

796.5

B78

Florina Bran Dinu Marin
Tamara Simon

TURISMUL

RURAL

MODELUL EUROPEAN

EDITURA ECONOMICĂ



III 2274

Redactor: **Mihai Milca**
Coperta: **Adriana Popescu**

TURISMUL RURAL
MODELUL EUROPEAN

MOTTO: "A EUROPEAN DIN PĂTRU
DE PĂTRUCE VĂCĂȚIA LA TURU"

Procesare
și tehnoredactare: **ing. Florin Paul Bran**
Revizie text: **Daniela Marinescu**

FLORINA BRAN

DINU MARIN

TAMARA ȘIMON

TURISMUL RURAL

MODELUL EUROPEAN



EDITURA ECONOMICĂ

ISBN: 973-9198-77-5

© Copyright Editura Economică, 1997



EDITURA ECONOMICĂ

78101, BUCUREȘTI, sector 1,
Calea Griviței nr. 21, etaj VII - VIII,
Tel/Fax: 312.97.17, 312.22.48, 650.73.45,
650.78.20, 659.48.34.
Comenzi la tel/fax: 650.79.20.

TURISMUL RURAL

5

CUPRINS

CUPRINS

5

INTRODUCERE ÎN TURISMUL RURAL

7

- 1. Noțiuni generale 7
- 2. Turismul rural și EUROGITES 12

CAPITOLUL I

ANALIZA COMPARATIVĂ A OFERTEI DIN MEDIUL RURAL 27

- 1.1 Cazarea la locuitorii din mediul rural; Analiza comparativă între țările UE 27
- 1.2. Hotelărie rurală 44
- 1.3. Campingul în mediu rural 54
- 1.4. Satele de vacanță familiale 57

CAPITOLUL II

RECREEREA ÎN MEDIUL RURAL ȘI TURISMUL DURABIL 71

- 2.1. Conceptul de recreere în mediul rural 71
- 2.2. Dezvoltarea durabilă a turismului rural 74

CAPITOLUL III

STRATEGII DE MARKETING ÎN TURISMUL RURAL 85

- 3.1. Promovarea turismului rural 85
- 3.2. Comercializarea produsului turistic rural 85
- 3.3. Cooperarea europeană în domeniul turismului rural 89
- 3.4. Programe de cooperare europeană în turismul rural 90

CAPITOLUL IV

PERSPECTIVE DE DEZVOLTARE 103

- 4.1. Considerații generale 103
- 4.2. Propuneri comunitare 104

CAPITOLUL V DISTRIBUȚIE ȘI PROMOVARE

107

- 5.1. Generalități 107
 5.2. Rețea de promovare. Distribuție organizată 107
 5.3. Vânzare directă: rețele particulare 114
 5.4. Sistemele de ajutor social pentru vacanțieri Cheques - vacances 115
 5.5. Rețele teritoriale de turism 116

CONCLUZII PENTRU ROMÂNIA

119

1. Un început promițător 119
 2. Turismul rural - un mod de viață 126
 3. Sprijin și resurse interne 128
 4. Turismul rural și dezvoltarea social-economică a satului românesc 129
 5. Turismul rural în Strategia dezvoltării turismului românesc pe termen mediu 134

ANEXE

139

BIBLIOGRAFIE

173

INTRODUCERE ÎN TURISMUL RURAL

1. NOȚIUNI GENERALE

În țările Uniunii Europene (UE), turismul rural nu este, la drept vorbind, un fenomen nou. De-a lungul timpului - acest timp numărându-se în decenii pentru majoritatea țărilor UE -, cazarea turiștilor la sate s-a practicat de-o manieră mai mult sau mai puțin spontană ori organizată.

În schimb, ceea ce este nou reprezintă dimensiunea la care s-a ajuns prin expansiunea fenomenului turistic în spațiul rural. Această expansiune se explică pe de o parte prin relansarea dezvoltării regiunilor rurale și pe de altă parte prin diversificarea formelor de practicare a turismului de masă. De aceea, regiunile rurale ale Europei înscriu turismul, rând pe rând, în cadrul politicilor de dezvoltare locală pe viitor.

Turismul rural se bazează pe trei coordonate: **spațiu, oameni, produse**, deoarece:

- **spațiul** fără existența oamenilor nu poate fi suport al conviețuirii, un spațiu fără produse nu poate răspunde tuturor nevoilor consumatorilor de turism;
- **oamenii** în lipsa spațiului sau a produselor dispun numai de o capacitate de primire redusă;
- **produsele** care nu au ca bază spațiul și oamenii nu au decât o existență efemeră și nu pot asigura dezvoltarea durabilă pe plan local.

Însă, în funcție de regiune sau țară, aceste cuvinte "spațiu, oameni, produse" descriu realități foarte diferite.

Spațiul rural s-a format prin juxtapunerea mai multor entități, care au, fiecare în parte, trecut, prezent și viitor proprii, iar exploatarea lor în interes turistic nu se face deci pe un teren, uniform pe aceeași bază geografică, socială, economică sau culturală.

Variabilele geografice, atracțiile turistice diverse, datele economice variate, resursele umane diferite din punct de vedere calitativ și cantitativ fac