

Gabriela Cecilia STĂNCIULESCU
Aurora Costina LINCĂ
Adrian Cătălin VOINILĂ

The Bucharest University of Economic Studies

A METHOD OF INCREASING THE NUMBER OF TOURISTS IN ROMANIA: SIBIU – EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE

case
study

Keywords

European Union
Tourism, Tourist Attraction
Regional Development
Economic Development
Event Tourism

JEL Classification

R58, R53, L83, O52

Abstract

The title of European Capital of Culture could help immensely a city and its surrounding region from cultural, social and economic point of view. Cultural activity in the city is gaining momentum and new categories of tourists are attracted here. To determine if being a cultural capital influenced or not the growth and/or decrease trend as regards the number of tourists that came to Sibiu in a consecutive period of 23 years, the starting point was that this event had a major impact on tourists. The present paper is a quantitative research based on the number of Romanian and foreign tourists accommodated in structures of tourist receptions with functions of tourist accommodation. The conclusions of this article respond to these questions: Being a European Capital of Culture attracts or not more tourists than usual? The increase in the number of tourists was proportional with the effort of the authorities involved in the project?

INTRODUCERE

Capitală Europeană a Culturii este un titlu conferit de [Parlamentul European](#) unui oraș sau mai multora, pentru un an. Programul se derulează din [1985](#), iar începând din [2007](#) programul a cuplat câte un oraș din țările Europei occidentale cu altul din țările central și est-europene. În anul [2007](#), Capitală Europeană a Culturii a fost, timp de un an, orașul [Sibiu](#), împreună cu orașul [Luxemburg](#).^[1] **Timp de 30 de ani, 50 de orașe din Europa au deținut pe rand primit titlul de Capitală Europeană a Culturii, ultimele fiind** Donostia-San Sebastián (Spania) și Wrocław (Polonia) **în 2016**. Numărul orașelor care au deținut titlul de Capitală europeană a culturii va ajunge la 60 în 2019. Până în 2001, titlul era "Orașul European al Culturii". Acțiunea este deseori considerată inițiativa emblematică culturală a Uniunii Europene.

Este o inițiativă a Uniunii Europene care urmărește să pună în evidență bogăția și diversitatea Europei, precum și aspectele culturale comune ale țărilor sale cu scopul de a contribui la apropierea popoarelor europene și de a îmbunătăți cunoașterea reciprocă.^[2] De asemenea, pentru orașe este o ocazie de regenerare urbană, de creștere a profilului internațional, de stimulare a creativității și a inovării, de dezvoltare de forme noi și durabile de turism și de consolidare a rolului cetățenilor în evoluția orașului.^[3]

Pentru a-și petrece timpul într-o țară străină, turiștii se informează cu privire la : infrastructură, siguranță, și elementele de atracție, unde se include și cultura țării respective (ospitalitatea oamenilor).^[4]

Infrastructura

Este evident că nici localnicii și nici elementele de atracție nu sunt suficiente pentru a oferi un sejur plăcut turiștilor. Acestea nu pot compensa și nu pot ascunde deficiențele locului respectiv. Adevărații piloni de bază se referă la infrastructură. Orașul trebuie să funcționeze: cetățenii și vizitatorii săi trebuie să aibă parte de un sistem eficient de transport, nu de blocaje de circulație.

Siguranța

Cetățenii trebuie să se plimbe în siguranță pe străzi, nu să se teamă că vor fi jefuiți sau mai rău, că își vor pierde viața. Din acest punct de vedere, România este considerată a fi o țară sigură. Viața și integritatea turiștilor sunt în siguranță, însă se recomandă atenție cu privire la supravegherea bunurilor personale.

Elementele de atracție

Îmbunătățirea imaginii nu este suficientă pentru a asigura prosperitatea unui loc. Este nevoie de elemente caracteristice speciale, care să-i satisfacă

pe locuitori și să-i atragă pe vizitatori. Unele locuri au șansa să dispună de un element natural de atracție (Hawaii, Marea Barieră de Corali din Australia). Ale locuri au avantajul unui remarcabil patrimoniu de clădiri istorice, cum ar fi Atena, cu Partenonul său, Roma, cu Coloseumul, sau Bangkokul cu templele și statuile sale exotice. Altele și-au construit edificii renumite în toată lumea, cum ar fi Turnul Eiffel și Arcul de Triumf din Paris, Empire State Building din New York, Taj Mahal din India și faimosul Gateway Arch din St. Louis.

Acțiunea de a desemna o Capitală Europeană a Culturii a evoluat semnificativ în raport cu perioada de început când reprezenta în primul rând o celebrare a artelor dintr-un oraș. Din 1980 s-a conștientizat din ce în ce mai mult rolul culturii în viața orașelor, și anume de a contribui la bunăstarea cetățenilor și la prosperitatea unui oraș. Majoritatea orașelor care au deținut acest titlu nu au avut succes doar în anul respectiv, ci au rămas cu o moștenire de durată: infrastructura îmbunătățită, clădiri refacute, programe de animație și festivaluri care continuă să se desfășoare. S-a format o tradiție în a atrage localnicii și turiștii.

În toată această organizare este important marketingul. Se face publicitate în mod intens orașului, și nu numai. Turiștii vizitează împrejurimile, sunt interesați și de alte orașe, iar numele țării gazdă este des menționat.

STUDIUL DE CAZ

Analiza numărului de turiști români și străini în perioada 1990 – 2013, în România și în Sibiu – Capitala Europeană a Culturii în anul 2007

Pentru această cercetare au fost folosite datele oficiale ale Institutului Național de Statistică din România, publicate pe site-ul www.insse.ro. A fost luat în considerare numărul turiștilor români și străini care s-au cazat în structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică în perioada 1990-2013. Tipurile de structuri de primire turistică sunt: hoteluri, hoteluri pentru tineret, hosteluri, hoteluri apartament, moteluri, hanuri, vile turistice, cabane tursitice, bungalouri, sate de vacanță, campinguri, popasuri turistice, căsuțe turistice, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice, pensiuni agroturistice, spații de cazare pe navele fluviale și maritime.^[5]

În figura numărul 1 din anexă, se observă ușor extremele, și anume anul 1990 (12 296 552) cu cel mai mare număr de turiști, și anul 2002 (4 847 496) cu cel mai mic număr de turiști români și străini care au vizitat România din alt motiv decât acela de a desfășura o activitate remunerată în locurile vizitate. Diferența dintre ele este foarte mare, aproape de 3 ori mai puțini vizitatori în 2002, însă media turiștilor în acești 24 ani este de 6 702 944.

Orașul Sibiu a fost o destinație la mare căutare încă din 1990, an în care a avut cei mai mulți vizitatori (389 030). De menționat este faptul că în acest total, procentul turiștilor străini era de numai 8.25%. Din 1990 până în 2013 însă, numărul acestora a fost în continuă creștere, așa cum reiese din figura nr. 2 din anexă. Cea mai mare pondere a turiștilor străini în total turiști, la nivelul Sibiului, s-a înregistrat în anul 2004 (34.7%), și nu în 2007 (28.7), când a fost declarat Capitala Europeană a Culturii. Anul 2004 este cel în care proiectul "Sibiu Capitala Culturală Europeană 2007" a fost prezentat în fața Comisiei Europene și a juriului. Nu putem spune că acest titlu nu a atras suficienți turiști străini, deoarece în 2004 au venit 74 586 persoane, iar în 2007 cu 17 466 mai mulți. Diferența dintre procente este influențată de totalul turiștilor, care a fost foarte mic spre deosebire de cel din anul de referință, 2007.

Pentru a putea compara dinamica numărului total al turiștilor care au vizitat România (români și străini) și dinamica numărului total al turiștilor care au vizitat orașul Sibiu, au fost normalizate cele două serii de date luând ca nouă referință cifrele anului 1990. S-a considerat că numărul total de turiști din 1990 este 100, atât pentru România cât și pentru Sibiu, iar anii următori au fost raportați la valoarea primului. Formula de calcul aplicată atât pentru Sibiu cât și pentru România se regăsește în caseta numărul 1, din anexa 1, unde T_N este valoarea indicelui din anul N.

Din graficul aflat în figura 3 reiese că punctul maxim al numărului de vizitatori a fost atins în 1990. A fost un an important din punct de vedere politic, deoarece plecase de la putere regimul comunist, și în România se instalase democrația. Cetățenii se considerau liberi în exprimare, erau liberi să călătorească, aveau acces la informație, și aveau speranța pentru o viață mai bună. În perioada comunistă rata șomajului se dorea a fi cât mai mică, așa că majoritatea oamenilor aveau un loc de muncă stabil. De atunci a urmat o scădere continuă a turiștilor până în 2002 la nivel național, însă în Sibiu a fost o creștere în anul 1995.

Avântul semnificativ al numărului de turiști a avut loc în 2007, anul în care Sibiu a fost declarat Capitala Europeană a Culturii. A fost nevoie de 17 ani pentru ca România, prin intermediul publicității făcute orașului Sibiu, să reîntre în atenția și circuitele turiștilor români și străini.

Imediat după 2007 s-a instalat criza economică globală, care a afectat turismul, până în 2011 când numărul de vizitatori a revenit la un trend ascendent.

Concluzii

Valoarea investițiilor a fost pe măsura reușitelor, suma totală fiind de 13,4 milioane de euro acumulate astfel: 8,2 milioane au fost alocate de Primăria Sibiu pentru 215 proiecte; 450 000 euro

au fost suportate de Consiliul Local pentru 21 de proiecte; Asociația Sibiu Capitală Culturală Europeană 2007 a susținut două proiecte cu suma de 7 500 euro, iar Ministerul Culturii a investit 3,4 milioane de euro pentru realizarea a 99 de proiecte. Comisia Europeană a participat cu 1,4 milioane de euro.[6]

Conducerea Asociației Sibiu Capitală Culturală Europeană 2007 a conceput strategia de pregătire a programului Sibiu 2007. Printre obiectivele stabilite se numărau: "Îmbunătățirea vizibilității internaționale a Sibiului, dezvoltarea culturală pe termen lung a orașului, atragerea vizitatorilor de pe plan național și internațional, îmbunătățirea sentimentului de mândrie locală și încredere, creșterea audienței pentru actul cultural, promovarea cooperării la nivel internațional"[7]

Faptul că în anul 2007 Sibiu a fost ales Capitală Europeană, a avut 3 tipuri de influență asupra orașului:[8]

1. Dezvoltarea economică (inclusiv infrastructura), ca urmare a investițiilor publice și private;
2. Atragerea mai multor turiști decât de obicei, și includerea orașului printre principalele destinații din Europa;
3. Rezolvarea problemelor sociale și instituționale referitoare la consolidarea sentimentelor de mândrie locală și de încredere în sine.

Date fiind informațiile, în 2008 turiștii au mers și în alte locuri, în afara Sibiului, deoarece au descoperit România și au migrat către alte zone încă necunoscute pentru ei. În general oamenii sunt atrași de tot ce este nou, și sunt dispuși să călătorească în locuri îndepărtate pentru a participa la evenimentele pe care le consideră interesante.[9]

Idealul la care tind administratorii tuturor destinațiilor turistice este de a păstra un număr cel puțin constant de vizitatori, dacă nu chiar în creștere, și se pare că din acest punct de vedere România este pe drumul cel bun, deoarece numărul turiștilor la nivel național este în creștere.

Din declarațiile date la sfârșitul programului "Sibiu Capitală Culturală Europeană 2007", de către autoritățile naționale și internaționale, reiese faptul că intenția a fost ca experiența acumulată să se materializeze în: promovarea turismului sustenabil, creșterea satisfacției turiștilor în speranța că vor face cunoscute locurile pe care le-au vizitat la Sibiu, dezvoltarea industriei gastronomice și a spațiilor de cazare din zonă.[10]

Efortul depus între anii 2004 și 2007, precum și reușita autorităților implicate de a atrage atenția întregii Europe asupra Sibiului, face din această acțiune un exemplu pentru restul orașelor din țară.[11] Astfel, în 2021, un alt oraș din România va primi titlul de Capitală Culturală Europeană.

Cel mai mare avantaj pe care îl are România, după 2007, pe lângă investițiile de renovare și modernizare, este mediatizarea. Astfel, ori de câte ori vor fi menționate capitalele europene, va apărea și numele Romaniei – publicitate gratuită.

process. Sibiu - European Capital of Culture 2007, *DEBATER A EUROPA*, N.12 ianuarie/iunie

Bibliografie

- [1] *** (2016) Capitală Europeană a Culturii [European Capital of Culture]. Retrieved from http://ro.wikipedia.org/wiki/Capital%C4%83_European%C4%83_a_Culturii,
- [2] *** (2015). Acțiunea privind Capitelele Europene ale Culturii [The action referring to European Capital of Culture]. Retrieved from <http://www.capitalaculturala2021.ro/>
- [3] *** (2015) Capitalele Europene ale Culturii aniversează 30 ani în Mons 2015 [The European Capitals of Culture celebrate 30 years in Mons 2015]. Retrieved from http://www.capitalaculturala2021.ro/noutati_d oc_12_capitalele-europene-ale-culturii-aniverseaza-30-ani-in-mons-2015_pg_0.htm
- [4] Kotler, P. & Haider, D. H. & Rein, I. (1993) Marketingul locurilor [Marketing places]. Bucharest, *Teora*, pp. 45
- [5] *** Icob, L. (2015). Arrivals of tourists accommodated in the structure of tourists reception by type of establishment, category of comfort and tourist type. *National Institute of statistics* Retrieved from <http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo3&lang=en&ind=TUR104D#>
- [6] LUCA, S. A. (2009). The role of the programme Sibiu 2007-European capital of culture in socio-economic urban development, *Quality of Life*, vol. XX, no. 1-2/2009, Romanian Academy Press, pp. 173
- [7] *** (2006). Sibiu CCE: the strategy. Retrieved from <http://www.sibiu2007.ro/ro3/strategia.htm>
- [8] *** (2009). European Capitals of Culture: the road to success From 1985 to 2010, *Office for Official Publications of the European Communities*, Retrieved from http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/documents/ecoc_25years_en.pdf
- [9] LEE, T. & STANCIULESCU, G. (2011). Special interest tourism for community benefits, Editura ASE, București, pp. 112
- [10] VLADENCO, F. (2007). Cum s-a nascut proiectul Sibiu Capitala Europeană a Culturii 2007 [How the project Sibiu European Capital of Culture 2007 was born] , *Vacanțe și Călătorii*, Retrieved from <http://www.vacantesicalatorii.ro/modules/revis ta/articole/articol.php?artID=1809>
- [11] STOICA, A. & CHIHORDEA, F. (2015) The role of culture in the regional development

Anexe

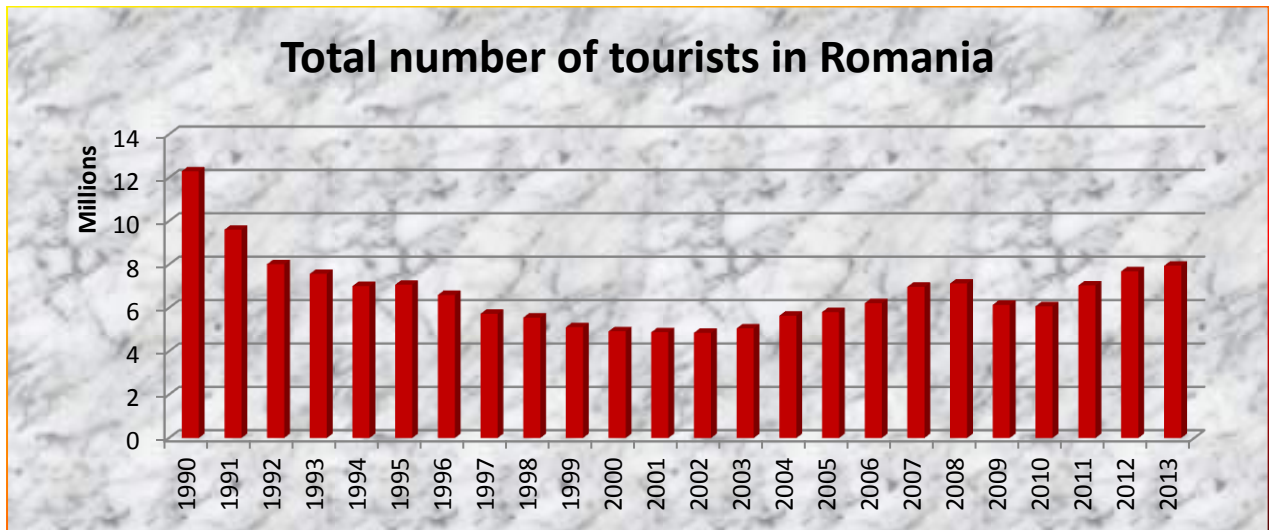


Figura nr.1 Numărul total al turiștilor din România, în perioada 1990-2013

Sursa: realizată de autori în urma prelucrării datelor INSSE

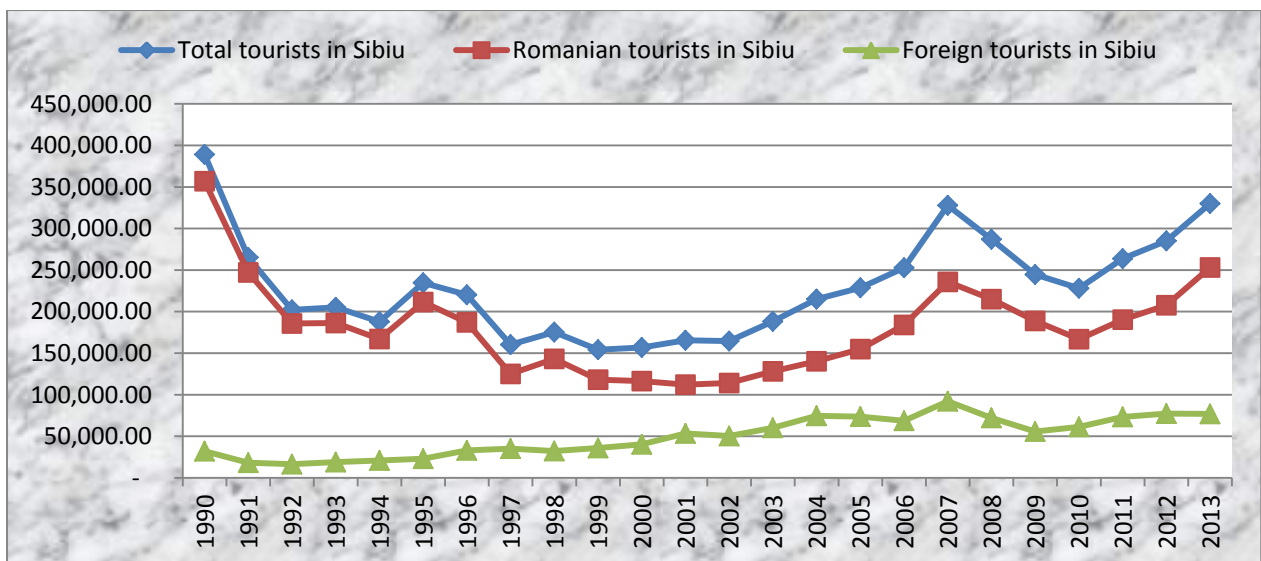


Figura nr.2 Fluctuația numărului de turiști români și străini în orașul Sibiu în perioada 1990-2013

Sursa: realizată de autori în urma prelucrării datelor INSSE

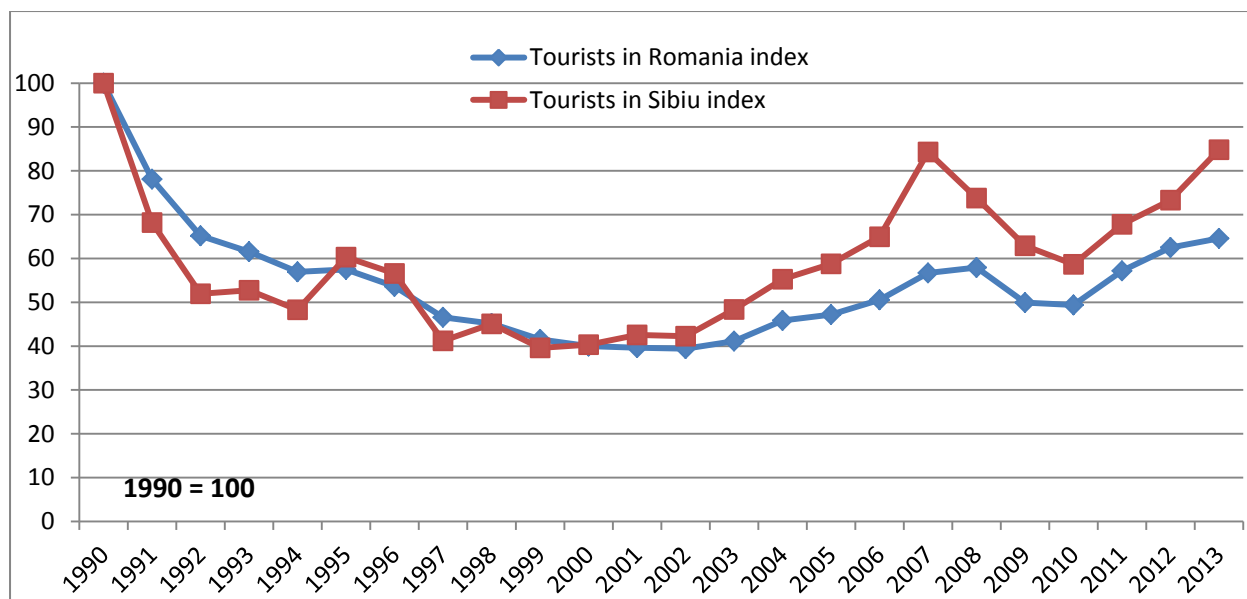


Figura nr.3 Indexul numărului de turiști în România și Sibiu, raportat la anul de bază 1990

Sursa: realizată de autori în urma prelucrării datelor INSSE

$$T_N = 100 * \text{numărul total de turiști din anul } N / \text{numărul total de turiști din anul } 1990$$

Caseta nr. 1 Formula de calcul a indicelui creșterii numărului de turiști

Sursa: realizata de autori