



# Raport de activitate

2023

## 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
- 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 înoptări în structurile de cazare turistice din județ și a numărului vizitatorilor în județ.

## II. Mod de lucru

Având în vedere obiectivele primordiale ale Asociației principala direcție a activității asociației în anul 2023 a fost ca județul Covasna să fie o destinație vizibilă în România în special pentru turiștii autohtoni, dar și în străinătate.

În vederea facilitării recunoașterii și promovării județului Covasna ca destinație turistică atractivă, dar și pentru a putea formula mesaje clare în această privință, am acționat pe cele trei mai atracții identificate în anii anteriori 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:

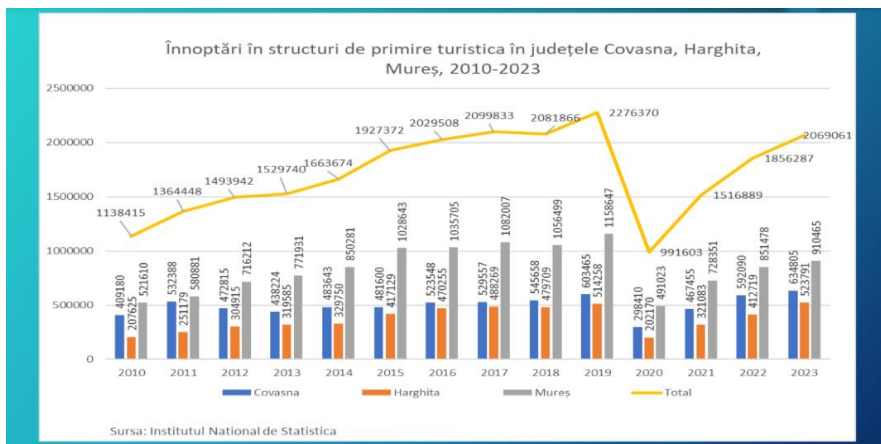
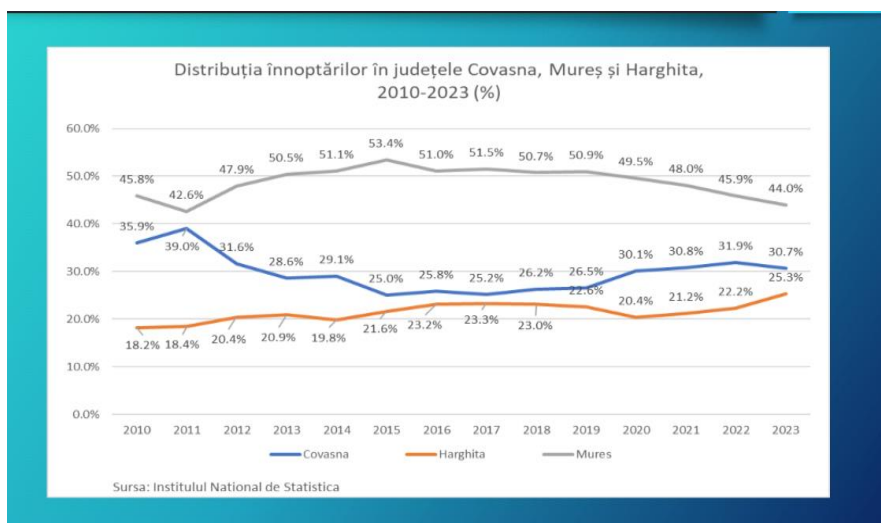
- **Istorie. Trăită.** – Ținutul Conacelor, adică promovarea locațiilor care combină experiență istorică, ospitalitatea nobilă, activitățile adiacente, dar și așteptările omului modern. Castelele și conacele din județul Covasna, în special cele care sunt valorificate în circuitul turistic ca și structuri 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 Bálványos, centrul de tratament din Hătuica, băile tradiționale secuiești toate reprezintă factori care se remarcă prin unicitatea lor pe paleta destinațiilor autohtone balneare, medicale și wellness-spa.
- **Natură. Neîmblânzită.** – Ecoturismul. Dintre puținele efecte pozitive ale pandemiei Covid-19 a fost creșterea apetitului turiștilor pentru activități în aer liber, iar destinațiile care prin relieful lor oferă posibilități de a petrece timp în aer liber au avut 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 .

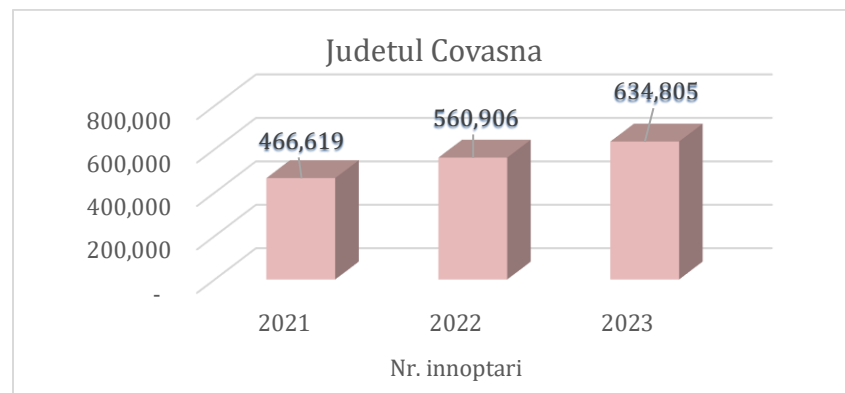
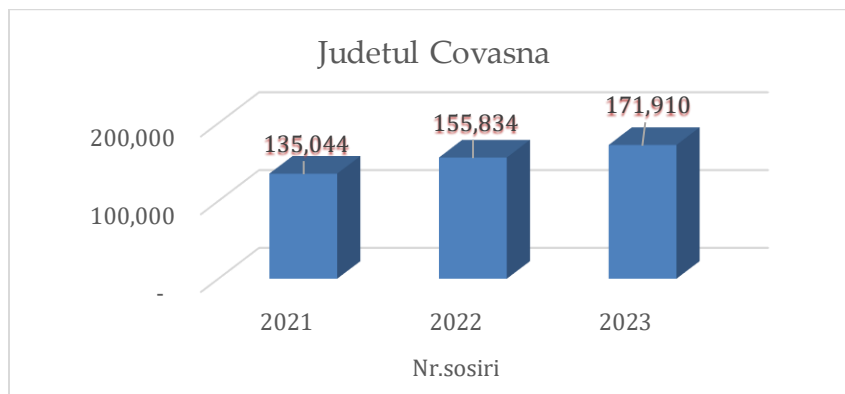
Proiectele de promovare elaborate și derulate, dar și canalele de comunicare alese s-au ghidat după aceste trei mari subiecte și produse turistice. Lipsa unor repere clare privind evoluția pe termen cel puțin mediu a tendințelor în turism și a cererii de pe piață în aceste condiții, ne-au constrâns să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

### III. Cifre și indicatori de performanță

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:

Evoluția sosirilor și al înnopțărilor în anul 2023 în comparație cu anii precedenți în 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, **cifrele sosirilor depășind** nivelul anului 2019 (fapt care se reflectă numai în județul Covasna din exemplele prezentate mai sus), an în care de altfel s-au atins cifre importante în comparație cu anii anteriori. Performanța județului Covasna la indicatorul de **înnoptări** nu poate fi trecută neobservată, fiind cel mai mic județ din țară ca suprafață, totuși a realizat 2,17% din totalul înnoptărilor înregistrate în România.

#### 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 2023

În continuare vă prezentăm o descriere scurtă a proiectelor și activităților derulate de către Asociație în anul 2023, 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

Activitatea a constat în crearea regulată a unor conținuturi, texte descriptive, invitative și facilitarea aparițiilor acestora în media online și print, 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. Pentru o și mai bună promovare a județului Covasna ca destinație turistică, s-au evidențiat în primul rând tratamentele balneologice, resursele naturale și centrele de wellness&spa ale stațiunii Covasna și ale stațiunii Băile Balványos, însă pe lângă cele amintite anterior s-au valorificat și 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).

Comunicate de presă trimise:

- Oferta turistică a județului Covasna a fost promovată la Budapesta și la București
- Háromszék turisztikai kínálatát népszerűsítették Budapesten és Bukarestben
- A világhírvány előtti szint fölött Háromszék turizmusa
- Întâlnire profesională pentru unitățile de cazare din Sfântu Gheorghe
- Szakmai találkozó a sepsiszentgyörgyi turisztikai szállásadóknak
- Depresiunea Baraolt, ca și destinație de ecoturism
- Erdővidék, mint ökoturisztikai desztináció
- Al doilea forum profesional dedicat antreprenorilor din domeniul turismului în Ținutul Secuiesc
- Második szakmai fórum a székelyföldi turisztikai vállalkozóknak
- A doua Conferință Regională de Turism în județul Covasna a fost găzduită de Băile Balványos
- Bálványosfürdő adott otthont a második Regionális Turisztikai Konferenciának

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

Eveniment dedicat publicului larg. Turul ciclist a fost organizat în data de 7 octombrie 2023, pe un traseu de 72 kilometri lungime. La eveniment s-au înscris 168 de persoane, fiind atins numărul maxim de participanți, evenimentul bucurându-se de o participare numeroasă, din cei 168 de cicliști 138 fiind din afara județului Covasna. Participanții au venit din județele Alba, Brașov, Buzău, Dâmbovița, Harghita, Ilfov, Prahova, Teleorman,

Vâlcea, Vaslui, Vrancea și municipiul București. Turul a avut punctul de plecare și sosire de la Hotelul Clermont din Covasna, și a parcurs traseul Covasna - Zagon - Barcani - Lădăuți - Sărămaș - Valea Mare - Boroșneu Mare - Brateș - Valea Zânelor stațiunea Covasna. Pentru a face cunoștință cu valorile turistice ale județului, participanții au făcut un popas la Complexul Turistic Lughet de la Barcani și la Milkcom - Fabrica de lactate din Sărămaș, unde au servit și un prânz tradițional, Bulz și produse lactate, pentru degustarea gastronomiei locale. Evenimentul a avut un ecou extrem de pozitiv în toate aparițiile media, pagina de facebook Visit Covasna ajungând la peste 53.000 de oameni atât înainte, cât și după eveniment, participanții turului plecând acasă cu noi amintiri și experiențe plăcute.

„Sesiune de stare de bine 2023, cu Lucian Mîndruță” este un exemplu bun pentru impactul asupra comunității locale; de ex., oamenii din zona Barcani și-au asumat rolul de gazdă, contribuind la eveniment cu produse tradiționale și locale și cu o organizare impecabilă pentru popasul și degustarea programată, precum și cu o prezentare a microregiunii. Participanților sesiunii a fost prezentat site-ul și pagina de Facebook *Hai la Barcani*, care este foarte popular în rândul vizitatorilor și turiștilor. Cu toate că această comuna este una mică, ea și turismul ei, se află în continuă dezvoltare. A fost promovat și evenimentul ciclist de la Barcani, care va fi organizat în vara anului 2024.

Industria turistică a profitat de la acest eveniment prin următoarele: multe camere ale unităților de cazare au fost rezervate de participanți pentru mai multe nopți într-o perioadă în afara sezonului; la fel, restaurantele au avut mai mulți oaspeți; și Centrul de Informare Turistică din Covasna a avut mai mulți vizitatori, cei care, pe durata evenimentului au rezervat un sejur pentru perioada următoare.

Pagina de facebook Lucian Mîndruță	333.000 de urmăritori
Pagina "Lucian Mindruta Live"	91.000 de urmăritori
Participanți din afara județului Covasna	138
Participanți din județ	30
Numărul oamenilor atinși pe paginile de facebook Visit Covasna și Lucian Mîndruță	53.000+



### 3. Termalia Awards – 2023

Gala Termalia Awards este acel eveniment din industria de wellness&spa și de turism medical din România, care oferă locul de întâlnire dintre experți, furnizori de spa și facilitatori de turism medical, evenimentul bucurându-se și de recunoaștere mondială, aflându-se sub înaltul patronaj al World Spa Organization. Clusterul Balneo a reprezentat județul Covasna. Visit Covasna s-a implicat în promovarea apei minerale Biborțeni la acest eveniment.

### 4. Pagina de internet și aplicația Visit Covasna – 2023

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 prin care putem ajunge la turiștii potențiali care pot vizita județul Covasna. Pentru o și mai bună promovare a județului Covasna ca destinație turistică, sunt necesare reclamele plătite pe rețelele de socializare.

Visit Covasna pe Facebook are mai mult de 41.000 urmăritori, iar pe Instagram 8.400. Postăm în mod regulat, în funcție de activitatea noastră sau de evenimentele în desfășurare. Ne-am străduit să împărtășim un conținut sau un articol după un plan bine gândit, care este unul diversificat și captivant. Cei interesați de județul Covasna, pot găsi informații utile despre obiective, restaurante, cazări, evenimente, etc. pe site-ul [www.visitcovasna.com](http://www.visitcovasna.com) sau pe aplicația Visit Covasna. 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-notification) 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, promoțional, de la povești personale legate de atracții turistice până la recomandări săptămânale.

În 2023, 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.

Pagini de socializare:

Urmăritori pe Facebook	41 742
Noi urmăritori pe Facebook (2023)	823
Urmăritori Instagram	8 395
Noi urmăritori pe Instagram (2023)	436
Impact pe Facebook	473 042
Impactul contului de Instagram	9813
Afișări plătite	23 338

Aplicație:

Descărcări App Android	505
------------------------	-----

Descărcări App iOS	180
Total utilizatori de la lansare (25 septembrie 2017)	5018
Accesari	1808
Număr de vizualizări a cel puțin unei pagini we	101344
Utilizatori activi	79248
Pagini noi	73
Colecții nou create	8
Urmăritori noi de pagini	36

## 5. Postări recurente săptămânale

### Conte pe bicicletă

Nu este suficient să promovăm o destinație turistică doar prin imagini sau scurtmetraje. Prin intermediul poveștile personale, imaginația cititorului va călătorii nu doar prin prisma poveștilor ci va hrăni și curiozitatea de a vizita peisajele descrise care sunt locuri reale din județul Covasna. Temele descrise în articole sunt experiențele trăite, peisajele și obiectivele turistice covășnene. Aceste povești scurte pot fi citite în timpul unei călătorii cu autobuzul sau cu metroul.

La începutul anului, am lucrat pentru a regândi întreaga identitate vizuală pentru a se potrivi și mai bine cu imaginea Visit Covasna.

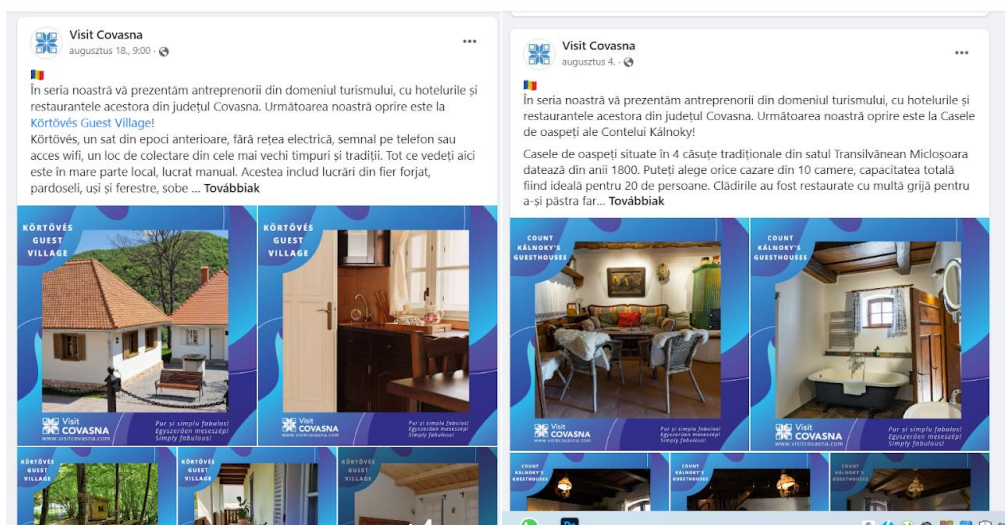
**Numărul de postări afișate: 45**



**Recomandări de afaceri ale antreprenorilor din domeniul turismului**

În seria noastră prezentăm antreprenorii din domeniul turismului, cu hotelurile, restaurantele și spațiile turistice ale acestora din județul Covasna. Scopul rubricii este de a promova aceste întreprinderi pe paginile noastre sociale, cu posibilitatea în același timp de a pune anunțuri plătite, pentru o mai bună evidențiere, în urma consultării cu managerii întreprinderilor.

**Numărul întreprinderilor prezentate: 20**



## 6. Cataloage Visit Covasna în anul 2023

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.

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 țară și străinătate și au fost acordate ca materiale promoționale membrilor Asociației și acelor operatori economici care au fost incluși în cataloage.

- Istorie. Trăită – în limba română (260 buc.), maghiară (495 buc.) și engleză (227 buc.).
- Sănătate. Din natură. - în limba română (225 buc.), maghiară (460 buc.) și engleză (172 buc.).

- Natură. Neîmblânzită. - în limba română (224 buc.), maghiară (315 buc.) și engleză (246 buc.).
- Harta orașului Sfântu Gheorghe.
- Cele 7 minuni ale județului Covasna - în limba română (78 buc.), maghiară (42 buc.) și engleză (57 buc.).
- Ținutul Conacelor - în limba română (6 buc.), maghiară (74 buc.), engleză (75 buc.) și germană (3 buc.).
- Catalog Covasna – Stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de ape minerale – ediția 2019 și 2021, fiecare fiind în trei limbi - în română, maghiară și engleză. (555 buc.)
- Harta gastroturistică a orașului Sfântu Gheorghe
- Harta gastroturistică al Ținutul Secuiesc
- Harta turistică a județului Covasna (2120 buc.)
- Ținutul Pădurilor – Depresiunea Baraolt (253 buc.)
- Drumul apelor minerale (144 buc.)
- Calendar de evenimente (485 buc.)

## 7. Signalistica, materiale promoționale

Aeroportul Brașov va fi unul dintre cele mai importante hub-uri aeriene din România dată fiind localizarea sa excelentă în inima țării și va oferi zboruri către destinații din întreaga Europa. Afișarea informațiilor în mai multe limbi, inclusiv română, maghiară, germană și engleză, va ajuta la îmbunătățirea serviciilor oferite turiștilor și va facilita comunicarea acestora cu personalul aeroportului și cu autoritățile locale.

Afișarea informațiilor în mai multe limbi la Aeroportul Brașov este un exemplu de respectare a diversității culturale și lingvistice din România și poate fi considerată o formă de promovare a valorilor de toleranță și respect față de diferitele comunități lingvistice și culturale din țară.

Afișarea informațiilor în mai multe limbi la Aeroportul Brașov este importantă din punct de vedere a misiunii asociației noastre, având în vedere că orice persoană care va sosi la aeroportul Brașov va vedea logo-ul "Visit Covasna" este o oportunitate excelentă de a promova județul Covasna, respectiv contribuie și la respectarea cerințelor internaționale și europene în materie de aviație civilă respectiv pentru a asigura accesul nediscriminatoriu la informații pentru toți pasagerii.

## 8. Târgul de Turism al României

Ediția de primăvară a Târgului de Turism al României din 2023 este o oportunitate ideală pentru prezentarea potențialului turistic al județului Covasna. Aceasta se realizează prin oferirea pliantelor, broșurilor și a ofertelor primite de la agenții economici din industria ospitalității, dar și prin informațiile oferite de către reprezentanții Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna.

Am valorificat această regiune și prin amplasarea unui roll-up personalizat la standul Visit Covasna, acesta reprezentând desertul specific și cel mai căutat din județ, adică kürtös kalács-ul, la care vizitatorii s-au fotografiat și au dus vestea acestei bunătăți și mai departe, atrăgând și alți vizitatori atât la stand, cât și în județul Covasna.

Vizitatori ai standului Visit Covasna	peste 2000 de oameni
Cataloage și pliante împărțite vizitatorilor	aprox. 900 buc.
Oferte ai agenților economici din județ	15
Fotografiile făcute la roll-up-ul kürtös kalács	150 de oameni



## 9. Târgul de turism „Utazás kiállítás” din Budapesta

Printre obiectivele Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna figurează „participarea la evenimente/expoziții de promovare a serviciilor și obiectivelor turistice”. Expoziția „Utazás 2023” din Budapesta a fost organizat pentru a 45-a de oară. În 2023 au fost prezenți aproape 100 de expozanți din 34 de țări, iar pe lângă această expoziție, vizitatorii au putut vizita și expoziția „Budapest Boat Show” și „Karaván Szalon” și „E-Bike Test&Show”, care se leagă strâns de călătorie.

Pentru a promova marca Visit Covasna și județul Covasna ca destinație turistică atractivă, competitivă, am participat, împreună cu Asociația de Dezvoltare Intercomunitară Harghita (Visit Harghita) și Asociația Visit Mureș Egyesület (Visit Mureș) la „Utazás 2023” cu un stand comun de 76 m<sup>2</sup>, promovând turismul din Secuime. Un teritoriu este cu atât mai vizibil și mai complex d.p.d.v. al ofertei cu cât este mai mare, iar Ținutul Secuiesc are o putere de atracție deosebită în special pe piața turistică din Ungaria, care este cel mai mare emițător de turiști pentru această regiune având în vedere background-ul cultural-istoric-lingvistic comun.

Pentru a prezenta cele trei teme și atracții mari în jurul cărora funcționează turismul în județul Covasna, am distribuit broșuri invitative editate de Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, și anume:

- „Istorie. Trăită. Experiențe autentice în castelele și conacele din județul Covasna”
- „Natura. Neîmblânzită. Experiențe autentice în natura neatinsă a județului Covasna ”
- „Sănătate. Din natură. Experiențe autentice cu resurse naturale tămăduitoare ale județului Covasna”;
- respectiv
- „Ținutul Pădurilor – Depresiunea Baraolt”
- „Covasna – Stațiunea moefetelor și a celor 1000 de izvoare de ape minerale”

Pe lângă aceste cataloage promoționale, am distribuit ofertele de la 17 de agenți economici turistici (oferte de cazare și pachete turistice, posibilități de recreere și de petrecere a timpului liber).

Cu toate că digitalizarea câștigă teren mai mare în fiecare an și în industria ospitalității (unii turiști preferă să-și organizeze vacanța cu ajutorul internetului în loc să apeleze la agenții de turism), târgurile și expozițiile turistice oferă oportunitatea:

- de a cunoaște tendințele internaționale în turism (la conferințele organizate în cadrul expoziției)
- de a întâlni alți profesioniști din domeniul turismului și de a purta discuții privind posibile colaborări (Asociația Agențiilor de Turism din Ungaria, Wizz Air)

- de a purta discuții cu turiști potențiali
- de a prezenta produsele și serviciile turistice ale agenților economici către consumatorul final

Vizitatorii standului au putut degusta aromele Ținutului Secuiesc (produse ale Grupului de firme Bertis din Sf. Gheorghe și Gheorgheni, care se vind și în Ungaria), precum și alte delicatesele secuiești; au putut face fotografii în colțul foto amenajat în cadrul standului, iar cei mici au putut viziona animațiile Studioului Székelyföldi Legendárium (de ex. Legenda Mestecănișului de la Reci – mestecănișul fiind o atracție turistică naturală, care atrage mulți vizitatori mai ales în week-end).

Cei mai mulți vizitatori au fost interesați de oferte de cazare, dar și de posibilități de agrement, de patrimoniul cultural și natural care se pot vizita. Datorită faptului că expoziția „Utazás 2023” a fost organizată concomitent cu o expoziție dedicată rulotelor și bicicletelor, mulți au căutat informații despre campinguri și trasee de bicicletă în Ținutul Secuiesc. Potrivit organizatorilor, expoziția „Utazás 2023”, „Budapest Boat Show”, „Karaván Szalon” și „E-Bike Test&Show”, au atras în timpul celor 4 zile 30.000 de vizitatori.

Vizitatori ai standului Visit Covasna	peste 1200 de oameni
Cataloage împărțite vizitatorilor	700 buc.
Cărți de vizite cerute	40 buc.
Oferte ai agenților economici din județ	15



## 10. Festivalul „Tusványos”

Pentru a avea un program interactiv la festivalul „Tusványos” în promovarea județului Covasna ca destinație turistică, pe lângă prezentarea atracțiilor turistice prin pliante, am fost prezenți cu o roată promoțională - joc interactiv.

O instalație interactivă de acest gen a fost garanția promovării, distracției, și amuzamentului, 177 de festivalieri s-au înregistrat la joc.



## 11. Festivalul Sântilia Nedeia Mocănească

Evenimentul amintește de vremurile când ciobanii tineri coborau de la munte, în preajma sărbătorii Sfântului Ilie, pentru a-și alege viitoarele neveste. Aceștia le ofereau fetelor păpuși din caș, iar dacă darurile erau acceptate, atunci intrau împreună în hora Sântiliei și în toamnă, când veneau cu oile acasă, făceau nunta.

În cadrul Nedeii au fost prezentate obiceiurile de nuntă specifice zonei, păstrate și transmise din generație în generație, cum ar fi cerutul miresei, bărbieritul mirelui, ruperea colacului, descălțatul nașilor, trânta voinicilor sau ridicatul bolovanului.

Sărbătoarea a ilustrat și în acest an viața autentică a oamenilor locului și a prezentat totodată ocupația străveche a păstoritului. În programul zilei de duminică au fost incluse, pe lângă obiceiul cunoscut al nunții, și momente artistice susținute de artiști locali și invitați speciali.

Pe scenă au urcat membrii corului „Voineștenii”, dar și ai ansamblului folcloric „Junii Covasnei”. Din programul artistic, au făcut parte și ansamblurile folclorice „Dor Transilvan”, „Românașul”, „Veteranii Poieniței” și „Cununa Carpaților”, dar și interpretele de muzică populară Mariana Anghel și Adela Dumitru.

La eveniment, au fost prezenți și copiii din ansamblul folcloric „Urmașii lui Ștefan”, din localitatea ucraineană Mahala, Cernăuți.

În cadrul Nedeii a fost prezentată, printre altele, expoziția foto-documentară „Păstoritul în sud-estul Transilvaniei”, realizată de Muzeul Național al Carpaților Răsăriteni.

Au fost prezenți și meșterii populari, care au prezentat meșteșugurile, oierii au arătat publicului cum se face cașul, iar spectatorii au gustat din produse tradiționale păstorești.



Turiștii aflați la Covasna în data de 16 iulie, au plecat acasă cu sufletul plin de amintiri de neuitat despre ce înseamnă autentic și românesc.

La eveniment au participat peste 5000 de persoane (turiști și localnici, dar și oaspeți care vin la Covasna special pentru această sărbătoare).



## 12. Festivalul Surcelelor

Festivalul „Forgács” este un eveniment care consolidează identitatea regională. Scaunul Orbai mereu a fost renumit pentru prelucrarea lemnului și pentru produsele confecționate din lemn. Acest fapt au putut constata, pe lângă localnici, și turiștii aflați în stațiune, pentru că elementul central al festivalului îl constituiau meșterii populari, iar activitatea acestora de păstrarea tradițiilor merită să fie popularizată și prin astfel de evenimente. În același timp, și prin acest eveniment s-a adeverit faptul că turiștii pot fi atrași și prin turismul de evenimente, deoarece, pe baza feedbackurilor, foarte mulți turiști au apreciat tradițiile secuiești prezentate în cadrul festivalului.

Festivalul are un triplu scop. În primul rând păstrarea tradițiilor și obiceiurilor. În al doilea rând, întărirea identității regionale care este o caracteristică al oamenilor din scaunul Orbai și, nu în ultimul rând, crearea oportunităților de recreere atât pentru localnici cât și pentru vizitatori și turiști.

Pe lângă invitații de pe scenă, cei care au ales să participe la eveniment, au aflat mai multe despre prelucrarea lemnului de la meșteri populari ai zonei. A fost organizat chiar și un concurs de îndemânare a tăierii lemnului.

Festivalul a început sâmbătă după-amiază cu concertul formației Muskátli și cu concertul formației Background cu corul de copii Magnificat, iar duminică participanții au văzut parada husarilor, spectacole de muzică și dans, expoziții de artă și prezentarea de meșteșuguri tradiționale.

În cadrul festivalului au avut loc, printre altele, ateliere pentru copii, prezentarea cărții de bucate “Száz sepsiszéki recept” și un târg de produse tradiționale și locale.

La eveniment au participat peste 5.500 de persoane (turiști și localnici).



### 13. Festivalul “Vásárhelyi Forgatag”

În perioada 25-27. august 2023. am participat la festivalul “Vásárhelyi Forgatag”, unde împreună cu celelalte organizații “Visit” din județele Harghita și Mureș am organizat activități interactive prin care am putut prezenta atracțiile județului nostru.

Acesta am realizat printr-un joc de promovare tip roata norocului cu scopul să mărim numărul persoanelor la care poate să ajungă informațiile despre ofertele turistice din județul Covasna.

Cel care participa la jocul nostru trebuia să completeze un formularul și să urmărească paginile noastre Visit Covasna, pe Facebook și Instagram.

Activitățile au avut mult succes, în timpul celor trei zile am reușit să mărim numărul celor care urmăresc platformele noastre de comunicare cu 108 de persoane.

## 14. Festivalul SEPSI TABAKO

Evenimentele culturale și festivalurile de mare anvergură sunt și ele atracții turistice, din moment ce pot reprezenta motivația de sine stătătoare a unei persoane de a călători, ori pot juca un rol important de a lua decizia de a călători și înnopta în perioada respectivă la destinația unde se desfășoară evenimentul.

În 2022, la Sfântu Gheorghe, a luat naștere cel mai nou festival urban din Transilvania, Sepsi Tabakó Festival, ca parte importantă a re poziționării fostei fabricii de tutun. Forumul Tabakó a creat posibilitatea pentru ca fabrica de tutun să fie animată o dată pe an, în funcție de dorința locuitorilor din Sfântu Gheorghe. Cu conceptul său nou, festivalul fabricii a transformat clădirea industrială de patrimoniu și zona înconjurătoare într-unul dintre cele mai interesante locuri de evenimente din Transilvania, contribuind la promovarea orașului Sfântu Gheorghe. Având în vedere locația – fosta fabrică de tutun din Sf. Gheorghe – , Festivalul Sepsi Tabakó poate fi conceput și ca festival industrial. Există puține locuri de evenimente în zona noastră unde o fabrică veche și întregul său teritoriu servesc în scopuri culturale. Misiunea Festivalului Sepsi Tabakó este de a consolida acest concept printr-un program care echilibrează oferta muzicală cu expertiza profesională și dezvoltarea.

În total, 24.155 de persoane au vizitat Sepsi Tabakó Festival, iar succesul evenimentului a fost asigurat de o echipă de 96 de organizatori și 258 de voluntari. Au fost vândute 121 abonamente camping.

Ca și anul trecut, evenimentul a fost împărțit în trei schimburi, amintind de munca în fabrică. Primul schimb de lucru s-a referit la prezentări profesionale, inovații digitale, cele mai cunoscute personalități ale comunității, sportivi, etc. În această categorie au intrat discuții de panel precum „Facem sau nu facem? Discuție cu organizatori de festival din Transilvania”, „E oare drumul tău? Beneficiile stegiilor de practică”, „Information: the modern tool for modern warefare”, întâlnire cu publicul – Smiley, „Dincolo de drumurile cunoscute: cum să fii un bun agricultor?”, „Dincolo de expoziții: rolul instituțiilor culturale în 2023”, „How culture can change a community and in that way the world”, „Encounters in the Digital Era: Exploring the Intersection of AI, Cyberspace and Cultural Identity”, „ESG: finanțe responsabile. Sau nu?”, „The State of the World in 2023”, „Vreau un bilet tur-retur! Studii în străinătate, muncă în România”, „Psihologia dezbaterei: ce înseamnă o dezbatere adevărată?”, „Pelerinaj sau excursie: de ce mergem la El Camino sau la Șumuleu Ciuc?”.

**Al doilea schimb de lucru** a însemnat concerte cu artiști din zonă și dincolo de graniță. Trupe și artiști, care au cântat la Sepsi Tabakó Festival: Zimbru (România), Kowalski meg a Vega (Ungaria), Smiley (România), House of Pioneers (România, jud. Covasna), Punnany Massif (Ungaria), Dzsúdló (Ungaria), Mano & Gregor (România, jud. Covasna),

Elefánt (Ungaria), Tankcsapda (Ungaria), Day by Day (România, jud. Covasna), Parno Graszt (Ungaria), Blahalouisiana (Ungaria), etc.

**Al treilea schimb de lucru** a oferit două locații de muzică de noapte la Sepsi Tabakó Festival, cu DJ-i și alți artiști au creat o atmosferă bună. Aleile au fost pline de elemente definitorii ale vieții de noapte: petreceri, baruri, vinării. În plus, în clădirea fabricii a fost amenajat un loc de muzică până dimineață.

Nr. participanți la festival	24.155
Nr. artiști participanți pe cele 3 scene	28
Nr. Activități	50
Organizatori	96
Voluntari	258
Abonamente camping	121

## 15. Festivalul X Balloon Fest

După adresa primită de la Asociația Sport Club P&I, înregistrată la Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna sub nr. 254 / 14.08.2022, prin care se solicită parteneriatul în organizarea festivalului X Balloon Fest, organizat în perioada 15 - 17 septembrie 2023 la Băile Fortyogó-Tg. Secuiesc, au fost organizate următoarele activități de A.P.D.T. Covasna ca și partener organizator:

- promovarea evenimentului prin diferite mijloace și canale de comunicare.
- creșterea vizibilității destinației turistice Covasna prin folosirea mărcii Visit Covasna.
- sprijinirea turismului festivalier, o formă de turism cu trend ascendent și care – prin complexitatea sa – contribuie la dezvoltarea economiei locale prin implicarea agenților economici din diferite domenii – după informațiile primite de la

partenerul organizator Asociația Sport Club P&I, pe parcursul weekendului, pe lângă echipele cu baloane de aer cald:

1. XBALLOON Team - Târgu Secuiesc
2. Unique team - Budapesta
3. Fust-Team - Kajászó
4. Tiszaujvárosi ballonklub - Tiszaujváros
5. Aroclub Romania - București
6. The FUN CLOUD - Brasov
7. Dreambox Experience - Farcád
8. BUBOREK BALLON - KISKÖRÖS
9. NYARADBALLON TEAM - VÁRMEZŐ - Câmpu Cetății - 2 Echipe
10. KECSMÉTI BALLONKLUB - KECSKEMÉT
11. CROWN BALLON - NAGYSZENTMIKLOS - Sânnicolau Mare
12. Sztrik Tibor - Miniballon

Au mai participat 3 echipe cu paramotor:

1. Echipa condusă de Dl. László Barni
2. Echipa condusă de Dl. Bogdan Prejmeanu
3. Echipa condusă de Dl. Vári Ernő

au mai intrat aproximativ 5.000 de persoane pe teritoriul festivalului.

- sprijinirea sectorului privat și public cu scopul de a crește nr. vizitatorilor (persoane care nu înnoptează în județul Covasna), a turiștilor (persoane care se deplasează spre un loc situat în afara reședinței și care atrage după sine înnoptarea în afara reședinței), și a nr. de înnoptări în structurile de cazare turistice din Municipiul Târgu Secuiesc și din județul Covasna.

Pentru a avea un program interactiv la festivalul “**X Balloon Fest 2023**” în promovarea județului Covasna ca destinație turistică, pe lângă prezentarea atracțiilor turistice prin pliante, au fost împărțite următoarele produse personalizate cu logoul Visit Covasna, în valoare totală de 381,52 RON:

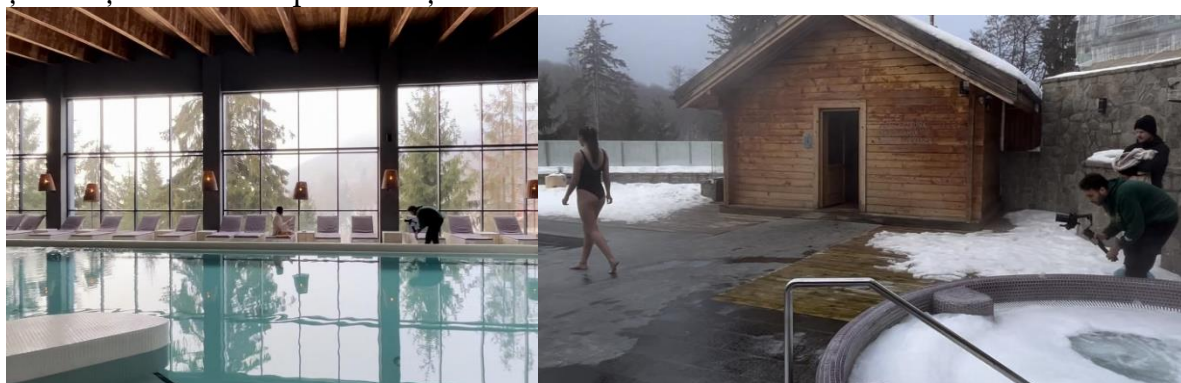
Nr crt.	Denumire	buc
1	Cataloage	20
2	magneți de frigider	5
3	Tricouri	5

4	Pix	7
5	Breloc	5
6	Sacoșe	2
7	Hărți	5

Am fost prezenți cu o roată promoțională - joc interactiv. Pentru a participa la jocul nostru, trebuie să urmărești paginile noastre Visit Covasna, pe Facebook și Instagram (am adunat câte 40-40 de urmăritori pe cele 2 rețele de socializare). O instalație interactivă de acest gen este garanția promovării, distracției, și amuzamentului, 100 de festivalieri s-au înregistrat pentru a juca.

## 16. Filme de scurtmetraj și videoclipuri promoționale despre județul Covasna

Realizarea de filme de scurt metraj sau de filmulețe cu și despre atracțiile zonei este esențială pentru promovarea turistică a zonei, deoarece ajută nu numai la atingerea și convingerea vizitatorilor să caute aceste atracții dar și la comunicarea ofertelor și prezentarea eficientă a caracteristicilor și valorilor speciale ale destinației către un public mai larg. În trecut, asociația noastră a găzduit diverse echipe de filmare în mai multe rânduri, iar sarcinile noastre au inclus stabilirea programului de filmare, discutarea locațiilor, legătura cu actorii și menținerea unui contact constant, în diverse ocazii am și însoțit aceste echipe la locații.



## 17. Servicii fotografice

Prin fotografiile făcute dorim să atragem câți mai mulți vizitatori în județul Covasna, pozele având un impact mare asupra alegerii destinației turistice.

Campania de promovare a fost oportună pentru promovarea turismului covăsnean pe toată durata anului, astfel oferind a gamă variată de idei și oferte celor care doresc să exploreze județul Covasna în orice sezon.

Prin fotografii am dorit să valorificăm atracțiile turistice ale județului: tradițiile, drumețiile, gastronomia, istoria (conace și muzee), 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.

Fotografiile făcute au fost promovate și pe canalele de comunicare proprii al asociației (facebook și instagram), pentru o și mai mare vizibilitatea ale acestora.



## 18. Călăuza de drum moto

Cu contribuția noastră, materialul promoțional al Visit Covasna a ajuns în ghidul de motociclete Carpathian 2 Wheels Guide, care a fost publicat în 3 limbi și în 1000 de exemplare.



## 19. Festival gastro /Csopak

Festivalul gastronomic “Tájak-Ízek: Bakony Balaton Gasztroünnep” din 2023 este o oportunitate ideală pentru prezentarea potențialului turistic al județului Covasna. Aceasta se realizează prin oferirea pliantelor și broșurilor.

Am valorificat această regiune și prin amplasarea unui beach flag personalizat la standul Visit Covasna, broșuri, cataloage și pliante, dar am și gătit o mâncare specifică zonei Covasna, care a atras o mulțime de oameni pentru degustare, promovând astfel specialitățile culinare din județul Covasna.

Vizitatori ai standului Visit Covasna      între 500-700 de oameni

Cataloage și pliante împărțite vizitatorilor      aprox. 180 buc.



## 20. Zilele Culturale Maghiare din Cluj-Napoca

Pentru a avea un program interactiv la **Zilele Culturale Maghiare din Cluj-Napoca** în promovarea județului Covasna ca destinație turistică, pe lângă prezentarea atracțiilor turistice prin pliante, am fost prezenți cu o roată promoțională - joc interactiv.

O instalație interactivă de acest gen este garanția promovării, distracției, și amuzamentului, 164 de festivalieri s-au înregistrat la joc (conform anexei).

Standul VisitCovasna a fost vizitat de cel puțin 1.000 de festivalieri.





## 21. Târgul de Crăciun

Târgul de Crăciun a avut loc, ca și în anii precedenți, în Piața Libertății (piața centrală) din Sfântu Gheorghe, în perioada 16-23 decembrie. Timp de 8 zile, 80 de producători locali, comercianți și artizani au oferit spre vânzare produse celor care au dorit să procureze și să achiziționeze cadouri de Crăciun mai speciale.

Invitația „Să dăruim spectacole de Crăciun”, lansată de Casa de Cultură „Kónya Ádám” a fost susținută de mulți artiști, ansambluri artistice, formații muzicale și coruri din Sfântu Gheorghe și Brașov, îmbogățind astfel programul cultural al Târgului de Crăciun. La fel, multe grupe din grădinițe și școli din Sf. Gheorghe au folosit scena din piața centrală a orașului pentru a prezenta programele lor compuse special pentru sărbători. Datorită succesului de anul trecut, copiii au putut transmite dorințele lor lui Moș Crăciun prin scrisorile depuse în cutia poștală amplasată lângă rama foto festivă din Piața Centrală.

Rama foto, amplasată în fața Centrului de Informare Turistică din Sf. Gheorghe a fost folosită de mulți localnici, dar și de vizitatori din alte orașe, oferind posibilitatea de a păstra amintirile din Sf. Gheorghe.

Trenulețul de Crăciun Sepsi Tour nu este doar un mijloc de transport comun și obișnuit. Având un sistem audio și 56 de locuri, acesta poate fi considerat un program de petrecere a timpului liber nu numai pentru cei mici și locuitorii orașului, ci și pentru turiști, mai ales în timpul sărbătorilor de iarnă, când a primit un look festiv prin decorațiunea festivă aplicată pe el. Trenulețul de Crăciun Sepsi Tour a circulat între 16 și 23 decembrie, oferind o călătorie magică și atmosferă de sărbătoare și prin muzica redată pe timpul cursei.

Proiectarea desenelor copiilor și elevilor din Sfântu Gheorghe pe fațada Teatrului „Tamási Áron” a avut loc în perioada 20-22 decembrie conform unui program care a fost afișat și publicat în prealabil, putând fi consultat de părinți, bunici, etc. La apelul lansat care a vizat desenele de lumini, au fost trimise în total 2.423 de desene. Aceste desene au adus o atmosferă specială în piața centrală a orașului, dar și în sufletele familiilor

copiiiilor și a copiilor, văzând „operele” lor proiectate pe clădire. Această proiectare de desene poate fi considerată un proiect artistic inedit, o hrană pentru suflet rar întâlnită, deoarece implică costuri mari. Festivitatea de premiere a avut loc în data de 22 decembrie, la ora 18:00, pe Scena de piatră.



## 22. Centrul de Informare Turistică Sfântu Gheorghe

Centrul de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe, deschis în 2018 într-o locație accesibilă, și anume în centrul orașului Sfântu Gheorghe, are menirea de a promova obiectivele turistice și atracțiile turistice din zonă, și de a informa vizitatorii despre posibilitățile de recreere, de cazare și de participare la diferite evenimente și festivaluri organizate. Pentru buna desfășurare a activităților și satisfacția turiștilor, acestora sunt oferite diferite materiale de promovare, sub formă de pliante și broșuri, sau le sunt

recomandate platformele de promovare online a județului Covasna, și anume aplicația turistică *Visit Covasna* sau pagina de web [www.visitcovasna.com](http://www.visitcovasna.com).

Misiunea centrului de informare turistică o constituie, pe lângă promovarea valorilor din județ, și atragerea unui număr mare de vizitatori, aceasta realizându-se prin distribuirea unei informații corecte, și actualizată, privind patrimoniul, valorile și ofertele turistice din regiune.

În perioada ianuarie – decembrie 2023, Centrul de Informare Turistică din Sfântu Gheorghe a avut în total **621** vizitatori, dintre care **167** erau din străinătate, iar **454** de pe teritoriul țării. Turiștii sosiți din străinătate, în mare parte au venit din Europa, dar au fost vizitatori și din Statele Unite ale Americii, Australia, Mexic, Peru sau Israel. Vizitatorii din Europa au venit din Ungaria, Germania, Marea Britanie, Austria, Belgia, Republica Moldova, Franța, Olanda, Spania, Ucraina, Bulgaria, Elveția, Slovacia și Serbia, aceștia comunicând în limba română, maghiară și engleză.

Cei mai mulți vizitatori s-au interesat de obiectivele și atracțiile turistice din oraș, și din județ, dar și alte tipuri de informații sau recomandări au fost cerute, și anume:

- materiale de promovare despre județ – pliante, broșuri, cataloage, hărți
- unități de cazare și de alimentație publică – cele mai căutate fiind restaurantele tradiționale
- evenimente, spectacole, programe și festivaluri organizate
- agenții de turism
- pachete turistice
- informații cerute prin telefon, în majoritatea cazurilor despre programul de funcționare ale obiectivelor turistice
- informații de transport
- suveniruri – cea mai căutată fiind cartea poștală
- informații privind activitățile de petrecere a timpului liber – centre de wellness & SPA, piscine, pârtii de schi, activități în aer liber, etc.

Și mulți operatori turistici locali au vizitat centrul, aceștia aducând materiale de promovare și afișe, care poate reprezenta o altă metodă prin care turistul poate fi atras în regiunea noastră. Elevii liceelor din industria turismului au făcut și ei o vizită locației, pe durata căreia au aflat date și informații privind activitatea unui centru de informare turistică.

Materialele de promovare oferite vizitatorilor sunt următoarele:

- Istorie. Trăită – în limba română (260 buc.), maghiară (495 buc.) și engleză (227 buc.).
- Sănătate. Din natură. - în limba română (225 buc.), maghiară (460 buc.) și engleză (172 buc.).

- Natură. Neîmblânzită. - în limba română (224 buc.), maghiară (315 buc.) și engleză (246 buc.).
- Harta orașului Sfântu Gheorghe.
- Cele 7 minuni ale județului Covasna - în limba română (78 buc.), maghiară (42 buc.) și engleză (57 buc.).
- Ținutul Conacelor - în limba română (6 buc.), maghiară (74 buc.), engleză (75 buc.) și germană (3 buc.).
- Catalog Covasna – Stațiunea mofetelor și a celor 1000 de izvoare de ape minerale – ediția 2019 și 2021, fiecare fiind în trei limbi - în română, maghiară și engleză. (555 buc.)
- Harta gastroturistică a orașului Sfântu Gheorghe
- Harta gastroturistică al Ținutul Secuiesc
- Harta turistică a județului Covasna (2120 buc.)
- Ținutul Pădurilor – Depresiunea Baraolt (253 buc.)
- Drumul apelor minerale (144 buc.)
- Calendar de evenimente (485 buc.)
- Broșuri și pliante primite de la muzee, galerii de artă, hoteluri, pensiuni și restaurant

### **23. Centrul de Informare Turistică Covasna**

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.

Centrul de Informare Turistică Covasna este deschis de luni până vineri, între orele 8.00-16.00 și oferă turiștilor pliante, broșuri, hărți etc. și informații privind obiectivele turistice din Covasna și împrejurimi.

În anul 2023, Centrul de Informare Turistică din Covasna a fost deschis din luna ianuarie până în luna iunie, iar până în august a fost închis din cauza unor lucrări de renovare.

Anul trecut, centrul a avut un număr de 993 de vizitatori, dintre care 22 erau turiști străini, iar 971 erau turiști români. Turiștii din străinătate au venit din Ungaria și Israel și au comunicat limba maghiară, engleză.

Centrul de Informare Turistică din Covasna a fost cel mai vizitat de către turiști în lunile august, septembrie și octombrie.

Vizitatorii au fost interesați de obiectivele turistice din Covasna și împrejurimi, de cataloagele, pliantele, hărțile oferite de centru, de evenimentele organizate în aer liber, de

restaurantele cu preparate tradiționale secuiești, de pârtiile de schi, de centrele wellness și SPA, de satul Comandău și de activitățile din zonă, de traseele turistice marcate.

Materialele de promovare oferite vizitatorilor sunt următoarele:

- Catalog Covasna – ediția 2019 și 2021, în trei limbi - în română, maghiară și engleză
- Istorie. Trăită – în limba română, maghiară și engleză
- Sănătate. Din natură. - în limba română, maghiară și engleză
- Natură. Neîmblânzită. - în limba română, maghiară și engleză
- Harta orașului Covasna
- Calendar de evenimente
- Cele 7 minuni ale județului Covasna - în limba română, maghiară și engleză
- Ținutul Conacelor - în limba română, maghiară, engleză și germană
- Harta gastroturistică al Ținutul Secuiesc
- Harta turistică a județului Covasna
- Ținutul Pădurilor – Depresiunea Baraolt
- Broșuri și pliante primite de la galerii de artă, hoteluri, pensiuni și restaurante

Cel mai mare succes au avut cataloagele Covasna, harta stațiunii Covasna și harta turistică a județului Covasna.

În anul 2023 Centrul de Informare Turistică Covasna a oferit pentru turiști, pentru unități de cazare și pentru diferite evenimente 2150 de cataloage și 1000 de hărți.

#### 24. Centrul de Informare Turistică Baraolt

Biroul funcționează ca parte a rețelei de puncte de lucru/centre de informare turistică în zonele cu interes turistic în județul Covasna. Biroul deservește zona din jurul orașului Baraolt, care este supranumit și "Ținutul Pădurilor" care este tot mai cunoscută și tot mai vizitată de către turiști.

Activități:

<b>Proiecte le care a participat biroul</b>	<b>Ca responsabil proiect:</b>  - Outdoor Magazine – numărul August-Septembrie / documentarea în teren a cost făcută dar din cauza unor probleme la firma care editează revista acest articol o să apară numai în cursul anului 2024,  -participare la festivalul „Vásárhelyi Forgatag” din Târgu Mureș,
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsletter Visit Covasna,</li> <li>- Organizarea de întâlniri de informare cu factorii de decizie locali și cu participanții în activitatea de turism în Baraolt, Bățanii Mari, Aita Mare, Belin și Brăduț.</li> <li>- Organizarea întâlnirii cu reprezentantul Asociației de Ecoturism din România pentru primele discuții cu privire la posibilitatea obținerii statului de destinație ecoturistică a "Ținutul Pădurilor".</li> <li>- Alcătuire de pachete turistice, folosind ofertele turistice din regiunea "Ținutul Pădurilor".</li> </ul> <p><b>Ca coorganizator :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- participare la festivalul "Tusványos", la X Balloon Fest , la O nouă sesiune de stare de bine cu Lucian Mîndruță., Conferință turistică regională, producție filme de imagine cu D.T.</li> </ul> <p><b>Ca participant:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participare la conferința <b>Grădina Carpaților: de la branding de țară la nevoia de sustenabilitate a destinațiilor</b>, eveniment organizat de AER împreună cu Federația Industriei Hoteliere din România.</li> <li>- Participare la conferința Tușnad Eco Bear Fest</li> <li>- Participare la cursul de perfecționare <b>Patrimoniul Cultural și Turismul</b>, organizat de către Institutul Național Pentru Cercetare și Formare Culturală.</li> </ul>
<p><b>Persoane care erau interesate de informații turistice</b></p>	<p><b>10</b></p>

## 25. Publicitate Outdoor

Închiriem panouri outdoor și edităm machete publicitare de mari dimensiuni lângă cele mai circulante drumuri naționale al județului la Chichiș, chiar la intrarea în județ, intersecția Reci, Brețcu, Micfalău. Traficul intens ne oferă posibilitatea de a atrage atenția asupra atuurilor turistice ale județului prin mesaje creative, ușor comprehensibile. Panourile outdoor în anul 2023 au conținut mesaje de promovare a resurselor naturale ale județului Covasna.

### B. Transfer de know-how și bune practici

#### 1. Conferința Regională de Turism Balvanyos

Pe agenda conferinței din acest an au figurat prelegeri și discuții care au vizat teme precum:

- filmul de promovare Visit Covasna, folosit ca instrument de marketing pentru a prezenta atuurile turistice, și stimularea traficului turistic în județul Covasna
- turismul în județele Covasna, Harghita și Mureș sub lupa cifrelor („Un profil sectorial în cifre - perspective, fapte, probleme, oportunități”, Deák Gyöngyvér, director executiv, Asociația pentru Dezvoltarea Turismului în județul Covasna; Szabó Károly, director executiv, Asociația de Dezvoltare Intercomunitară Harghita; Szántó Lóránt, director executiv, Asociația Visit Mureș Egyesület)
- trenduri în turism, importanța bazelor de date și a digitalizării în turism („O nouă eră de aur în turism, pe baze digitale”, Rasztoivits Dávid, director general, Digitális Turizmus ZRT., Budapesta)
- schimbările în obiceiurile de călătorie, tendințe noi și satisfacția clienților, oportunități și importanța digitalizării și a sustenabilității (discuție online cu Kovács Balázs, expert în turism internațional, și Flesch Tamás, președintele Asociației Hotelurilor și Restaurantelor din Ungaria; interlocutor: Rasztoivits Dávid)
- obiceiuri și sisteme de rezervare în trecut vs. în zilele noastre („Trenduri în turismul balnear din România”, Molnár Ákos, director general, Tușnad S.A.)
- digitalizarea, importanța colectării, și mai ales a utilizării datelor colectate în folosul dezvoltării sectorului de marketing turistic (Juhász Szabolcs, director de specialitate turism, Agenția Maghiară de Turism, Ungaria)

- *„Gastronomie, cultura vinului, cafea - conversație cu cei mai buni din domeniu.”*  
*Interlocutori: László Endre, președintele Clusterului de Management al Destinației Turistice din Ținutul Secuiesc, și Kozma Mónika, președintele și directorul executiv al Fundației Pro Economica*
- importanța gastronomiei în turism, devotamentul și profesionalismul oamenilor care lucrează în domeniul ospitalității („Despre gastronomie” – Mayer Gyula, președinte al MKIK Consiliului pentru competențe în sectorul turismului și al alimentației publice, formator, Centrul de formare profesională Kanta, Târgu Secuiesc)
- importanța pașilor pe „scara profesională”, a consecvenței, și a viziunilor, precum și fructificarea experiențelor dobândite în afara țării, în restaurante de renume, acasă („Steaua Michelin te obligă”, discuție cu Veres István, master chef cu stea Michelin din Târgu Secuiesc, care și-a început acasă cariera și tot aici s-a întors, și Lőrincz Szilárd, master chef al restaurantului One Soul din Brașov,
- experiențe profesionale și personale (discuție cu Péter Szabolcs de la Schwarz-Bistro din Odorheiu Secuiesc, și cu Szócs Előd, consultant gastronomic, fabrica de mezeluri din Șoimeni)
- BBQ și grill, concursuri culinare, drumul profesional, preparate culinare și îndrăznețe („BBQ și Grill”, discuție cu Falvai János, maestru de BBQ, bucătar șef la B The Hotel, Sfântu Gheorghe, și cu András Zsigmond, maestru bucătar la K & K Bistro, Gheorgheni)
- Workshop și pauză de cafea (discuții cu Zsigmond István, coproprietar al 112 Coffee & Co din Târgu Mureș, și Vinczellér Árpád, fondatorul Comunității Vekker Kávéközösség din Odorheiu Secuiesc)
- „Discurs despre Kotyogó și Petry” (discuție cu Balázs Hunor, master chef al restaurantului Kotyogó din Lupeni, și cu Csapó Sándor, bucătar-șef la Petry Bistro Grill and Wine, Târgu Mureș)
- „randamentul” pandemiei COVID-19, dificultăți și provocări, satisfacții profesionale (discuție cu Horváth Orsolya, cofetar artizanal la Orka, Sfântu Gheorghe, și Madaras Gizella Aliz, maestru cofetar la D’Alice Cake Studio, Gheorgheni)
- importanța fotografiilor gastronomice și al marketingului în gastronomie, prezentarea expoziției de gastrofotografie a lui Olasz László („Fotografia gastronomică și marketingul”, discuție cu Simon Gabriella, expert în marketing al Grupului Bertis, cu Máté Adél, expert în marketing al Grupului Petry, și cu Olasz László, fotograf gastronomic și de produse)



- valorificarea resurselor naturale terapeutice (mofete, ape minerale, aer), importanța acestora pe piața internațională balneară (Mezősi Csilla, secretarul general al European Spas Association ESPA- online)
- misiunea și rolul formării profesionale („Oportunități de formare”, Mayer Gyula, președinte al MKIK Consiliului pentru competențe în sectorul turismului și al alimentației publice, și formator la Centrul de formare profesională Kanta din Târgu Secuiesc, )
- *Programul de mentorat Spa&Balneo România, și Programul de schimburi de experiență între terapeuți, ambele organizate gratuit pentru membrii DespreSpa („Bune practici: două programe pentru piața spa”, Ioana Marian, fondator și CEO desprespa.ro)*
- Programul „Promovarea modernă a mofetelor din Ținutul Secuiesc, ca și nișă pe piața turistică” al Centrului de Cultură al Județului Covasna, distins de către European Spas Association (ESPA) cu premiul pentru inovație în educația balneară („Promovarea modernă a mofetelor din Ținutul Secuiesc”, Szóts Papp Zsuzsa, coordonatorul proiectului, responsabil al Colecției de Valori Covășnene, Centrul de Cultură al Județului Covasna, Dr. Incze Réka, coordonatorul profesional al proiectului)
- necesitatea dezvoltării și modernizării a municipiului Covasna, stațiune balneară de interes național, prezentarea proiectului noului centru de wellness („Dezvoltarea centrului de băi în stațiunea Covasna. Centrul Balneoclimateric Multifuncțional, un instrument necesar pentru schimbarea abordării practicilor turistice locale.”, Gyerő József, primar)
- Proiecte de dezvoltare hotelieră (interlocutor: Rasztoivits Dávid, directorul general al Digitális Turizmus Zrt, Budapesta)
  - proiecte de dezvoltare hotelieră (Kozma Mónika, președintele și directorul general al Fundației Pro Economica)
  - exemple bune pentru sustenabilitate în turism (Juhász Szabolcs, directorul Agenției Maghiare de Turism, Ungaria)
  - Balvanyos Resort (Szarvadi-Téglás Zsuzsanna, Szarvadi Lóránd, proprietari Balvanyos Resort)
- „Oportunități de finanțare cu ajutorul ADI Harghita” (Eurocluster Rural Tourism; Towards SUSTainability and resilient scenarios for tourism SMEs in RUrals & Remote Areas - SUSRUR; Sustainability as a Recovery Tool for Small Tourism Businesses: Environmental & Social Responsibility in Tourism- SU.RE. To Tourism; The European Network for the Promotion of Culinary and Proximity

Tourism in Rural Areas, Szabó Károly, directorul executiv al Asociației de Dezvoltare Intercomunitară Harghita)

- simbioza dintre ghidul de turism-unitatea de cazare-turistul, creșterea atractivității destinației turistice și a numărului de înnoptări prin utilizarea unui sistem de rezervare online pentru excursii („Sistem regional de rezervare și plată online pentru excursii și experiențe: win-win pentru hoteluri și operatori locali”
- contribuirea călătoriilor pentru menținerea și îmbunătățirea stării de sănătate; exemple bune din Ungaria pentru turismul medical, de sănătate și de wellness („Factori de competitivitate și experiențe de dezvoltare a turismului de sănătate din Ungaria”, online)
- *Vizită la Baia Fetelor Apor, baie tradițională secuiască aflată în vecinătatea hotelului-gazdă al Conferinței Regionale de Turism: Balvanyos Resort - Grand Hotel Balvanyos; ghid profesional: Dr. Incze Réka*

Pentru a promova cea de-a II-a ediție a Conferinței regionale de Turism, am apelat la:

- creare de eveniment pe Facebook (pentru a putea invita profesioniști din domeniu)
- creare de pagină de facebook al conferinței „Regionális Turisztikai Konferencia • Conferință Regională de Turism”, creat în anul 2023 (având în data de 17.11.2023 84 likes, 121 followeri, pentru a crește vizibilitatea conferinței, a prezenta persoanele care au susținut prelegeri, prezentarea unui sumar succint al prelegerilor, discuțiilor CRT cu fotografii în timp real și continuu), și a prezenta partenerii evenimentului
- pagina de web: [www.konferencia.ro](http://www.konferencia.ro)
- conferință de presă online și comunicate de presă

Conferința Regională de Turism a stârnit interesul următoarelor categorii participanți:

-sfera antreprenorială din HoReCa (reprezentanți ai unităților de cazare, restaurante, cafenele, cofetării)

-organizație turistică sau altă organizație profesională (instituție subordonată, asociație)

-instituție de învățământ (școală profesioanlă, universitate)

Nr. participanți	216
Nr. speakeri	35 +2 (somelieri)
Nr. prelegeri și discuții	37

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

Asociația consideră că informarea rapidă, corectă și cuprinzătoare a reprezentanților actorilor din industrie din mediul privat extrem de importantă. Facilitățile fiscale oferite de către stat, schemele de ajutor și finanțări oferite de autorități industriilor, 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.

Rezultat:

Total contacte	244
Număr informări pe an	20
Rata medie de deschidere	42,75 %

### C. Alte evenimente , realizare atracții turistice, organizare evenimente cu implicații directe în creșterea numărului de înnoptări în județ

Am creat un **calendar de evenimente pentru județul Covasna, cu apariție lunară**, pentru a promova pe o scară și mai largă evenimentele din județ. Acesta conține festivaluri, expoziții, evenimente sportive, gastronomice și culturale, adică tot ceea ce atrage un număr cât mai mare de vizitatori în zona noastră sau oferă posibilitatea de a petrece timpul liber util. Calendarul de evenimente s-a realizat pentru prima dată în luna august 2023, și a fost trimis operatorilor turistici din județ prin newsletter-ul Asociației pentru Dezvoltarea Turismului în Județul Covasna, venind în ajutorul lor cu informații folositoare. Acesta a fost publicat și pe pagina de Facebook Visit Covasna, dar evenimentele care fac parte din acest calendar, se regăsesc detaliat și pe site-ul [www.visitcovasna.com](http://www.visitcovasna.com), la categoria *Calendar de evenimente*.

Prin proiectul **Visit Covasna-Google Street View** s-a avut în vedere crearea, respectiv actualizarea imaginilor străzilor pe platforma Google Maps al județului Covasna, încadrând 130 de localități. Pe durata proiectului au fost parcurși 1811 km, ceea ce înseamnă că și cei care folosesc acest instrument au o bază de date la zi, ajutându-le la orientare, dar mai ales la alegerea unei destinații din județ. **În zilele noastre 90% dintre**

călători folosesc Google Maps și serviciile aferente acestuia; aceasta reiese și din cele 3,5 milioane de vizualizări la care a ajuns județul Covasna.

Pentru a promova județul Covasna pe platformele social media, sau la târguri de turism prin materiale vizuale atractive, am optat pentru realizarea unor **filme de promovare tematice prin care sunt prezentate meșteșuguri tradiționale, gastronomia, turismul religios specific zonei**, Zilele orașului Sfântu Gheorghe, sau posibilitățile de petrecere a timpului liber pe timp de iarnă.

A fost luată legătura cu Asociația de Ecoturism din România, cu sediul în Brașov, în vederea demarării proiectului *"Depresiunea Baraolt destinație ecoturistică"*. S-au cerut informații în legătură cu posibilitățile și modul prin care Depresiunea Baraolt ar putea obține statutul de destinație ecoturistică. Pentru a continua acest demers, colegii Asociației au participat la conferința AER intitulată „Grădina Carpaților: de la branding de țară la nevoia de sustenabilitate a destinațiilor” și la conferința Tușnad Eco Bear Fest, unde au avut întâlniri cu reprezentanții unor destinații ecoturistice.

Am fost partenerii Centrului de Cultură al Județului Covasna într-un proiect care a vizat promovarea modernă a mofetelor din Ținutul Secuiesc, proiect premiat de European Spas Association (ESPA) cu premiul Innovative Spa Education. O parte a acestui proiect este utilă și pentru turiști; ea se prezintă sub forma unor panouri informative (10 panouri în județul Covasna) cu același design și conținut, și cu coduri QR, care indică mofetele utilizate în scopuri balneologice și/sau de turism prioritar. Codurile QR duc la pagina de web Visit Covasna, unde cei interesați pot afla mai multe informații despre mofeta respectivă.

Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR) al României din care face parte și județul Covasna (custodele proiectului din județ), stabilește prioritățile investiționale și reformele necesare pentru redresare și creșterea sustenabilă. În cadrul celor 12 rute turistice/culturale tematice al acestui proiect de mare anvergură se află și „Traseul gastronomiei tradiționale românești”, iar printre proiectele câștigate se află și proiectul depus de Consiliul Județean Covasna – „**Taste Covasna**”. Am contribuit la realizarea proiectului prin propunerea de locații pentru marcarea și semnalizarea rutei/obiectivelor incluse, adică: localități aferente obiectivului înscris în programul România atractivă cu numele proiectului „Taste Covasna”, producători aferente zonei care definește produsul, lista de meșteri populari; la fel, am propus locații pentru a realiza o bază de date cu fotografii, și pentru un filmuleț de promovare. Jocul de cuvinte „Visit Covasna” - „Taste Covasna” se completează și sperăm că va atrage și mai mulți turiști.

Asociația a fost partener în proiectul **BalneoMap**, care este o inițiativă a Clusterului Regional Balneoturistic Transylvania, aceasta reprezentând o bază de date, sub forma unei hărți digitale interactive. Ea prezintă resursele terapeutice din România, județul Covasna figurând cu numeroase ape minerale și mofete, băi tradiționale secuiești, etc.

**Întâlnirile constante între asociație și agenții economici din turism, ajută la crearea unei legături între aceștia.** Stând față în față, este mai ușor rezolvarea anumitor provocări din domeniul turismului, la fel și inițierea unor proiecte.

În cursul anului am organizat întâlniri de lucru cu reprezentanții autorităților locale, a antreprenorilor din industria ospitalității, cu reprezentanții cultelor religioase care au în proprietate obiective culturale turistice și cu acele persoane care contribuie, prin diferite activități, la diversificarea ofertelor turistice din regiunea respectivă. În prima fază aceste întâlniri au fost organizate în localitățile din Depresiunea Baraolt (Ținutul Pădurilor): Baraolt, Bățanii Mari, Aita Mare, Belin și Brăduț. O întâlnire cu caracter similar a fost organizat și la Körtövés Guest Village din Vârghiș cu ocazia lucrărilor Clusterului de Management al Destinației Turistice a Ținutului Secuiesc. Cu ocazia acestor întâlniri cei prezenți au putut afla detalii despre activitatea APDT Covasna, au putut primi informații utile pentru activitățile lor iar dâșii au putut prezenta ideile lor privind dezvoltarea ofertei turistice din zonele respective.

Clusterul de Management al Destinației Turistice a Ținutului Secuiesc, o organizație din care face parte și APDTCovasna, organizează periodic întâlniri cu agenții economici din domeniul turismului. Aici sunt abordate diferite teme, probleme, oportunități, bune practici.

**Pentru dezvoltarea profesională a angajaților Asociației, aceștia au participat la următoarele cursuri:**

- „Cum să producem conținut în mod eficient” - exemple de teme abordate: caracteristici cheie ale algoritmului din spatele platformelor de la Facebook, Instagram, și TikTok; tendințe în social media, rolul inteligenței artificiale în operațiunile de pe platforme și în producția de conținut; etc.
- „Social media marketing pentru antreprenori” - exemple de teme abordate: canalele și uneltele care se potrivesc cel mai bine obiectivelor de marketing; planificarea prealabilă și apoi producerea de conținut în mod rentabil; copywriting convingător; găsirea sau crearea de imagini adecvate cu minim de cunoștințe de design grafic și editarea acestora; realizarea de videoclipuri interesante - de la brainstorming la editare; principalele caracteristici ale unui conținut convingător (indiferent dacă este vorba

despre un articol de blog, o postare pe Instagram sau un videoclip TikTok); etc.

- Cursul de perfecționare „Patrimoniul Cultural și Turismul”, organizat de către Institutul Național Pentru Cercetare și Formare Culturală, prin care s-au dobândit următoarele competențe: înțelegerea specificului relației dintre patrimoniul cultural și turism; înțelegerea conceptelor și proceselor de bază din sfera protejării patrimoniului cultural și a turismului cultural; evaluarea potențialului patrimoniului cultural pentru dezvoltare locală și turism și însușirea de noi tehnici de planificare a resurselor în scopul dezvoltării de produse turistice competitive.

#### **D. Administrare facilități turistice**

##### **Centru Băi Hătuica**

În anul 2023, la Camere de închiriat Hătuica, au fost rezervate 37 de rezervări de camere prin site-ul Booking. Cele 54 de camere au fost rezervate de către 113 persoane, rezultând 164 nopți de oaspeți. Alte 53 de rezervări au fost efectuate la recepție și prin telefon, generând încă 250 de nopți de oaspeți. Preturile produselor și a pachetelor de oferte au crescut în conformitate cu inflația, începând cu 1 septembrie 2023.

Vor fi necesare creșteri suplimentare de la 1 aprilie 2024 pentru durabilitate și pentru creșterea salariilor angajaților.

Pe data 1 octombrie 2023 a avut loc o supratensiune care a provocat un incendiu în clădire, iar pereții s-au negrit de fum și mașinile electrice s-au stricat. Reabilitarea centrului a costat 61.280,81 de lei.

În cursul reabilitării, activitatea de comercializare în clădire a fost suspendată, ceea ce a rezultat o scădere în vânzări, cu 9,024% față de anul trecut, cum este afișată și în tabel.

Încasări 2022/ 2023	-9,024%
Consultație	268 buc
Pachete vândute	173 buc

Băi calde apă minerală	352 buc
Saună/fitness	20 buc
Masaje terapeutice	29 buc
Electroterapie	151 buc
Mofetă	242 buc
Kinetoterapie	31 buc

## V. Nerealizări și eșecuri

Anul trecut am avut anumite proiecte sau activități care au fost considerate importante și care a fost incluse în planul de activitate și bugetul pentru anul 2023, dar care, din varii motive ( nu s-au îndeplinit ori s-au realizat într-un mod sau într-o proporție care nu s-a ridicat la așteptările și planurile inițiale. Majorarea prețurilor și cheltuielilor au fost printre principalele motive.)

- **Campanii Google adwords, search, display și remarketing pe visitcovasna.com**

Am dorit să derulăm campanii de publicitate tip adwords și search, display și în consecință și remarketing pe cel mai mare motor de căutare. Pentru a putea realiza într-un mod eficient astfel de campanii, platforma visitcovasna.com, ca și landing page al acestor campanii a trebuit să fie restructurată ca și construcție a paginii, dar în același timp regândită ca și conținut al textelor, imagine și video pe axa produselor turistice identificate ca produse semnătură ale destinației. Pe de altă parte acest lucru necesită o colaborare cu un partener Google pe servicii de management de campanii, dar mai ales un buget considerabil pentru a purta campanii focusate pe produse bine conturate și grupuri țintă bine definite cu scopul de a produce impact și vizibilitate online, iar la finalul acestui proces conversii exprimate în număr de rezervări. Pentru a putea iniția un astfel de proiect trebuie asigurat un buget constant și calculabil.










- **Campanii promovare visitcovasna pe platforma Facebook: remarketing&consideration + servicii management partener Facebook**

Avem de a face cu același timp de problemă ca și în cazul campaniilor Google. Facebook este un mijloc și mai eficient în a ținti grupul țintă, însă și acest tool necesită o abordare






consecventă și constantă, altfel impactul și conversiile preconizate nu vor fi cele scontate. Fără o garanție că aceste campanii pot fi susținute financiar în mod regulat, am considerat ca inoportună lansarea acestui mijloc de promovare a conținutului de profil Visit Covasna. Astfel singura modalitate care ne-a rămas pentru creșterea vizibilității platformei este creșterea organică printr-un conținut captivant, care însă are limitele ei evidente.

## VI. Echipă

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

		
Deák Gyöngyvér 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
		



<p>Szóke Zsolt</p> <p>consilier economist în comerț și marketing</p>	<p>Szederjesi Szidónia</p> <p>designer grafică</p>	<p>Ráduly Zsolt</p> <p>organizator activitate în turism</p>
		
<p>Baricz Kinga</p> <p>organizator activitate în turism</p>	<p>Balogh Boglárka</p> <p>consilier juridic</p>	<p>Veress Izabella</p> <p>asistent medical - Hătuica</p>
		
<p>Pap Zsuzsa</p> <p>femeie de serviciu - Hătuica</p>	<p>Szigethi Pál</p> <p>lăcătuș mecanic întreținere – Hătuica</p>	

Sfântu Gheorghe, 20 / 03 / 2024

