

Ministrul pentru IMM-uri, Mediu de Afaceri și Turism, Maria Grapini, spune că nu vrea ca firmele din turism să participe la târgurile internaționale de profil doar pentru că standul este gratuit, adăugând: "Dacă ne ducem și primim bătaie, cum am primit la Paris, este o contrareclamă".

La întâlnirea de vineri cu reprezentanții Asociației Naționale a Stațiunilor Turistice și ai Organizației Patronale a Turismului Balnear din România de la Băile Tușnad, Maria Grapini a spus că, după criticile apărute în presă cu privire la modul în care s-a prezentat România la "International French Travel Market" de la Paris, a decis să vadă dinainte designul standului României de la târgurile internaționale de turism, spunând că nu vrea ca agențiile și firmele din domeniu să participe la târguri doar pentru că standul este gratuit.

"Noi avem niște târguri pe care le plătim ca stand. Aici trebuie să vă spun un lucru foarte franc. Dacă ne ducem și primim bătaie, cum am primit la Paris, este o contrareclamă și nu este o îmbunătățire a imaginii. Eu nu mai vreau să spună agenții sau firme din domeniul turismului: «ne ducem cu orice preț la un târg internațional doar pentru că e gratuit standul». O să vreau - și spun fără să mă consult cu Răzvan (Răzvan Filipescu, președintele Autorității Naționale pentru Turism - n.r.) - ca orice târg extern care se formează, dacă este sub pavilionul României și este stand național, dinainte să văd designul, cum arată aranjamentul în stand. Pentru că ministerul este bătut și România este bătută acum, cu tot scandalul ăsta, dar amenajarea standului și-o face fiecare firmă, fiecare expozant. Noi o să băgăm în procedură să avem ansamblul târgului dinainte", a afirmat Maria Grapini.

Potrivit acesteia, România trebuie să folosească încă doi ani actualul brand turistic, timp în care așteaptă studiul de impact referitor la rezultatele promovării țării sub acest brand.

"Deocamdată, nu avem un feed-back extraordinar pe acest brand de turism", a spus Grapini, adăugând că așteaptă implicarea asociațiilor, dar și a specialiștilor în promovarea produselor turistice.

"Am purtat o discuție cu cel mai bun în știința brandului, Aneta Bogdan, și foarte inteligent mi-a spus: «dacă faceți, într-adevăr, o grafică pentru balnear și va fi foarte penetrantă, va duce mult mai mult turistul spre produsul turistic decât ceva făcut la general, care nu sugerează tot ce avem noi ca potențial». Și atunci, aștept implicarea și în cadrul parteneriatului, să facem - asociațiile profesionale, împreună cu acei specialiști - această marcă a brandurilor", a conchis Grapini.

România a participat, alături de alte zeci de țări, la "International French Travel Market", unul dintre cele mai importante evenimente de profil de pe continent, care s-a încheiat vineri, la Paris.

Potrivit Business Magazin, umbrite de sloganul "Explorez les jardins des Carpates", mai puțin de zece persoane i-au așteptat pe turiști la standul României, care a oferit câteva pliante și hărți despre țara noastră. Cinci afișe lipite pe pereți au promovat principalele destinații turistice ale țării. Prin comparație, standurile vecine ale Greciei, Turciei și Ciprului au impresionat prin măreția și designul menit să atragă vizitatorii, România neinvestind mai mult de câteva sute de euro în standul de la Paris și având unul dintre cele mai neatractive locuri de la "International French Travel Market".