂNIA
JUDEȚUL COVASNA
CONSILIUL LOCAL AL
ORAȘULUI BARAOLT

HOTĂRÂREA Nr. 32 / 2021

Privind stabilirea cotizației membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2021 și aprobarea raportului de activitate pe anul 2020

Consiliul Local al orașului Baraolt în ședință ordinară din data de 23 aprilie 2021;

În conformitate cu proiectul de hotărâre și Referatul de aprobare al primarului privind stabilirea cotizației membrilor pe anul 2021 și aprobarea raportului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2020.

Văzând raportul compartimentului de specialitate, avizul comisiei de specialitate nr. 1 și 3 și avizul de legalitate al secretarului general al orașului Baraolt

Având în vedere:

- Hotărârea nr. 10/2021 a Adunării Generale a Asociațiilor pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna privind stabilirea cotizației membrilor Asociației, pe anul 2021
- Hotărârea nr. 7/2021 a Adunării Generale a Asociațiilor pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna, privind aprobarea raportului de activitate al Asociației pe anul 2020.
- În conformitate cu prevederile art. 35 alin. (3), (4) și (6) din Legea finanțelor publice locale nr. 273/2006, cu modificările și completările ulterioare

În baza art. 90 alin. 1, art. 129 alin. (2) lit "e", coroborat cu alin (9) lit. "c"; alin. 11, art. 154 alin. 6, respectiv art. 139 și art. 196 alin. (1) lit "a" al OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

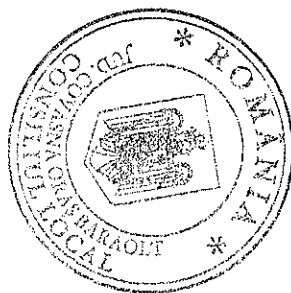
HOTĂRĂȘTE

Art. 1. Se aprobă cotizația orașului Baraolt la Asociația pentru Dezvoltarea Turismului pe anul 2021 în sumă de 50000,00 lei, care se suportă din bugetul local.

Art. 2. Se aprobă raportul de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2020, conform anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 3. Cu aducere la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează primarul orașului Baraolt și Compartimentul de contabilitate din cadrul aparatului de specialitate al primarului.

Președintele de ședință:
Consilier PAL LEVENTE

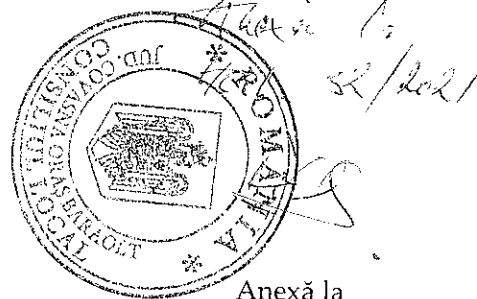


Contrasemnează
Secretar general
DOMBI REKA HILDA

Baraolt 23 aprilie 2021

Prezenta se difuzează:

- 1.ex. Instituția Prefectului Covasna
- 2.ex. Comp. Administrație publică
- 1.ex. Primar
- 2.ex. Buget, contabilitate
- 1.ex. ADI Turism



Anexă la
Hotărârea Consiliului de Administrație
al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna nr. 7/2021

RAPORT DE ACTIVITATE PE ANUL 2020

ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI ÎN JUDEȚUL COVASNA

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna a fost înființată în anul 2007, având ca membrii fondatori Județul Covasna prin Consiliul Județean Covasna și municipiul Sf. Gheorghe prin Consiliul local al municipiului Sf. Gheorghe.

Scopul Asociației îl constituie implementarea politicii de turism al județului Covasna și al celorlalți asociați din județul Covasna.

Printre obiectivele Asociației se numără:

- crearea unui cadru de reflecție și de exprimare pentru structurile implicate în turism;
- sprijinirea instituțiilor publice și private din domeniul turismului;
- crearea unor zone turistice cu marcă, în condițiile actelor normative incidente în materie;
- organizarea diferitelor forme de turism (cultural, de agrement, balnear, agroturism etc.);
- creșterea calității serviciilor turistice din județ prin formarea continuă a cadrelor și agenților de turism, în condițiile legii;
- realizarea unei baze de date care să permită observarea activității turistice din județ;

- încurajarea calității, a bunelor practici, și a competenței în domeniu prin acordarea de etichete de calitate;
- editarea și/sau tipărirea de cărți, broșuri, hărți, materiale informative, atât în format tipărit, cât și în format electronic, legat de activitatea Asociației;
- implicarea tinerilor în activități de promovare a potențialului turistic;
- colaborarea cu institutele de învățământ superior medical și din domenii înrudite în vederea formării și perfecționării unor specialiști și cu pregătire profesională;
- exploatarea și întreținerea obiectivelor realizate prin Proiectul „Drumul apelor minerale – A borvizek útja” și a Centrului Băi Hătuica; etc.

TURISMUL ÎN ANUL 2020

În anul 2020, pandemia COVID-19 a afectat grav turismul, cauzând pierderi semnificative pentru industria ospitalității și industria hoteliră, dar și pentru organizatorii de evenimente. Datele statistice referitoare la scăderea numărului de turiști și a nr. de înnoptări în județul Covasna arată astfel:

Nr. turiști (2019)	136.530	
Nr. turiști (2020)	73.029	- 46,52 %
Nr. înnoptări (2019)	603.465	
Nr. înnoptări (2020)	283.471	- 53,03 %

Sursă: www.insse.ro

Cu toate că Asociația nu a putut organiza multe evenimente (Transylvanian BBQ Festival (Olteni), Festivalul Cârnaților (Sf. Gheorghe), Festivalul Surcelelor (Covasna), Festivalul de Toamnă (Baraolt), și-a continuat activitatea și în perioada lock-down-ului. În această perioadă, Asociația a făcut un sondaj despre cum a afectat pandemia

COVID-19 unitățile de cazare; a trimis newsletter cu informații practice care au putut fi de ajutor în perioada respectivă; a colaborat cu Institutul de Cercetare pentru Strategia Națională (Ungaria), și Ministerul Economiei, Energiei și Mediului de Afaceri (România); a organizat un workshop online, susținut de Răzvan Pascu care a avut ca scop furnizarea de informații practice de marketing și comunicații în perioada pandemiei; etc.

ACTIVITĂȚI DE PROMOVARE A DESTINAȚIEI TURISTICE

A. PARTICIPĂRI LA TÂRGURI ȘI EXPOZIȚII TURISTICE

- **TÂRGUL DE TURISM AL ROMÂNIEI (TTR, ediția a 43-a)**
 - Perioada: 20-23 februarie 2020
 - Locul desfășurării: București, Centrul expozițional Romexpo
 - Scopul participării: promovarea ofertei turistice a județului Covasna
 - Obiectivul participării: atragerea unui număr mai mare de turiști și creșterea numărului de înnoptări în județul Covasna

La ediția de primăvară a Târgului de Turism din 2020, expozanții standului Ținutul Secuiesc au fost județul Covasna prin Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, județul Harghita prin Asociația de Dezvoltare Intercomunitară Harghita, județul Mureș prin Asociația Visit Mureș. Participarea la acest eveniment reprezintă o posibilitate în vederea prezentării ofertei turistice a județului Covasna. Aceasta se realizează prin oferirea pliantelor, broșurilor și a ofertelor primite de la agenții economici din industria ospitalității, dar și prin informațiile oferite de către reprezentanții Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna. În cadrul standului a fost organizat un mic atelier tradițional de



Secția de Turism și Dezvoltare Turistică
Județul covasna

Strada Ștefan cel Mare, Piața Libertății
400000, Covasna

viziteaza.covasna@gmail.com

turtă dulce cu ajutorul familiei Szántó din Târgu Secuiesc, unde cei curioși au avut ocazia să decoreze turtă dulce și să deguste acest desert specific zonei.

Pentru a reprezenta stațiunea de interes național Covasna, am cerut pachete turistice și oferte de la hoteluri care au bază de tratament și wellness, și am promovat stațiunea prin broșura turistică trilingvă „Covasna – stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de ape minerale”.



- **EXPOZIȚIA „UTAZÁS KIÁLLÍTÁS 2020” (ediția a 43-a)**

- Perioada: 27 februarie-1 martie 2020
- Locul desfășurării: Budapesta, Centrul expozițional Hungexpo
- Scopul participării: prezentarea ofertelor turistice ale județului Covasna
- Obiectivul participării: promovarea destinației turistice „județul Covasna” și a ofertei turistice ale acestuia

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului a fost prezent la Expoziția „Utazás Kiállítás 2020” în cadrul standului „Ținutul Secuiesc” unde, pe lângă asociațiile de promovare din județele Harghita și Mureș, și alți operatori economici din sectorul turismului, a promovat oferte turistice. La târgul de 4 zile am distribuit atât materialele promoționale editate de Asociație, cât și cele ale unităților de cazare și agențiilor de turism. Vizitatorii s-au interesat de posibilități de petrecere a timpului liber, de oferte de cazare și de obiective turistice, precum și de condițiile de călătorie.

Din păcate, începutul valului de pandemie s-a resimțit deja la numărul vizitatorilor expoziției, cu toate că firma organizatoare a luat măsuri de prevenire împotriva infectării și răspândirii COVID-19, și a făcut o campanie de promovare complexă.

B. ORGANIZARE DE INFOTRIP ȘI PRESS TRIP

Am continuat colaborarea cu Răzvan Pascu – poate cel mai apreciat și cunoscut consultant în marketing turistic în România –, și Asociația Travel Focus, pentru a organiza un infotrip și un pres trip. Aceste modalități de promovare nu numai că sunt la modă, dar oferă și mai multă credibilitate decât o reclamă plătită, deoarece participanții relatează despre experiențele petrecute, generând un interes sporit asupra acestora.

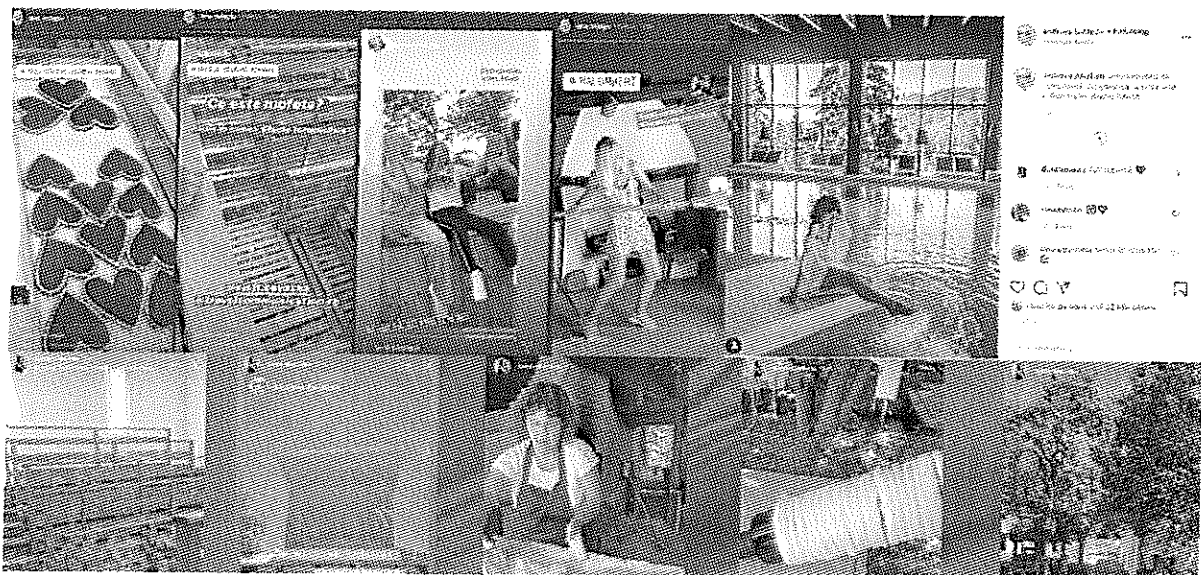
Cu ocazia acestor infotripuri, pe platforma online, sunt folosite cuvinte-cheie și hashtag-uri (de ex. #VisitCovasnaSafePlace, #ȚinutulConacelor), sunt marcate locațiile vizitate – astfel mărim vizibilitatea locurilor.

• INFOTRIP

- Perioada desfășurării: 28-30 iunie 2020
- Scopul press infotrip-ului: promovarea atracțiilor turistice, a posibilităților de a petrece timpul liber în județul Covasna, precum și promovarea județului ca destinație turistică
- Obiectivul organizării: creșterea vizibilității județului Covasna printre destinațiile turistice din țară, creșterea numărului de turiști și vizitatori, și a numărului de înoptări

La infotrip au participat bloggeri, vloggeri și influenceri. În programul infotripului am inclus - printre altele - atelier de pregătire de pâine de casă cu cartofi la cuptor, pregătire de kürtőskalács, vizită la Saciova Hills și parcul cinegetic al acestuia, vizită la SPA la unitatea unde au fost cazați – Balványos Resort.

Este important o astfel de abordare a promovării destinației și a ofertei destinației, deoarece blogurile reprezintă și ei canale de comunicare. Bloggerii au credibilitate și mii de falloweri care le urmăresc pe social media, comentează, dau share postărilor, astfel promovarea are un efect realmente multiplicator.



- **PRESS TRIP**

- Perioada desfășurării: 16-18 septembrie 2020
- Scopul press trip-ului: promovarea atracțiilor, posibilităților de a petrece timpul liber în județul Covasna, precum și promovarea județului ca destinație turistică
- Obiectivul organizării: creșterea vizibilității județului Covasna printre destinațiile turistice din țară, creșterea numărului de turiști și vizitatori, și a numărului de înnoptări

Al doilea eveniment de acest gen, organizat în colaborare cu Asociația Travel Focus (acesta fiind organizația care contactează și trimite participanții), a targetat mai ales reprezentanții mediei. Participanții au reprezentat domeniul presei scrise și vorbite, dar au participat și influenceri. Pe durata press trip-ului am vizitat ateliere (de ciocolată, de olărit, de turtă dulce) și manufacturi, muzee care au organizat workshop-uri, am organizat degustare de pălincă. Pentru a oferi o „degustare” a gastronomiei tradiționale regândite, am ales restaurante mai sofisticate (Szikra, Castel, din Sf. Gheorghe).

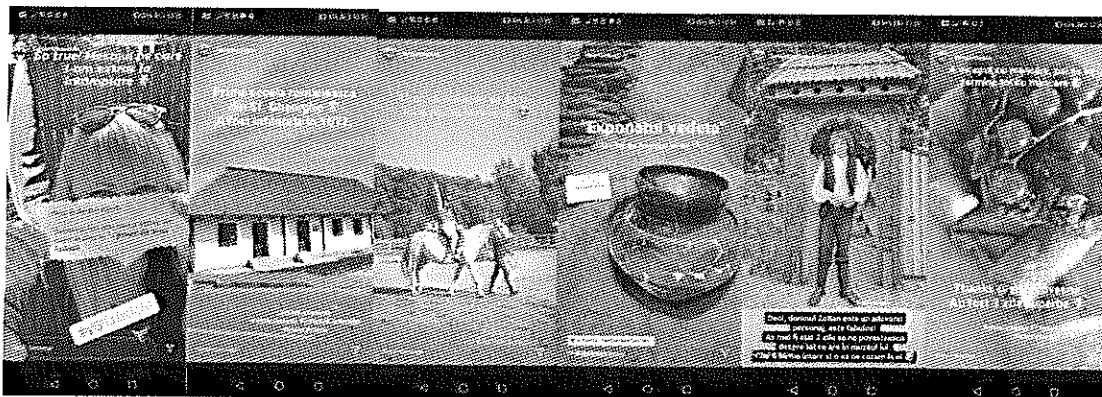
Pentru a crește popularitatea evenimentului Gala Visit Covasna, unde am premiat în 24 de categorii actorii din turismul covăsnean, și a promova turismul nobiliar, am programat acest infotrip astfel încât participanții să participe și la decernarea premiilor. Locația evenimentului – Casetlul Kálnoky din Micloșoara și curtea acestuia – a oferit posibilitatea de a efectua pe durata evenimentului zboruri cu balonul cu aer cald prin X Balloon Transylvania, o firmă start-up, premiată la Gala Visit Covasna în secțiunea „Inovație în turism”.

Rezultatele pres trip-ului au fost următoarele:

- 116 stories pe Instagram
- 6 apariții în presa scrisă (de ex. „Expoziția Cinegetică din Sfântu Gheorghe, Covasna, una dintre cele mai mari din țară”, Capital, 28 septembrie 2020;

„Programul unei zile perfecte în Covasna”, National Geographic, 24 septembrie 2020; „Descoperă România. Destinații altfel. Casele de oaspeți din Micloșoara și Valea Zălanului e oferă turiștilor posibilitatea de a păși în lumea arhaică a vieții transilvănene”, Ziarul financiar, 25 septembrie 2020; „Afacere de nișă. În județul Covasna există singurul home restaurant din România”, Ziarul financiar, 24 septembrie 2020)

- 3 apariții în TV (Antena 1, Kanal D)
- 3 materiale difuzate la radio (Radio România Actualități)
- 1 apariție pe blog
- 1 apariție în print (publicat în Adevărul de Weekend)



C. APARIȚII TV

- **Județul Covasna în emisiunea La Măruță**

Județul Covasna a apărut în emisiunea „La Măruță” de pe canalul PRO TV. Este vorba despre o emisiune de divertisment, difuzată de luni până vineri, de la ora 15:00.

Invitatul emisiunii, și în același timp „personajul principal” al filmulețului, a fost Vlăduța Lupău (și Rapsozii Maramureșului), interpretă de muzică populară românească, care a fost întâmpinată de Ansamblul de Dans Popular „Trei Scaune – Háromszék”. Emisiunea a prezentat pregătirea unor produse gastronomice tradiționale specifice Secuimii: a pâinii cu cartofi în cuptor tradițional cu lemne incluzând toate fazele de lucru (de la presarea cartofilor și pregătirea aluatului pentru dospit, până la baterea de coajă a pâinii), și a kürtőskalács-ului, decorarea turtei dulce la atelierul familiei Szántó din Tg. Secuiesc. Filmulețul a intrat în emisiune în data de 17 iulie 2020, timpul alocat județului Covasna fiind aproximativ 4 minute.

Tot cu această ocazie, echipa La Măruță a filmat și la Micloșoara și Valea Zălanului; interviul cu contele Tibor Kálnoky a fost difuzat în cursul lunii august.



- **Județul Covasna în emisiunea Neatza cu Răzvan și Dani**

În urma colaborării cu Răzvan Pascu, consultant în marketing turistic, județul Covasna a fost promovat d.p.d.v. turistic la emisiunea „Neatza cu Răzvan și Dani”, difuzat pe canalul TV Antena 1. În emisiunea live a fost invitat și Răzvan Pascu, care a povestit despre mofete și hotelurile care oferă tratamente balneare, conace care funcționează ca unități de cazare, și meșteșugari care așteaptă vizitatorii în atelierelor lor. Pentru a arunca o privire la ofertele cultural-turistice ale județului Covasna, familia Szántó a decorat turtă dulce, iar Ansamblul de Dans Popular „Trei Scaune – Háromszék” a oferit un spectacol de dans de aproximativ 3 minute din folclorul secuiesc. Un material de 9 minute poate fi găsită și acum sub denumirea „Ținutul Conacelor, destinația perfectă de vacanță” pe YouTube channel-ul Neatza cu Razvan și Dani, canal care are 441.000 de subscrieri.

În emisiune s-a vorbit și de tratamentul cu gaz mofetic, factor natural terapeutic valorificat mai ales în stațiunea Covasna, și care îmbogățește paleta ofertei turistice a județului.



Ținutul Conacelor, destinația perfectă de vacanță



Răzvan Pascu în emisiunea Neatza cu Răzvan și Dani

- **Județul Covasna pe canalul Travel Mix**

Echipele Travel Mix, care a reprezentat canalul de televiziune cu același nume, a ajuns în județul nostru cu scopul de a promova și de a face mai cunoscută zona noastră, în special conacele, turismul balnear și principalele obiective turistice.

S-a filmat în Sf. Gheorghe; la Muzeul „Haszmann Pál” din Cernat (s-a organizat atelier meșteșugăresc cu pictare pe mobilă); la Muzeul Vieții Transilvănene din Micloșoara (s-a luat interviu de la contele Kálnoky Tibor, s-au plimbat cu tăsură prin sat, acesta fiind o destinație îndrăgită de mulți); la atelierul fierarului Nagy György din Tălișoara; a fost prezentată și campania Visit Covasna Safe Place.

În stațiunea Covasna s-a făcut un interviu cu Dl. primar Gyerő József, acesta prezentând orașul și obiectivele acestuia. S-a vizitat Mofeta Bene, după care a urmat o degustare a apelor minerale de la izvoarele din centrul stațiunii. Echipele a ajuns și în Valea Zânelor, unde a vizitat Cascada Zânelor, planul înclinat și calea ferată forestieră cu Mocănița.

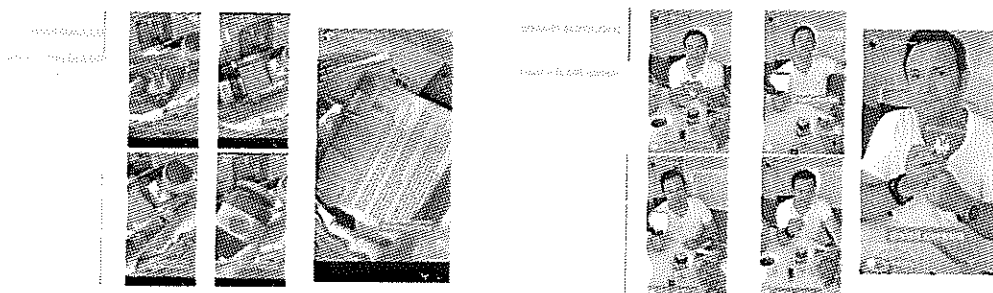
D. CAMPANIA DE PROMOVARE „COȘ CU BUNĂTĂȚI DIN COVASNA”

Această promovare a constat în trimiterea de coșuri cu bunătăți – împreună cu o scrisoare personalizată – bloggerilor/vloggerilor/influencerilor/jurnaliștilor care au vizitat deja județul Covasna cu ocazia infotripurilor organizate. Scopul acestei promovări a fost ca destinatarii coșurilor să posteze pe social media și să promoveze județul Covasna d.p.d.v. turistic prin produsele/manufacturile de la care au provenit bunătățile. Este și un fel de cross marketing, realizat în urma colaborării cu Răzvan Pascu. Astfel, au fost distribuite 31 de coșuri cu bunătăți din Covasna la jurnaliști, influenceri și persoane publice, cu o comunitate între 10.000 și 600.000 de followers.

Coșul cu bunătăți din Covasna a conținut – printre altele – față de masă țesută la război, miere polifloră, cârnați Pista bá, brânză maturată Putnok-Csicsó, sirop de coacăze de la Casa cu Siropuri Sf. Gheorghe, turtă dulce presonalizată din atelierul familiei Szántó, praline personalizate Visit Covasna de la Erika Csoki, cană ceramică de la Manufactura Kemece, pălincă de la Distileria Sanct Georgius.

Rezultatul promovării:

- mențiuni: +120 mențiuni pe Facebook, Instagram și stories
- reach total: +750.000 de persoane
- 97 apariții despre Covasna pe Instagram (93 stories și 4 posturi)
- 11 apariții despre Covasna pe Facebook



E. FILME DE PROMOVARE VISIT COVASNA

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna a comandat de la jurnalistul britanic Charlie Ottley (regizorul filmului documentar Wild Carpathia) realizarea a două filme de promovare a județului Covasna.

Varianta lungă a filmului poate fi considerat un „mini-documetar” cu caracter invitativ, care prezintă moștenirea culturală și naturală, atracțiile turistice iconice ale județul Covasna, cum ar fi: castele și conace, ateliere și meșteri populari, „ambasadori”

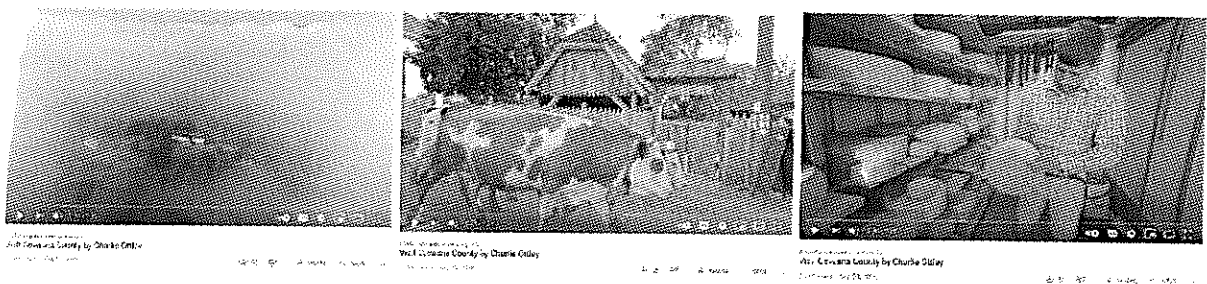
ai gastronomiei locale, festivaluri, natura sălbatică, etc., adică o serie de valori, văzute de regizorul britanic, Charlie Ottley, narat tot de el (în limba engleză). Am dorit să abordăm tematica filmului prin ochii unei persoane străine tocmai ca să fim conștienți de valorile culturale, naturale etc. de care dispunem și care sunt interesante pentru turiști. Filmul cu durata de 9 min 26 sec. are variante atât în limba română, cât și în limba maghiară, și se poate viziona de ex. pe canalul YouTube Visit Covasna.

Varianta scurtă a filmului este o reclamă spot concisă, narată în trei limbi (română, maghiară, engleză).

„Premiera” filmului a fost la Gala Visit Covasna (17 septembrie 2020, Castelul Kálnoky, Micloșoara).

În data de 28 octombrie 2020, statistica materialului video pe pagina de Facebook Visit Covasna a arătat astfel:

- limba română: vizualizări: 202.000, reach total 440.314, activități (de ex. like, share, comment): 39.072;
- limba maghiară: vizualizări: 280.000, reach total: 584.961, activități: 65.586
- limba engleză: vizualizări: 134.000, reach total: 383.066, activități: 30.995



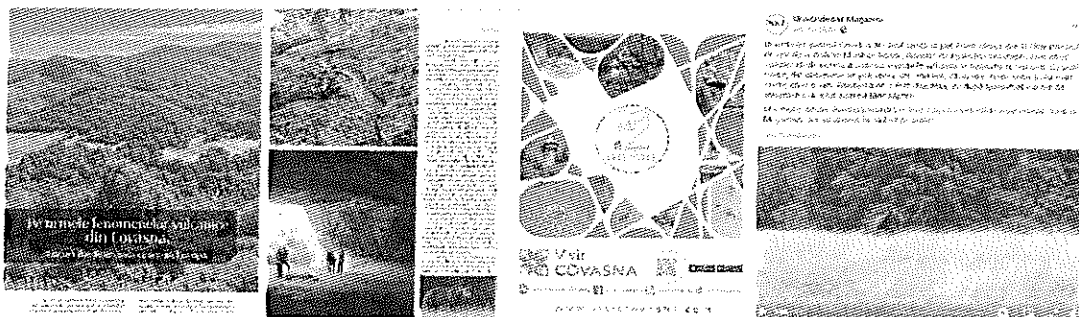
F. PROMOVARE PRIN SKI & OUTDOOR MAGAZINE

Pentru a promova locații și programe de a petrece timpul liber în natură, am avut o colaborare cu Ski&Outdoor Magazine. Acesta a constat într-un program de week-end pentru echipa formată din 3 persoane de la Outdoor Magazine, care, ghidate de echipa Visit Covasna a vizitat numeroase locații atractive pentru iubitorii de natură, și a relatat momentele excursiei pe diferite platforme. În urma colaborării, au rezultat următoarele materiale:

- material print: 1 articol de 9 pagini în format print, apărut în ediția de iulie-august din Outdoor Magazine: „Pe urmele fenomenelor vulcanice din Covasna. Locuri din România unice în Europa.” (text: Dan Izvoreanu, redactor-șef Outdoor Magazine) și 1 machetă Visit Covasna (full page)
- 2 apariții pe site-ul www.ski-outdoor.ro: „Visit Covasna Safe Place”- program pentru relansarea turismului (20 iulie); Revista Outdoor Magazine revine pe piață! (5 august)
- 10 postări pe pagin de Facebook Ski&Outdoor Magazine

În urma vizitei echipei Outdoor Magazine, a apărut un interviu și pe visitcovasna.com, în care echipa Visit Covasna le-a pus întrebări despre cum s-au simțit în zonă în timpul filmărilor, ce gândesc despre județul Covasna, etc.

Revista se adresează unei nișe turistice: acelor iubitori de natură care doresc să petreacă timpul lor liber într-un mod activ, recreativ, și care au un venit financiar semnificativ, studii superioare, și practică sporturi în mod regulat.



1. EVENIMENTE ORGANIZATE

- **GALA VISIT COVASNA – ed. a II-a**
 - data desfășurării evenimentului: 17 septembrie 2020
 - locul desfășurării: Castelul Kálnoky de la Micloșoara
 - scopul organizării: premierea actorilor din turismul covăsnean, recunoașterea muncii persoanelor implicate în activitățile turistice ale județului Covasna
 - organizatori: Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, Consiliul Județean Covasna, Camera de Comerț și Industrie Covasna

Evenimentul este dedicat tuturor operatorilor de turism din județul Covasna, scopul principal fiind aprecierea eforturilor depuse de aceștia pentru a crește nivelul și a diversifica paleta serviciilor turistice din județul Covasna. Au fost înmânate diplome în 24 de categorii: cofetar; barman și barista; chelner; bucătar; fast food; restaurant clasic; food-truck; marketing turistic online; evenimente gastronomice; evenimente culturale; evenimente turistice; evenimente sportive; centre de echitație și turism ecvestru; atelier meșteșugăresc; agenție de turism; ghid de turism; inovație în turism; camping, motel sau tabără; cameră de închiriat & apartament; pensiune din zonă rurală; pensiune din zonă urbană; unitate de cazare în castele și conace; hotel de 1* și 2*; hotel de 3* și 4*.

În cadrul evenimentului au fost două discuții panel cu specialiști din domeniul Turismului, și a fost prezentat filmul regizat de Charlie Ottley, „Județul Covasna pe obiectiv”, acesta având un succes mare în rândul celor prezenți.

Invitații au putut vizita Muzeul Vieții Transilvănene, amenajat în Castelului Kálnoky și au putut încerca și zborul ancorat cu balonul cu aer cald. La gală au participat și bloggeri și jurnaliști de la București, care au venit în cadrul unui infotrip de 3 zile să descopere județul Covasna.

Site-ul evenimentelor (unde se găsește și lista premianților):
www.gala.visitcovasna.com



G. CAMPANIA VISIT COVASNA SAFE PLACE

După izbucnirea epidemiei COVID-19, turismul a fost paralizat: unitățile de cazare nu au fost frecventate de turiști, restaurantele, cafenelele, localurile publice au putut funcționa doar în sistem take away/livrare la client, centrele de sănătate și wellness au fost închise.

După relaxarea măsurilor, viața a început să se reînvie, spre bucuria întreprinzătorilor, a cetățenilor și turiștilor. Aceasta a oferit o bună oportunitate pentru a concura cu succes cu alte destinații și de a obține o cotă de piață semnificativă prin promovarea atracțiilor atractive, tipice zonei noastre.

Echipele Visit Covasna a dorit să contribuie la relansarea turismului covăsnean prin campania Visit Covasna Safe Place, care prezintă județul Covasna ca pe o destinație care oferă calitate, experiențe și siguranță.

Această campanie a constat în acordarea logo-ului Safe Palce acelor 1) unități de cazare, 2) restaurante și cafenele, 3) muzee, care au introdus măsuri de siguranță în vederea practicării turismului în condiții de siguranță împotriva COVID-19. Prin aceste măsuri s-a contribuit la păstrarea sănătății personalului, precum și la primirea turiștilor în condiții de siguranță.

Prezentarea campaniei a avut loc în cadrul unei conferințe de presă, organizată la Șugaș Băi, în data de 5 iunie 2020, unde am avut ca invitat special pe D-na Corina Martin, Președintele Federației Asociațiilor de Promovare Turistică, și Dl. Răzvan Pascu, consultant în marketing turistic.

Aici a fost înmănată prima diplomă Visit Covasna Safe Place (acordată Pensiunii Görgő), care a fost urmată încă de emiterea a 77 de diplome; 48 certificate VC SP pentru restaurante și cafenele; 7 certificate VC SP pentru muzee.

Campania VC SP a avut un succes mare, a fost un subiect popular în mass-media, și ca urmare, județul Covasna, ca destinație turistică, a ajuns iar subiect de discuție în presă, lucru important în marketing turistic.

Tot în cadrul acestei campanii am realizat o serie de interviuri cu managerii/proprietarii unităților de cazare, cu scopul de a prezenta turiștilor potențiali măsurile de siguranță introduse și viziunea lor asupra relansarea turismului.

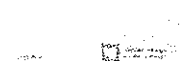


H. PARTICIPARE LA EVENIMENTE

- **WEST - WINTER EXTREME SOUTH TYROL BBQ CONTEST**



Colț de Rai
Guesthouse **



- perioada desfășurării: 17-19 ianuarie 2020
- locul desfășurării evenimentului: Riva Di Tures, Tirolul De Sud, Italia
- scopul participării: promovarea evenimentului „Transylvanian BBQ Festival”, organizat de Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, prin lansarea de invitații pentru echipele participante cât și prin participare la competiția de BBQ
- obiectivul: promovarea Transylvanian BBQ Festival și atragerea de cât mai mulți competitori

Transylvanian BBQ Festival, plănuit să aibă loc în curtea castelului Mikó din Olteni în perioada 15-17 mai, este singurul concurs oficial de barbeque în România organizat sub egida KCBS (Kansas City Barbeque Society). Programul pentru anul 2020 prevedea 3 competiții: în ziua de vineri pentru copiii interesați de gastronomie putea concura pregătind burgeri; sâmbăta era destinată concursului de steak conform regulilor Steak Cookoff Association; duminica era dedicată concursului de barbeque.

Pentru ca acest festival să fie cât mai cunoscut printre membrii KCBS cât și cei ai Steak Cookoff Association, am considerat că este util să se facă o promovare directă către echipele competitori. Această promovare am realizat prin contactarea echipelor participante la WEST - Winter Extreme South Tyrol BBQ Contest, prin predarea unui

pliant informativ, a unor materiale de promovare cât și a unei invitații de participare. O altă metodă de promovare a fost și participarea echipei Transylvanian BBQ Festival la concursul efectiv. Aici, cu ajutorul maestrului bucătar János Falvai, am obținut rezultate foarte bune: din 30 de echipe participante am obținut locul 2 la SCA Pizza, locul 3 la SCA Steak, locul 5 la KCBS Chicken și locul 4 la KCBS Mystery Box.

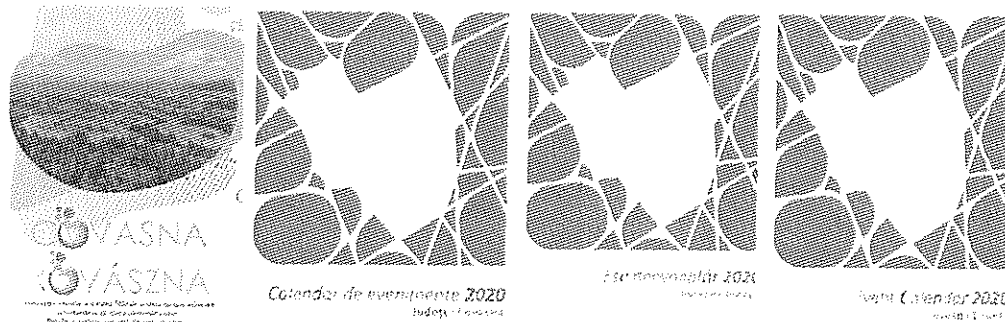
Din păcate, pandemia COVID-19 nu a făcut posibilă organizarea evenimentului Transylvanian BBQ Festival, dar, în cursul lunii martie, am fost contactați de multe echipe – care au mai concurat la Transylvanian BBQ Festival sau WEST –, ceea ce arată interesul sporit și dorința echipelor de a participa la eveniment.



I. EDITARE DE MATERIALE PROMOȚIONALE

- Editare și tipărire de Calendar de evenimente pentru anul 2020: 500 buc. în limba Ro, 1.000 buc. în limba Hu
- Calendar de buzunar Visit Covasna: 500 buc.
- Retiprăre broșură: Cele 7 minuni în județul Covasna: 500 buc. în limba Ro, 1.000 buc. în limba Hu, 1.000 buc. în limba En
- Retipărire broșură Ținutul conacelor: 1.000 buc. Hu, 1.000 buc. Ro
- Pliant Centru Băi Hătuica: 1.000 buc. Hu, 1.000 buc. Ro

- Retipărire broșură „Covasna – Stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de apă minerală” (material trilingv, Ro, Hu, EN): 1.000 buc.



- Editare carte de bucate „Édes ízek Székelyföldről”

Pentru a promova produsul gastronomic kürtőskalács, evenimentul „Kürtőskalács-Festivalul Deliciilor Dulci” (organizat de Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna), precum și gastronomia regiunii, am editat o carte de bucate în limba maghiară cu titlul „Édes ízek Székelyföldről” (Delicii dulci din Secuime). Rețetele prezentate și articolele publicistice gastronomice provin de la membrii juriului festivalului sus-amintit, adică: Farkas Ferenc (președintele juriului); Jánossy Alíz (membru al juriului); Szász Elemér (membru al juriului); Kabai János (membru al juriului); Szócs Ilona (membru al juriului); Bocskor István (membru al juriului). Editarea cărții a fost precedată de un foto- și videoshooting, unde membrii juriului au pregătit la Centrul Malomkert din Cernat bucatele prezentate în carte, în timp ce toată procedura de pregătire a delicatelor a fost documentată pentru a avea o bază de date la care să putem apela oricând.

J. PROMOVARE PE PANOURI URIAȘE

Asociația a închiriat în cursul anului 2020 două panouri publicitare (față-verso, cu material publicitar de dimensiuni 6*3 m): pe DN 11, în apropierea localităților Chichiș și Moacșa, pentru a promova și semnaliza Coavasna - Stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de apă minerală, respectiv a promova județul Covasna ca destinație turistică prin campania Visit Covasna Safe Place.



K. PROMOVARE ONLINE

În 2020, obiectivul nostru principal pe platformele de socializare Facebook și Instagram a fost ca să postăm zilnic fotografii și filmulețe atent alese care să arate frumusețea și unicitatea destinațiilor din județul Covasna, crescând astfel numărul celor care urmăresc paginile noastre dar și al turiștilor care în spațiul virtual și-au găsit viitoarele destinații.

Pe lângă sutele de fotografii alese și postate, echipa Visit Covasna a creat și 39 de filmulețe de promovare a unităților de catering, a hotelurilor și nu numai, care au fost postate atât pe rețelele de socializare, cât și pe YouTube. Scopul: a veni în ajutorul furnizorilor de servicii turistice, mai ales în perioada post-COVID.

Promovarea online sub lupa cifrelor:

- visitcovasna.com
Accesări: 116.381
- Visit Covasna County App
Download-uri: 1.447
- Facebook: [visit.covasna](https://www.facebook.com/visit.covasna)
New Likes: 6517
Total Likes: 36006
- Instagram: [visit.covasna](https://www.instagram.com/visit.covasna)
Followers: 8416
- Youtube: Visit Covasna County

L. ADMINISTRAREA CENTRULUI DE BĂI HĂTUICA

Centrul de băi Hătuica oferă următoarele servicii: mofetă, băi carbogazoase, fizioterapie, saună, aparate cardiofitness, camere de oaspeți (6 camere), și bucătărie comună dotată și o sală de mese. Centrul de băi Hătuica operează cu următorul personal: medic balneolog, asistent medical, femeie de servicii și lăcătuș mecanic de întreținere.

În 2020 bilete de tratament vândute cu cazare au reprezentat un venit de 68.814 RON.

Din cauza pandemiei COVID-19 Centrul a fost închis de la jumătatea lunii martie și a fost redeschis la începutul lunii iulie. În această perioadă Centrul a fost renovat după cum urmează:

- au fost înlocuite cele 10 căzi de la baza de tratament (6 simple și 4 cu hidromasaj) împreună cu robinete;
- au fost înlocuite perdelele de duș, covorașele de băi vechi cu cele noi;
- a fost zugrăvit tot Centrul în interior, parter + etaj, obiectele din lemn au fost lacuite.

În curtea Centrului au fost reparate/renovate următoarele: au fost schimbate aproximativ 40 scânduri de gard, tot gardul a fost revopsit cu vopsea pentru lemn, de asemenea au fost reparate și revopsite foisorul și terenul de joacă pentru copii.



M. CENTRE DE INFORMARE TURISTICE

Activitățile Centrelor de Informare Turistice (CIT) din Sf. Gheorghe și stațiunea Covasna cuprind următoarele:

- informarea turiștilor și vizitatorilor cu informații legate de atracții, programe, mersul trenurilor, posibilități de distracție, etc.
- crearea și actualizarea unor baza de date (unități de cazare, alimentație publică)
- activități de promovare prin participare la diferite expoziții și evenimente, etc.

• **Centrul de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe**

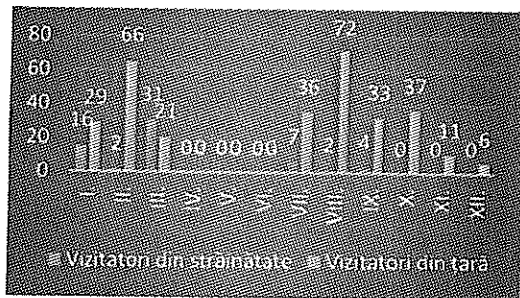
În cursul anului 2020, Centrul de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe a avut un număr de 373 vizitatori, dintre care 62 erau din străinătate, iar 311 de pe teritoriul țării. Turiștii sosiți din străinătate, în mare parte au venit din Europa, dar au fost vizitatori și din Israel. Vizitatorii din Europa au venit din Ungaria, Germania, Spania, Italia, Marea Britanie, Austria, Republica Moldova și Cehia. Turiștii din străinătate au comunicat în limba engleză, maghiară și română, iar cei de pe teritoriul României în română și maghiară. Program CIT: luni-vineri: 9.00-17.00, sâmbătă: 10.00-14.00.



1. *Vizitatori în anul 2020*

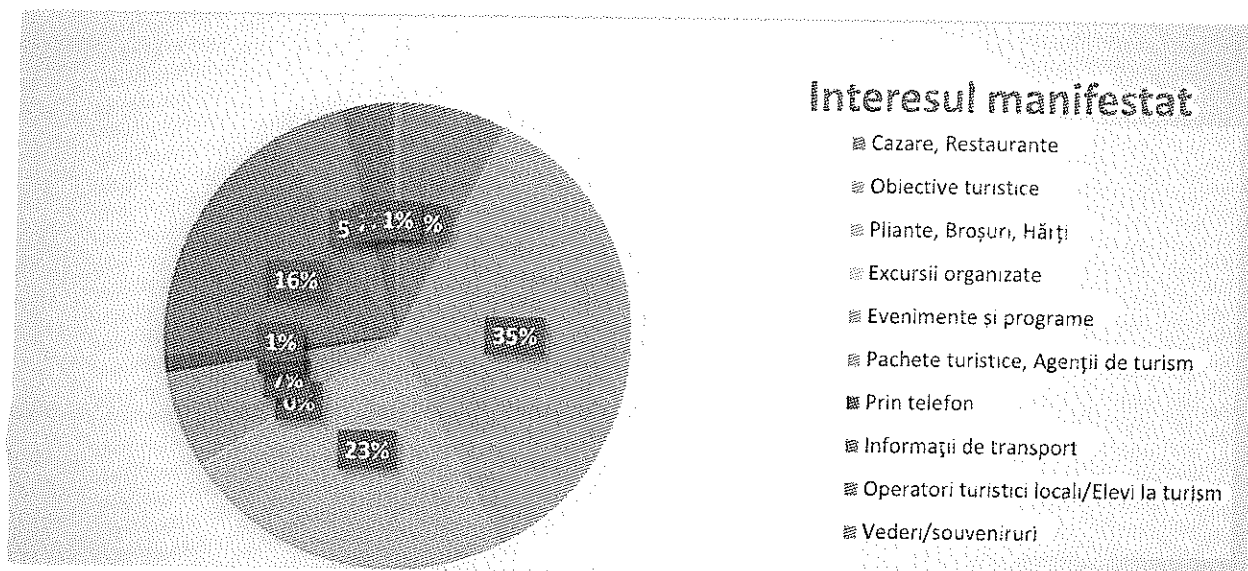
Centrul a avut cel mai mulți vizitatori în luna august, însă au fost mulți vizitatori și în martie și iulie. Cum se vede și pe diagrama nr.2, luna martie a fost cea

în care numărul turiștilor sosiți din străinătate era aproape atât de mare, cât cel al turiștilor interni, în celelalte luni numărul celor interni depășind cel extern. Datorită pandemiei, în lunile aprilie, mai și iunie, Centrul de informare a fost închis, dar după redeschiderea acestuia, au sosit destul de mulți vizitatori de pe teritoriul țării.



2. Vizitatori externi și interni în 2020

Interesul cel mai mare al turiștilor, așa cum ne arată și diagrama nr.3, a fost față de obiectivele turistice din zonă, de cataloagele și pliantele oferite de centru, de suveniruri și nu în ultimul rând față de evenimentele și activitățile organizate în aer liber în județul Covasna. Pe lângă acestea, mulți localnici au vizitat biroul pentru o și mai bună cunoaștere a zonei dar și pentru alte informații utile cu care centrul putea fii de ajutor. Foarte mulți operatori turistici locali au adus materiale de promovare sau afișe, aceasta reprezentând o altă metodă prin care turistul poate fi atras în regiunea noastră. Acei turiști români care au vizitat județul Covasna pentru prima dată au fost interesați de restaurantele cu preparate tradiționale secuiești și de produsele locale, iar pentru petrecerea timpului liber, mulți au ales atelierelor meșteșugărești și activitățile în aer liber, cum ar fi călăritul.



3. Interesul manifestat de turiști în anul 2020

- **Centrul de Informare Turistică din stațiunea Covasna**

Centrul de Informare Turistică Covasna a fost deschisă tot anul, de luni până vineri între orele 13.00 – 17.00, cu excepția lunilor aprilie, mai, iunie (închiderea centrului s-a datorat lock-down-ului provocat de COVID-19).

Centrul reprezintă o verigă între oraș și turiștii sosiți, rolul lui fiind de a oferi informații utile și la zi despre obiectivele turistice, programe de petrecere a timpului liber, tratamente balneare, etc; de a oferi pliante, broșuri, hărți, cataloage.

În anul 2020, nr. vizitatorilor Centrului a scăzut semnificativ, datorită pandemiei COVID-19. Cei care au vizitat Centrul, erau interesați de tratamente balneare, materialele promoționale cu privire la stațiune și județ, informații despre mofetele, mocănița, cazările care au dobândit certificatul Safe Place.

2020	Ian	Feb	Mar	Apr	Mai	Iun	Iul	Aug	Sep	Oct	Noi	Dec	Total
Total/lună	17	10	12	0	0	0	2	9	4	7	6	4	71
V. din străinătate	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
V. din țară	17	10	12	0	0	0	2	9	7	7	6	2	69

Din tabelul de mai sus se vede clar cum a afectat pandemia COVID-19 turismul din stațiune. În primele 3 luni, sunt 17, 10, respectiv 12 vizitatori; în perioada lock-down-ului (aprilie-mai), centrul a fost închis, deci nu s-au înregistrat vizitatori; în perioada iulie-decembrie, cu toate că au fost vizitatori, numărul acestora a scăzut, iar explicația este că turismul nu a revenit încă la situația normală, cea obișnuită.

EXECUȚIE BUGETARĂ 2020

Nr.	Cheltuieli privind activitățile fără scop patrimonial planificate în anul 2020	Buget	Realizat	%
1	Cheltuieli salarii (Fond salarii și cheltuieli cu taxe și impozite privind salariile)	720,000	657,638	91.34%
2	Voucher de vacanță	22,475	20,350	90.55%
3	Delegații (indemnizație)	30,000	8,746	29.15%
4	Cheltuieli participare expoziții/târguri/festivaluri	61,000	48,160	78.95%
5	Cheltuieli editare/tipărire materiale promotionale	61,500	42,655	69.36%
6	Cheltuieli promovare turistică/reclame/servicii mass-media/standuri	280,000	254,609	90.93%
7	Cheltuieli organizare evenimente	50,000	30,963	61.93%
8	Cheltuieli servicii externalizate	93,000	44,839	48.21%
9	Cheltuieli cotizații	2,500	2,000	80.00%
10	Proiecte	42,000	35,000	83.33%
11	Cheltuieli cu mijloace auto	63,000	41,771	66.30%
12	Cheltuieli birotică, regie, IT, mobilier și telecomunicații	86,000	73,740	85.74%
13	Centru Băi Hătuica	75,000	68,487	91.32%
14	Facturi neplătite din anul 2019	75,476	73,609	97.53%
15	Cheltuieli neprevăzute	12,076	6,000	49.69%
	TOTAL	1,674,027	1,408,567	84.14%