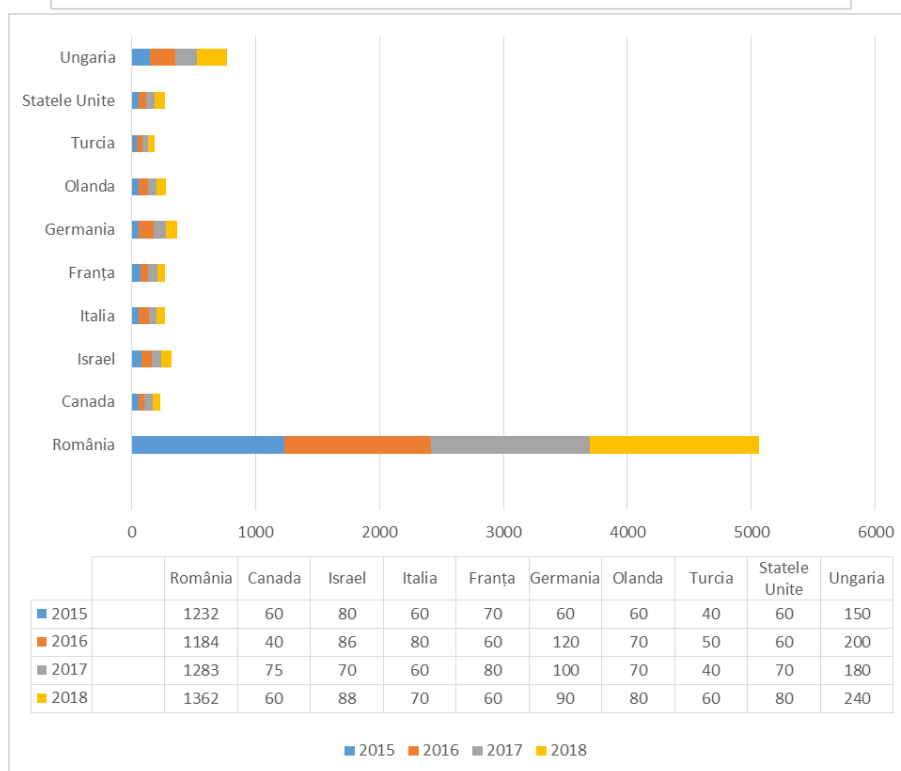
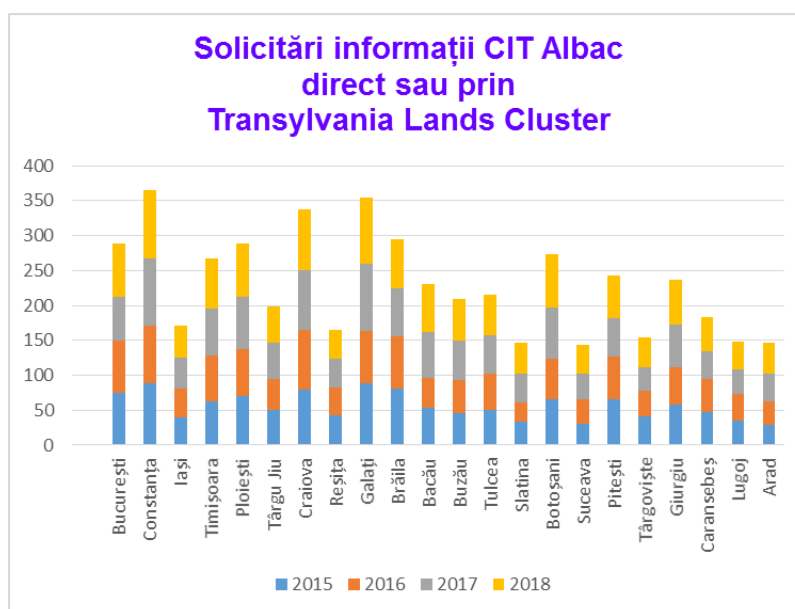




În urma cercetării Cărții de oaspeți a Centrului Turistic Albac, a rapoartelor de activitate lunare și a chestionarelor completate de către turiști în cadrul Transylvania Lands Cluster, în primii 4 ani de funcționare

s-a observat o medie anuală de peste 1.200 turiști care au solicitat informații.



Privind diagramele de mai sus, se poate afirma faptul că, în decursul celor 4 ani, Centrul Turistic Albac a contribuit în sens pozitiv la turismul din zonă, informând circa 5.000 de turiști, din România și județul Alba, dar și circa 3.000 din țări precum Canada, Israel, Italia, Franța, Germania, Olanda, Turcia, Statele Unite și Ungaria. Important este de precizat faptul că aceștia, pe lângă vizita la centru, au mers la cel puțin un alt obiectiv turistic din zona promovată, conducând astfel la creșterea notorietății acestora. Conform Proceselor verbale, primite la sfârșitul anului 2018, de la Ghețarul Scărișoara, Peștera Poarta lui Ionele, Muzeul Memorial Avram Iancu și Galeriile Romane, se poate observa faptul că numărul de vizitatori a crescut considerabil față de anul 2014, înainte de începerea activității Centrului Turistic Albac.

Analiza SWOT a activității și a potențialului turistic al CIT Albac

Analiză internă

Puncte tari:

- ❖ Statutul CIT Albac de partener al OMD Transylvania Lands Cluster, contribuie datorită membrilor și colaborărilor din cluster la creșterea numărului de turiști și vizitatori în zona promovată;
- ❖ Prezența unei oferte variate de servicii în cadrul CIT Albac – informare privind obiectivele turistice, evenimentele culturale, legende, workshop de orientare în carieră pentru turism, workshop de fotografie de călătorie, prezentarea portului popular etc;
- ❖ Dispunerea de forme variate de prezentare și informare despre zona CIT Albac: materiale digitale, filme documentare, imagini, pliante, ghiduri audio, coduri QR, etc;
- ❖ Posibilitatea prezentării informațiilor în 3 limbi: română, engleză, franceză;
- ❖ Dispunerea de un stoc minim de materiale tipărite (pliante, afișe, cărți de vizită, hărți), precum și posibilitatea de a le oferi gratuit turiștilor;
- ❖ Beneficierea de câteva pagini web ale primăriilor și OMD Transylvania Lands Cluster, întreținute profesionist;
- ❖ Deținerea mai multor canale de informare și contact: e-mail, pagini de Facebook, conturi pe diferite site-uri de turism, standuri de pliante în instituții publice etc;
- ❖ CIT Albac are posibilitatea de a cumpăra spații publicitare în toate publicațiile de promovare ale OMD Transylvania Lands și altor organizații din parteneriate;
- ❖ Colaborare strânsă între reprezentanții de centre turistice din județul Alba și din țară;
- ❖ Participarea permanentă la Târgul Național de Turism de la Romexpo, București;
- ❖ Feedback pozitiv din partea foștilor turiști, dar și a potențialilor turiști (carte de oaspeți, chestionare, proiectul „Centrul Turistic Albac face înconjurul lumii”);
- ❖ Dispunerea de grafice și evidențe de turiști, precum și rapoarte privind preferințele și feedback-ul turiștilor actualizate permanent;
- ❖ Program de funcționare al centrului flexibil, favorabil atât pentru turiști, cât și pentru personal;
- ❖ Personal calificat, în continuă dezvoltare și perfecționare, susținut de parteneriatul cu OMD Transylvania Lands Cluster prin organizarea unor cursuri de calificare/perfecționare periodice și cercuri de calitate.

Puncte slabe:

- Sezonabilitatea – concentrarea vizitelor turiștilor în anumite perioade ale anului (în lunile de vară și săptămâna „Școala altfel”, sărbătorile tradiționale de primăvară și iarnă);
- Fonduri limitate pentru pliante și alte mijloace fixe de promovare;
- Deținerea unui număr limitat de fotografii profesionale cu atracțiile zonei;
- Promovare limitată în media centrală (ziare, reviste, televiziune);
- Lipsa susținerii financiare a CIT Albac în comun, de către primăriile din zona omogenă.

Analiză externă

Oportunități:

- ❖ Zona omogenă reprezentată de CIT Albac cuprinde numeroase obiective turistice, unele chiar de interes național (proapse pentru înregistrarea în patrimoniul turistic național), având o istorie bogată;
- ❖ Localizare geografică favorabilă turismului – zonă de tranzit către Parcul Natural Apuseni – destinație EDEN 2009;
- ❖ Relief variat și climă temperată blândă– favorabile desfășurării a numeroase activități sportive/atracție turistică: parapanta, ciclism, enduro, off-road, drumeții etc.
- ❖ Dotările și amenajările zonei sunt un factor pozitiv în atragerea turiștilor (muzee etnofolclorice, săli de festivități, 2 săli de sport multifuncționale, 3 terenuri de fotbal, tiroliană, stație echipamente rafting, parcuri de joacă pentru copii, domeniul schiabil Ursoaia, vânătoare și pescuit sportiv etc.);
- ❖ Existența în zona omogenă a unor structuri de cazare turistică cu capacitate de cazare mai mare de 50 persoane (Poiana verde, Steaua Arieșului, Perla Arieșului etc);
- ❖ Creșterea numărului de evenimente turistice locale sau naționale, precum și a interesului cetățenilor pentru valorificarea și conservarea patrimoniului local (târguri de turism precum TNTR Albac și Ziua Lemnarului în Horea, expoziții tematice, ateliere de creație etc);
- ❖ Implementarea unor programe speciale în școli care pun accent pe organizarea de excursii, educație altfel – non formală, schimb de experiență (Săptămâna Școala Altfel, programul Exchange etc), precum și creșterea interesului cadrelor didactice, dar și a elevilor pentru specificul național, cultură, tradiție;
- ❖ Creșterea interesului turiștilor străini pentru oferta turistică a României bazată pe specific, tradiție;
- ❖ Turismul în zonă permite îmbinarea mai multor tipuri de activități (sănătate, relaxare, sport, cultură, artă, gastronomie, muzică, dans, port popular, arhitectură, istorie, religie, geografie etc).
- ❖ Tichetele de vacanță pentru compărea de servicii turistice în România.

Amenințări:

- Existența unui procentaj mare al populației autohtone care frecventează doar un anumit tip de turism (litoral, montan, de aventură) în detrimentul turismului rural;
- Existența unei categorii de populație cu un nivel redus de educație, care nu face obiectul turismului, sau care chiar reprezintă o amenințare pentru desfășurarea optimă a activităților turistice (cerșetori, influențatori negativi de opinie, oameni dezinteresați de importanța specificului țării, de bunăstarea obiectivelor turistice – uneori aceștia degradând intenționat situri, parcuri, panouri informative etc);

- Finanțări locale / naționale destul de limitate pentru domeniul turismului;
- Tendința de modernizare a comunelor – dispariția specificului local din zonă, a caselor tradiționale, a portului popular etc.

Programele și activitățile desfășurate pentru îndeplinirea misiunii specifice CIT Albac implementează strategia **GAL Arieșul Mare** cu sediul în Albac și strategiile OMD Transylvania Lands & ale primăriilor din zona omogenă.

Bugetul de operaționalizare al CIT Albac, va fi suplimentat în viitor cu venituri din servicii comerciale sau din vânzare materiale informative de mare calitate, produse tradiționale din zona omogenă, servicii de ghidaj și servicii intermediere rent-a-car.

Calendarul principalelor evenimentelor culturale anuale 2019:

- Târnosirea altarului Bisericii lui Horea – mai stațiunea turistică Albac;
- Târgul de Fete de pe Muntele Găina – iulie Muntele Găina;
- Cultură pentru cultură – iulie comuna Avram Iancu;
- Festivalul Național de Folclor „Sus, sus, sus, la moți, la munte” – iulie oraș Câmpeni;
- Târgul Național de Turism Rural – august comuna Albac;
- Ziua Lemnarului – august comuna Horea.

CONCLUZII

Valorificarea potențialului turistic nu se poate face eficient decât cu ajutorul diferitelor metode de promovare turistică. În acest sens, o bună colaborare între unitățile de cazare, alimentație publică și agrement, administrarea obiectivelor turistice, autoritățile locale și Centrul de Informare Turistică Albac, poate conduce la rezultate impresionante în turismul practicat în această zonă omogenă. Analiza SWOT arată că, prin faptul că am identificat considerabil mai multe puncte tari și oportunități decât puncte slabe și amenințări, ipoteza de la care a plecat acest studiu este confirmată. În acest fel, se poate afirma că activitatea și contribuțiile Centrului Turistic Albac sunt benefice turismului local, iar rezultatele, chiar dacă sunt imediate, pot avea efect și pe termen mediu și lung.