

Turiștii America de Nord și de Sud, Asia și Africa au fost mai mulți cu 30% anul trecut în România, dar europenii ocupă 92% din total, Bucureștiul și marile orașe fiind principalele atracții, în timp ce litoralul strânge doar 1,6% dintre turiștii străini, iar în Delta ajung doar 0,7%.

Anul trecut, s-au cazat în România 8,4 milioane de turiști, cu 6,6% mai mult decât în anul precedent. Numărul turiștilor străini a crescut cu 11,5%, până la 1,9 milioane, iar cel al românilor cu 5,3%, la 6,5 milioane.

"Creșterile pe piața externă se explică prin campaniile de promovare făcute de România pe piețele internaționale. A fost și campania internațională pe televiziunea Travel Channel, în care a apărut prințul Charles, și care a contribuit decisiv la creșterea numărului de turiști străini în România, chiar și pentru America de Sud sau Africa. Nu doar datorită lui au fost creșterile, pentru că am avut și alte campanii, dar prințul este cunoscut în întreaga lume și imaginea lui a atras turiști", a declarat agenției MEDIAFAX Simona Man, președintele Autorității Naționale pentru Turism (ANT).

Ca în fiecare an după 1990, România îi atrage cel mai mult pe români, care continuă să meargă în număr mare în destinații interne.

Cu cei 8,4 milioane de turiști, România este departe de a se considera o destinație de succes. Într-un clasament al Organizației Mondiale a Turismului, cea mai vizitată țară din lume este Franța, cu peste 80 de milioane de turiști în 2013, urmată de Statele Unite (70 de milioane de turiști), Spania (60 de milioane de turiști), China (55 mil. turiști), Italia (47 mil. turiști), Turcia (37 mil. turiști), Germania (31 mil.), Marea Britanie (31 mil.), Rusia (28 mil.) și Thailanda (26 mil.).

România stă mai prost și decât Grecia (18 milioane de turiști), Ungaria (peste 10 mil. turiști), Cehia (9 mil.), Croația (10 mil.) sau Polonia (15 mil.), dar este peste Bulgaria, care a înregistrat în jur de 7 milioane de turiști.

Durata medie a șederii în anul 2014 a fost de 2,5 zile pentru turiștii români, iar la turiștii străini a fost de 2 zile.

"Durata medie a sejurului este încă foarte mică, ușor mai mare pentru români, deoarece componenta de vacanță este mai accentuată în cazul românilor. În cazul străinilor, principalul scop al vizitelor în România rămâne cel de business. Aceasta se vede și din datele legate de destinațiile preferate de străini, care sunt îndeosebi orașele. Apreciem că, alături de turismul de business, participarea la diferite evenimente organizate în orașele din România reprezintă pentru străini motivația principală de călătorii în România", crede Lucia Morariu, președintele Asociație Naționale a Agențiilor de Turism din România (ANAT).

Cu toate acestea, România ar avea motive de optimism, pentru că anul trecut au venit în România cu 24,6% mai mulți americani și canadieni (131.600 turiști), cu 35,5% mai mulți asiatici (225.400), cu 30% mai mulți sud-americani (15.600) și cu 34% mai mulți africani (18.500).

Potrivit lui Simion Alb, șeful Biroului de Turism al României din America de Nord, creșterea de anul trecut este, între altele, și rezultatul faptului că pe Dunare au sosit mai multe vase de croazieră cu turiști americani și canadieni și că tulburările din Ucraina au determinat companiile de croazieră să renunțe la vizitarea porturilor Ialta, Odesa și/sau Sevastopol și să facă opriri la Constanța și la Varna.

"Mă tem, însă, că în anul 2015 ne va fi imposibil să egalăm nivelul record al circulației turistice din America de Nord, din următoarele motive: companiile de croaziere maritime au avut răgazul să își amplaseze flota și să refacă itinerariile, în contextul riscului de tensiuni în zona Mării Negre, la care se adaugă aprecierea semnificativă a dolarului american în raport cu moneda unică europeană, lucru în favoarea destinațiilor din Europa de Vest, care până în urmă cu câteva luni erau mult mai scumpe decât destinații din Europa Centrală și de Est, care folosesc încă moneda proprie. În același timp, resursele alocate pentru activități de comunicare integrată de marketing în America de Nord au fost, în anii 2013 și 2014, total nesemnificative", a declarat Simion Alb pentru MEDIAFAX.

El spune că pe termen mediu creșterea numărului de turiști va fi inhibată de problemele de acces și de infrastructură, iar România va fi obligată să amplifice eforturile de marketing care se adresează direct turiștilor potențiali.

"Potențialul piețelor turistice americană și canadiană este uriaș. Din SUA sosesc în hotelurile din România mai mulți turiști decât din Spania sau din Polonia, însă americanii și canadienii

care vizitează România sunt, prin excelență, călători independenți, preferând să își facă singuri aranjamentele de călătorie, iar nici operatorii de tururi americani și canadieni, și nici cei din țară nu consideră încă necesare eforturi majore pentru atragerea segmentelor de piață interesate să călătorească în grup sau care ar putea fi atrase de pachete de vacanță în România", a adăugat Alb.

Din cei 1,9 milioane de străini ajunși anul trecut în România, majoritatea (1,48 milioane) au mers în București și în orașele reședință de județ, la munte s-au dus 132.014, în timp ce pe litoral au ajuns doar 31.325 turiști (1,6% din total), iar în Deltă doar 13.482 (0,7%).

De ce nu ajung turiștii străini în Deltă, în condițiile în care toți cei care au condus turismul în ultimii ani s-au întrecut să laude această destinație și s-o declare unică în Europa?

"Pentru că nu îi facem reclamă. Delta nu e promovată deloc, nici măcar pe postul național de televiziune. Dacă o mai ținem așa 10 ani, ne ia dracu pe noi, cei care am investit zeci de milioane de euro în această zonă. Păcat de Delta asta, pentru că nu se ocupă nimeni de ea și nu este promovată", spune Mihai Puflene, care a cheltuit peste 12 milioane de euro pentru a deschide în urmă cu doi ani un complex turistic în Deltă.

Litoralul românesc nu este nici pe departe un magnet pentru străini, atrăgând anul trecut doar 1,6% din numărul celor care au trecut granițele țării și s-au cazat în hoteluri. Au venit totuși 5.155 de germani, 4.229 de americani, 2.516 francezi, 2.180 de polonezi, 1.442 italieni și 1.244 de ruși. Mult anunțatul charter israelian pe litoral, anul trecut, a adus doar 895 de turiști din această țară, chiar dacă șefii autorității din turism sperau la o mică invazie, ținând cont și de promovarea făcută acolo stațiunilor de la Marea Neagră.

"Litoralul românesc, așa cum este acum, este depersonalizat și a pierdut competiția cu Grecia, Turcia sau nordul Africii, pentru că nu am știut să facem o contraofertă pieței internaționale. Pe litoral, în afară de cluburile din Mamaia și unde nu poți merge dacă ai copii, nu prea ai ce face, pentru că nu există agrement. Toți s-au repezit să fure sau să cumpere hoteluri, dar spațiul comun a rămas de izbeliște", a afirmat Gheorghe Fodoreanu, directorul agenției Invitation România

România nu reușește să-i atragă pe străini nici măcar "la băi", ținând cont că anul trecut au

ajuns în stațiunile balneare doar 33.562 de turiști din afara țării. Această cifră a fost ridicată, însă, de turiștii din Republica Moldova (10.282), deloc renumiți pentru sumele mari cheltuite în vacanțe. Aceștia au venit în România în urma unui cumul de factori - eliminarea vizelor, obținerea unor tarife preferențiale și intensificarea promovării României în această țară.

Fodoreanu crede că rezultatele ar fi mult mai bune dacă s-ar investi mai mult în promovarea țării în străinătate. El a adăugat că au fost ani în care promovarea nu a fost bine gândită și că autoritățile au luat, de multe ori, măsuri care au tras turismul în jos.

"Noi suferim efectele ultimilor 5-8 ani, în care s-au închis multe dintre birourile de promovare turistică a României în străinătate. Ar trebui să fie birouri peste tot în lume, în toată Europa, în Asia, în America Latină ... Ar trebui să avem 40-50 de birouri de turism, nu 10-11, câte sunt acum", a afirmat el.

Cei mai mulți străini au ajuns anul trecut din Germania (234.451), Italia (184.514), Israel (139.425), Franța (123.779), SUA (113.420), Marea Britanie (110.601), Ungaria (106.481), Spania (79.091), Polonia (71.479) și Austria (60.907). Prin comparație, în anul 2009 au venit în România 181.084 de turiști germani, 141.568 de italieni, 100.330 de francezi, 76.906 de unguri, 75.971 de americani, 71.357 de britanici, 58.401 austrieci, 53.649 de israelieni, 53.067 spanioli, 37.713 olandezi și 13.402 ruși.

"În concluzie, piețele țintă ar trebui repositionate, mai precis primele 10 din topul înnoptărilor, exclusiv țările vecine, iar produsele promovate ar trebui adaptate fiecărei piețe țintă. Resursele financiare de promovare ar trebui și ele împărțite procentual între piețele țintă, în funcție de ponderea fiecărei piețe în totalul înnoptărilor. Dacă resursele sunt foarte mici, se poate reduce numărul de piețe țintă pe care se face promovare", crede Lucia Morariu.

Mediafax