



asociația pentru dezvoltarea turismului în
 județul covasna

Sfântu Gheorghe, Piața Libertății, nr. 2, jud. Covasna
T: +40 267 311 190/166
E: turism@kvmt.ro

039
21.01.2022

*D. ne b. T. meca
H. luna febr.
in alt de C.*

PRIMĂRIA ORĂȘULUI
COVASNA
Nr. *ad. 1088*
ziua *25* luna *01* anul *2022*

Primăria Orașului Covasna;
RO - 525200 Covasna, str. Piliske, nr. 1

Attn: Primar GYERŐ József,

Referință: Adresa Primăriei Orașului Covasna nr. 1088 / 14.01.2022

Stimate Domnule Primar,

Răspunzând adresei Dvs nr. 1088/14.01.2022 anexat prezentei vă transmitem spre informare hotărârile Adunării Generale a Asociației Pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna desfășurată în data de 20.01.2022 referitoare la:

1. aprobarea Raportului de activitate al Asociației Asociației Pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pentru anul 2021, respectiv raportul anexă al hotărârii. Vă precizăm că toate proiectele noastre de promovare descrise în raport au vizat mediatizarea potențialului turistic al județului, și prin aceasta implicit și al stațiunii Covasna, dar pentru a vă forma o imagine și mai clară asupra proiectelor și activităților noastre, vă supunem atenției următoarele capitole din Raportul de activitate care prezintă proiecte sau activități cu referire exclusivă sau parțială la produsele turistice ale stațiunii Covasna: cap. IV/A pct. 1-5, 8-10, 12, 14-15, 19, 22, 24, cap. IV/B pct. 2, cap. IV/C pct. 3.
2. aprobarea Planului de activitate al Asociației pentru anul 2022, respectiv planul anexă a hotărârii;
3. aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli aferent planului de activitate pentru anul 2022, respectiv nota de fundamentare anexă a hotărârii;
4. aprobarea cuantumului cotizației membrilor Asociației pentru anul 2022.

Vă mulțumim.

Cu stimă,
GODRA Árpád
Director Executiv

Sfântu Gheorghe, 21/01/2022

ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI ÎN
JUDEȚUL COVASNA,
ADUNAREA GENERALĂ A ASOCIAȚILOR

HOTĂRÂREA Nr. 1/2022

privind aprobarea Raportului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna
pe anul 2021

Adunarea generală a asociațiilor, întrunit în ședința sa ordinară din data de 20.01.2022, având în vedere prevederile art. 21 lit. o) și în baza art. 18 din Statutul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna,

HOTĂRĂȘTE

Art. 1. Se aprobă Raportul de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2021, conform anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. Cu aducere la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează președintele asociației.

Sf. Gheorghe, la 20.01.2022

Președinte,
GYERŐ József

Reprezentanții membrilor Asociației

Județul Covasna JAKAB István-Barna

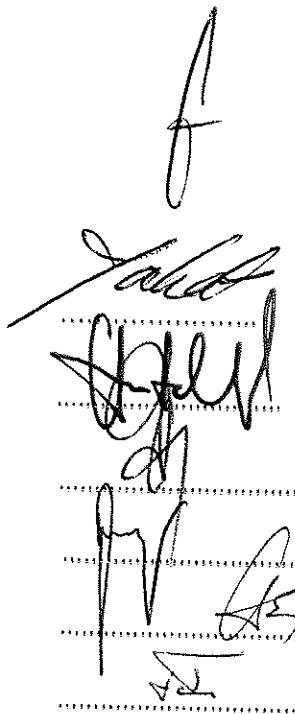
Mun. Sf. Gheorghe ANTAL Árpád András

Comuna Bodoc FODOR István

Orașul Baraolt BENEDEK-HUSZÁR János

Comuna Ozun BORDÁS Enikő

Comuna Cătălina TUSA Levente



Anexă la Hotărârea nr. 1/20.01.2022 al Adunării Generale al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului
în Județul Covasna

RAPORT DE ACTIVITATE PENTRU ANUL 2021





I. Prezentare generală

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna este o asociație de dezvoltare intercomunitară, de drept privat și de utilitate publică, înființată în anul 2007 și care funcționează în conformitate cu dispozițiile legislației române și al statutului Asociației, cu sediul în municipiul Sfântu Gheorghe. Membrii Asociației sunt:

- Județul Covasna, prin Consiliul Județean Covasna
- Municipiul Sfântu Gheorghe, prin Consiliul Local al Municipiului Sfântu Gheorghe începând din data de 28.10.2021
- Orașul Covasna, prin Consiliul Local al Orașului Covasna
- Orașul Baraolt, prin Consiliul Local al Orașului Baraolt
- Comuna Cătălina, prin Consiliul Local al Comunei Cătălina
- Comuna Bodoc, prin Consiliul Local al Comunei Bodoc
- Comuna Ozun, prin Consiliul Local al Comunei Ozun

Scopul înființării Asociației este dezvoltarea turismului în județul Covasna prin implementarea de politici de turism și promovarea destinațiilor turistice din județ, iar printre obiectivele cele mai importante ale activității ei figurează elaborarea de propuneri de politici și strategii de dezvoltare a turismului, sprijinirea instituțiilor publice și private în domeniul turismului, promovarea potențialului turistic al județului, creșterea numărului de înnoptări în structurile de cazare turistice din județ și a numărului vizitatorilor în județ.

II. Mod de lucru

Având în vedere obiectivele primordiale ale Asociației, dar și situația incertă generată de pandemia COVID-19, cu consecințe nefaste în privința călătoriilor în străinătate și care implicit a contribuit la creșterea și mai pregnantă a cererii pentru produsele și serviciile turistice interne, principala direcție a activității noastre în anul 2021 a fost ca județul Covasna să fie o destinație vizibilă în România în special pentru turiștii autohtoni.

În vederea facilitării recunoașterii și promovării județului Covasna ca destinație turistică atractivă, dar și pentru a putea formula mesaje clare în această privință, am identificat trei mai atracții și atuuri care deosebesc județul de celelalte destinații turistice autohtone. Dorința Asociației a fost și rămâne în continuare ca în jurul acestor tematici să construiască o strategie de promovare turistică și un model de comunicare.

Cele trei tematici sunt:

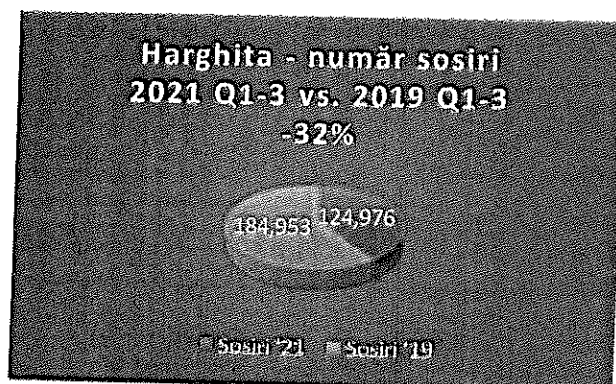
- **Istorie. Trăită.** – Ținutul Conacelor, adică promovarea locațiilor care combină experiență istorică, ospitalitatea nobilă, activitățile adiacente, dar și așteptările omului modern. Castelele și conacele din județul Covasna, în special cele care sunt valorificate în circuitul turistic ca și structuri de cazare și experiențe arhaic-luxoase reprezintă o nișă unicat pe piața turistică din România, care merită exploatată.
- **Sănătate. Din natură.** – Tărâmul apelor minerale și al mofetelor, adică promovarea destinației prin resursele sale naturale tămăduitoare, dar și a locațiilor care le valorifică acestea. Hotelurile și bazele de tratament din stațiunea Covasna, structurile aflate în stațiunea Bălványos, centrele de tratament din rețeaua Drumul Apelor Minerale, băile tradiționale secuiești toate reprezintă factori care se remarcă prin unicitatea lor pe paleta destinațiilor autohtone balneare, medicale și wellness-spa.
- **Natură. Neîmblânzită.** – Ecoturismul. Unul dintre puținele efecte pozitive ale pandemiei Covid-19 este creșterea apetitului turiștilor pentru activități în aer liber, iar destinațiile care prin relieful lor oferă posibilități de a petrece timp în aer liber au de câștigat în urma acestei tendințe. Județul nostru dispune de aceste resurse, iar valorificarea lor este cel puțin oportună. Concomitent cu promovarea unor mesaje și obiective care reprezintă interes pentru această categorie de turiști, Asociația și-a propus ca prin diferite parteneriate cu unele servicii publice de profil (de ex. Serviciul Salvamont) și autorități locale să contribuie la realizarea și dezvoltarea acestor atracții naturale și/sau situate într-un mediu natural intact sau cu un grad scăzut de amprentă ecologică a factorului uman.

Proiectele de promovare elaborate și derulate, dar și canalele de comunicare alese s-au ghidat după aceste trei mari subiecte și produse turistice. Lipsa unor repere clare privind evoluția pe termen cel puțin mediu a tendințelor în turism și a cererii de pe piață în aceste condiții, ne-au constrâns să elaborăm proiecte doar pe termen scurt și bazate pe o conjunctură actuală.

III. Câteva cifre, poate și indicatori de performanță

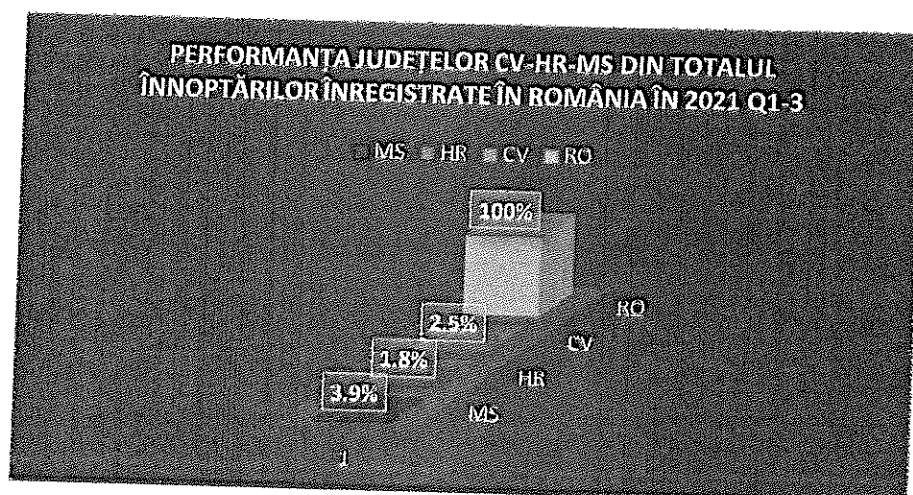
Și ca o confirmare că această conjunctură a fost una favorabilă destinației și că deciziile în privința conținutului promovării turistice și a canalelor alese a fost una -considerăm noi- oportună, dar și a faptului că activitatea de promovare desfășurată de Asociație în anii precedenți a fost eficientă -știind că recuperarea "investiției" în promovare turistică, în câștigarea încrederii oaspeților într-o destinație turistică este o cursă lungă- iată câteva date de la Institutul Național de Statistică:

Numărul sosirilor în primele 9 luni în anul 2021 în comparație cu primele 9 luni ale anului 2019 (an de referință înaintea pandemiei) în România, județele Covasna, Harghita și Mureș



Datele individuale referitoare la județul Covasna, dar mai ales puse în context național și regional arată că în această privință performanța acestui sector din județ a fost una remarcabilă, neașteptată chiar, cifrele revenind la nivelul anului 2019, an în care de altfel s-au atins cifre importante în comparație cu anii anteriori.

Procentul înnoptărilor realizate de județele Covasna, Harghita și Mureș din totalul înnoptărilor înregistrate în România în primele 9 luni ale anului 2021



Performanța județului Covasna la acest indicator nu poate fi trecută neobservată, fiind cel mai mic județ din țară ca suprafață, totuși a realizat 2,5% din totalul înnoptărilor înregistrate în România în primele 9 luni ale anului. Aici însă în comparație cu aceeași perioadă a anului 2019, județul înregistrează o scădere de 15,7%, e adevărat în contextul în care regresul pe nivel național este de 38%.

În spatele cifrelor, bineînțeles se ascund detalii și modificări de structură și guest-mix interesante, poate cea mai importantă observație fiind faptul că turiștii, în condițiile pandemiei au preferat locații remote, retrase, pensiuni și case de vacanță izolate în defavoarea marilor hoteluri, unde -teoretic- distanțarea socială era mai greu de realizat. Acest aspect a avut cu siguranță implicații nefavorabile în ceea ce privește valoarea cheltuielilor / turist, astfel ne așteptăm ca datele pe care INS ni le va furniza referitoare la încasările realizate de acest sector să arate o realitate mai neprietenoasă decât dinamica sosirilor și a înnoptărilor.

IV. Proiecte și activități promoționale, transfer de know-how și bune practici către actorii din turism, proiecte de realizare atracții turistice și evenimente derulate de către Asociație în anul 2021

În continuare vă prezentăm o descriere scurtă a proiectelor și activităților derulate de către Asociație în anul 2021, cu intenția de a vă preciza -unde există această posibilitate- și impactul acestora cuantificabil după anumite repere și indicatori.

A. Proiecte și activități promoționale

1. PR și marketing turistic

Fact sheet:

31	Conținut realizat
230	Numărul articolelor apărute în online
19	Numărul articolelor apărute în print
60 193 700	Număr vizitatori site-uri cu apariții articole despre județul Covasna (Online readership)



1 390 030	Numărul accesări / Număr cititori articole despre județul Covasna (Estimated coverage views)
3 410	Număr distribuiri pe rețelele de socializare
53	Numărul site-urilor și revistelor print, în care au apărut articole despre județul Covasna

Activitatea a constat în crearea regulată a unor conținuturi, texte descriptive, invitative (2-3 articole lunar) și facilitarea aparițiilor acestora în media online și print de nișă de sănătate, lifestyle, glamour, familie, turism, accentul punându-se mai ales pe balneologie, medical wellness și pe wellness&spa în vederea creării unei vizibilități mai mari a județului Covasna în rândul turiștilor, potențialilor vizitatori, corelat cu produsele turistice pe care le-am identificat ca și atuuri turistice ale județului. Activitatea s-a desfășurat în colaborare cu agenția de PR Prime Road Media, București în perioada 01.03. – 31.12.2021, fiind oportună pentru promovarea turismului covăsnean pe toată durata anului, astfel oferind o gamă variată de idei și oferte celor care doresc să exploreze județul Covasna în orice sezon, nu numai vara. Pentru o și mai bună promovare a județului Covasna ca destinație turistică, în cursul acestei colaborări s-au evidențiat în primul rând tratamentele balneologice, resursele naturale și centrele de wellness&spa ale stațiunii Covasna și ale stațiunii Băile Balvanyoș, însă pe lângă cele amintite anterior s-au valorificat și câteva destinații sau oferte turistice speciale din județ. Articolele PR au fost preluate și promovate și pe canalele de comunicare proprii ale Asociației (facebook și instagram).

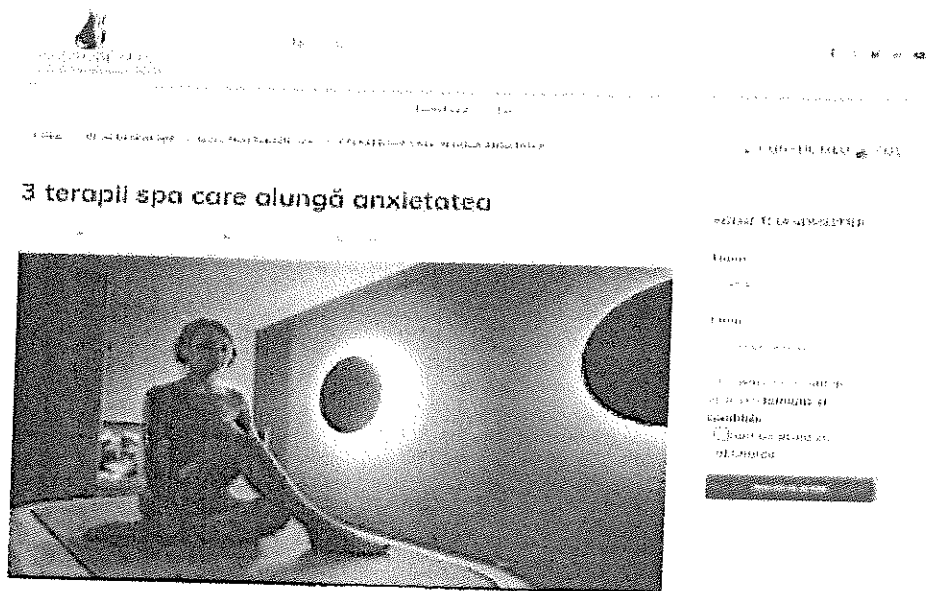
Iată câteva titluri de articole și exemple de reviste print și site-uri online care au preluat acestea:

Titlu conținut	Reviste și medii online
Descoperă Covasna, tărâmul magic al mofetelor și al apelor minerale; 3 spa-uri din Covasna în care sănătatea ta dă mâna cu natura; Evadează în verdele Covasnei; Atuurile apei de la Vâlcele – apa care alină diabetul și carențele de magneziu; Metoda Covasna – tratamentul de succes în afecțiunile cardiovasculare; Recuperarea mirosului și gustului după Covid; Băile	CSID.ro: Ce se întâmplă Doctore?, DespreSpa.ro, e-femeia.ro, Revista Libertatea pentru femei, Revista Click pentru femei, Revista Femeia, Revista OK, adevarul.ro, Mediafax.ro, Press Online; Stirileprotv.ro, Kudika.ro, Replica Vedetelor, Fashion8, Lifestyle News, AndreeaRaicu.ro, The Trends, Ginger on Heels Blog, CityVisionMagazine.Ro, Garbo.ro, e-femeia.ro, Bursa, Ziarul Financiar (zf.ro), Wall-Street.ro, Viața Medicală, Sănătatea de Azi, 24life.ro; AlistMagazine.ro, Iuliana Tudor, Business Leaders; România Liberă,



tradiționale secuiești – Sănătate din natură; 5 locuri
 din Covasna unde să mănânci cel mai bun gulaș

Replica Vedetelor, CanCan, bGreen.ro, i-Tour - Proiect național de promovare turistică



2. Campania de promovare – „Sunăm bine din Covasna!”, emisiune Matinalii Digi FM din Sf. Gheorghe

Fact sheet:

976 600 ascultători	Audiență zilnică luna mai-daily reach (total populație 11+)
5.1%	Cotă de piață (Market share)
517 000 ascultători	“Minutul de aur” cel mai mare număr de ascultători în săptămâna #20 – 19.05, miercuri, ora 9.12, în timpul relatării experienței Visit Covasna nr. 3 (Balványos)
29	Numărul postărilor prezentatorilor și a trustului Digi despre experiențele Visit Covasna
9 047	Numărul accesărilor acestor postări (Estimated engagements)
3 410	Număr distribuiri pe rețelele de socializare
554	Reacții, comentarii, distribuiri

Date actualizate în 26.05.2021, respectiv 08. 2021. Sursă: Digi Fm

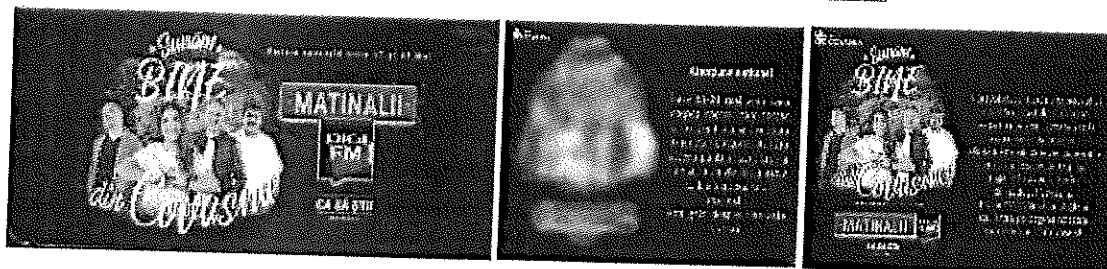
În perioada 15-21 mai 2021 Biroul de informare turistică din Sf. Gheorghe a fost transformat în studioul emisiunii de dimineață a Digi FM, “Matinalii Digi FM”. Formatul colaborării dintre trustul Digi și Asociație a fost de a transmite populara emisiune din municipiul reședință de județ și în timpul emisiunii -de obicei, după știrile de la ora fixă- prezentatorii emisiunii să relateze experiențele trăite în diferite locații din județ în ziua premergătoare. Scopul proiectului a fost creșterea vizibilității județului Covasna ca destinație turistică atractivă, competitivă pe piața internă printre ascultătorii radio Digi FM, printre urmăritorii pe rețelele de social media a trustului Digi și a prezentatorilor emisiunii Beatrice Ghiciov, Bogdan Miu și Bogdan Ciuciaru.

Campania de promovare a fost planificată pentru perioada sus-amintită fiindcă este o perioadă premergătoare sezonului estival, proiectul fiind de fapt un „lead up”, o invitație pentru ascultătorii postului de radio Digi FM de a petrece un sejur în județul Covasna. Lead-up proiectului pe Digi FM a început în data de 11 mai, și a cuprins spoturi de promovare audio, materiale vizuale pe site-ul www.digifm.ro, Facebook, dar știrea a apărut și pe alte canale de media, cum ar fi SuceavaNews, BitNews Sport, Vocea Olteniei, Digi24,

FilmNow, etc. Între 10-15 mai și Asociația a promovat proiectul atât pe pagina de Facebook Visit Covasna, cât și pe Instagram. Conform proiectului, experiența trăită de prezentatori a fost relatată a doua zi în emisiunea Matinalul Digi FM (în perioada 17-21 mai, difuzat în zilele lucrătoare între orele 6.30-10.00), ceea ce a adus credibilitate, o valoare în plus față de o reclamă obișnuită, preplătită, fiind vorba de o experiență trăită de oameni nerezidenți.

Fiind vorba de cinci zile și cinci emisiuni în care cei trei matinali au relatat despre experiențele lor Visit Covasna, a fost o provocare să alegem acele locații reprezentative care să fie incluse în programul lor limitat. Programele concepute s-au conturat mai ales în jurul celor trei teme care reprezintă baza ofertelor turistice pe care Asociația și-a axat promovarea: 1. Istorie. Trăită. (experiențe la castele și conace, incluzând și gastronomia locală regândită) 2. Sănătate. Din natură. (experiențe în centre de wellness și de tratament) 3. Natură. Neîmblânzită. (experiențe în aer liber). Locațiile vizitate și experiențele marca Covasna incluse în proiect au fost: Micloșoara și Valea Zălanului – casele de oapseți ale contelui Kálnoky, respectiv casa Prințului Căhres de Wales, Zabola Estate – castelul Mikes și serviciile locației, Băile Balványos – băile tradiționale secuiești și serviciile Balványos Resort, Dalnic – conacul Gaál și experiențele trăite centrul de scufundări MyLake, stațiunea Covasna – prezentarea resurselor naturale și experiențele tratamentelor balneare în Hotel Clermont.

Pe lângă relatările Experiențelor Visit Covasna în emisiune, în zilele de joi și vineri, Matinalii au avut și 2 invitați speciali (DI. Szabó Jenő, alias Dr. Peștișor, scafandru la My Lake, Dalnic; chef Mădălina Santa, Restaurant Szikra, Sf. Gheorghe), astfel crescând și timpul acordat promovării județului Covasna.





3. Press trip wellness-well being-turism balnear-turism medical

Fact sheet:

17	Organe presă
26	Articole apărute (print)
44	Articole online (pieces of coverage)
22,9 milioane	Număr vizitatori site-uri cu apariții articole din press trip (Online readership)
381 000	Numărul accesări / Număr cititori articole din press trip (Estimated coverage views)
212 000	Distribuirii social media (Social shares)
714	YouTube views

*date octombrie 2021

În perioada 16-19 septembrie am organizat în stațiunea Covasna un press trip, o excursie de trei zile pentru reprezentanții mass media cu scopul creșterii vizibilității ofertei turistice a stațiunii balneare Covasna și a



județului Covasna în contextul pandemiei Covid-19. Press tripul, organizat în parteneriat cu o agenție media a targetat domeniul medical, wellness și lifestyle, obiectivul fiind prezentarea ofertei în primul rând al stațiunii Covasna, dar și a unor operatori din domeniu din județ.

Majoritatea celor 19 jurnaliști care au acceptat invitația noastră la press trip au fost reprezentanți ai presei scrise, însă au fost prezenți și reprezentanți de emisiuni TV. Pe durata press tripului, și până la apariția materialelor, aceștia au postat și pe Facebook și Instagram, respectiv website-uri, bloguri personale, adăugând o valoare în plus press trip-ului. Aducerea direct „la sursă” a jurnaliștilor pentru a se documenta despre produsele turistice din categoria wellness, prevenție, balneologie, dar și despre alte facilități, a însemnat, de fapt o experiență directă la locul faptei a produselor și serviciilor turistice, ceea ce a condus la prezentarea, comunicarea experiențelor trăite într-un mod credibil pentru plată-țintă pe care am ales-o. În cadrul proiectului am promovat stațiunea balneoclimaterică Covasna, resursele ei naturale tămăduitoare, hotelurile cu servicii de tratament balnear, Spitalul de Cardiologie Dr. Benedek Géza, am dorit să demontăm concepția pleței conform căreia orașul Covasna ar oferi numai tratamente balneare pentru vârstnici și pentru cei care dețin bilete de tratament, am scos în evidență locații premium și servicii de top, cum ar fi Zabola Estate, Balványos Resort, zborul cu balonul cu aer cald, am consolidat brandul Visit Covasna și Covasna – stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de apă minerală.

Iată câteva apariții de pe urma proiectului:

- A List Magazine: Jurnal de călătorie - Experiențe autentice cu resursele naturale tămăduitoare ale județului Covasna, 14 octombrie
- adevarul.ro: Bogățiile orașului Covasna, „stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de apă minerală”, 8 octombrie
- Business Leaders: Atuurile stațiunii Covasna: factori naturali terapeutici și locuri de cazare cu centre de tratament proprii, 8 octombrie
- Libertatea pentru femei: Băile minerale din Covasna, sursă de tinerețe și vitalitate, 22 septembrie; Cozonacul seculesc. Cum se face și ce istorie ascunde kurtoskalacs, 22 septembrie
- România liberă: Bioxidul de carbon, „sângele” turismului în Covasna, 20 septembrie; Domeniul Mikes, mica Anglie din Carpații de Curbură (I), 21 septembrie
- Bursa.ro: Jurnal de călătorie - Covasna, ținutul mofetelor și al apelor minerale, 22 septembrie
- Mediafax.ro: 3 atracții turistice de neratat în Covasna, 29 septembrie; Metoda Covasna, tratamentul românesc unic de recuperare cardiovasculară, 11 octombrie
- 24 life: Castelul Mikes, o evadare romantică în inima Transilvaniei, 5 octombrie; Băile Hătuica, locul perfect pentru relaxare și tratament, 24 septembrie; Mofeta, terapie cheie în Metoda Covasna, 24 septembrie
- Călătorește, trăiește, iubește: YouTube: 9 octombrie
- Revista National Geographic România: Programul unei zile perfecte în Covasna, 24 septembrie
- Viața medicală: „Metoda Covasna”, tratament adjuvant pentru cardiaci, 1 octombrie
- Desprespa.ro: Jos stresul! Cu mofetă, masaj și baie în apă minerală carbogazoasă de Covasna, 23 septembrie

- www.csid.ro, Ce se întâmplă, Doctore?: Metoda Covasna – tratamente de succes în afecțiunile cardiovasculare, 11 octombrie
- Revista Unica: Covasna, Paradisul pierdut din miezul Carpaților
- Avantaje: Descoperă Covasna, tărâmul magic al mofetelor și al apelor minerale
- Revista Femeia: Covasna, ținutul mofetelor, conacelor și răsfătului



1. $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

714
20

[illegible]

600

232

[illegible]

2000

2. 2. 2. 2. 2.

1954

ALL INFORMATION CONTAINED HEREIN IS UNCLASSIFIED



	μ	σ	P_0	P_{∞}
(a)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(b)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(c)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(d)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(e)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(f)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(g)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(h)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(i)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(j)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(k)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(l)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(m)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(n)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(o)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(p)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(q)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(r)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(s)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(t)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(u)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(v)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(w)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(x)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(y)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
(z)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

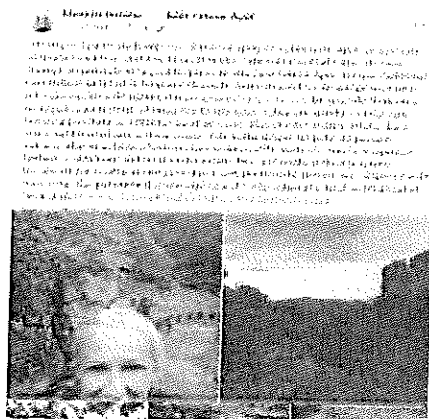
1. Identify the main idea
 2. Identify the supporting details
 3. Identify the conclusion

20

[illegible]

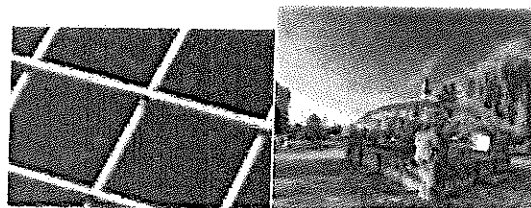
1. $\frac{1}{2} \frac{d}{dt} \left(\frac{1}{2} \frac{d}{dt} \right)$

Feb. 2



Comunitatea Spa și Wellness înțelegând că este un loc deosebit în județul Covasna

Județul Covasna este un județ turistic, cu o bogată tradiție turistică, care a fost dezvoltată în timp. Este un județ cu o natură frumoasă, cu o climă sănătoasă, cu o istorie bogată și cu o cultură丰富. Județul Covasna este un județ turistic, cu o bogată tradiție turistică, care a fost dezvoltată în timp. Este un județ cu o natură frumoasă, cu o climă sănătoasă, cu o istorie bogată și cu o cultură丰富.



4. Covasna, sesiune de stare de bine cu Lucian Mîndruță - turul ciclist al resurselor turistice din județul Covasna

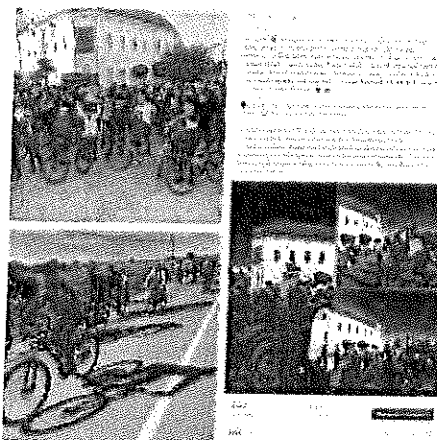
Fact sheet:

297 415 / 4 900	Urmăritori, respectiv prieteni pagina Facebook Lucian Mîndruță
28 000	Urmăritori pagina Facebook "Lucian Mindruta Live"
13 000	Urmăritori pagina Facebook "Cu bicicleta la mare"
198, dintre care 121 din afara județului Covasna	Participanți
16 000	Vizualizări eveniment pe pagina Facebook Visit Covasna
1 000 likeuri, 125 shareuri	Relatarea despre eveniment pe pagina Facebook Lucian Mîndruță

Lucian Mîndruță este unul dintre cei mai cunoscuți oameni de radio și de televiziune din România, emisiunile sale sunt urmărite de sute de mii de oameni. Pagina sa de facebook are 297.415 de urmăritori și 4.900 de prieteni, iar pagina "Lucian Mindruta Live" are 28.000 de urmăritori. Pe lângă acestea promovează turismul pe bicicletă, organizează ture de ciclism în diferite zone ale țării și pagina lui "Cu bicicleta la mare" are peste 13.000 de urmăritori. Scopul acestei inițiative a fost prezentarea a câtorva dintre reperele resurselor turistice ale județului nostru, dar prezentarea lui și ca o destinație pentru practicarea cicloturismului. Ideea inițiativei

a fost ca profitând de statura sa celebritate radio&TV, acest mesaj să ajungă la un public larg, unul care este interesat de călătorii și cicloturism.

Turul ciclist, cu o lungime de 120 de kilometri, denumit *Covasna – Sesiune de stare de bine cu Lucian Mindruță*, s-a desfășurat pe data de 02. octombrie 2021, cu participarea jurnalistului și a altor 198 de persoane, dintre care 121 erau din alte județe: Alba, Bacău, Bihor, Brașov, Constanța, Cluj, Dâmbovița, Galați, Harghita, Iași, Ilfov, Prahova, Sibiu, Teleorman, Vaslui, Vrancea și municipiul București. Turul a avut punctul de plecare și sosire în Piața Libertății din Sfântu Gheorghe și a parcurs traseul mun. Sf. Gheorghe-Bixad-Băile Balvanyos-mun. Târgu Secuiesc-Zăbala-Covasna-Reci-mun.-Sf. Gheorghe. Pentru a face cunoștință cu valorile turistice a județului, participanții au vizitat Baia Fetelor Apor din Băile Balvanyos, Castelul Mikes din Zăbala și Izvoarele Elvira din centrul orașului Covasna. Evenimentul a avut un ecou extrem de pozitiv în toate aparițiile media, relatările de pe conturile de pe rețelele de socializare ale Asociației au ajuns la peste 16.000 de oameni, iar cei care au participat au rămas cu amintiri foarte plăcute.



5. Termalia Awards – Covasna, Best spa destination 2021

Fact sheet:

Best SPA Destination in Romania 2021

Înmănat Asociației

(Cea mai bună destinație spa din România 2021)

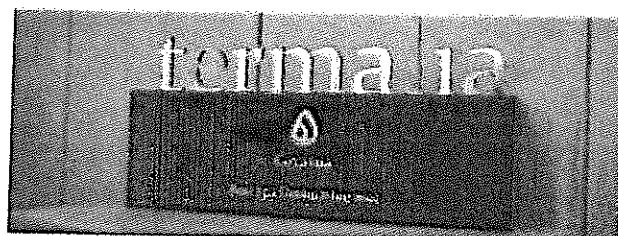
Termalia este evenimentul de referință al industriei spa și de turism medical din România. Locul de întâlnire dintre experți, furnizori de spa și facilitatori de turism medical, evenimentul se bucură și de recunoaștere mondială, aflându-se sub înaltul patronaj al World Spa Organization.

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna a fost invitată la Gala Termalia Awards, eveniment organizat în data de 12.12.2021 la Hotel Alpin, Poiana Brașov. În urma nominalizării făcute de către public și a procedurii de jurizare a echipelor de jurați și experți spa, luându-se în considerare criterii

precum reputația, comunitatea, dar și feedback-ul publicului, județul Covasna a câștigat premiul pentru Cea mai bună destinație spa din România 2021 / Best spa destination 2021. Premiul îl considerăm o recunoaștere în primul rând a muncii operatorilor privați din domeniu din județ, o încununare care reafirmă că performanța, reputația și nivelul de excelență al serviciilor spa sunt preocupări constante în aceste locații. În același timp este și o recunoaștere a direcției în care aceste servicii și cei care le oferă doresc să se dezvolte în viitor. Pe de altă parte premiul ne obligă să fim consecvenți și în continuare în a pune în valoare aceste resurse turistice ale județului și ca acest produs turistic să fie pus în lumina reflectoarelor în activitatea de promovare și comunicare a atuurilor turistice din județ.

Alți premianți din județul Covasna au fost:

- Balványos Resort - Cea mai bună experiență spa 2021 / Best Spa Experience 2021
- Balványos Resort - Cel mai bun tratament semnătură 2021 / Best signature treatment 2021
- Castle Hotel Daniel - Cel mai bun conac spa 2021 / Best spa mansion 2021



6. Destinația Anului 2021 în România

Fact sheet:

5	Locul obținut în etapa de nominalizări la doar 2 zile de la începerea concursului
9	Locul obținut în top 10 destinații nominalizate
peste 16 000	Numărul nominalizărilor Covasna

"Destinația Anului 2021 în România" a fost un proiect de promovare a turismului intern, în care s-a dorit popularizarea destinațiilor din România, prin participarea acestora la o competiție puternică între regiunile turistice românești.



Departamentul Sistemelor de Informații

județul covasna

Adresa: Strada Ștefan cel Mare, 111,

500000, Râmnicul Sărat

viziteaza.covasna@gmail.com

**Visit
COVASNA**

Scopul participării județului Covasna la această inițiativă, cu destinația turistică "Ținutul Conacelor - Covasna", a fost calificarea în top 6 a destinațiilor turistice, și chiar și câștigarea titlului de "Destinația Anului 2021 în România", prin care s-ar fi creat o vizibilitate și mai mare a regiunii în rândul turiștilor români.

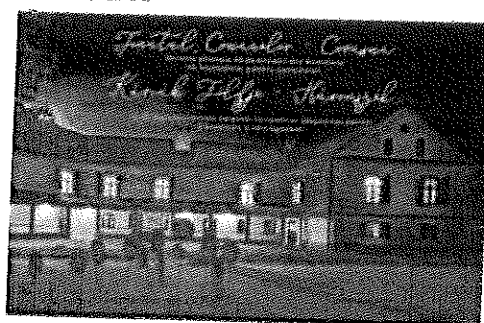
În prima fază a concursului, până în data de 4 iunie, cei care au dorit să susțină destinația turistică "Ținutul Conacelor - Covasna", au trebuit să o nominalizeze pe aceasta, pe link-ul <http://www.destinatiaanului.ro>, pentru a ajunge printre primele 10 destinații din România. Datorită voturilor și susținerii, destinația covăsneană a reușit să intre printre cele 10 destinații. Iată care au fost cele 10 destinații care au concurat pentru a intra în top 6: Banatul Montan, Brăila, Iași, Oradea, Maramureș, Delta Dunării, Țara Vrancei, Țara Făgărașului, Ținutul conacelor – Covasna și Alba Iulia.

În faza a doua a concursului s-a decis care sunt cele 6 destinații calificate în Marea Finală, însă din păcate destinația turistică "Ținutul Conacelor - Covasna" nu a reușit să fie printre ele, ea terminând pe locul 9, un loc de care noi și așa suntem foarte mândri. Campania media a creat o efervescență și interes din partea publicului, toate destinațiile care au ajuns în primele 10 destinații din țară putând profita de pe urma acestora. Destinațiile finaliste au fost următoarele: Banatul Montan, Brăila, Delta Dunării, Iași, Țara Maramureșului și Oradea. După faza a doua a competiției, în cursul verii, cele șase destinații s-au duelat pe Prima TV, titlul de "Destinația Anului 2021 în România" fiind câștigat de Banatul Montan.

Visit Covasna
Departamentul Sistemelor de Informații

Ținutul Conacelor - Covasna - printre primele 10 destinații din România

Prima fază a concursului pentru titlul de Destinația Anului în România a avut ca scop nominalizarea pe această adresă a celor mai bune destinații turistice din țară. Datorită voturilor și susținerii, destinația covăsneană a reușit să intre printre cele 10 destinații care au concurat pentru a intra în top 6: Banatul Montan, Brăila, Iași, Oradea, Maramureș, Delta Dunării, Țara Vrancei, Țara Făgărașului, Ținutul conacelor – Covasna și Alba Iulia. După faza a doua a competiției, în cursul verii, cele șase destinații s-au duelat pe Prima TV, titlul de "Destinația Anului 2021 în România" fiind câștigat de Banatul Montan.





1. Wiederholung (Repetition) ist ein zentraler Mechanismus der Gedächtnisbildung. Durch das Wiederholen von Informationen wird das Gedächtnis gestärkt und die Wahrscheinlichkeit, sie später abrufen zu können, erhöht. Dies geschieht durch die Konsolidierung der neuronalen Verbindungen.

2. Verknüpfung (Association) ist ein weiterer Mechanismus, bei dem neue Informationen mit bereits vorhandenen Kenntnissen verknüpft werden. Dies geschieht durch die Bildung von Assoziationen zwischen verschiedenen neuronalen Strukturen.

3. Organisation (Organization) ist ein Prozess, bei dem Informationen in eine strukturierte Form gebracht werden. Dies geschieht durch die Gruppierung von Informationen in Kategorien oder die Bildung von Hierarchien.

4. Rekodierung (Encoding) ist ein Prozess, bei dem Informationen in eine Form gebracht werden, die im Gedächtnis gespeichert werden kann. Dies geschieht durch die Umwandlung von Informationen in eine Form, die im Gedächtnis gespeichert werden kann.

5. Retrieval (Retrieval) ist der Prozess, bei dem Informationen aus dem Gedächtnis abgerufen werden. Dies geschieht durch die Aktivierung der neuronalen Strukturen, die mit den gespeicherten Informationen verbunden sind.

6. Interferenz (Interference) ist ein Prozess, bei dem neue Informationen die Erinnerung an alte Informationen beeinträchtigen. Dies geschieht durch die Überlagerung von Informationen.

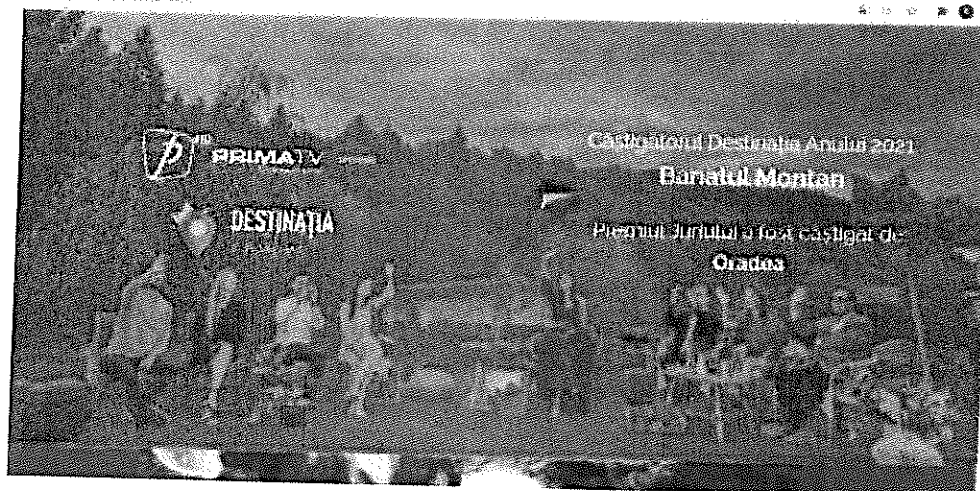
7. Amnesie (Amnesia) ist ein Zustand, bei dem die Erinnerung an bestimmte Ereignisse verloren geht. Dies kann durch verschiedene Faktoren verursacht werden, wie z.B. Verletzungen des Gehirns oder Krankheiten.

8. Alzheimer-Krankheit (Alzheimer's Disease) ist eine neurodegenerative Erkrankung, die zu einem fortschreitenden Verlust der Gedächtnisfähigkeit führt. Dies geschieht durch die Abbaufunktion von Nervenzellen im Gehirn.

9. Phosphen (Phosphen) ist ein Phänomen, bei dem Menschen Licht sehen, obwohl keine Lichtreize vorhanden sind. Dies kann durch verschiedene Faktoren verursacht werden, wie z.B. Migräne oder Epilepsie.

10. Phosphor (Phosphor) ist ein Element, das in der Natur vorkommt und in verschiedenen Verbindungen vorkommt. Es ist ein essentielles Element für die Bildung von Knochen und Zähnen.

$\mathcal{A}(\mathcal{H})$ is a σ -algebra of subsets of $\mathcal{H}$ and $\mathbb{P}$ is a probability measure on $\mathcal{A}(\mathcal{H})$. Let $\mathcal{H}_1, \mathcal{H}_2, \dots, \mathcal{H}_n$ be a sequence of independent random variables with distributions $\mathbb{P}_1, \mathbb{P}_2, \dots, \mathbb{P}_n$ respectively. Let $\mathcal{H} = \mathcal{H}_1 \times \mathcal{H}_2 \times \dots \times \mathcal{H}_n$ be the product space and $\mathcal{A}(\mathcal{H})$ be the product σ -algebra. Let $\mathbb{P} = \mathbb{P}_1 \times \mathbb{P}_2 \times \dots \times \mathbb{P}_n$ be the product probability measure. Let $\mathcal{H}_i$ be a separable Hilbert space and $\mathcal{A}(\mathcal{H}_i)$ be the Borel σ -algebra. Let $\mathbb{P}_i$ be a probability measure on $\mathcal{A}(\mathcal{H}_i)$. Let $\mathcal{H} = \mathcal{H}_1 \times \mathcal{H}_2 \times \dots \times \mathcal{H}_n$ be the product space and $\mathcal{A}(\mathcal{H})$ be the product σ -algebra. Let $\mathbb{P} = \mathbb{P}_1 \times \mathbb{P}_2 \times \dots \times \mathbb{P}_n$ be the product probability measure. Let $\mathcal{H}_i$ be a separable Hilbert space and $\mathcal{A}(\mathcal{H}_i)$ be the Borel σ -algebra. Let $\mathbb{P}_i$ be a probability measure on $\mathcal{A}(\mathcal{H}_i)$. Let $\mathcal{H} = \mathcal{H}_1 \times \mathcal{H}_2 \times \dots \times \mathcal{H}_n$ be the product space and $\mathcal{A}(\mathcal{H})$ be the product σ -algebra. Let $\mathbb{P} = \mathbb{P}_1 \times \mathbb{P}_2 \times \dots \times \mathbb{P}_n$ be the product probability measure.



7. Participare în emisiunea "Exclusiv în România" – Covasna, Ținutul Conacelor

Fact sheet:

între 0,6- 0,9	Rating mediu emisiune
2,2- 2,5%	Share (cotă de piață)
6 776	Număr vizualizări YouTube

*date din 08.01.2022

data din 08.01.2022

"Exclusiv în România" este o emisiune săptămânală de turism "travel and discover" în care **Cristian Tabără** călătorește, descoperă și prezintă România pe mai multe coordonate: obiective turistice, istorie, cultură, credință, tradiții gastronomice, dar mai ales unicate europene și mondiale care sunt sau care pot deveni destinații turistice. "Exclusiv în România" prezintă o Românie pozitivă și competitivă, o Românie multiculturală și multietnică, de care locuitorii ei să fie mândri și pe care străinii să nu o mai judece prin prisma unor șabloane învechite. Emisiunea are o durată de 40 min, se difuzează în fiecare duminică pe TVR1 de la ora 17:00, cu redifuzări pe TVR Moldova și TVR Internațional și canalul youtube al emisiunii.

Prin realizarea unei emisiuni despre Covasna – Ținutul conacelor am luat în considerare profilul de audiență al emisiunii în targetul urban: femei 51,3%, bărbați 48,7%; educație medie și superioară 80%; vârsta 15 – 64 ani 63,5%.

Filmările s-au desfășurat în perioada 04 – 08 octombrie 2021. Echipa formată din director imagine, tehnician imagine, tehnician sunet, producător și prezentatorul Cristian Tabără au fost cazați la Conacul Gaál din Dalnic care în afară că a reprezentat una dintre subiecte era și un studio de filmări pentru o parte dintre interviuri. Pentru a prezenta diferitele forme de valorificare turistică a conacelor s-au efectuat filmări la Conacul Gaál care este pensiune, la Conacul Damokos Gyula în care funcționează Muzeul Haszmann Pál și conacele din satul Bicfalău, care sunt case de locuit. S-a filmat meșteșugul decorării turtei dulci și a coacerii pâinii de casă cu cartofi, iar pentru a prezenta o activitate unicat în țară s-a realizat un interviu cu Szabó Jenő, prezentând activitățile de la lacul de scufundări My Lake și menirea lor terapeutică.

Emisiunea despre Covasna a fost difuzat în premieră pe TVR 1 duminică, 21 noiembrie de la ora 17.00, precum și pe TVR Moldova și TVR Internațional, apoi fiind postat pe canalul youtube al emisiunii: <https://www.youtube.com/watch?v=B91RGeE7RHA>



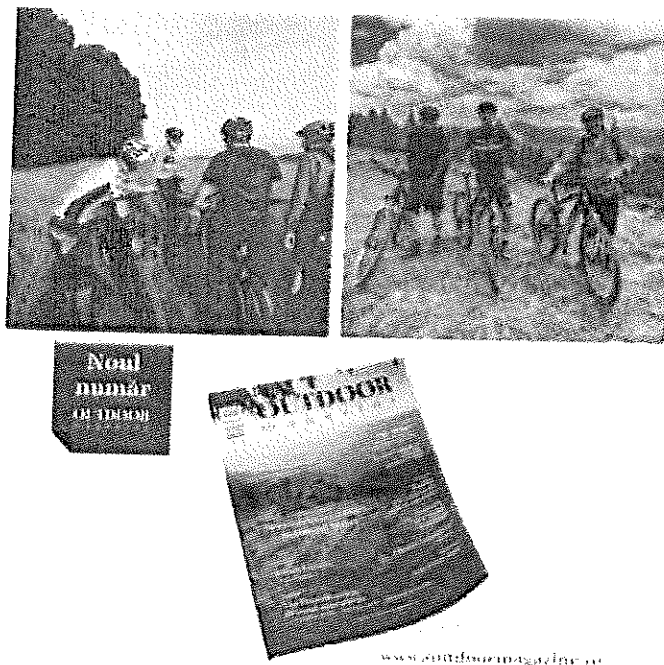
8. Editorial promoțional revista Outdoor Magazine

Fact sheet:

2 500	Tiraj (print)
187	Număr vizualizări video Sugaș Băi
159	Număr vizualizări video Vf. Lăcăuți

Continuând buna colaborare cu Outdoor Magazine din anul 2020 și luând în considerare că, din cauza pandemiei Covid19, turiștii preferă activitățile din natură, am dorit să prezentăm unele trasee de mountain bike și hike din județul nostru. În acest demers ajutorul nostru a fost Molnár Ede, multiplu campion național la mountain bike, sportiv originar din Sfântu Gheorghe.

Echipa de la Outdoor Magazine a efectuat documentarea pentru articolul din revistă pe zilele 30 iunie respectiv 1 iulie 2021. În prima zi au fost efectuate ture pe traseele de mountain bike amenajate în jurul stațiunii Sugaș Băi. Aici au fost prezentate și celelalte posibilități de recreere din stațiune. A doua zi a fost efectuată o tură pe biciclete între localitatea Comandău și vârful Lăcăuți. În ambele zile ziariștii au folosit bicicletele electrice oferite de către Asociație, iar ghidul celor două zile a fost campionul Molnár Ede. Articolul de patru pagini, cât și pagina publicitară au apărut în numărul iulie-august al revistei. Totodată au apărut două articole pe site-ul www.ski-outdoor.ro, cât și pe paginile de Facebook și Instagram a revistei, un banner de 720x90 și un montaj video de 5 minute care a fost publicat pe Outdoor Magazine TV.



9. Apariție cu plasare produse turistice în revista National Geographic Traveller

Fact sheet:

11 000

Tiraj revistă

În luna februarie am colaborat cu echipa National Geographic Traveller România pentru apariția în ediția iunie-august 2021, al unui editorial amplu despre resursele turismului balnear și de sănătate din România. Județul Covasna a fost reprezentat de către stațiunile Covasna și Băile Balvanyos, echipa Visit Covasna făcând recomandarea și descrierea locațiilor pentru documentare și înlesnirea cooperării cu operatorii de turism locali.



10. Pagina de internet și aplicația Visit Covasna - 2021

Fact sheet:

852	Descărcări aplicație pe Android
325	Descărcări aplicație pe IOS
4 052	Utilizatori autentificați (din 2017 până în prezent)
4 528	Număr accesări aplicație
99 724	Numărul de accesări a cel puțin a unei pagini de pe site
77 223	Utilizări site
189	Pagini noi

22	Colecții nou create
41	Urmăritori noi de pagini

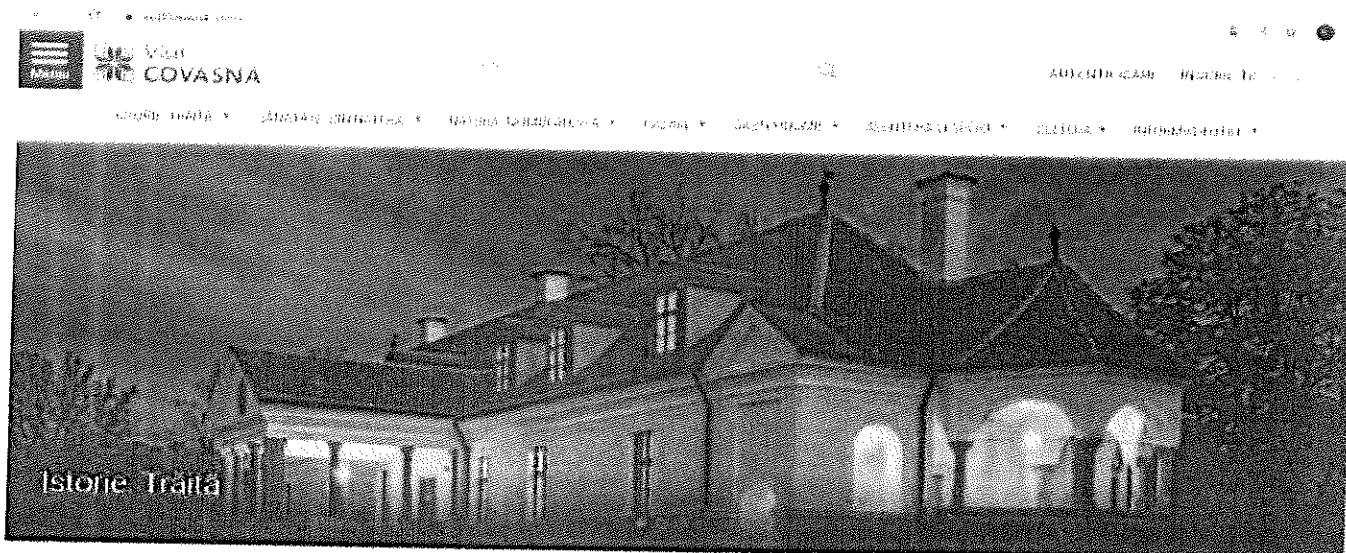
Pagina de internet și aplicația Visit Covasna sunt cele mai importante platforme unde stocăm și prezentăm baza de date turistică a județului, texte și alte conținuturi invitative, sunt cele mai importante landing page-uri folosite în toate campaniile promoționale derulate de către Asociație, astfel modul de prezentare, calitatea conținutului este un subiect deosebit de sensibil, fiind investite în această direcție resurse umane și materiale importante.

Ele sunt ghiduri turistice, care oferă informații în trei limbi, română, maghiară și engleză, despre atracțiile turistice din județ, categorizate pe 3 teme – Istorie. Trăită; Sănătate. Din natură; Natură. Neîmblânzită - despre unitățile de cazare și gastronomie, despre posibilitățile de agrement și sport, și nu în ultimul rând despre evenimentele din zonă. Pe lângă cele amintite anterior, vizitatorii site-ului sau a aplicației găsesc și o categorie de informații utile, ca centre de informare turistică, ghizi și agenții de turism, servicii de închiriat biciclete sau mașini și chiar și cataloage realizate de către Visit Covasna. Aplicația este interactivă, dând posibilitatea utilizatorului să scrie o recenzie sau să editeze Colecții - o listă cu locurile preferate, care se pot trimite altor utilizatori ca și sugestii. Punctele de interes sunt afișate și pe hartă. Notificările (Push-notificati) trimise prin aplicație sunt menite să informeze utilizatorii despre evenimentele și noutățile din județul Covasna, ajungând la toți cei care au instalat aplicația. Aceste platforme găzduiesc și texte pentru lectură cu conținut turistic, promotional, de la povești personale legate de atracții turistice până la recomandări săptămânale.

În 2021, în afara României, aplicația Visit Covasna a fost cea mai folosită în Ungaria, Germania și în Marea Britanie, iar în România, în orașele București, Sfântu-Gheorghe, Brașov și în Constanța. Din străinătate website-ul a fost cel mai accesat din Ungaria, Statele Unite, Germania și Olanda, iar în România, din orașele București, Brașov, Sfântu Gheorghe, Covasna și Constanța.

Topul celor mai căutate pagini din 2021:

1. Rezervația naturală Cheile Vârghișului
2. Tratamente, balneoterapie
3. 7 conace superbe din județul Covasna reintroduse în circuitul turistic



De ce să alegi Covasna?

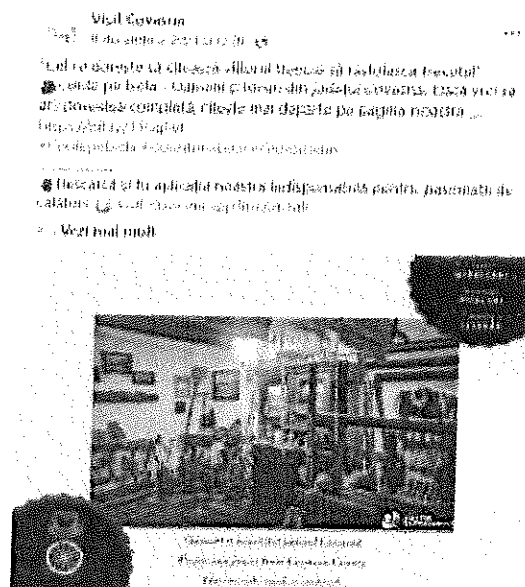
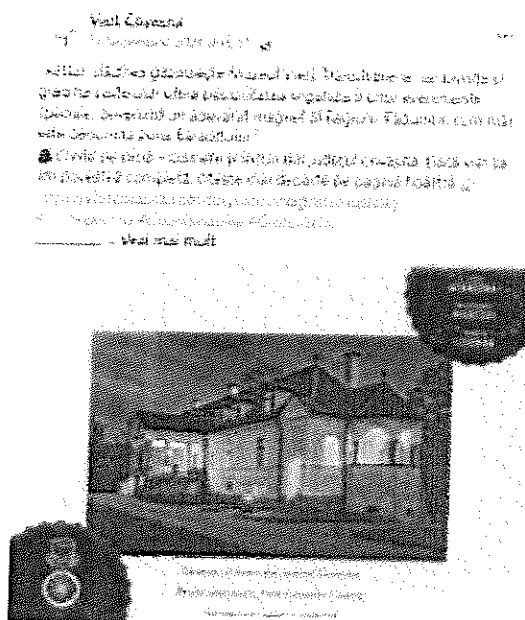
11. Conte pe bicicletă - rubrică săptămânală web și aplicație

Fact sheet:

31	Aparații
955	Reacții pe Facebook
83 436	Impact – coverage pe Facebook

Scopul publicării articolelor în rubrica *Conte pe bicicletă* este de a atrage atenția oamenilor asupra județului Covasna, ca aceștia să fie și mai interesați de călătorii și drumeții în zona noastră, prin povestiri personale, scurte, săptămânale. Credem că nu este suficient să promovăm o destinație turistică doar prin imagini sau scurtmetraje, texte academice. Prin poveștile personale, imaginația cititorului poate deveni o realitate deoarece peisajele descrise sunt locuri reale din județul Covasna, încărcate cu experiențe personale. Subiectele descrise în articole sunt experiențe trăite, peisaje și obiective personale din Covasna. Aceste povești scurte pot fi citite în timpul unei călătorii cu autobuzul sau cu metroul.

Articolele sunt publicate pe site-ul nostru www.visitcovasna.com sunt disponibile și pentru cei care descarcă aplicația Visit Covasna, dar le promovăm și pe paginile noastre de socializare, pe Facebook și Instagram.



12. Social Media

Fact sheet:

37 802	Numărul total de urmăritori Facebook
2 063	Numărul de aprecieri în 2021
8 540	Urmăritori pe Instagram

*date din 23.12.2021

În prezent, o asociație care promovează o destinație turistică are nevoie de o participare activă pe rețelele de socializare. Facebook-ul și Instagram-ul sunt canalele primare social media prin care putem ajunge la turiștii potențiali care pot vizita județul Covasna.

Visit Covasna pe Facebook are în total 37 802 urmăritori, din care anul acesta obținut 2 063, iar pe Instagram are 8 540. Ca și în anii precedenți, postăm în mod regulat, de cel puțin șase ori pe săptămână, sau chiar și de mai multe ori, în funcție de activitatea noastră sau de evenimentul în desfășurare. Vizibilitatea și creșterea conturilor social media este una organică, prin conținut, Asociația nu a derulat, din păcate campanii de publicitate consideration&remarketing pe rețele de socializare.

Ne străduim să publicăm un conținut după un plan bine gândit, care este și unul diversificat și captivant. De exemplu, începem săptămâna cu un post distractiv, numită „CO2vasna á la carte”, în care recomandăm celor



Informații turistice și culturale despre județul covasna

județul covasna

Adresa: Bulevardul Ștefan cel Mare, 100
100100, Bistrița, România

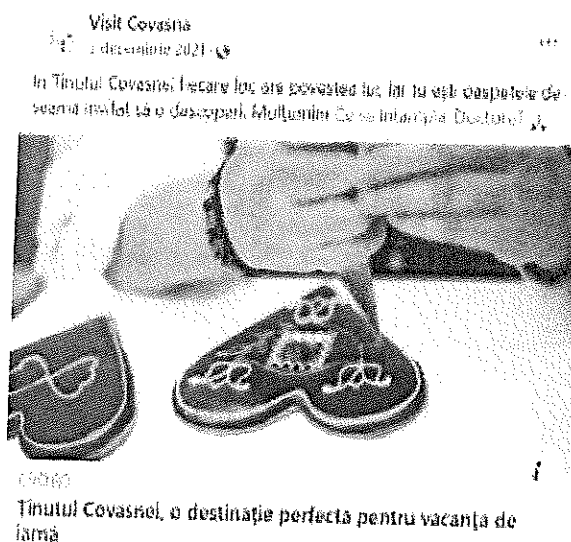
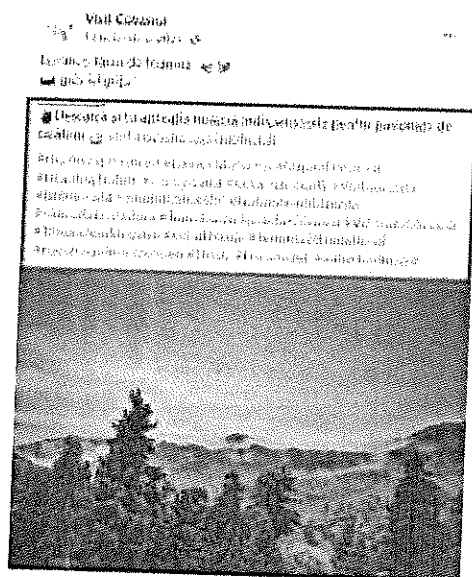
Telefon: +40 238 210000

E-mail: viziteaza.covasna@gmail.com



Visit
COVASNA

interesați în fiecare săptămână un loc, o activitate sau un program turistic. În zilele de marți și joi, de obicei, postăm articole despre județul Covasna, miercurea fiind rubrica "Conte pe bicicletă", unde încurajăm călătoriile în regiunea noastră prin povești personale scurte. Vineri și în weekend distribuim videoclipuri sau poze captivante. Ca o regulă generală, la sfârșitul fiecărei postări, promovăm site-ul web și aplicația Visit Covasna.

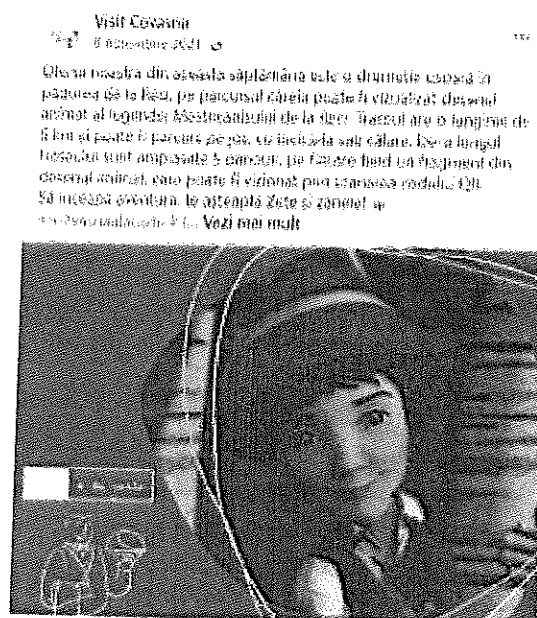
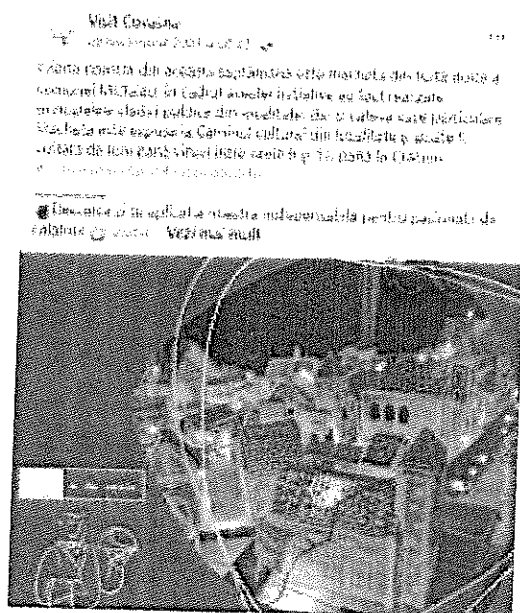


13. CO₂vasna á la carte / 3szék á la carte – rubrică săptămânală social media de recomandări turistice

Fact sheet:

27	Apariții pe Facebook
1 007	Reacții pe Facebook
62 614	Impact – coverage pe Facebook

Începem săptămâna cu un post distractiv, numită „CO₂vasna á la carte / 3szék á la carte”, în care recomandăm vizitatorilor în fiecare săptămână un loc, o activitate sau un program turistic. Anul trecut au apărut 27 de astfel de recomandări de la gazul mofetic, concurs internațional de atelaje, până la locații, evenimente, atracții turistice din zonă.





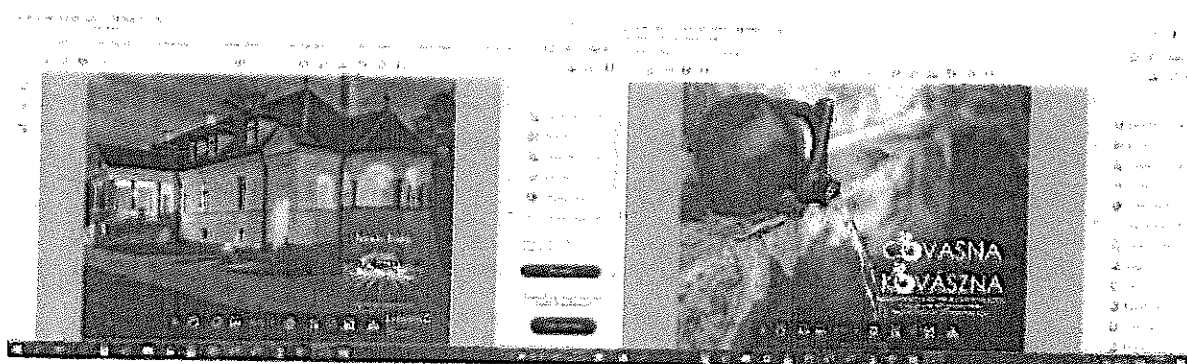
14. Cataloage editate de Visit Covasna în anul 2021

Fact sheet:

2 000 buc	Istorie. Trăită.
2 000 buc	Sănătate. Din natură.
2 000 buc	Natură. Neâmblânzită.
1 300 buc.	Történelem. Megélve.
1 300 buc.	Egészség. Természetesen.
1 300 buc.	Természet. Érintetlenül.
500 buc.	History. Experienced.
500 buc.	Health. By Nature.
500 buc.	Nature. Untamed.
1 000 buc.	Covasna-Stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de sănătate/Kovászna-a mofetták és az 1000 borvízforrás városa/Covasna-the city of mofettas and 1000 mineral water spring
1 000 buc.	Erdővidék – Ținutul Depresiunii Baraolt – Baraolt Region

Cu toate că în ultimii ani, datorită tehnologiei, comunicarea s-a mutat pe online, broșurile invitative au un rol important în transmiterea mesajelor către piața-țintă. Broșurile tipărite au fost distribuite la: Centre de informare turistice, evenimente organizate în România și Ungaria și au fost acordate ca materiale promoționale membrilor Asociației și acelor operatori economici care au fost incluși în cataloage.

În vederea facilitării recunoașterii și promovării județului Covasna ca destinație turistică, dar și pentru a putea formula mesaje clare în această privință, ne-am ghidat după cele trei mari teme și produse turistice prezentate în preambul și care deosebesc județul de celelalte destinații turistice autohtone și în editarea cataloagelor promoționale, completând acestea cu două cataloage care au ca temă prezentarea a două microregiuni din județ și a resurselor turistice ale acestora.



15. Târgul de Turism al României 2021 – ediția de primăvară

Fact sheet:

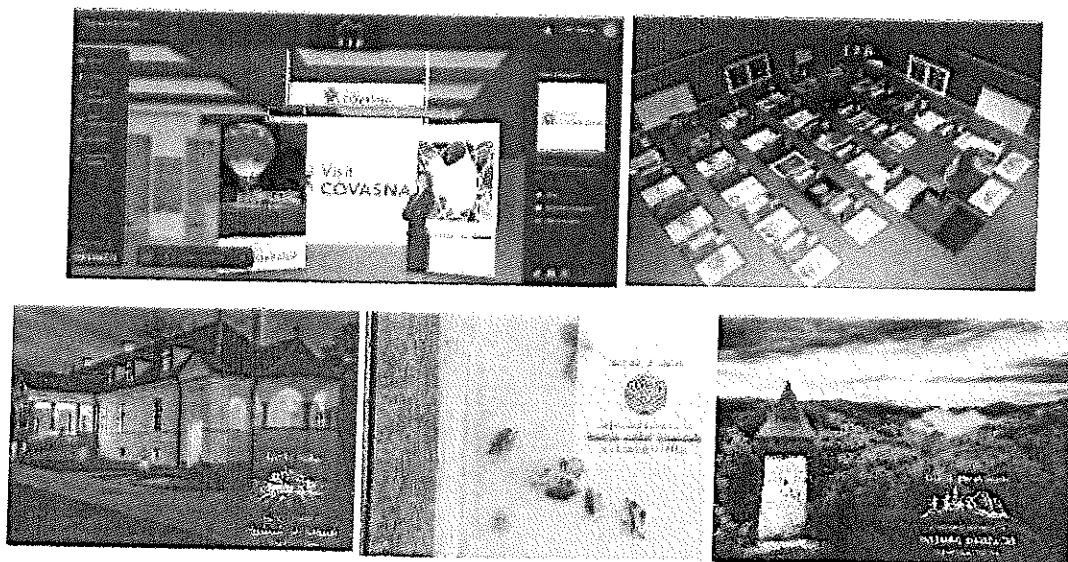
3	Cataloge invitative Visit Covasna
11	Oferte provenite de la agenții economici din domeniul turismului (generale+de Paști)
288	Vizitatori virtuali ai standului Visit Covasna
11	Business card-uri cerute de la Visit Covasna

În perioada 18-22 februarie 2021 Asociația a fost prezentă la TTR – ediția de primăvară, cu toate că târgul de turism a avut loc online, pe o platformă virtuală. Scopul prezenței noastre a fost creșterea vizibilității județului Covasna ca o destinație turistică atractivă, competitivă pe piața internă și implicit creșterea numărului de turiști și a numărului de înnopțiuni în județul Covasna.

Am considerat că prezența județului Covasna la acest eveniment virtual este oprită având în vedere că din cauza pandemiei COVID-19, în anul 2020, turismul a înregistrat o scădere semnificativă, necesitând o „relansare”, iar din moment ce călătoriile în străinătate au fost restricționate sau nesigure, turismul intern a capătat o importanță semnificativă și, în aceste condiții destinațiile turistice autohtone trebuiau să se facă văzute printr-un marketing turistic consecvent. Pe de altă parte am încercat să reprezentăm actorii din turismul covăsnean prin prezentarea ofertelor lor. La apelul nostru de a trimite cât mai multe oferte redactate la standarde de calitate ridicate au răspuns Hotel Clermont, Balványos Resort, Hotel TTS, Hotel Transilvania, Motel-restaurant Cetate, Vila Carpați, Centru Băi Hătuica, Casele de oaspeți ale Contelui Kálnoky, Pensiunea Prințului de Wales din Valea Zălanului, Panorama Boutique Hotel, Saciova Hills – Noble Retreat, Kormos Residence, Căprioara Resort, camping Valea Zănelor, Zabola Estate.

Târgul de Turism Virtual a fost o experiență nouă atât pentru organizatorii, cât și pentru expozanți și vizitatori. „Pavilionul” târgului a găzduit regiuni turistice și unități administrativ-teritoriale din România, agenții de turism

touroperatoare, reprezentanțe turistice din străinătate și agenți economici din domeniul turismului (de ex. Grecia, și hotelieri din Grecia), ofertanți de diferite servicii conexe la domeniul turismului. Standul Visit Covasna a avut 288 vizitatori (profile views), și i-au fost cerute 11 business card-uri. Prin funcția de chat am fost contactați pentru a trimite broșuri și oferte, să furnizăm datele de contact ale agenților de turism care operează în județul Covasna, etc.



16. OMÉK – Târgul Internațional de Industrie Agroalimentară și Agroturism

Fact sheet:

≈ 60.000 de vizitatori	OMÉK (7-10 octombrie) + „One with Nature – World of Hunting and Nature Exhibition” (25 septembrie – 14 octombrie)
------------------------	---

OMÉK este cel mai mare târg internațional de industrie agroalimentară și agroturism organizat în Ungaria, care, în 2021 a fost organizat concomitent cu Expoziția Internațională „One with Nature – World of Hunting and Nature Exhibition” (25 septembrie – 14 octombrie). Aceste două evenimente de mare anvergură au atras, numai sâmbătă, adică a treia zi OMÉK– potrivit organizatorilor – aproape 60.000 de vizitatori. Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna a primit invitație de a participa în perioada 7-10 octombrie în Centrul expozițional Hungexpo, Budapesta la cea de-a 80-a ediție OMÉK de la Ministerul Agriculturii din Ungaria.



Asociațiile de promovare turistică din județul Covasna și Harghita (Visit Covasna și Visit Harghita) au fost amplasate în pavilionul B, în cadrul standului „Comorile Bazinului Carpatin”, unde au participat meșteșugari care au ținut workshop-uri, producători locali (de produse agro-alimentare, produse lactate, produse apicole, mezeluri), respectiv „Organizația Asociațiilor Fermierilor din Ținutul Secuiesc -Asociația Székely Gazdaszervezetek Egyesülete”. Târgul și expoziția au fost un bun prilej de a promova produsele turistice din județul Covasna: pensiuni agroturistice; programe turistice organizate de agenții de turism și ghizi de turism; hoteluri conac sau castel, muzee, biserici fortificate; hoteluri balneo și baze de tratament, hoteluri și centre de spa&wellness; atracții naturale, trasee de drumeție, trasee de biciclete; etc. Am împărțit pliante și broșuri, și am încurajat vizitatorii să folosească site-ul oficial Visit Covasna (www.visitcovasna.com) și aplicația turistică a județului Covasna.



17. “Bakony és Balaton Gasztroünnep” – Sărbătoarea gastronomică Bakony-Balaton

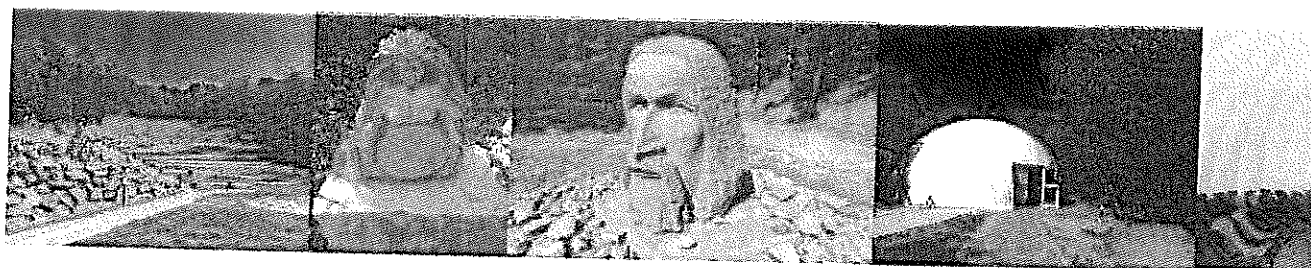
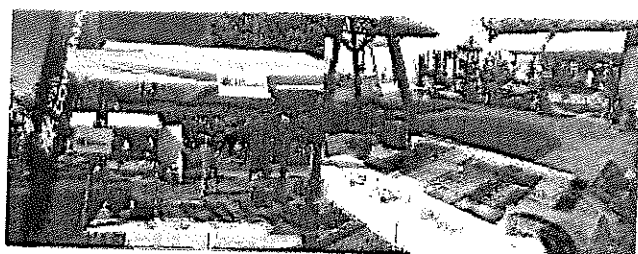
Fact sheet

100	Număr catalog trilingv „Covasna-Stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de ape minerale distribuite
150	Număr catalog „Természet. Érintetlenül. – Egyedi élmények Háromszék érintetlen természeti környezetében” distribuite
150	Catalog „Egészség. Természetesen. – Háromszék gyógyító természeti erőforrásaival” distribuite
150	Catalog „Történelem. Megélve. – Egyedi élmények háromszéki kastélyokban és kúriákban” distribuite

În anul 2019, județul Covasna, prin Consiliul Județean Covasna, și județul Veszprém (județ înfrățit cu județul Covasna), prin Consiliul Județean Veszprém, au depus un proiect pentru organizarea unui eveniment gastronomic și cultural, „Bakony-Balaton Ízei”, însă, din cauza pandemiei Covid-19, evenimentul planificat pentru vara anului 2020 a fost amânat. Astfel, evenimentul a avut loc în perioada 11-12 septembrie 2021 în

localitatea Csopak, județul Veszprém, Ungaria. Evenimentul s-a adresat atât localnicilor, cât și turiștilor, și a avut un repertoriu care s-a axat pe programe culturale și familiale (spectacol de dans popular, teatru de păpuși, piese de teatru, etc.), îmbogățit cu târg meșteșugăresc și concurs de gătit. Fiind un eveniment de toamnă, tema care s-a regăsit atât în concursul de gătit, cât și în prelegerile prezentate, au fost ciupercile și micologia (reprezentantul județului Covasna a fost Dl. Zsigmond Gyöző, președintele Asociației de Micologie „László Kálmán” din Sf. Gheorghe).

Evenimentul a fost un bun prilej de a promova județul Covasna ca destinație turistică pe unul dintre cele mai populare ștranduri de pe malul lacului Balaton. Fiind un program de week-end cu produse meșteșugărești, în cortul de promovare Visit Covasna, pe lângă împărțirea materialelor promoționale, am organizat degustare de apă minerală, și de ciocolată, am stat la dispoziția celor interesați cu informații legate de oferta turistică a județului Covasna. Majoritatea vizitatorilor au fost din Ungaria. Am vizitat Amfiteatrul renovat din Alsóörs, unde, pe teritoriul fostei cariere, s-a deschis un Planetariu, a fost construit un centru de vizitare și a fost amenajată așa-numita „Pădure magică”. Piața-țintă sunt familiile cu copii, grupurile de prieteni, sau participanți ai team-building-urilor, care, folosind metoda geocaching, pot petrece câteva ore interactive în natură. Acest proiect a costat 254,49 milioane de HUF și a fost realizat cu scopul de a crește numărul turiștilor și numărul înnopțărilor în regiune.



18. Vienna Alps Barbeque Days 2021

Fact sheet:

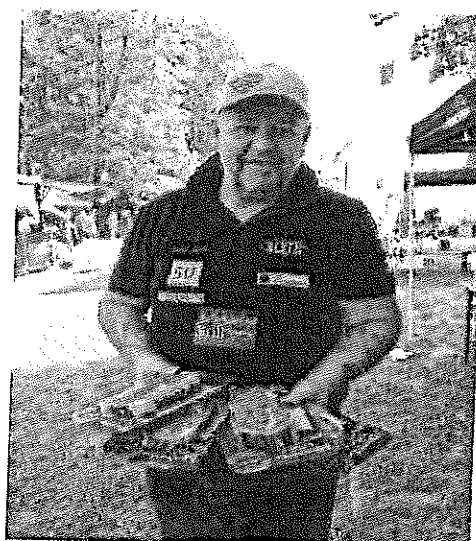
30

Numărul materialelor promoționale împărțite – Limba engleză



34	Numărul materialelor promoționale împărțite – Limba germană
5	Locul obținut la concurs

Scopul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna este să promoveze acest județ atât în România, cât și în afara granițelor, ca destinație turistică interesantă și atractivă. Astfel am propus o colaborare cu Asociația Barbeque Indivino pentru promovare mărcii și a destinației turistice „Visit Covasna”, la concursul de steak SCA și burger, organizat în cadrul evenimentului „Vienna Alps BBQ Days 2021” la Viena în perioada 30 iulie - 01 august 2021 la care a participat o echipă din partea asociației partenere. Colaborarea a constat în aplicarea logo-ului „Visit Covasna” pe echipamentele folosite de membri echipei și de împărțirea diferitelor broșuri de promovare ale asociației, pentru atragerea turiștilor în zona noastră.



19. Filme de scurtmetraj și videouri promoționale despre județul Covasna

Fact sheet:

20	Filme scurte promoționale realizate
11 896	Vizualizări pe Facebook
822	Reacții pe Facebook

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna pune mare accent pe promovarea regiunii într-un mod cât mai modern, iar unul dintre aceste mijloace este activitatea de promovare prin filme promoționale



și vloguri. În 2021, au fost lansate în total 20 de scurtmetraje, dintre care 10 s-au editat din materialul brut realizat în timpul vizitei din 2020 în Covasna a realizatorului britanic Charlie Ottley, 9 filme fac parte din seria noastră de vlog-uri Covasna - Active&Chill și un film de promovare turistică și educațională a municipiului Sfântu Gheorghe.

Prin aceste filme și materiale video dorim să punem în valoare atracțiile turistice ale județului: istoria (conace și muzee), tradițiile, drumețiile, gastronomia, evenimentele și alte atracții care fac parte din cele trei teme de promovare pe care s-a axat Asociația: 1. Istorie. Trăită. 2. Sănătate. Din natură. 3. Natură. Neîmblânzită.

O parte din scurtmetraje au fost deja promovate, în principal pe rețelele de socializare: Facebook și Instagram. În prezent pot fi văzute la Biroul de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe, urmând să le folosim cu ocazia a diferitelor evenimente promoționale sau în spațiul virtual.



Gusturi divine. Din Covasna.

Charlie Ottley



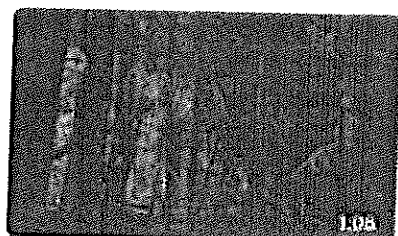
Istorie. Trăită.

Charlie Ottley



Natură. Neîmblânzită.

Charlie Ottley



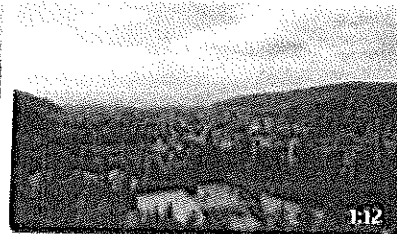
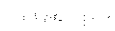
Natură. Neîmblânzită.

Charlie Ottley



Istorie. Trăită.

Charlie Ottley



Sănătate. Din natură.

Charlie Ottley



20. Turul Târgurilor de Crăciun – Digi FM

Fact sheet:

6

Orașe incluse în tur: Craiova, Sibiu, Cluj, Sf. Gheorghe, Iași și București

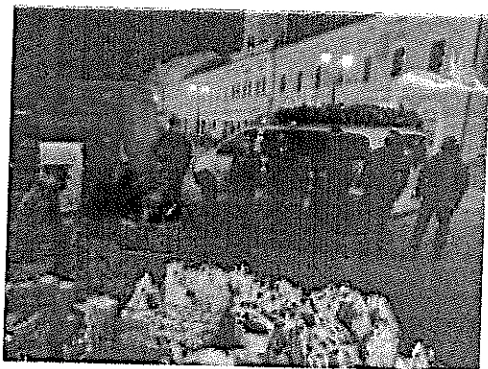


2	Numărul orelor de transmisie live din centrul municipiului Sf. Gheorghe
4	Numărul mașinilor umplute cu cadouri pentru copii nevoiași în Sf. Gheorghe

Digi FM, organizațiile Banca de bine și Școala fără pauză, în colaborare cu Băneasa Shopping Centre au organizat un tur al celor mai frumoase târguri de Crăciun din țară. Turul s-a desfășurat în săptămâna 6-13 decembrie, și cu toate că la aceea dată, 9 decembrie în Sfântu Gheorghe încă nu s-a lansat târgul de Crăciun, având în vedere bunele relații avute de Visit Covasna cu trustul Digi FM și Lucian Mîndruță, am reușit să includem municipiul Sfântu Gheorghe în lista selectă a orașelor vizitate și prezentate, alături de Craiova, Sibiu, Cluj, Iași și București. Cu ocazia flecărui popas, Digi FM a transmis live de pe piețele orașelor vizitate emisiunea lui Lucian Mîndruță. Proiectul a inclus și o componentă umanitară, realizatorii invitând locuitorii orașelor vizitate să doneze cadouri și obiecte care facilitează mersul la școală a copiilor aflate în condiții materiale grele.

Locuitorii din oraș și unele instituții au dat dovadă de un spirit umanitar deosebit, potrivit realizatorilor emisiunii și a reprezentanților ONG-urilor partenere, volumul donațiilor, a cadourilor a fost cel mai mare până la data vizitei în Sf. Gheorghe. O parte considerabilă a cadourilor strânse au fost predate unui ONG local, care a avut grijă ca donațiile să ajungă la nevoiași locali, restul fiind împărțit de către ONG-rile partenere în alte zone.

Cu toate că în timpul emisiunii am avut ocazia să prezentăm atracțiile turistice de iarnă ale regiunii, proiectul nu a avut un rol de promovare turistică propriu-zisă, a fost o acțiune mai degrabă de marketing al localității, care a contribuit la imaginea pozitivă a orașului și a locuitorilor săi.





21. Centrul de Informare Turistică Sfântu Gheorghe - 2021

Fact sheet:

458	Vizitatori din țară
77	Vizitatori din străinătate
cc. 6 500	Pliante, broșuri și hărți împărțite
173	Numărul vizitatorilor interesați de materiale promoționale
41	Numărul vizitatorilor interesați de unitățile de cazare și restaurante
194	Numărul vizitatorilor interesați de obiective turistice

Centrul de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe s-a deschis în 2018 cu scopul de a promova obiectivele turistice din zonă și de a informa vizitatorii despre posibilitățile de recreere, de cazare și de participare la diferite evenimente și festivaluri organizate în zonă. Pentru o bună desfășurare a activităților, turiștilor sunt oferite diferite materiale de promovare, sub formă de pliante și broșuri sau le sunt recomandate platformele de promovare online, aplicația turistică sau pagina de web Visit Covasna.



În cursul anului 2021, majoritatea vizitatorilor Centrului de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe au fost din țară, din străinătate am avut turiști din Ungaria, Germania, Marea Britanie, Austria, Belgia, Franța, Luxemburg, dar și SUA.

Turiștii s-au interesat cel mai mult de obiectivele turistice din zonă, de cataloagele și pliantele oferite de centru, de souveniruri. Foarte mulți operatori turistici locali au adus materiale de promovare sau afișe, aceasta reprezentând o altă metodă prin care turistul poate fi informat despre atracțiile și serviciile turistice din județ. Turiștii autohtoni, care au vizitat județul Covasna pentru prima dată au fost interesați de restaurantele cu preparate tradiționale secuiești și de produsele locale.

22. Biroul de Informare Turistică – Covasna

Fact sheet:

172	Număr de vizitatori
160	Turiști români
500	Număr cataloage oferite
200	Număr hărți oferite
7	Număr turiști interesați de restaurante și de unități de cazare

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna împreună cu centrele de informare turistice au printre obiective promovarea regiunii cu ofertele și atracțiile turistice ale acesteia.

În perioada iulie 2021 – decembrie 2021, Biroul de Informare Turistică din Covasna a avut un număr de 172 de vizitatori, dintre care 12 erau turiști străini, iar 160 erau turiști români. Turiștii din străinătate au venit din Germania, Ungaria, Suedia și au comunicat în limba engleză și în limba maghiară. Biroul de Informare Turistică din Covasna a fost cel mai vizitat de către turiști în luna august și septembrie. Vizitatorii au fost interesați de obiectivele turistice din Covasna și împrejurimi, de cataloagele, pliantele, hărțile oferite de birou, de evenimentele organizate în aer liber, de restaurantele cu preparate tradiționale secuiești și de produsele locale. Cel mai mare succes aveau cataloagele Covasna și hărțile stațiunii Covasna. În perioada iulie 2021 – decembrie 2021 Biroul de Informare Turistică Covasna a oferit turiștilor și unităților de cazare în total 500 de cataloage și 200 de hărți.

23. Inaugurarea Biroului de Informare Turistică din Baraolt

Fact sheet:

11	Numărul proiectelor la care a participat biroul: Exclusiv în România, Outdoor Magazine, Sesiune de bine cu Lucian Mândruță, Newsletter Visit Covasna, statut de stațiune turistică de interes local, Conte pe bicicletă, redactare cataloage Visit Covasna, redactare catalog "Erdővidék"
16	Persoane care s-au interesat de informații turistice

Ca parte a proiectului de creare a unei rețele de puncte de lucru/centre de informare turistică în zonele cu interes turistic în județul Covasna în data de 14 iulie 2021 s-a inaugurat biroul de informare turistică din orașul Baraolt. Având în vedere faptul că zona Baraoltului, care este supranumită și "Ținutul Pădurilor" a început să fie tot mai cunoscută și tot mai vizitată de către turiști, se impunea înființarea unei astfel de birou. Lucrările de amenajare a biroului au fost făcute în anul 2020, fiind finalizate în cursul anului următor.

24. Publicitate outdoor

Fact sheet:

1	Panou outdoor
---	---------------

Închiriem un panou outdoor și edităm o machetă publicitară de mari dimensiuni lângă cel mai circulat drum național al județului (DN 11), la Chichiș, chiar la intrarea în județ. Traficul intens ne oferă posibilitatea de a atrage atenția asupra atuurilor turistice ale județului prin mesaje creative, ușor comprehensibile. Panoul outdoor în anul 2021 a conținut un mesaj de promovare a resurselor naturale ale stațiunii Covasna, mesaj care s-a conformat și celui de al doilea produs pe care l-am identificat ca și produs turistic sămănător a județului Covasna.



B. Transfer de know-how și bune practici

1. Summitul Turismului Digital, Băile Balvanyos

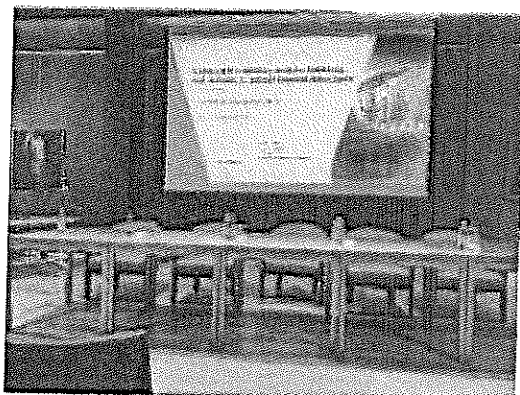
Fact sheet:

4	Prezentări de bune practici
48	Stakeholderi participanți din domeniul turismului din regiune

Summitul a avut loc în data de 11 octombrie la Balvanyos Resort, scopul fiind conștientizarea importanței prezenței în spațiului digital-on-line a locațiilor turistice și a organizațiilor de promovare turistică din regiune și prezentarea de bune practici și impulsionearea administratorilor de locații de interes turistic în a-și extinde prezența lor în spațiul online și în a-și diversifica modul în care fac acest lucru, cu scopul final de a crește calitatea prezenței online și implicit a numărului de vizitatori și turiști.

Evenimentul a fost organizat în cooperare cu Investment Trade Development Srl., reprezentant CED-Rețeaua de Dezvoltare Economică Central-Europeană. La eveniment au participat 48 de persoane, reprezentanți ai celor mai importante locații de interes turistic din regiune (hoteluri, pensiuni, agenții de turism, servicii de recreere etc), reprezentanți ai autorităților locale cu resurse turistice însemnate, reprezentanți ai birourilor de informare turistică din zonă. În cadrul conferinței directorii Visit Harghita și Visit Covasna au prezentat un inventar al activității de promovare desfășurate de către aceste organizații, apoi Dávid Rasztovecs – director general Digitális Turizmus Zrt, Ungaria, respectiv Vince Berényi – director executiv StayNPlay Kft, Ungaria au prezentat câteva metode și bune practici a modului de a se prezenta în mediul online a locațiilor și/sau a destinațiilor turistice, respectiv modul de a concepe și derula campanii online pe motoare de căutare și rețele social media. O concluzie general valabilă a lectorilor și a celor prezenți a fost că în special în ceea ce privește campaniile derulate de către organizațiile de promovare turistică pentru o mai bună perceptabilitate și în vedere creșterii eficienței acestora, aceste campanii ar trebui să fie armonizate atât din punct de vedere al conținutului mesajului de promovare, cât și în elaborarea creativă a acestora (image, design, culori).

La sfârșitul conferinței a avut loc o sesiune de networking unde cei prezenți au avut posibilitatea de a discuta cu specialiștii prezenți soluții de comunicare și promovare personalizate.



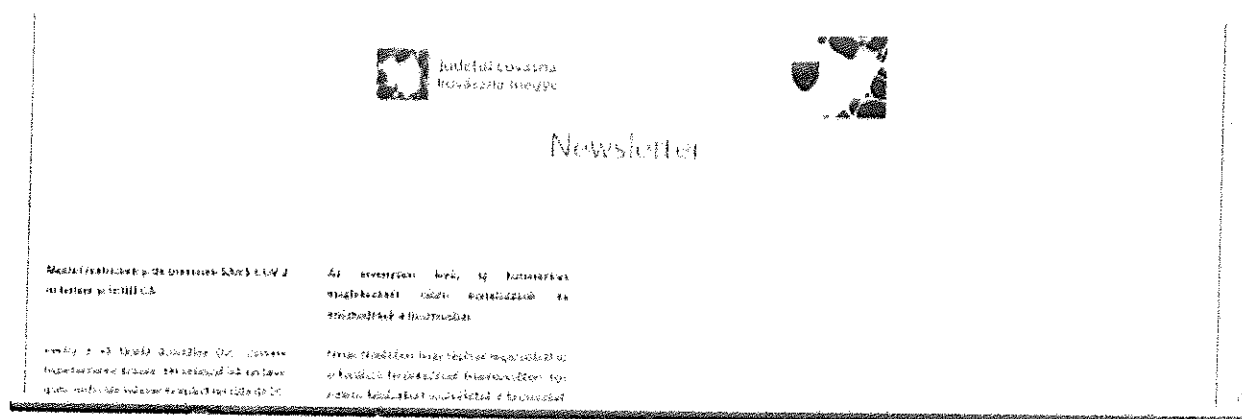
2. Serviciul de informare a antreprenorilor în turism din județ prin newsletter

Fact sheet

196	Total contacte
26	Număr informări pe an
72	Știri și materiale informative trimise
53%	Procent din audiență care deschide frecvent informarea
24%	Procent din audiență care deschide ocazional informarea

Având în vedere conjunctura medicală și consecințele ei nefaste economice suferite în special de industria turismului și HORECA, Asociația consideră că informarea rapidă, corectă și cuprinzătoare a reprezentanților actorilor din industrie din mediul privat este extrem de importantă. Facilitățile fiscale oferite de către stat, schemele de ajutor și finanțări oferite de autorități industriilor care au avut cel mai mult de suferit din cauza restricțiilor implementate în vederea prevenirii noului Coronavirus, modificările repetate ale condițiilor de funcționare ale locațiilor și serviciilor turistice, știrile despre modificarea tendințelor în turism, lansarea

diferitelor programe de educație profesională în turism, toate reprezintă un interes enorm și -sperăm noi- un ajutor reprezentanților HORECA. Aceste argumente au stat la baza deciziei de a porni un serviciu de newsletter bisăptămânal sau de câte ori situația o necesită, serviciu pe care îl realizăm fără niciun cost prin Mailchimp.



3. Asistența acordată pentru obținerea statutului de stațiune turistică de interes local

Fact sheet:

4	Localități din județul Covasna eligibile statutului de stațiune turistică de interes local
6	Localități din județ care vor deține statut de localitate de interes turistic național sau local după parcurgerea procesului de calificare

Analizând datele specifice, am identificat patru localități din județul Covasna care pot să obțină statutul de stațiune turistică de interes local. Acestea sunt: municipiile Sfântu Gheorghe (cu stațiunea Șugaș-băi), Târgu Secuiesc, respectiv comunele Ozun și Cernat.

Asociația noastră a oferit și oferă asistență primărilor implicate în întocmirea documentației necesare acestui demers, dar și în faza de analiză și verificare. Cu excepția comunei Cernat, care v-a începe întocmirea documentelor în cursul anului 2022, celelalte localități sunt în faza de depunere a documentației la Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului.

C. Realizare atracții turistice și organizare evenimente cu implicații directe în creșterea numărului de înnoptări în județ

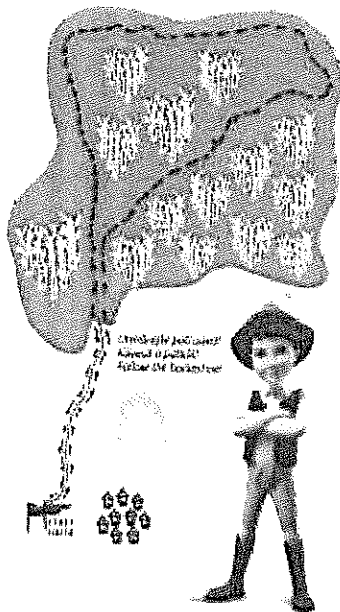
1. Realizarea Drumului legendei Mestecănișului de la Reci în rezervația naturală Mestecănișul de la Reci

Fact sheet:

5	Panou stație cu cod QR
1	Panou cu informații și descriere drum + paravan foto
5 km	Potecă forestieră marcată
814	Număr total vizualizări desen animat

*date din 17 decembrie 2021

În cursul lunii octombrie am reușit să finalizăm un proiect în Rezervația Naturală Mestecănișul de la Reci, prin care am realizat o potecă tematică forestieră, lungă de 5 km, cu o diferență de nivel de 20 de metri, prin parcurgerea căreia în special copii pot cunoaște Legenda Mestecănișului de la Reci vizionând în 5 etape desenul animat care prezintă legenda. De-alungul traseului am instalat 5 stații cu câte o machetă tematică și un cod QR, prin scanarea căruia cu telefonul mobil sau tabletă vizitatorii pot accesa pe situl visitcovasna.com cele 5 episoade prezentate în trei limbi (română, maghiară, engleză) ale desenului animat Legenda Mestecănișului de la Reci. Scopul programului nostru a fost de a realiza un nou produs turistic, de a face Mestecănișul de la Reci și legenda lui mai cunoscute și vizitate prin oferirea unei activități în aer liber pentru familiile cu copii. Parcurgerea traseului necesită maxim o oră și jumătate și se poate parcurge pe jos, dar și cu bicicleta. În realizarea acestui proiect am avut ca parteneri pe KonnertFilm Srl., Primăria Reci, care a amenajat un loc de parcare împrejmuit și Agenția Națională pentru Aree Protejate - Serviciul teritorial Covasna.



MISTĂCĂRIȘII DE LA ACEI - ÎNTR-UNA LIGURĂ

James Edgar, Deputy Assistant Attorney General

1. **Einleitung:** Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse der Auswirkungen der Digitalisierung auf den Arbeitsmarkt. Ziel ist es, die Chancen und Risiken der Digitalisierung für die Beschäftigten zu untersuchen und entsprechende Maßnahmen zu entwickeln.

2. **Methodik:** Die Analyse basiert auf einer Literaturrecherche sowie auf Interviews mit Experten aus der Arbeitsmarktforschung. Die Daten wurden systematisch ausgewertet und in einer strukturierten Form dargestellt.

3. **Ergebnisse:** Die Digitalisierung führt zu einer Zunahme der Arbeitsplätze in den Dienstleistungssektoren, während in der Industrie und im Handwerk die Arbeitsplätze tendenziell abnehmen. Zudem führt die Digitalisierung zu einer Veränderung der Arbeitszeiten und der Arbeitsbedingungen.

4. **Schlussfolgerungen:** Die Digitalisierung ist ein Prozess, der nicht gestoppt werden kann. Es ist notwendig, die Arbeitskräfte auf die Anforderungen der Digitalisierung vorzubereiten und die Arbeitsbedingungen zu verbessern.

5. **Quellen:** Die Arbeit basiert auf folgenden Quellen:

- Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2020): Arbeitsmarkt und Arbeitsbedingungen.
- International Labour Organization (ILO) (2019): Digitalisation and the future of work.
- European Commission (2018): Digital Skills and Jobs.

6. **Anhang:** Im Anhang sind die Interviews mit den Experten sowie die detaillierte Analyse der Arbeitsmarktdaten zu finden.

2000

© 2004 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112

Handwritten text: *Handwritten text, mostly illegible due to blurriness.*

NETS WITH A REPTILIAN FLAIR

[illegible][illegible]

210

၁၆. လူ့အဖွဲ့အစည်းများအတွက် အကျိုးရှိစေမည့် အချက်အလက်များ

2. Wiederholung des gesamten Textes (ca. 10 Minuten)

THE BEST FOREST IN THE LEGEND'S HEAD

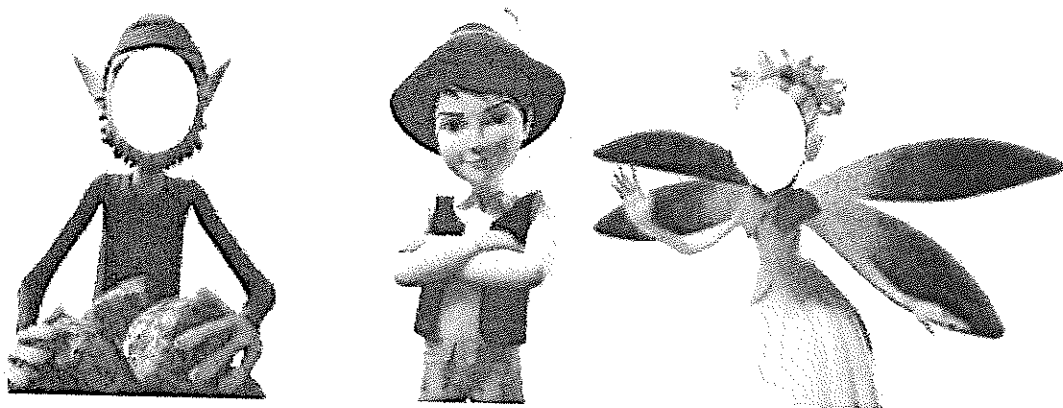
[Signature]

[illegible]

Sir

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 101–108

Handwritten text at the bottom of the page, likely a signature or date: *Handwritten signature and date: 10/10/10*



2. Congresul Național de Medicină Fizică, de Recuperare și Balneologie

Fact sheet:

127	Numărul lucrărilor științifice din România
21	Numărul lucrărilor științifice internaționale
148	Numărul delegaților prezenți în mod fizic

În perioada 31 august – 05 septembrie 2021, Asociația Română de Balneologie, în parteneriat cu Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, Primăria Orașului Covasna și Consiliul Județean Covasna au organizat "Congresul Național de Medicină Fizică, de Recuperare și Balneologie", cu scopul de a promova resursele naturale medicale și a tratamentele medicale ale stațiunii Covasna. În conformitate cu acordul convenit între părți, Asociația a asigurat serviciile și aparatura audio și video de conferință, promovarea evenimentului, respectiv realizarea unui after-movie, un film de promovare post-evenimentului. Gazda evenimentului a fost Căprioara Resort, prin Turism Covasna SA.

Congresul a reprezentat o gură de oxigen de o înaltă valoare științifică și medical-profesională pentru dezvoltarea turismului balnear. Politicilor de dezvoltare a sectorului balnear a fost promovat un nou program - axa de finanțare dedicată Stațiunilor Balneare și Balneologiei, care să vizeze o promovare a României în acest sens și să permită utilizarea factorilor naturali terapeutici în siguranță în perioada post-pandemică, creând oportunitatea creșterii potențialul turistic în acest domeniu printr-un know-how modern și în context socio-economic actualizat.

Cu toate că exista o reticență pentru prezența fizică la congres din cauza situației pandemice, pe lângă o promovare intensă în rândul medicilor și deci a decidenților în privința destinației pe care o propun pacienților pentru tratament adjuvant, congresul a contribuit și la creșterea înnoptărilor înregistrate în orașul Covasna, realizându-se peste 400 de nopți cazare.





Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna

Județul covasna

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna

Str. 1 Mai 1947, 550000, Bodoc

viziteaza.covasna@gmail.com



**Visit
COVASNA**

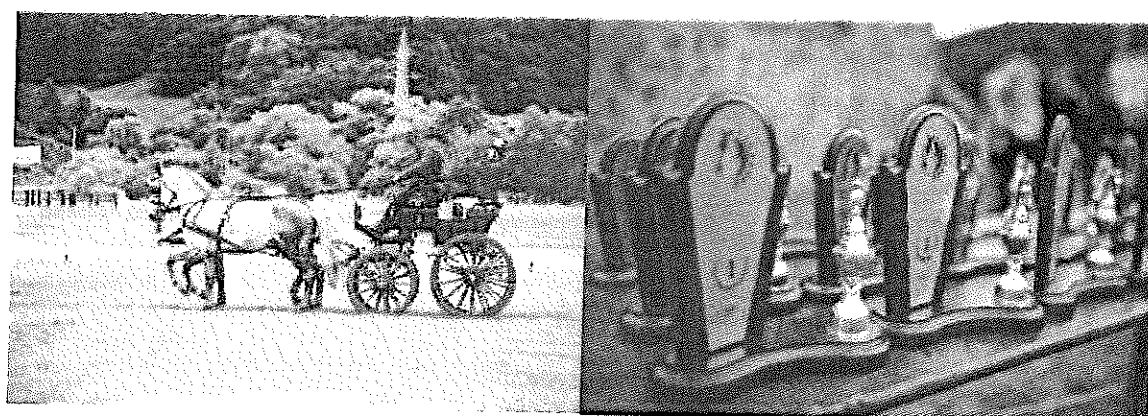
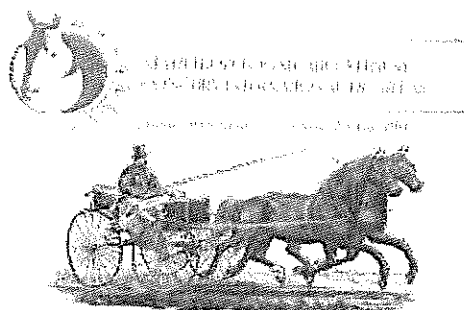


3. Concurs internațional de atelaje 2021

Fact sheet:

9	Numărul anunțurilor publicitare web / radio / print
cc. 600	Numărul vizitatorilor 3 zile
18	Numărul atelajelor participante

În perioada 02-04 iulie 2021 Comuna Bodoc, în colaborare cu Consiliul Județean Covasna și Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna au organizat acest eveniment pe terenul de atelaje din localitatea Olteni. Evenimentul este unul de nișă, dar consacrat, ajuns deja la cea de a treia ediție. Evenimentul are potențialul ca în timp să contribuie la creșterea vizibilității județului Covasna ca destinație turistică atractivă și dinamică și în consecință să atragă turiști interesați de un astfel de conținut, acest lucru fiind și argumentul asocierii Visit Covasna la organizarea evenimentului. Pe baza protocolului încheiat între părți, Asociația și-a asumat sarcinile de popularizare a evenimentului atât pe plan județean, dar și la nivel regional. Concursul a fost organizat într-o perioadă importantă a sezonului turistic, el fiind promovat și pe rețelele de socializare – Facebook și Instagram –, cu scopul de a atrage cât mai mulți vizitatori la acest eveniment și în zonă. Evenimentul de 3 zile, pe lângă concursul de atelaje cu cele trei probe de concurs, cea de dresaj, maraton și cea de obstacole, a găzduit și concerte și un spectacol de cascadorie ecvestră.



4. Șugaș Race - Duanltonul resurselor turistice al județului Covasna

Fact sheet:

2	Probe
5	Trasee
244	Sportivi amatori participanți

Obiectivul participării Asociației la organizarea acestui eveniment a fost creșterea numărului turiștilor și a numărului înnoptărilor din județul Covasna și creșterea vizibilității județului ca atracție turistică pentru iubitorii de natură. În perioada 9-10 octombrie 2021 la Șugaș Băi și împrejurimi s-a desfășurat concursul Șugaș Race - Duanltonul resurselor turistice al județului Covasna.

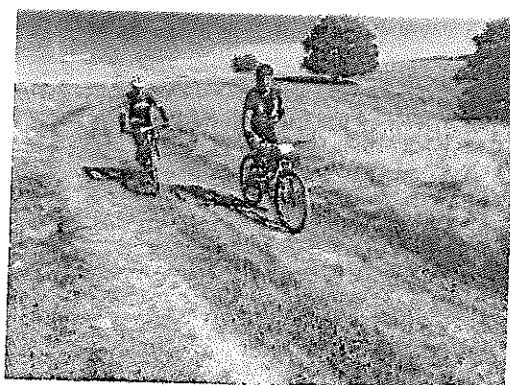
Ideea evenimentului a fost de a lega localități care dețin diferite resurse naturale și/sau construite turistice, reprezentative pentru județ. Astfel traseele de concurs au trecut prin Șugaș Băi, Vâlcele și Valea Zălanului.



Evenimentul a fost organizat în parteneriat cu Asociația Covalpin, partener pe partea sportiv-profesională. Cele două probe ale concursului au constat în alergare montană (trail running) pe trei distanțe diferite, respectiv proba de bicicletă montană (MTB) pe două distanțe, probe care s-au desfășurat în cele două zile ale concursului. La cele două probe s-au înregistrat 244 de înscrieri, participanții având posibilitatea de a se înscrie la cele două probe în parte sau la ambele. Concurenții aflați la start au fost din toate zonele țării, cu precădere din Brașov, Miercurea Ciuc, București, Sibiu, Covasna. Numărul înscrișilor online a fost mult mai mare (aprox. 360 concurenți), dar din pricina pandemiei de Covid19 și a restricțiilor impuse o parte din ei nu s-au prezentat la start.

Condițiile meteo au fost ideale, iar atmosfera a fost una de sărbătoare, stațiunea umplându-se de viață. Din fericire nu au existat incidente și accidente.

La alergare montană traseele au măsurat 7 Km (hobby), 17 km (speed) și 27 km (Raid), iar la mountain bike traseele au măsurat 35 Km (speed) și 67 km (Raid).



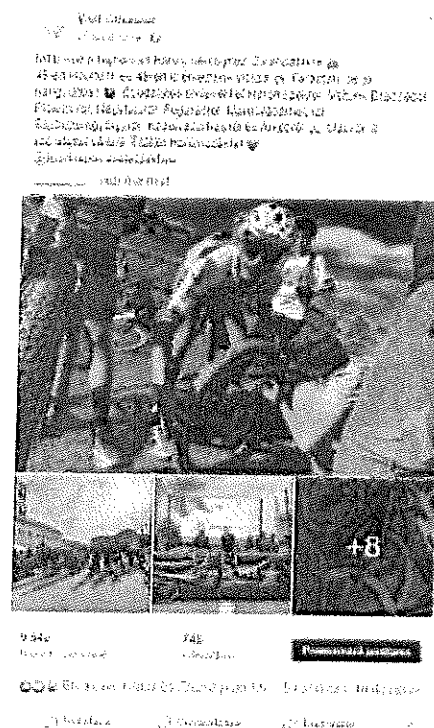
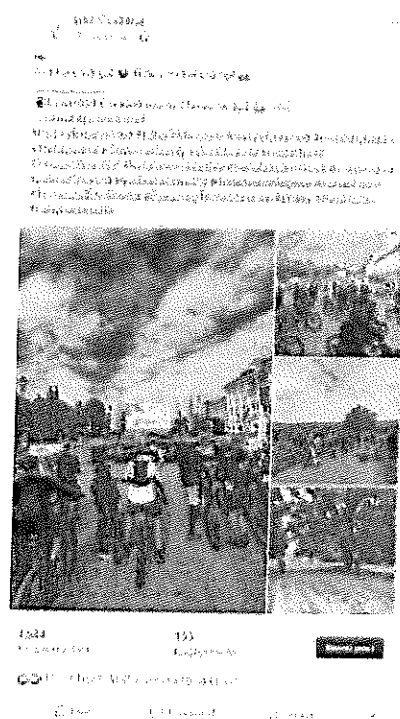
5. Ride with the champ - Turul MTB la Casele de oaspeți ale Prințului Charles din Valea Zălanului cu ocazia Zilelor Sportive, Sf. Gheorghe

Fact sheet:

52	Numărul bicicliștilor participanți
33	Numărul participanților din alte județe
52	Km. parcurși

Evenimentul s-a desfășurat pe data de 26 septembrie în cadrul Zilelor Sportive din Sfântu Gheorghe, scopul fiind atragerea a cât mai multor persoane care practică ciclismul montan și prezentarea unor trasee de MTB și a atracțiilor turistice construite din zonă, respectiv creșterea vizibilității județului ca atracție turistică pentru iubitorii de natură și implicit creșterea numărului înnoptărilor turiștilor în județ. Ideea evenimentului a fost ca în cadrul Zilelor Sportive organizate în municipiul Sf. Gheorghe să oferim posibilitatea celor interesați de ciclism montan și atracții turistice atât celor din zonă, cât și celor veniți din alte județe să descopere trasee montane noi, marcate de către Serviciul Județean Salvamont și să descopere câteva atracții turistice promovate de către Asociație, în cazul acesta Casele de oaspeți ale Prințului Charles de Wales din Valea Zălanului și Baia tradițională Bugyogó din aceeași localitate. Promovarea evenimentului s-a realizat prin canalele social media ale Visit Covasna, respectiv ale Zilelor Sportive și am colaborat pentru reușita evenimentului cu Ede Molnár, multiplu campion național și balcanic la MTB, sportiv originar din Sf. Gheorghe. La tură s-au înscris 57 de persoane și s-au prezentat la start în total 52 de persoane din Brașov, Sf. Gheorghe, Târgu Mureș, Miercurea Ciuc. Tura a avut o lungime de 52 km și o diferență totală de nivel de 870 m. În grădina Caselor de oaspeți ale Prințului Charles am amenajat un punct de alimentare și hidratare, unde am oferit participanților apă, ciocolată, banane, tablete de Calciu și unde gazdele noastre au avut ocazia să prezinte casele de oaspeți, facilitățile oferite clienților și condițiile de rezervare.





6. Prezentarea cărții "Édes ízek Székelyföldről"

Fact sheet:

8

Prezentări de carte

Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna în decursul anului a organizat opt prezentări de carte de bucate tradiționale "Édes ízek Székelyföldről" cu scopul de a promova bucătăria locală și deserturile tradiționale ale regiunii, cum ar fi kürtöskalács. Două prezentări au avut loc în două cofetării din municipiul Sfântu Gheorghe și câte una în municipiul Târgu Secuiesc, în municipiul Gheorgheni, în comunele Lemnia, Uzon, Zagon și Bicfalău. Cartea a fost oferită cadou de 8 martie, Ziua internațională a femeii clientelor unor cofetării din județul Covasna și ulterior la diferite evenimente de promovare turistică, cum ar fi „Bakony és Balaton Gasztroünnep” – Sărbătoarea gastronomică Bakony-Balaton.

Echipa de autori a cărții este juriul „Kürtöskalács – Festivalul Deliciilor Dulci” din Sfântu Gheorghe, ei publicând rețetele lor favorite. Cartea conține și câteva moduri de a pregăti faimosul kürtöskalács.



D. Administrare facilități turistice

Centru Băi Hătuica

Fact Sheet:

+141%	Încasări 2021 vs. 2020
90 buc	Pachete de tratament valorificate (6 luni)
2 999	Tratament baie caldă apă minerală

Anul 2021 deja este al doilea an al pandemiei de COVID și primul an al vaccinării. După anul 2020, marcat de o evoluție pozitivă la Centru Băi Hătuica, în ciuda faptului că una dintre cele mai afectate industrii de către pandemie este cea HoReCa, care în doar câteva luni a ajuns în pragul colapsului (centrul a fost închis 4 luni



În 2020), perspectivele optimiste pentru 2021 s-au confirmat prin încasări record și un număr mare de pachete vândute și tratamente realizate.

În 2021 am continuat activitățile oferind serviciile deja consacrate la Centru Băi Hătuica, aflat în administrarea Asociației: mofetă, proceduri de electroterapie, baie în cadă în apă minerală caldă (opțional cu jacuzzi), consultație medicală, masaj în fiecare zi, saună și fitness și servicii de cazare. Printre responsabilitățile de administrare am renovat sistemul solar termic pentru producerea apei calde menajere, s-au făcut și alte renovări/reparații mici, precum înlocuirea cabinei de duș la saună, schimbarea bateriilor uzate, etc...

Începând cu cea de-a doua jumătate a anului am introdus valorificarea pachetelor de tratament "Hătuica basic", "Hătuica medium" și "Hătuica plus", pachete de 5, 7 respectiv 10 zile cu câte 4 proceduri/zi, pachetele fiind personalizate după nevoile fiecărui pacient în urma consultației medicului de recuperare. Până la finele anului 2021 pachetul "Hătuica plus" – tratamentul de 10 zile – a devenit un bestseller categoric, cu peste 90% din vânzările celor trei pachete oferite. La stabilirea tarifului camerelor am introdus sistemul de tarificare dinamic, tarifele camerelor fiind stabilite în conformitate cu cererea preconizată sau observată într-un interval de tarif, tarifele fiind maximizate la prețul de 250 lei/cameră/noapte, incluzând folosirea saunei.

În această perioadă s-au făcut 4 747 de proceduri de electroterapie, 1 499 ședințe de mofete, 599 masaje terapeutice, 111 ore de saună/fitness. Am avut 66 de rezervări (16 de pe booking.com, unde pensiunea are nota de 8,2), însumând 20% din încasări.

Anul 2021 a fost un an record din punct de vedere al vânzărilor de pachete de tratament, al rezervărilor, respectiv al încasărilor realizate, +141% față de anul precedent, venitul total realizat de servicii fiind de 165 527 Ron (2019: 60 097 Ron, 2020: 68 814 Ron)

În acest capitol dorim să punctăm că în anul 2021 Asociația a reușit să se achite de toate restanțele sale la impozitele pe clădiri și terenuri din anii precedenți, obligații care din diferite motive nu au fost achitate până în prezent. Valoarea totală a acestor obligații fiscale restante care decurgeau din administrarea în trecut a unor Centre de băi din proiectul Drumul Apelor Minerale, dar și în prezent în localitatea Hătuica, a depășit suma de 160 mii lei, o povară care a necesitat luarea unor compromisuri în ceea ce privește realizările și activitățile de bază ale Asociației.

V. Nerealizări și eșecuri

Nu putem să nu punctăm faptul că anul trecut am avut anumite proiecte sau activități pe care le-am considerat importante și pe care le-am inclus în planul de activitate și bugetul pentru anul 2021, dar care, din varii motive nu s-au împlinit ori s-au realizat într-un mod sau într-o proporție care nu s-a ridicat la așteptările și planurile noastre inițiale.



- **Infotrip / press trip cu jurnaliști din Ungaria**

Faptul că, în conformitate cu datele statistice furnizate de către INS, în anul 2020 proporția turiștilor autohtoni sosiți în județul Covasna a fost de peste 95% din totalul sosirilor în județ (și nu există un argument puternic ca această tendință să se fi schimbat semnificativ în anul 2021), ne arată un risc major al faptului că destinația noastră turistică depinde de o singură piață, cea din România. Bineînțeles acest lucru poate fi consecința unei situații conjuncturale, cea a pandemiei care redus drastic fluxul de turiști străini în România, dar trebuie să recunoaștem atragerea turiștilor străini în județul Covasna nu a fost un succes răsunător nici în perioada de pace, de înaintea de pandemie, cel puțin în comparație cu competitorii județului nostru din regiune. Cu toate că dispunem de resursele financiare printr-un concurs de proiecte, am considerat ca amânarea acestei acțiuni este o decizie rezonabilă, având în vedere neclaritățile și situația încă volatilă a călătoriilor în străinătate și din perspectiva țării vecine. Avem convingerea că fără o clarviziune și o stabilitate privind acest aspect, orice resursă financiară, umană investită în acțiuni de promovare pe piețe externe ar fi inefficientă și cu un return greu de anticipat.

VI. Echipă

Vă prezentăm în continuare echipa Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna – Visit Covasna, responsabili de aceste activități și proiecte:



Godra Árpád
 director executiv



Fazakas Csoma Szidónia
 organizator activitate în turism



Demeter István
 specialist în relații cu publicul



Baló Ildikó
 specialist în relații cu publicul



Bernád Éva
 referent



Kovács Orsolya
 analist în turism



Szőke Zsolt
consilier economist în comerț și marketing



Szederjesi Szidónia
designer grafică



Ráduly Zsolt
organizator activitate în turism



Baricz Kinga
organizator activitate în turism



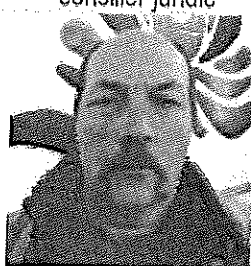
Balogh Boglárka
consilier juridic



Veress Izabella
asistent medical - Hâtuica



Pap Zsuzsa
femeie de serviciu - Hâtuica



Szigethi Pál
lăcătuș mecanic întreținere - Hâtuica

Sfântu Gheorghe, 11 / 01 / 2022

ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI
ÎN JUDEȚUL COVASNA,
ADUNAREA GENERALĂ A ASOCIAȚILOR

HOTĂRÂREA Nr. 2 /2022

privind aprobarea Planului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna
pentru anul 2022

Adunarea generală a asociațiilor,
întrunit în ședința sa ordinară din data de 20.01.2022, având în vedere prevederile art. 21 lit a) și lit b)
și în baza art. 18 din Statutul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna,

HOTĂRĂȘTE

Art. 1. Se aprobă Planul de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna
pentru anul 2022, conform anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art.2. Cu aducere la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează Consiliul Director prin
Președintele Asociației și Directorul executiv al aparatului tehnic.

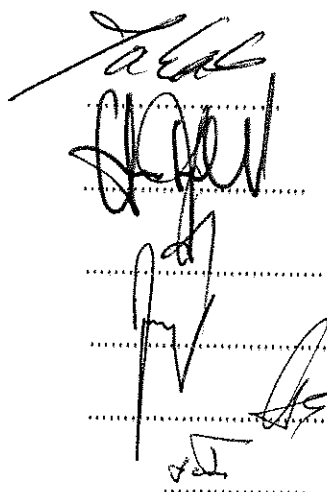
Sf. Gheorghe, la 20.01.2022

Președinte,
GYERŐ József



Reprezentanții membrilor Asociației

Județul Covasna	JAKAB István-Barna
Mun. Sf. Gheorghe	ANTAL Árpád András
Comuna Bodoc	FODOR István
Orașul Baraolt	BENEDEK-HUSZÁR János
Comuna Ozun	BORDÁS Enikő
Comuna Cătălina	TUSA Levente



Plan de activitate pe anul 2022

Preconizăm că din cauza situației încă mult volatile generate de pandemia COVID-19, cu efecte asupra condițiilor de călătorie în străinătate, cererea pentru serviciile turistice interne rămâne puternică și în anul 2022, o cerere care va fi constantă atât pentru locații și produse premium, dar și pentru cele aflate în zone retrase, cu capacitate mică, produse care sunt prezente în oferta turistică a județului Covasna. Având în vedere obiectivele primordiale ale Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, principalul obiectiv al planului de activitate pentru anul 2022 rămâne ca județul Covasna să fie o destinație turistică vizibilă în România în special pentru turiștii autohtoni, dar, cu precădere datorită mult așteptatei inaugurări a Aeroportului Internațional Brașov, activitățile de promovare turistică internațională a regiunii vor trebui reluate treptat.

În vederea facilitării recunoașterii și promovării județului Covasna ca destinație turistică, dar și pentru a putea formula mesaje clare în această privință, anul trecut am identificat trei mai atracții și atuuri care deosebesc județul de celelalte destinații turistice autohtone. Rămânem consecvenți ideii ca în jurul acestor tematici să construim strategii de promovare turistică și modele de comunicare. Cele trei tematici sunt:

- **Istorie. Trăită.** – Ținutul Conacelor, adică promovarea locațiilor care combină experiență istorică, ospitalitatea nobilă, activitățile adiacente, dar și așteptările omului modern. Castelele și conacele din județul Covasna, în special cele care sunt valorificate în circuitul turistic ca și structuri de cazare și experiențe arhaico-luxoase reprezintă o nișă unicat pe piața turistică din România, care merită exploatată.
- **Sănătate. Din natură.** – Tărâmul apelor minerale și a mofetelor, adică promovarea destinației prin resursele sale naturale tămăduitoare, dar și a locațiilor care le valorifică acestea. Hotelurile și bazele de tratament din stațiunea Covasna, structurile aflate în stațiunea Bălványos, centrele de tratament din rețeaua Drumul Apelor Minerale, băile tradiționale secuiești toate reprezintă factori care se remarcă prin unicitatea lor pe paleta destinațiilor autohtone balneare, wellness și medical spa.
- **Natură. Neîmblânzită.** – Ecoturismul. Unul dintre puținele efecte pozitive ale pandemiei Covid-19 este creșterea apetitului turiștilor pentru activități în aer liber, iar destinațiile care prin relieful lor oferă posibilități de a petrece timp în aer liber vor avea de câștigat în urma acestei tendințe. Județul dispune de aceste resurse, iar valorificarea lor este cel puțin oportună, concomitent cu promovarea unor mesaje și obiective



care reprezintă interes pentru această categorie de turiști, Asociația își propune ca prin diferite parteneriate cu unele servicii publice de profil (de ex. Serviciul Salvamont) și autorități locale să contribuie la realizarea și dezvoltarea acestor atracții naturale.

Planul de activitate s-a alcătuit pe aceste repere, proiectele, campaniile de promovare și activitățile planificate, dar și canalele de comunicare fiind propuse bazându-se pe aceste trei mari subiecte, produse turistice.

Cheltuieli participare expoziții/târguri/festivaluri (pct. 3 din Notă de fundamentare)

Expozițiile și târgurile de specialitate reprezintă unul dintre locurile unde cererea se întâlnește cu oferta. Rolul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna este de a face destinația vizibilă în cadrul acestor evenimente, de a (re)prezenta oferta stakeholderilor de servicii turistice, de a oferi informații agenților de turism, potențialilor turiști, etc. În cazul în care conjunctura pandemică ne permite, dorim să participăm cu stand propriu de promovare și la evenimente muzicale și festivaluri care nu sunt locații clasice de promovare a ofertei turistice, dar care sunt evenimente unde volumul vizitatorilor este unul considerabil, oferind posibilitatea ca mesajul pe care dorim să îl promovăm să ajungă la o masă mare de oameni cu o putere de cumpărare consistentă.

Aici includem deja și reprezentări peste hotare cu scopul ca pe termen lung să echilibrăm pe cât posibil piața de desfacere a destinației turistice Covasna, cea autohtonă fiind în momentul de față dominantă.

Cheltuieli editare/realizare/tipărire materiale promoționale (pct. 4 din Notă de fundamentare)

Materialele promoționale tipărite reprezintă o modalitate de comunicare importantă în domeniul turismului și industria ospitalității. Rolul lor poate fi de a invita turiștii în destinația turistică sau de a transmite informații utile în timpul șederii. În ultimii ani, o parte semnificativă a comunicării se realizează în mediul online; având în vedere acest trend, o parte dintre materialele noastre de promovare se vor realiza în format digital.

Dorim să reedităm materialele realizate anul trecut, dar acordăm o importanță deosebită și hărților tematice care sunt eficiente și de mare ajutor celor sosiți în județ.

Cheltuieli promovare turistică/publicitate/mass-media (pct. 5 din Notă de fundamentare)

Acest capitol reprezintă cea mai importantă componentă a activității Asociației și conține în primul rând modalitățile și canalele de comunicare pe care dorim să le utilizăm. Nu reprezintă o noutate că mediul virtual și canalele online sunt cele mai eficiente modalități de a identifica grupurile țintă pe care le targetăm și de a furniza aceste mesaje. Anul trecut am reuși să aliniem conținutul platformelor de promovare turistică deținute de Asociație mesajelor și tematicilor pe care dorim să le furnizăm: pagina internet, aplicația visitcovasna, toate canalele proprii active de social media (Facebook, Instagram). Promovarea acestor platforme, din păcate a rămas în stadiul de creștere organică prin conținut, sau au lipsit total. Anul acesta alocăm un buget consistent promovării acestor conținuturi și platforme proprii prin:

- Campanii search Google Adwords, dar și display&remarketing cu suportul profesional al unei companii Google partner
- Campanii Facebook remarketing&consideration cu suportul profesional al unei companii Facebook partner

Scopul acestor campanii este de a crește vizibilitatea platformelor proprii, dar și a platformelor online al operatorilor din turism vizați în mod direct, și în special de a produce conversii prin rezervări la aceste locații. Bineînțeles aceste activități implică și colaborarea cu parteneri care furnizează managementul și administrarea acestor platforme, suportul IT și design, toate reprezentând cheltuieli substanțiale din partea Asociației.

Practica realizării de materiale și editoriale lunare pe care să publicăm printr-o agenție PR&publicitate în diferite publicații print și online de travel, lifestyle, medical, etc. implementată anul trecut, dorim să o menținem și în cursul anului 2022. Aceste publicări au un impact eficient, cuantificabil și oferă o vizibilitate considerabilă în grupul țintă pe care îl targetăm.

Un canal important, cu un grup țintă bine conturat este radioul. Avem în vedere și anul acesta realizarea unui proiect prin care un radio comercial, cu difuzare națională să realizeze cea mai ascultată emisiune, cea de dimineață, dintr-o locație din județ. Formatul emisiunilor din punctul de vedere al promovării destinației turistice va consta în relatarea de către realizatori a experiențelor turistice din Covasna, experiențe prin care vor trece cu o zi înainte de emisiune. Inventarul experiențelor bineînțeles cuprinde activități care se conformează celor trei mari mesaje pe care dorim să le impregnăm destinației turistice.

Dorim să realizăm un infotrip B2B pentru cei mai importanți tour operatori din România care produc volumuri importante de vânzări de produse turistice din România pentru piața din România. Reprezentanții acestora, dar și a câte trei mari agenții revânzătoare ale lor, plus încă trei mari agenții organizatoare de evenimente vor fi invitații noștri la un info trip. Aici în afară de prezentarea celor mai importante oferte turistice ale județului, vom organiza un workshop între reprezentanții tour-operatorilor și a operatorilor turistici din județ în vederea facilitării prezentării ofertelor lor, dar și a facilitării încheierii contractelor de colaborare dintre aceștia, în speranța ca aceste locații din județ să fie incluse în oferta tour-operatorilor și în consecință a agențiilor revânzătoare.

Nu neglijăm nici press trip-urile ca metodă de promovare a destinației turistice. Ele și-au dovedit eficacitatea și în trecut, astfel dorim să găzduim reprezentanți media din România, dar și din Ungaria cu ocazia a doua proiecte de press trip distincte.

Acest capitol general conține în același timp și realizarea de filme de promovare, servicii foto&video, parteneriate la realizarea sau reabilitarea unor atracții turistice, promovarea destinației prin liniile aeriene care vor opera pe destinația Aeroport Brașov, dar și cheltuielile birourilor de informare turistică din cele trei orașe unde adminstrăm astfel de birouri.

Organizare și promovare evenimente (pct. 6 din Notă de fundamentare)

Scopul nostru este de a organiza sau de a intra în parteneriate cu alte entități în vederea organizării unor evenimente, doar în cazul în care aceste proiecte produc număr nopți cazare în județ, acest reper fiind și un indicator de performanță al activității noastre. Astfel evenimentele care implică cazarea a unui volum mare de turiști, dar și cu un impact mediatic însemnat în privința promovării destinației, vor beneficia de resurse umane și materiale alocate de către Asociație. În această categorie intră evenimentele organizate împreună cu Lucian Mîndruță, cunoscut om de media și concursurile sportive care implică participarea în primul rând a publicului din afara județului nostru.

Celelalte evenimente unde contribuim doar prin promovarea lor, considerăm că nu dețin această capacitate, în schimb recunoaștem faptul că o comunicare eficientă a lor, contribuie la diversificarea experienței trăite de către



turiștii aflați în regiune. În această categorie intră Concursul de Atelaje, Festivalurile Forgács, respectiv Nedeia Mocănească din Covasna, Festivalul Deliciilor Dulci-Kürtöskalács.

Cheltuieli proiecte de informare și suport activități de promovare ale operatorilor din turism (pct. 7 din Notă de fundamentare)

Cei mai importanți actori din turism considerăm a fi operatorii din sfera concurențială. Datorită efectelor restrângerii activităților lor din cauza pandemiei aceștia se confruntă cu provocări majore, practic în cele mai multe cazuri vorbim deja de riscul de a-și închide afacerile. Constatăm că deseori informațiile referitoare la diferite ajutoare de stat, facilități fiscale, oportunități de finanțare nu ajung sau ajung într-un mod incoerent și neutilizabil la acei beneficiari din domeniul Horeca cărora aceste programe guvernamentale sau ale altor autorități sunt destinate. Prin serviciul de informare economică, sectorială din cadrul Asociației încercăm să venim în ajutorul acestor operatori din județ, colectând periodic aceste tipuri de informații, diseminându-le prin newslettere, sperăm noi, într-un mod în care ele pot fi imediat utilizate.

Încadrat în acest capitol, dorim de asemenea să contribuim la îmbunătățirea vizibilității și promovării digitale ale acestor operatori, dar și a unor obiective de interes turistic. Acest lucru implică facilitarea utilizării funcției Google MyBusiness a acestor locații, încărcarea informațiilor corecte și a unor poze actualizate, finanțarea realizării pozelor de panoramă și a funcției Streetview în zonele și localitățile unde acești operatori își desfășoară activitatea și unde aceste funcții GoogleMaps lipsesc sau sunt incomplete. Scopul acestora este de a informa concret și corect potențialii clienți ai lor, de a contribui la creșterea vizibilității lor digitale.

Centru Băi Hătuica (pct. 12 din Notă de fundamentare)

Unul dintre sarcinile Asociației este administrarea Bazei de tratament de la Hătuica aflat în proprietatea Consiliului Local Cătălina. Cheltuielile privind salariile angajaților bazei se încadrează în limitele anilor precedenți, luându-se în considerare doar creșterea salariului minim brut, în schimb costurile de administrare au crescut exponențial odată cu scumpirea energiei. Venitul realizat în cadrul complexului a crescut și el, numărul pachetelor de tratament valorificate producând o creștere a cifrei de afaceri de aproape 2,5 ori față de anul 2020. Anul acesta preconizăm o creștere a



veniturilor bazei cu 9% față de 2021, dar din păcate nici acest nivel al încasărilor nu acoperă cheltuielile de administrare și a resursei umane care trebuie alocate menținerii activității bazei.

Alte capitole din Notă de fundamentare

Toate celelalte linii de buget reprezintă cheltuieli de administrare a biroului administrativ, servicii specifice externalizate ca și contabilitate, audit, servicii de traducere, servicii SSM, cotizații etc.

Director executiv,
Godra Árpád

Sfântu Gheorghe, 14.01.2022

ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI
ÎN JUDEȚUL COVASNA,
ADUNAREA GENERALĂ A ASOCIAȚILOR

HOTĂRÂREA Nr. 3/2022

privind aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în
județul Covasna pe anul 2022

Adunarea generală a asociațiilor, întrunit în ședința sa ordinară din data de 20.01.2022, având în vedere prevederile art. 21 lit. c) și în baza art. 18 din Statutul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna,

HOTĂRĂȘTE

Art.1. Se aprobă bugetul de venituri și cheltuieli al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022, conform anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. Cu aducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează Consiliul Director prin Președintele Asociației și Directorul executiv al Aparatului tehnic.

Sf. Gheorghe, la 20.01.2022

Președinte,
GYERŐ József



Reprezentanții membrilor Asociației

Județul Covasna JAKAB István-Barna

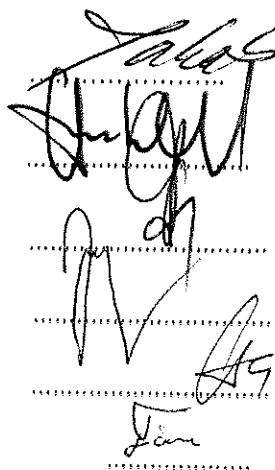
Mun. Sf. Gheorghe ANTAL Árpád András

Comuna Bodoc FODOR István

Orașul Baraolt BENEDEK-HUSZÁR János

Comuna Ozun BORDÁS Enikő

Comuna Cătălina TUSA Levente



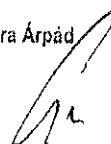
Anexă la Hotărârea AGA nr. 3 /2022 al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului din Județul Covasna

Cash flow 01.01.2022	124,633
Restanțe	0
	0
Venituri cotizații membri și activități	
Venituri din cotizații membri pentru anul 2022	1,613,000
Incasări	182,000
Total venituri anul 2022	1,795,000
Total fonduri anul 2022 (capital propriu+restanțe+venituri)	1,919,633
Cheltuieli privind activitățile planificate pentru anul 2022	
1. Cheltuieli salarii (Fond salarii și cheltuieli cu taxe și impozite privind salariile)	840,000
2. Delegații (indemnizație)	5,000
3. Cheltuieli participare expoziții/târguri/festivaluri	82,000
4. Cheltuieli editare/realizare/împănare materiale promoționale	41,300
5. Cheltuieli promovare turistică/publicitate/servicii mass-media/standuri	447,000
6. Cheltuieli organizare și promovare evenimente	91,000
7. Cheltuieli proiecte informare și suport activități de promovare ale operatorilor în turism din jud. Covasna	35,000
8. Cheltuieli servicii externalizate	97,000
9. Cheltuieli cotizații	2,200
10. Cheltuieli cu mijloace auto	84,000
11. Cheltuieli birotică, regie, IT, mobilier și telecomunicații	48,000
12. Centru Băi Hâtuica	144,000
13. Cheltuieli neprevăzute	5,133
Total cheltuieli planificate 2022	1,919,633

Sf. Gheorghe, 12.01.2022

Dir. Executiv,

Godra Árpád



NOTĂ DE FUNDAMENTARE			
privind necesitatea și oportunitatea fondurilor pentru acoperirea cheltuielilor în anul 2022			
Asociația Pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna			
Cash flow 01.01.2022		124,633	
Restanțe		0	
		0	
Venituri cotizatii membri și activități			
Venituri din cotizatii membri pentru anul 2022		1,613,000	
	Consiliul Județean Covasna	900,000	
	Consiliul Local Orașul Covasna	100,000	
	Consiliul Local Comuna Cătălina	50,000	
	Consiliul Local Mun. Sfântu Gheorghe	500,000	
	Consiliul Local Comuna Bodoc	10,000	
	Consiliul Local Orașul Baraolt	50,000	
	Consiliul Local Comuna Ozun	3,000	
Incasări		182,000	
	Incasări din servicii specializate/parteneriate	2,000	
	Incasări din prestări servicii: bilete de intrare, cazare etc.	180,000	
Total venituri anul 2022		1,795,000	
Total fonduri anul 2022 (capital propriu+restanțe+venituri)		1,919,633	
Cheltuieli privind activitățile planificate pentru anul 2022			
1. Cheltuieli salarii (Fond salarii și cheltuieli cu taxe și impozite privind salariile)		840,000	43.8
2. Delegații (Indemnizație)		5,000	
3. Cheltuieli participare expoziții/târguri/festivaluri		82,000	4.3
	Participare Târgul de Turism Utazás Kiállítás, Hungexpo-Budapesta	28,000	
	Prezentarea județului Covasna în cadrul programului Bakony-Balaton	4,000	
	Prezentarea județului Covasna la evenimentul Galopiadiei județului Heves, Ungaria	4,000	
	Participare cu stand promovare Visit Covasna - Festivalul Electric Castle	25,000	
	Participare la diferite evenimente cu activități promoționale Visit Covasna	6,000	
	Participare Târgul de Turism al României, Romexpo, București - noiembrie	15,000	
4. Cheltuieli editare/realizare/tipărire materiale promoționale		41,300	2.2
	Harta turistică a județului Covasna, 2000 buc.	3,000	
	Harta turistică a stațiunii Covasna, 1000 buc.	1,500	
	Harta turistică a regiunii Baraolt, 500 buc	1,000	
	Catalog Drumul apelor minerale, 1000 buc	20,000	
	Realizare Harta gastro-turistică a Municipiului Sf. Gheorghe, print+digital	2,000	
	Diplome cu certificatul premiului Termalia, "Covasna-best spa destination 2021" pentru unități cazare și spa	1,300	
	Retipărire Catalog Istorie. Trăită - Experiențe autentice în castelele și conacele din județul Covasna, 1500 buc.	3,000	
	Retipărire Catalog Sănătate. Din natură - Experiențe autentice cu resursele naturale tămăduitoare ale județului Covasna. 1500 buc.	3,000	
	Retipărire Catalog Natură. Neîmblânzită - Experiențe autentice în natura neatinasă a județului Covasna. 1 500 buc.	3,000	
	Retipărire Catalog Covasna, stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de apă minerală, 500 buc.	1,500	
	Pliant prezentare Centru Băi Hâtuica	2,000	
5. Cheltuieli promovare turistică/publicitate/servicii mass-media/standuri		447,000	23.3
	Servicii design și mentenanță pagină web și aplicație	24,000	
Buget campanii Google Adwords search, display și remarketing visitcovasna.com + servicii management Google partner		24,000	
Buget promovare Visitcovasna prin platforma Facebook - Campanii remarketing&consideration + servicii management Facebook partner		12,000	
Servicii PR și comunicare online&print resurse turistice ale jud. Covasna		40,000	
Organizare emisiuni live radio tip morning show, difuzare național din locații în județul Covasna		25,000	

Organizare study-tour și workshop B2B pt. reprezentanți tour-operatori și agențiile lor detaliste și operatori din turism din județul Covasna	28,000	
Cheltuieli organizare infotrip bloggeri, vloggeri, jurnaliști, influenceri din România	28,000	
Cheltuieli organizare infotrip bloggeri, vloggeri, jurnaliști, influenceri din Ungaria	30,000	
Cheltuieli realizare, editare filme promovare mun. Sf. Gheorghe	50,000	
Cheltuieli realizare, editare film promovare destinație de iarnă	8,000	
Participare emisiuni TV tip travel&discover	9,000	
Alte servicii foto și video	18,000	
Cheltuieli promovare brand Visit Covasna în proiectul "Dincolo de Cercul Polar - Expediție extremă de iarnă"	1,200	
Cheltuieli participare conferințe profesionale	2,000	
Realizare proiect Super6 covăsnean / 3széki Gőz - puncte selfie/photo și informare și suport IT; proiect realizat în colaborare cu Serviciul Județean Salvamont	10,000	
Amenajare promenadă și zonă recreere lac Baraolt - proiect realizat în parteneriat cu Primăria Baraolt	5,000	
Realizare alte materiale promoționale	4,800	
Cheltuieli publicitate outdoor	30,000	
Apariție editorial Outdoor Magazin	8,000	
Realizare conținut pagină web și aplicație	6,000	
Alte apariții publicitate evenimente, print&online	12,000	
Publicitate în cadrul Aeroportului Internațional Brașov	5,000	
Publicitate reviste companii aeriene care operează linii în/din Brașov	15,000	
Cheltuieli birou de informare turistică Sfântu Gheorghe	9,000	
Cheltuieli birou de informare turistică orașul Baraolt	8,000	
Cheltuieli birou de informare turistică orașul Covasna	4,000	
Realizare standuri informaționale cu coduri QR la punctele de interes turistic din Sf. Gheorghe	10,000	
Realizare standuri informaționale cu coduri QR la punctele de interes turistic din stațiunea Covasna	6,000	
Realizare stand expozițional Visit Covasna	15,000	
6. Cheltuieli organizare și promovare evenimente	91,000	4.7
Organizare Turul ciclist al resurselor turistice din județul Covasna cu Lucian Mindruță, ediția 2, Tg. Secuiesc	18,000	
Organizare Duathlonul resurselor turistice din județul Covasna, Sugas Race, Șugaș Băi - parteneriat	12,000	
Organizare Gala Turismului Covăsnean	24,000	
Promovare Campionatul Internațional de Atelaje, Olteni	10,000	
Promovare Festivalul Forgács - Festivalul Surcelelor, Covasna	10,000	
Promovare Festivalul Nedela Mocănească, Covasna	5,000	
Promovare Festivalul Körtöskalács - Festivalul Delicilor Dulci	12,000	
7. Cheltuieli proiecte informare și suport activități de promovare ale operatorilor în turism din jud. Covasna	35,000	1.8
Cheltuieli realizare și tipărire materiale consumabile, informări clienți, personalizate cu aplicația Visit Covasna pentru unități de cazare și alimentație publică	13,000	
Serviciu de informare economică, sectorială: newslettere bisăptămânale, cursuri și întâlniri on- și offline	2,000	
Proiect pentru îmbunătățirea vizibilității și promovării digitale ale operatorilor în turism și a obiectivelor turistice din jud. Covasna pe motoare de căutare	20,000	
8. Cheltuieli servicii externalizate	97,000	5.1
Contabilitate și servicii resurse umane	22,000	
Audit extern	10,500	
Servicii juridice	5,000	
Servicii traducere	8,000	
Servicii medicina muncii, servicii SSM	4,500	
Cheltuieli de funcționare (energie electrică, gaze naturale etc)	32,000	
Altele (poștă, anunțuri presă, servicii de curierat, alte servicii)	4,000	
Cheltuieli bancare	4,000	
Asigurări	7,000	
9. Cheltuieli cotizații	2,200	0.1
Cotizație CCI Covasna	1,200	
Cotizație Federația Asoc. de Promovare Turistică	1,000	
10. Cheltuieli cu mijloace auto	84,000	4.4

Rată leasing operațional autoturism cap. 9 locuri (incluzând mentenanță, asigurări RCA+Casco, administrare anvelope, taxa drum, înmatriculare, asistență vehicul, vehicul înlocuire)	48,000	
Cheltuieli cu mijloace auto (combustibil, abonament, parcare, anvelope etc)	24,000	
Revizii/reparații auto * 2 mașini Dacia Dokker	12,000	
11. Cheltuieli birotică, regie, IT, mobilier și telecomunicații	48,000	2.4
Mobilier birou	6,000	
Servicii de telefonie mobilă și fixă, internet	20,000	
Cheltuieli birotică	9,000	
Echipamente IT (Laptop, telefoane, Software, TV, Audio, Foto, Video etc.)	8,000	
Cheltuieli protocol	3,000	
12. Centru Băi Hătuлча	144,000	7.5
Prestări servicii	66,000	
Lemne de foc	45,000	
Reparații și renovări	18,000	
Consumabile	15,000	
13. Cheltuieli neprevăzute	5,133	0.3
Total cheltuieli planificate 2022	1,919,633	0

Sf. Gheorghe, 12.01.2022

Dir. Executiv,

Godra Árpád



ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI
ÎN JUDEȚUL COVASNA,
ADUNAREA GENERALĂ A ASOCIAȚILOR

HOTĂRÂREA Nr. 4/2022

privind stabilirea cotizației membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe
anul 2022

Adunarea generală a asociațiilor, întrunit în ședința sa ordinară din data de 20.01.2022, având în vedere prevederile art. 21 lit.d) și în baza art. 18 din Statutul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna,

HOTĂRĂȘTE

Art. 1. Se stabilește cotizațiile membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022, conform anexei, care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art.2. Cu aducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează Consiliul Director prin Președintele Asociației.

Sf. Gheorghe, la 20.01.2022

Președinte,
GYERŐ József



Reprezentanții membrilor Asociației

Județul Covasna JAKAB István-Barna

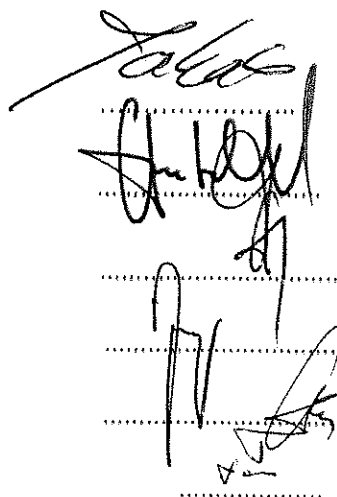
Mun. Sf. Gheorghe ANTAL Árpád András

Comuna Bodoc FODOR István

Orașul Baraolt BENEDEK-HUSZÁR János

Comuna Ozun BORDÁS Enikő

Comuna Cătălina TUSA Levente



Anexă la Hotărârea Adunării Generale al Asociației Pentru Dezvoltarea
Turismului în Județul Covasna nr. 4/2022

COTIZAȚIA MEMBRILOR ASOCIAȚIEI PE ANUL 2022

Venituri din cotizații membri pentru anul 2022	1,613,000
Județul Covasna	900,000
Orașul Covasna	100,000
Municipiul Sfântu Gheorghe	500,000
Orașul Baraolt	50,000
Comuna Cătălina	50,000
Comuna Bodoc	10,000
Comuna Ozun	3,000

Președinte,
Gyerő József



Procesul verbal nr. 1 /2022
al ședinței ordinare a adunării generale al ASOCIAȚIEI PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI ÎN
JUDEȚUL COVASNA
Încheiat azi, 20.0.2022

DI. GYERŐ József– președintele adunării generale a Asociației pentru Dezvoltare Turismului în județul Covasna: Convocarea adunării generale pentru ședința ordinară din data de 20.01.2022 ora 10, s-a făcut în conformitate cu dispozițiile Statutului.

Constat că, sunt îndeplinite condițiile cerute de Statut, ședința este legal constituită, fiind prezenți 7 membri.

Se propune ca secretarul de ședință să fie d-na Balogh Boglarka.

Toți cei prezenți sunt de acord cu această propunere.

DI. GYERŐ József:

Ordinea de zi a ședinței a fost adusă la cunoștința membrilor prin convocator.

Pe ordinea de zi avem înscrise următoarele probleme:

1. Aprobarea Raportului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2021.
2. Aprobarea Planului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pentru anul 2022.
3. Aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.
4. Stabilirea cotizației membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.
5. Aprobarea Organigramei Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna.
6. Aprobarea Statului de funcții al Aparatului Tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna;
7. Aprobarea Regulamentului intern al aparatului tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna
8. Diverse.

Vă consult dacă aveți observații la proiectul ordinii de zi?

Nu sunt.

Supun aprobării proiectul ordinii de zi al ședinței de astăzi.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate ordinea de zi.

Se trece la primul punct de pe ordinea de zi și anume : aprobarea Raportului de activitate pe anul 2021.

Se prezintă Raportul de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2021, înaintat de Consiliul director. Se poartă discuții asupra acestuia.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: să exprimați votul asupra aprobării Raportului de activitate pe anul 2021.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate Raportul de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2021.

La punctul 2 la aprobarea Planului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pentru anul 2022, înaintat de Consiliul director. Se poartă discuții asupra acestuia.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: să exprimați votul asupra aprobării Planului de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pentru anul 2022.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate Planul de activitate al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pentru anul 2022.

Se trece la punctul 3 și anume : aprobarea bugetului de venituri și cheltuieli al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.

Se trece la dezbateră amănunțită a proiectului prezentat.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: să exprimați votul asupra aprobării bugetului de venituri și cheltuieli al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate bugetul de venituri și cheltuieli al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.

Se trece la punctul 4 al ordinii de zi: stabilirea cotizației membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022. Se prezintă propunerea și se poartă discuții.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: să exprimați votul asupra stabilirii cotizației membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se stabilește în unanimitate cotizația membrilor Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna pe anul 2022.

Punctul 5 al ordinii de zi: aprobarea Organigramei Aparatului Tehnic al Asociației Pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, începând cu 01 februarie 2022. Nu se modifică organigrama în sine, ci în urma vacanțării unor posturi, se reduc posturile neocupate.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: să exprimați votul asupra aprobării Organigramei Aparatului Tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate Organigrama Aparatului Tehnic al Asociației Pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, începând cu 01 februarie 2022, în forma prezentată.

Se trece la punctul 6 al ordinii de zi: aprobarea Statului de Funcții al Aparatului Tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, începând cu 01 februarie 2022. Se prezintă propunerea și se poartă discuții.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: aprobarea Statului de Funcții al Aparatului Tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna în forma prezentată.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate Statul de Funcții al Aparatului Tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, începând cu 01 februarie 2022.

Se trece la punctul 7 și anume: Aprobarea Regulamentului intern al aparatului tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna. Regulamentului intern nu a fost modificat de mult timp, trebuie reactualizat. Se prezintă varianta propusă.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: aprobarea Regulamentului intern al Aparatului Tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna în forma prezentată.

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate Regulamentul intern al aparatului tehnic al Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna.

Se trece la punctul 8 Diverse.

Având în vedere faptul că, comuna Ozun prin Hotărârea consiliului local nr. 20/2020, a aprobat numai suma de 3.000 lei drept cotizație, iar prin Hotărârea Consiliului de administrație nr. 4/2020 a fost stabilită suma 10.000 lei, suma care a fost înregistrată în evidențele contabile, este necesar să adoptăm o hotărâre privind derogarea de la plată a sumei de 7.000 lei. Se poartă discuții.

DI. Președinte: dacă sunteți de acord să trecem la vot: Aprobarea derogării sumei de 7.000 lei de la plata cotizației Comunei Ozun aferente anului 2020, stabilită prin Hotărârea nr. 4/2020 .

Cine este pentru? 7 voturi

Cine este contra? -

Dacă se abține cineva? –Se aprobă în unanimitate derogarea sumei de 7.000 lei de la plata cotizației comunei Ozun aferente anului 2020, stabilită prin Hotărârea nr. 4/2020.

Nefiind alte puncte cuprinse în ordinea de zi închei ședința, Vă mulțumesc!

Prezentul proces verbal s-a încheiat într-un singur exemplar, azi 20.01.2022

Președinte,
GYERŐ József

Secretar de ședință
BALOGH Boglárka