

**CONSILIUL LOCAL
AL MUNICIPIULUI CÂMPULUNG**

**HOTĂRÂREA NR.88
DIN 28 11 2016
privind înființarea Centrului de Informare Turistică în cadrul Muzeului
Municipal Câmpulung**

Consiliul Local al Municipiului Câmpulung întrunit în ședință ordinară în data de 28 11 2016 ;

Luând în discuție Raportul Muzeului Municipal Câmpulung înregistrat sub nr.34443/17 11 2016 și expunerea de motive a primarului, prin care se propune spre aprobare înființarea Centrului de Informare Turistică în cadrul Muzeului Municipal Câmpulung;

În conformitate cu Regulamentului de Organizarea și Funcționare art. 7, paragraf 2, lit. m și art.36, pct.7 din Legea nr.215/2001 privind administrația publică locală, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

Ținând cont de avizul comisiei de specialitate nr.4 a consiliului local;

În temeiul art.45 din Legea administrației publice locale nr.215/2001, cu modificările și completările ulterioare;

HOTĂRĂȘTE :

ART.1. Se aprobă înființarea Centrului de Informare Turistică în cadrul Muzeului Municipal Câmpulung, conform fundamentării atașate în anexa care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

ART.2. Centrul de Informare Turistică nou înființat nu va fi finanțat din fonduri de la bugetul local.

ART.3. Cu aducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se însărcinează Managerul Muzeului Municipal Câmpulung.

ART.4. Prezenta hotărâre va fi afișată și publicată pentru aducerea ei la cunoștință publică și va fi comunicată în termen legal Instituției Prefectului – Județul Argeș și Primarului Municipiului Câmpulung.

**PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,
Mărgărin-Șerban BLIDARU**

**CONTRASEMNEAZĂ
SECRETAR,
Nicolae GHINEA**

CENTRU DE INFORMARE TURISTICĂ A REGIUNII MUSCEL

SITUAȚIE EXISTENTĂ:

Strategia de dezvoltare pe termen mediu și lung a județului Argeș prevede dezvoltarea turistică a zonei, cu Câmpulung Muscel ca punct central. Primul obiectiv specific este „Creșterea a ratei de ocupare a forței de muncă, în teritoriu desemnat, pentru populația cu vârsta cuprinsă între 20 și 64 de ani la cel puțin 70%” **prin dezvoltarea turismului.**”

Municipiul Câmpulung a derulat, cu finanțare de la **Uniunea Europeană**, proiectul: “Promovarea activităților de marketing și a produselor specifice Municipiului Câmpulung Muscel, județul Argeș”, SMIS 15861. Valoarea totală eligibilă a Proiectului a fost de **770.442.02** lei.

În urma acestui proiect, Câmpulung și-a dezvoltat **propriul brand turistic**, și-a axat prioritățile de dezvoltare în urma acestuia.

Câmpulung a fost **PRIMUL oraș** din România care a avut propriul **COD** al **Patrimoniului** local, cu intenția evidentă de a conserva patrimoniul cultural și turistic al orașului, Cod care **nu** a fost pus în aplicare.

Până în prezent, Câmpulung **NU are** un Centru de informare turistică (CIT).

Pe tot culoarul Pitești – Bran, **NU** există un Centru de informare turistică, cu excepția Schitu Golești (**închis**).

Potențialul turistic al microregiunii Muscel este enorm, indiferent de tipul de turism (rural, balnear, montan, sportiv, cultural, religios, gastronomic etc.)

DEZAVANTAJELE LIPSEI CIT:

- Câmpulung este folosit în principal ca tranzit (pe variantă);
- turiștii ocazionali petrec foarte puțin timp în Câmpulung, din cauza lipsei de informații privind oportunitățile;
- serviciile publice **și private** conexe turismului au un aflux mic de clienți, și dependent aproape exclusiv sezonier;
- companiile turistice nu pot desfășura proiecte anuale de anvergură decât dacă apelează punctual la fiecare obiectiv turistic;
- turistul nu beneficiază de cele mai bune/avantajoase servicii, în lipsa informațiilor de profil (cu șanse astfel reduse de a **reveni**, sau de a **recomanda** altora locația Câmpulung);
- agenții privați din domeniul turismului trebuie să se promoveze **EXCLUSIV** singuri, fără o strategie unitară, și fără sprijin din partea autorităților.

PROIECT DE ÎNFIINȚARE

OBIECTIV

Creșterea gradului de atractivitate turistică și îmbunătățirea calității serviciilor turistice în zona Muscel.

ANALIZĂ DE OPORTUNITATE (SWOT)

Puncte tari:

- existența **în centrul orașului** a unei instituții de cultură cu personal înalt calificat în relația cu audiențe diverse (inclusiv limbi străine) și cu dotare logistică suficientă (pentru început), cu program de vizitare aproape permanent;
- existența unor informații diverse și pertinente despre zonă, potențial, oferta turistică;
- produsele și materialele realizate prin proiectul european de promovare a produselor specifice.

Puncte slabe:

- implicarea insuficientă a autorităților locale în gestionarea potențialului turistic;
- insuficiente informații la nivel local și regional asupra companiilor turistice, a intereselor acestora, etc;
- insuficiente materiale de promovare și destinate comercializării (suvenir) disponibile;
- indicatoare de acces către obiectivele turistice și către un viitor CIT;
- grad de neimplicare din partea comunității la modul general către problemele turistice.

Oportunități:

- potențialul turistic uriaș al zonei;
- disponibilitatea furnizorilor de servicii locali de a se implica în demersuri legate de valorificarea potențialului turistic;
- disponibilitatea segmentului media de a se implica în demersuri legate de valorificarea potențialului turistic.

Amenințări:

- demararea unor inițiative private similare în același timp cu acest proiect, care poate crea confuzie la nivelul beneficiarului (turistul).

DESFĂȘURAREA PROIECTULUI

Durată:

FAZA 1 (darea în funcțiune):

2 luni de la Decizia de înființare a CIT;

FAZA 2 (promovarea la nivel național a CIT):

6 luni de la Decizia de înființare a CIT;

Funcționarea CIT (etapizare):

- elaborarea proiectului de înființare a CIT;
- desemnarea MMC ca organizator al CIT, prin modificarea ROF;
- desemnarea unei persoane responsabile pentru gestionarea CIT (prin reorganizare internă, recrutare, transfer);
- realizarea de parteneriate la nivel local public și privat de elaborare de materiale informative, etc (filme documentare, pliante, afișe, hărți, etc);
- realizarea de suveniruri, promoții, degustări, etc;
- dotări logistice suplimentare (info-kiosk, plasmă, etc);
- schimb de experiență cu un CIT la nivel regional pentru îmbunătățirea serviciilor;
- realizarea de parteneriate la nivel național public și privat pentru creșterea afluxului de turiști.

MENȚIUNI:

Ghidul practic de funcționare al CIT, emis de Autoritatea Națională de Turism, chiar **RECOMANDĂ** funcționarea CIT în cadrul unui Muzeu.

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

Mărgărin-Șerban BLIDARU