



ARAD



Cofinanțat de programul
„Europa pentru cetățeni”
al Uniunii Europene



ANALIZĂ ASUPRA OPORTUNITĂȚII DE INCLUDERE A MUNICIPIULUI ARAD ÎN RUTELE CULTURALE EUROPENE

Lucrarea face parte din cadrul Proiectului "MY EUROPEAN CITY ", Oraşul meu european, finanţat prin Programul Europa pentru Cetăţeni 2014-2020, măsura 2.2 - Reţele de oraşe şi cofinanţat de Consiliul Local al Municipiului Arad.

Conţinutul acestui material nu reprezintă în mod necesar punctul de vedere al Uniunii Europene.

Beneficiar: Municipiul Arad , 2016.

Elaborat de către:



UNIVERSITATEA DE VEST "VASILE GOLDIȘ" DIN ARAD
Centrul de Antreprenoriat

Coordonator studiu: Conf. univ. dr. Radu Lucian BLAGA

CUPRINS:

1. INTRODUCERE	4
1.1 Definirea conceptelor și scopul analizei	5
1.2 Metodologia de cercetare.....	6
2. ANALIZA ȘI EVALUAREA TURISMULUI CULTURAL DIN MUNICIPIUL ARAD DE CĂTRE TURIȘTII INTERNI ȘI STRĂINI	9
2.1 Analiza și interpretarea rezultatelor obținute în urma aplicării chestionarului	10
2.2 Identificarea de puncte forte și puncte slabe ale geografiei mediului urban în Arad	22
2.3 Concluzii privind turismul cultural din municipiul Arad	25
3. FORMULAREA DE PROPUNERI CU PRIVIRE LA INCLUDEREA MUNICIPIULUI ARAD ÎN RUTELE CULTURALE EUROPENE	31
3.1 Identificarea și analiza principalelor tipuri de Rute Culturale Europene în care poate fi cuprins municipiul Arad	31
3.2 Recomandări de circuite culturale ce se pot organiza în municipiul Arad și include în Rutele Culturale Europene	36
BIBLIOGRAFIE	41

1. INTRODUCERE

Turismul este un factor economic important, cu o evoluție dinamică în spațiul european și nu numai, ce implică un număr însemnat de întreprinderi mici și mijlocii, într-o serie de activități de afaceri. Contribuția sa la creșterea economică și la reducerea șomajului este puternic resimțită la nivelul regiunilor Europei. Turismul este o industrie trans-sectorială, serviciile turistice implicând o varietate de ramuri și sectoare de activitate economică: hoteluri și alte structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare similare, restaurante și cafenele, diferiți operatori de transport, precum și o gamă variată de servicii culturale și de recreere (teatre, muzee, parcuri de distracții, piscine și alte facilități). În multe zone turistice, sectorul comerțului cu amănuntul este unul dintre beneficiarii importanți ai cererii de consum, manifestată de către turiști, alături de rezidenții acelor locuri, față de bunurile de larg consum.

În ultimile șase decenii, turismul ca industrie a continuat să se dezvolte și să se diversifice, devenind unul dintre cele mai extinse și dinamice sectoare ale economiei mondiale. Din acest context se dezvoltă și turismul cultural, ce a prins contur în ultima vreme pe continentul european. Datele furnizate de către Organizația Mondială a Turismului arată că aici, proporția vizitelor cu caracter cultural a sporit de la 37% în 1995, la 40% în 2004 și tendința se mai păstrează și acum. Definit de către ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education), ca și deplasare a persoanelor spre atracții culturale, în scopul acumulării de noi informații și experiențe de viață pentru satisfacerea dorințelor și nevoilor culturale, turismul de acest tip a înregistrat în 2009 – 375 milioane, iar în 2014 – 306 milioane vizite turistice internaționale, tendință într-o ușoară scădere. În schimb ceea ce mai reținem din aceleași surse este că majoritatea vizitatorilor din lume, dar mai ales din Europa caută să viziteze obiective turistice situate în propria regiune de domiciliu.

Raportul OECD (Organizația de Cooperare și Dezvoltare Economică) asupra culturii și turismului realizat în 2009 a indicat că principalele direcții de dezvoltare a politicilor din turism și cultură trebuie să se orienteze către:

- valorizarea și conservarea moștenirii culturale;
- dezvoltarea economică și angajarea forței de muncă;
- regenerarea fizică și economică;
- întărirea și/sau diversificarea activității turistice;
- reținerea populației în mediul său natural (de domiciliu);
- dezvoltarea modului de înțelegere a culturii.

Toate aceste realități au generat și mai generează încă provocări pentru actorii locali europeni (autorități locale – societate civilă și mediul academic, respectiv mediul de afaceri) implicați în dezvoltarea economico-socială a unui oraș/județ/regiune care caută să stabilească și să extindă "joncțiunea" între turism și cultură dintr-o altă perspectivă, folosindu-se de istoria locală (poveștile și legendele), moștenirea culturală valorificată și dezvoltată într-un context european, prin vizite de nivel local (vizitele localnicilor), educațional (vizitele elevilor din localitate sau ale studenților din universități), dar și turistic (turiști interni și internaționali ce vizitează destinația turistică). Esența proiectului "My European City" tocmai în aceasta constă, fiind practic o nouă perspectivă ce construiește

conștiința apartenenței fiecărui cetățean european la moștenirea și cultura fiecărui loc din Europa, folosind itinerarii și circuite turistice inedite.

Conștientă de valoarea adăugată a acestui demers, autoritatea locală arădeană – Municipiul Arad, urmărește prin această lucrare să identifice oportunitățile de includere a Aradului în Rutele Culturale Europene, dezvoltate încă din 1987 prin acțiuni concrete ale Comisiei Europene și Consiliului Europei, ce folosesc ca instrument Institutul European al Rutelor Culturale.

1.1 Definirea conceptelor și scopul analizei

Proiectul "My European City" are ca obiectiv evidențierea dimensiunii europene a fiecărui oraș, prin propunerea de Rute Culturale Europene. Programul mai urmărește creșterea interacțiunii între cetățeni, respectiv vizitatori și moștenirea patrimoniului cultural și natural, ca sursă de dezvoltare în Europa. Astfel, aspectele menționate stabilesc legătura dintre orașele de tip "My European City", aducându-le mai aproape de "rădăcinile" lor comune europene.

Inițiativa "My European City" a determinat până acum, crearea a 29 Rute Culturale Certificate de către Comisia Europeană, ce străbat 70 de țări (majoritatea de pe continentul european), care au inspirat încrederea unui număr mare de oameni (locuitori și vizitatori) prin valorificarea perspectivei europene a propriilor zone.

Analizând Ghidul "My European City - Methodology for the creation of European tours in Europe" vom observa că această dimensiune europeană a Rutelor Culturale se definește ca un ansamblu de elemente de patrimoniu natural și antropic, evenimente și fenomene social-politice ce au marcat istoria Europei de-a lungul timpului ce interconectează locurile – puncte de reper ale itinerariului cultural (Rutele Culturale) - la moștenirea culturală și istorică comună a Europei, din perspective diferite.

Aceste dimensiuni europene se compun din:

Stilurile arhitecturale – observate pe clădirile din diferite țări, ce pot avea înfățișări asemănătoare pentru că au fost construite în aceeași perioadă renașcentistă sau baroc, în stil clasicist sau art nouveau;

Peisajul urban – reprezentat de către porțile de intrare ale orașului/locului, fortificațiile, piețele publice, clădirile administrației locale sau regionale, podurile, cetățile, castelele și parcurile orașelor/locurilor; fiecare arată altfel, dar fiecare are același scop, aceeași menire, ele fiind proiectate de către arhitecți specializați în domeniu, care în mare majoritate au venit din alte țări, călătorind mult prin Europa, fiind renumiți pentru talentul și priceperea lor;

Oamenii locurilor - pot fi și minorități, care își aduc cu ei propria cultură (obiceiuri și tradiții) în noile locuri de domiciliu; pot fi cetățeni foarte bogați, care sponsorizau și continuă să susțină arta, cultura, au o activitate de mecenat, care au construit clădiri importante sau clădiri ridicate pentru a-i primi pe proprii musafiri de peste hotare, a căror arhitectură/mod de construcție a fost inspirat de călătoriile prin care au trecut; de reținut este că în mod special, familiile foarte bogate au fost foarte bine conectate între ele de-a lungul timpului în cadrul spațiului european;

Războaiele - din acest punct de vedere trist, istoria ne arată cât de legate sunt diferite țări/ oameni; un eveniment (conflict armat) petrecut într-o țară poate avea un

impact major asupra unei alte țări din Europa situată mult mai departe de zona de conflict; granițele au fost schimbate, oamenii au emigrat și orasele au fost reconstruite;

Arta și cultura – pot avea conotații istorice cât și contemporane; este vorba de stiluri artistice și culturale diferite, de trenduri filozofice mai populare de-a lungul Europei, dar putem aminti și diferite mișcări artistice, festivaluri internaționale de film, concerte, piese de teatru organizate în spații convenționale și neconvenționale;

Religia – elementul cultural în care Europa are foarte multe lucruri comune – valorile europene comune; atrag atenția în mod special comunitățile evreiești cu sinagogile acestora, bisericile și mănăstirile reformate sau contra - reformate;

Viața științifică – este un domeniu ce nu poate exista fără contacte între oamenii din diferite țări, diferite universități; legăturile bazate pe schimburi de experiență internațională, vor fi utilizate și vor rămâne în beneficiul științei; un exemplu viu îl reprezintă schimburile internaționale între studenți, studenți-cadre didactice și cadre didactice de tipul Erasmus ce preia un obicei utilizat încă din Evul Mediu – *Marele Tur (Grand Tour)* - călătorie pe care o făceau studenții ce proveneau din familiile bogate prin Europa pentru a studia și a dobândi propria experiență de viață;

Aspectele economice – sunt probabil cele mai comune elemente ale dimensiunii europene din cadrul orașelor europene; nu fiecare oraș găzduiește sedii ale companiilor multinaționale, dar investițiile acestora se observă peste tot, iar dacă vizităm marile centre comerciale vom avea surpriza că ele sunt aproape identice în fiecare oraș din țările Europei.

În fapt, așa după cum se poate observa, toate aceste dimensiuni europene sunt practic niște idei, motive de reflecție despre trăsătura comună a localităților cuprinse în cadrul proiectului "My European City".

Aradul a oferit de-a lungul timpului, urmare a evoluției sale socio-economice, oportunități de dezvoltare a turismului cultural ce s-ar putea valorifica poate mult mai bine prin intermediul acestui proiect, pornind de la elementele prezentat mai sus.

În concluzie, ceea ce își propune documentul de față este să determine oportunități de includere a municipiului Arad în Rutele Culturale Europene, prin identificarea aspectelor favorabile și mai puțin favorabile dezvoltării acestui demers, dar și prin fundamentarea unui set de propuneri de circuite turistice potrivite Rutelor Culturale Europene deja consacrate.

Rezultatele așteptate ale lucrării urmăresc:

- analiza și evaluarea turismului cultural din municipiul Arad de către turiștii interni și străini din perspectiva serviciilor socio-culturale oferite, posibilităților de recreere, calității spațiilor publice și rețelelor de transport urban, serviciilor de parcare pentru vizitatori, elementelor dimensiunii europene specifice teritoriului (obiective simbolice);
- determinarea punctelor forte și slabe ale geografiei mediului urban în Arad;
- furnizarea de concluzii privind turismul cultural din municipiul Arad;
- formularea de propuneri de circuite culturale pentru turiștii interni și străini ce ar putea fi incluse în cadrul Rutelor Culturale Europene.

1.2 Metodologia de cercetare

Materialul de față se orientează spre două componente principale:

- analiza și evaluarea turismului cultural din municipiul Arad de către turiștii

interni și străini – utilizează ancheta sociologică, ca metodă de cercetare și chestionarul, ca instrument de analiză; acesta a fost aplicat asupra unui număr de 100 de vizitatori ai municipiului Arad, ce au sejurat în perioada aprilie – august 2015, în structurile de cazare din oraș;

- analiza principalelor tipuri de Rute Culturale Europene și identificarea itinerariilor de acest gen în care poate fi cuprins municipiul Arad – utilizează metoda calitativă de analiză a documentelor de specialitate, studiilor de caz și documentelor strategice, precum: Studiu pentru dezvoltarea Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România; Studiu pentru dezvoltarea Rutelor Culturale Europene în România – faza II – Propuneri de obiective pentru itinerarele culturale europene în România (studii realizate de către Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Turism, 2014); Studiu "Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness" realizat de către Comisia Europeană prin Programul Competitiveness and Innovation Framework în 2011; Ghidul "My European City - Methodology for the creation of European tours in Europe", realizat sub coordonarea Institutului European al Rutelor Culturale în cadrul Programului "Europe for Citizens", septembrie 2011; Programul turistic "Great Fortress - Tour to Romania" realizat de către ICOMOS Romania and ICOFORT, cu sprijinul ICOMOS Germany, în aprilie 2012; Publicația "My European City – Follow the European Path, Seeking the European dimension of Nantes", studiu realizat de către Fundația Graine d'Europe cu sprijinul Comisiei Europene, prin Programul "Europa pentru cetățeni 2007 - 2013"; Ghidul Selectiv al Monumentelor Istorice, realizat de către Centrul Cultural Județean Arad – Consiliul Județean Arad, 2010; Itinerarii spirituale arădene, realizat de către Centrul Cultural Județean Arad – Consiliul Județean Arad, 2009; Concept turism cultural – Municipiul Arad, prin valorificarea patrimoniului construit, dezvoltat de către Municipiul Arad prin proiectul "VITO-Dezvoltarea Orașelor Istorice Vitale din Europa Centrală și de Est " – Programul Comisiei Europene de Cooperare Transnațională Sud Estul Europei – axa prioritară IV Dezvoltarea sinergiilor transnaționale ale zonelor cu potențial, implementat în 2012, respectiv Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad, 2012-2016, finanțată de către Consiliul Județean Arad în 2011.

Tema centrală de la care pornește analiza, furnizată de către proiectul "My European City", o reprezintă prespectiva moștenirii culturale și istorice comune, aflată la joncțiunea în termeni ai dimensiunii europene compusă din: stiluri arhitecturale, influențe religioase, fenomene migraționiste, amenajarea teritoriului, economie, viață culturală etc.

Obiectivul general de cercetare îl constituie identificarea elementelor de dimensiune europeană și a celorlaltor servicii conexe turismului cultural apreciate de către turiști în vederea formulării de propuneri de circuite turistice ce vor permite includerea Aradului în Rutele Culturale Europene.

Obiectivele specifice de cercetare sunt determinate de:

- identificarea profilului de turist ce vizitează municipiul Arad și a motivațiilor sale;
- identificarea unor elemente de comportament asupra consumului de turism cultural arădean;
- determinarea celor mai apreciate dimensiuni europene ce caracterizează municipiul Arad și a principalelor tipuri de circuite cultural-istorice analizate din perspectiva vizitatorilor;

- determinarea elementelor de autenticitate și identitate ce pot construi valoarea turistică a destinației Arad;
- analiza situației turismului din municipiul Arad, așa cum este aceasta perceput de către vizitatori;
- identificarea principalelor tipuri de Rute Culturale Europene în care poate fi cuprins municipiul Arad și formularea de propuneri de circuite culturale în cadrul acestora.

Ipoteza de la care s-a pornit a fost aceea că municipiul Arad are influențe europene și fiecare dintre noi (vizitatori, locuitori) putem confirma acest lucru, dar fiecare într-o modalitate specifică, motiv pentru care se pot crea circuite turistice și culturale ce se pretează a fi incluse în Rutele Culturale Europene dezvoltate deja la nivelul Uniunii Europene.

Obiectivele specifice cercetării stabilite mai sus, vor conduce la formularea unor concluzii și stabilirea unor rezultate. Validitatea acestora însă depinde de anumite *limite* impuse în mod special de ancheta sociologică ca metodă științifică.

Limitări legate de stabilirea eșantionului și a metodologiei cercetării, generate de:

- aplicarea chestionarelor de către operatori lipsiți de experiență, uneori chestionarele fiind doar înmânate populației analizate, fără a beneficia de ajutorul unui operator a condus la următoarea situație: 16% - chestionare invalidate, 65,51% - chestionare completate off-line incomplete (cu una sau mai multe întrebări fără răspuns), 73,1 % - chestionare completate on-line incomplete (cu una sau mai multe întrebări fără răspuns);
- sezonabilitatea activităților turistice (unele structuri de primire turistică nu funcționau în perioada cercetată sau aveau un număr redus de turiști): aprilie – august 2015;
- prin ancheta sociologică, turismul cultural arădean s-a analizat și evaluat doar din perspectiva vizitatorilor interni și internaționali; nu s-au efectuat studii asupra modului în care este privit turismul cultural din Arad din perspectiva locuitorilor orașului.

Limitări cu privire la rezultatele cercetării, generate de:

Caracterul exploratoriu al acestui subiect de cercetare, constă în potențialul lui de a oferi explicații posibile și testabile ulterior, prin metode de investigație complementare, individualizate, calitative, precum *analiza documentelor de specialitate*, metodă utilizată în cercetarea științifică, pentru a asigura un suport și o fundamentare mult mai consistentă asupra rezultatelor cercetării. Chiar dacă în urma acestei analize am obținut câteva date suplimentare, totuși nu am putut avea o informație completă asupra tuturor aspectelor studiate din motive legate de timpul alocat analizei și bugetului acesteia.

Toate acestea ne-au determinat să acționăm altfel decât ne-am propus inițial, acțiuni care însă nu a afectat foarte mult caracterul științific al cercetării.

2. ANALIZA ȘI EVALUAREA TURISMULUI CULTURAL DIN MUNICIPIUL ARAD DE CĂTRE TURIȘTII INTERNI ȘI STRĂINI

Așa după cum am menționat în paginile lucrării, prima etapă a analizei se orientează asupra consumatorului de turism cultural din municipiul Arad, sub aspectul profilului acestuia, comportamentului de consum, dimensiunilor europene din Arad atractive din punct de vedere turistic și asupra elementelor de identitate și autenticitate ce pot da valoare turistică unei destinații ca Aradul, dar și sub aspectul situației dezvoltării turistice a orașului așa după cum este acesta remarcat de către vizitatori. Toate aceste elemente vor duce la formularea unor concluzii legate de turismul cultural în municipiul Arad și oportunitatea realizării unor circuite turistice culturale susținute de către actorii locali, prin servicii turistice complementare și conexe.

Metoda științifică folosită în această parte a lucrării este ancheta sociologică aplicată asupra populației de turiști pe bază de chestionar, ce a cuprins un eșantion de 100 de turiști, cu un nivel de încredere de 84 % (chestionare completate). Cele 84 de chestionare valide au fost completate off-line în număr de 58 chestionare, respectiv completate on-line în număr de 26 bucăți. Perioada de culegere a datelor a început din luna aprilie a anului 2015 și s-a încheiat în luna august 2015.

Eșantionul folosit este unul neprobabilistic, constituit ad-hoc ce cuprinde un număr de 100 de vizitatori intervievați, ce au sejurat în perioada menționată mai sus, în structurile de cazare turistică din municipiul Arad.

Chestionarul aplicat asupra unui număr de 100 de turiști a fost elaborat și aplicat de către beneficiarul studiului – Municipiul Arad și el poate fi organizat pe mai multe secțiuni:

- *prima secțiune* cuprinde un număr de 10 itemi (întrebările nr. 1, nr. 2, nr. 4, nr.5, nr.6, nr. 19 și cele referitoare la gen, vârstă, studii și stare civilă) - cu întrebări semi-închise și închise, respectiv variante multiple de răspuns (diferite ca număr de la o întrebare la alta), privind proveniența turiștilor, experiența și motivația lor de călătorie, perioada pe care o preferă pentru vizite în municipiul Arad și nu numai – această secțiune va fi utilă în *definirea profilului turistului sosit în municipiul Arad;*

- *secțiunea a doua* vizează identificarea unor aspecte ale *comportamentului de consum al aceluiaș subiect – turistul* și cuprinde un număr de 3 itemi, creați în același mod descris mai sus (întrebările nr. 3, nr. 17 și nr. 18);

- *a treia secțiune* se orientează ca și conținut spre *determinarea dimensiunilor europene ale Aradului ce constituie atractivitatea cultural-turistică* a acestuia și cuprinde un număr de 3 itemi semi-închiși și închisi (întrebările nr.7, nr.8 și nr.10,), cu variante multiple de răspuns (diferite ca număr de la o întrebare la alta);

- *secțiunea a patra* compusă dintr-un număr de 4 itemi (întrebările nr. 9, nr. 11, nr.12 și nr. 13), cu variante multiple de răspuns vizează *determinarea elementelor de identitate și autenticitate ce pot da valoare turistică destinației Arad;*

- *secțiunea a cincea* compusă din 3 itemi (întrebările nr. 14, nr. 15 și nr. 16) cu variante multiple de răspuns, urmărește determinarea modului în care este perceput de către vizitatori, *nivelul de dezvoltare al turismului în municipiul Arad și actorii locali care trebuie să se implice în susținerea pe mai departe a acestuia.* Această secțiune va fi prezentată separat în sub-capitolul doi al acestei părți.

Datele furnizate de către respondenții la acest chestionar sunt confidențiale, urmând a fi utilizate strict în cadrul proiectului.

2.1 Analiza și interpretarea rezultatelor obținute în urma aplicării chestionarului

Profilul turistului sosit în municipiul Arad

Prima întrebare lansată în determinarea acestui obiect al cercetării a fost: *În ce categorie de turiști vă încadrați?* Răspunsurile celor 84 de respondenți validați este prezentat în graficul de mai jos (Figura nr. 1)



Figura nr. 1 – Proveniența turiștilor intervievați

Se constată că *majoritatea turiștilor ce vizitează Aradul sunt români*, adică 59 de respondenți din 84, repartizați *în egală măsură din județ* (22 de respondenți) și *din afara lui* (37 persoane interviuate). Dintre turiștii străini, 25 de persoane analizate, *majoritatea provin din țările Europei Occidentale* – 14 persoane, urmați de cei din *țările vecine României* (Ungaria, Serbia, Ucraina) – 9 persoane interviuate. Menționăm că rezultatele obținute la această întrebare au fost validate în totalitate, adică toți respondenții au răspuns la întrebare.

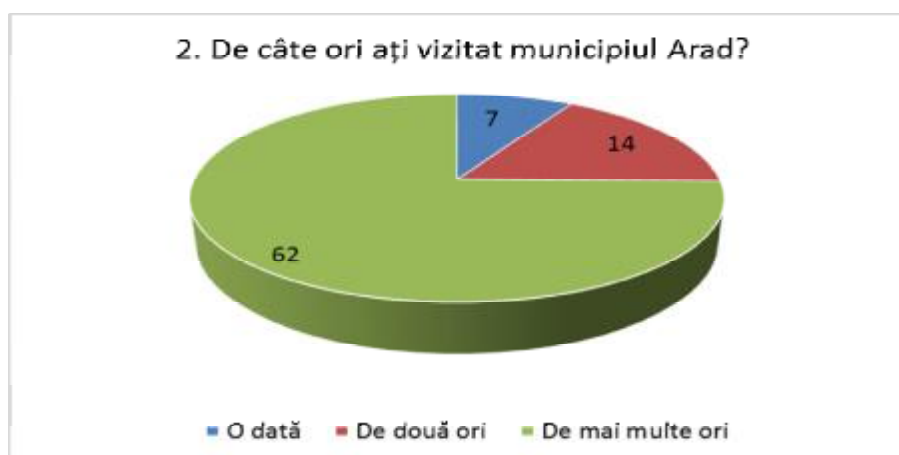


Figura nr. 2 – Frecvența vizitelor turiștilor în municipiul Arad

Întrebarea a doua: *De câte ori ați vizitat municipiul Arad ?*, la care au răspuns un număr de 83 de respondenți din 84 persoane interviuate, ne conduce la concluzia,

prezentată în graficul de mai sus (Figura nr. 2). *Turiștii ce vizitează municipiul Arad au experiență de călătorie și au vizitat de mai multe ori într-un an Aradul* – răspunzând în acest sens 62 de persoane (74,7%). Urmează cei care au mai vizitat Aradul de încă două ori – în acest sens au răspuns 14 persoane (16,9%), respectiv cei care sunt pentru a doua dată în oraș – 7 persoane (8,4%).

La întrebarea a treia, din cadrul primei secțiuni (întrebarea nr. 4 din Chestionar): *Care sunt motivele pentru care ați ales ca destinație turistică municipiul Arad?*, ne sunt explicate motivele ce determină o frecvență ridicată de sosiri ale persoanelor intervievate în Arad. Menționăm, așa după cum o facem de fiecare dată, că la această întrebare au fost validate toate cele 84 de chestionare.

Din analiza graficului prezentat mai jos (Figura nr. 3) constatăm că principalele motive de călătorie ale turiștilor în Arad sunt: *istoria locurilor* (21 de respondenți au preferat această variantă a motivației), urmată de *alte motive precum: afacerile, sarcinile de serviciu ce impun delegații în Arad sau vizitele rudelor și a prietenilor* – preferate de 19 dintre persoanele intervievate, *manifestările culturale și științifice* – sugerate de 16 intervieuți, respectiv *liniștea și calmul orașului* – apreciat de 12 dintre respondenți sau *frumusețea peisajului și prețurile accesibile pentru cumpărături* – perceput de către tot atâți respondenți – 10 persoane.

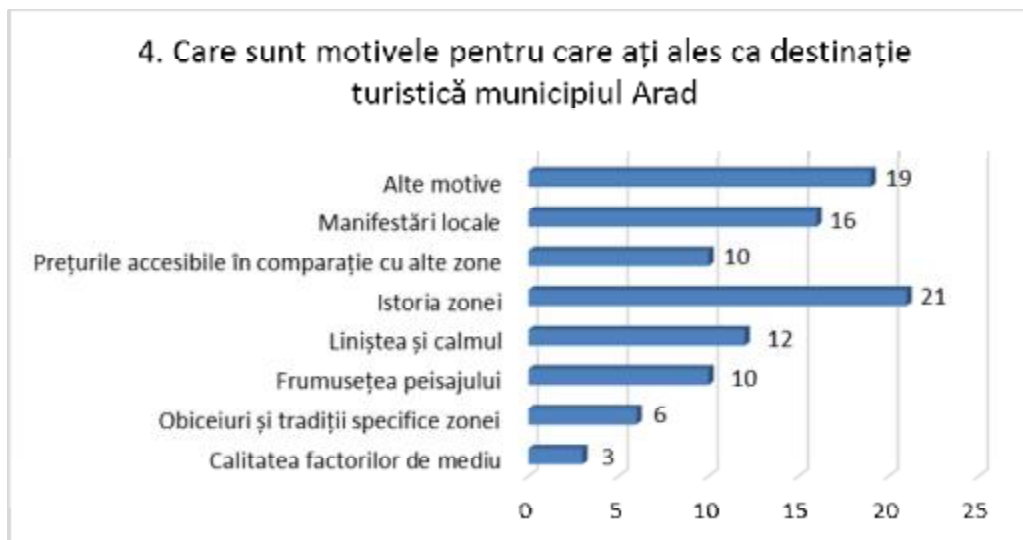


Figura nr. 3 – Motivația turistică a vizitatorilor sosiți în Arad

Analiza de față ne conduce la ideea că *principala motivație turistică a celor ce sosesc în municipiul Arad este cea culturală și complementară celei culturale* – vizitele la rude și prieteni. Elementele cele mai atractive sunt *istoria orașului, manifestările culturale și științifice, elementele naturale și experiențele* generate de liniștea, calmul și frumusețea peisajului, dar și *magazinele generale, mall-urile* ce practică prețuri accesibile în comparație cu alte zone din țară (mai ales cu vecinii).

Întrebarea nr. 5 - *Pe ce perioadă se întinde de obicei sejurul dumneavoastră în Arad?* prezintă durata sejurului turiștilor, confirmând și tipul de turism practicat. Răspunsurile la acest item sunt expuse în graficul de mai jos (Figura nr.4). Referitor la validitatea răspunsurilor la întrebare, apreciem că aceasta s-a realizat, fiind obținute 82 de răspunsuri de la cei 84 de respondenți intervieuți.

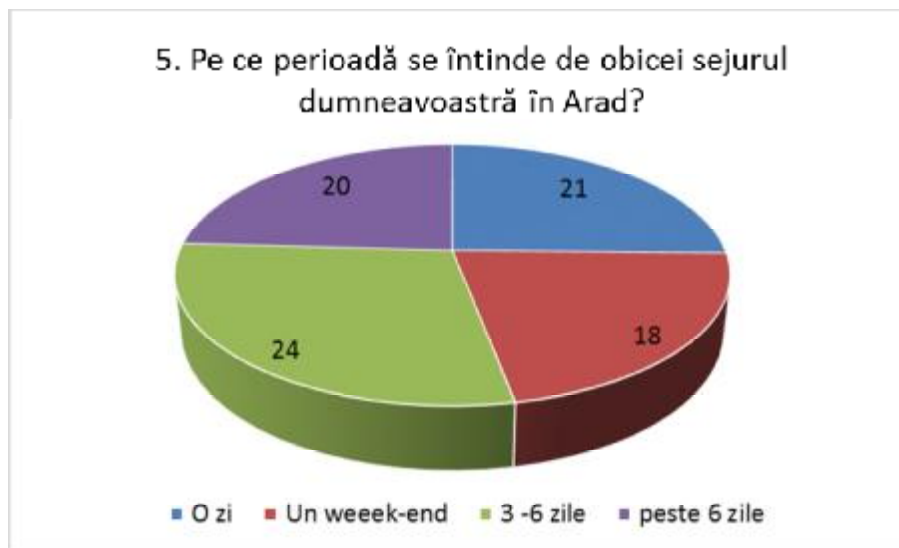


Figura nr. 4 – Durata sejurului turistic în municipiul Arad

Analiza itemului ne conduce la concluzia că *durata sejurului de peste 3 zile*, pentru care au optat 44 de respondenți (53,7%), dintre care 20 de intervievați optează pentru un sejur de peste 6 zile (24,4%), confirmă din nou concluzia itemului analizat anterior - *tipul de turism preferat de turiștii intervievați este cel cultural și de vizită la prieteni - rude*. Un astfel de sejur va permite cu siguranță efectuarea unor circuite cultural-turistice în municipiu, ca modalitate activă de petrecere a timpului liber.

În completarea afirmației de mai sus, vin și răspunsurile la întrebarea nr. 6 - *Care este sezonul în care preferați să vă programați un sejur?* Majoritatea respondenților, 55,2 % dintre respondenți, indică *lunile de vară – iunie, iulie și august – ca fiind cele preferate pentru un sejur cultural-turistic în Arad*. Mai puțin frecvent, dar în *egală măsură* sunt apreciate *lunile de primăvară – martie, aprilie, mai – sau cele de toamnă – septembrie, octombrie, noiembrie*. Deci, *turismul cultural în Arad se practică cel mai bine în sezonul estival, cu posibilitatea prelungirii lui în lunile de primăvară – aprilie, mai și cele de toamnă – septembrie, octombrie*. De acest aspect al sezonalityturismului trebuie să se țină cont.

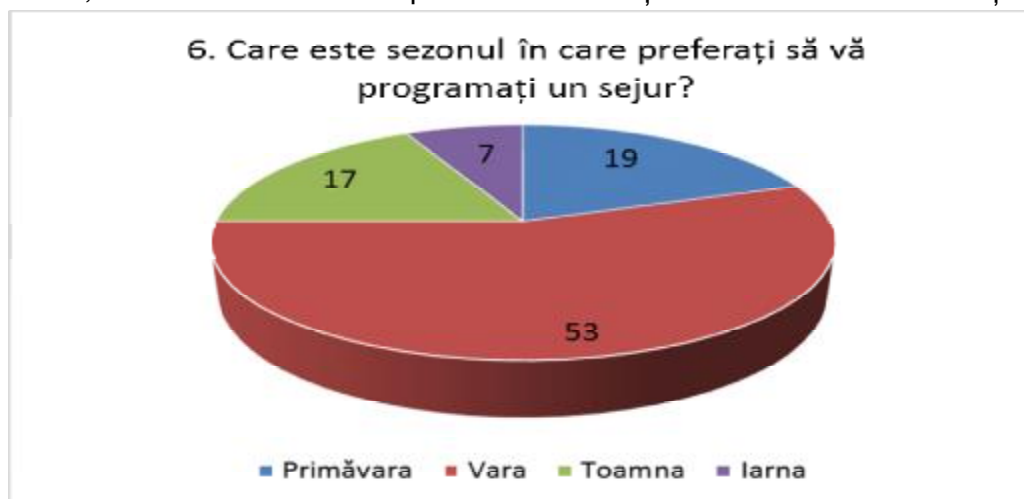


Figura nr. 5 – Sezonalityturismului în municipiul Arad

Întrebarea nr. 19 - *Cu câte persoane călătoriți de obicei?* completează practic informația legată de specificul turismului cultural ce se poate practica în Arad, dar și

contribuie definitiv la realizarea profilului de turist ce vizitează municipiul. Numărul răspunsurilor validate la această întrebare este de 67, ceea ce prezintă un grad de încredere asupra datelor la acest item de cel mult 79,8%.

Din analiza datelor se remarcă faptul că *majoritatea vizitatorilor călătoresc în Arad singuri* – afirmă 29,9% dintre respondenți sau *în cuplu* (două persoane adulte) – afirmă 40,3 % dintre respondenți. *Mai puțini sunt cei care călătoresc în familie* formată din câte 3 sau 4 persoane, din care unul sau doi copii – reprezintă 25,4% dintre intervievați.

În ceea ce privește *datele socio-biografice ale respondenților*, informațiile prezentate în graficile de mai jos arată:

- *majoritatea respondenților au fost femei* – 46 persoane (55,4%) și 37 bărbați (44,6%) – vezi Figura nr. 6

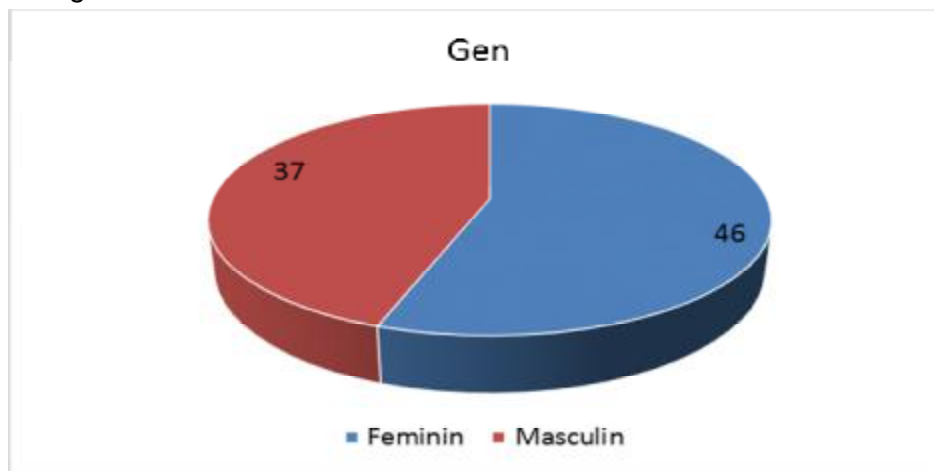


Figura nr. 6 – Repartiția respondenților după gen

- structura pe vârstă a respondenților s-a concentrat în jurul *segmentului de vârstă tineri și foarte tineri* (vârsta 25 – 34 ani – 27 de intervievați; vârsta 35 – 49 ani – 29 respondenți) – vezi Figura nr. 7

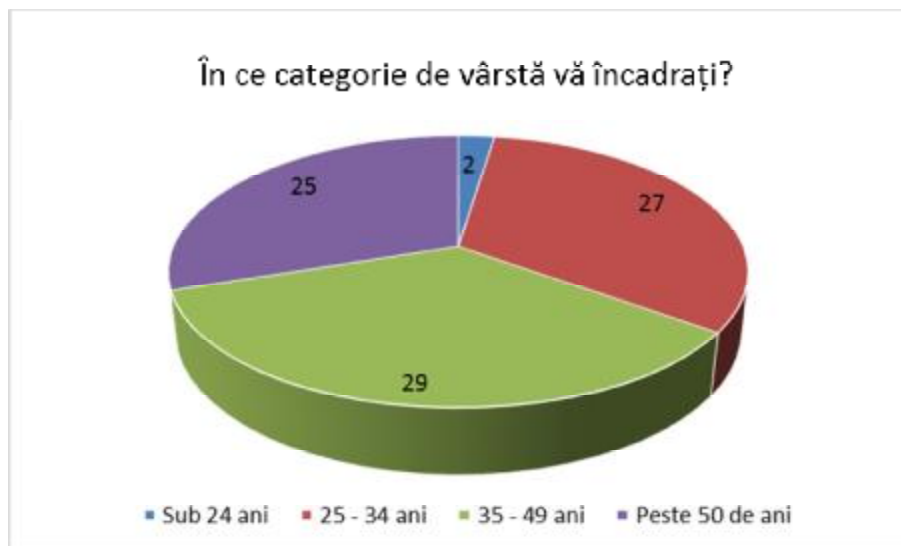
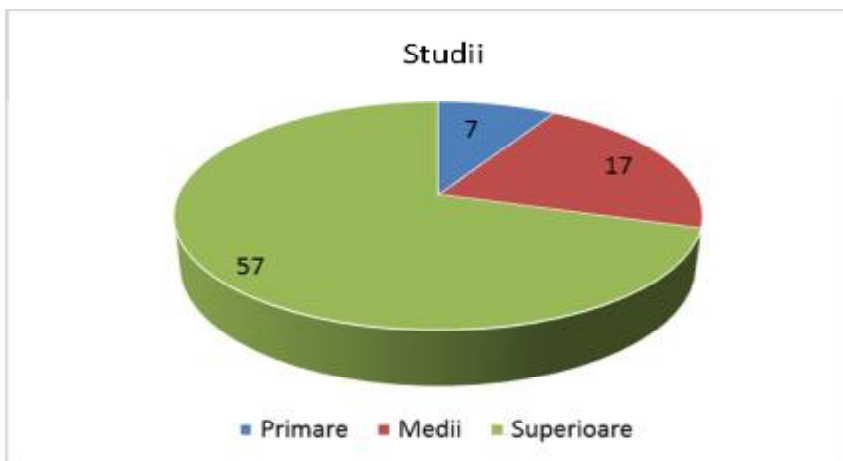


Figura nr. 7 – Repartiția respondenților după vârstă

- *majoritatea covârșitoare a respondenților au avut studii superioare* (nivel de



educație EQF – cel puțin 6) – 70,4 % dintre intervievați (57 persoane), urmați de cei cu *studii medii* (nivel de educație EQF – cel puțin 3) – 21% dintre cei care au răspuns la chestionar (17 persoane chestionate) – vezi Figura nr.8.

Figura nr. 8 – Repartiția respondenților după studii

- după starea civilă respondenți în *marea lor majoritate sunt căsătoriți cu copii* – 53 % (44 persoane) dintre intervievați și *fără copii* – 15,7% (13 persoane) dintre respondenți, vezi Figura nr. 9.

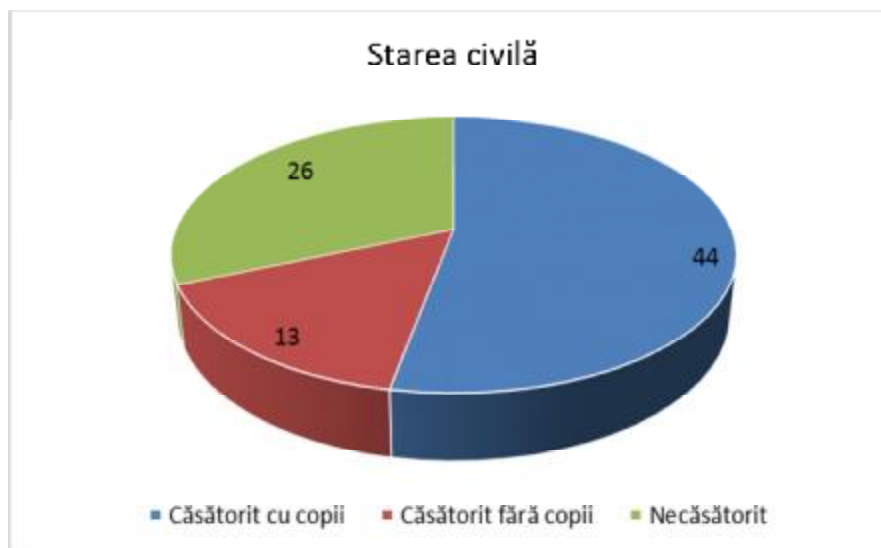


Figura nr. 9 – Repartiția respondenților după starea civilă

În concluzie, *turiștii ce vizitează destinația turistică a municipiului Arad sunt români proveniți din afara județului Arad și străini din Europa Occidentală. Ei dispun de experiență de călătorie și cunosc Aradul pentru că revin frecvent în oraș din motive legate de vizite culturale, vizite la prieteni și rude, dar și de cele în legătură cu locul lor de muncă și propria afacere.*

Din punct de vedere cultural, ceea ce-i atrage mai mult pe turiști la orașul Arad sunt istoria locului, manifestările culturale și științifice, dar și frumusețea peisajului, liniștea și calmul locurilor. Nu sunt lipsite de interes, nici vizitele efectuate în timpul sejurului de cel puțin 3 zile, până la 6 zile în mall-uri, hiper și supermarket-uri ce afișează un preț mai bun ca cel al altor locații de același gen din vecinătate.

Perioada cea mai căutată de turiști pentru vizite în Arad este cea cuprinsă între lunile mai – septembrie a fiecărui an. Majoritatea turiștilor călătoresc în Arad singuri sau în cuplu (aduți). Ei sunt în general tineri și foarte tineri, cu vârste cuprinse între 25 – 34 ani și

35 – 49 ani, educați (absovenți de studii superioare), majoritatea fiind căsătoriți cu copii (un copil sau chiar doi cu vârste până la 18 ani), cu care de cele mai multe ori însă nu călătoresc.

Comportamentul de consum al turiștilor sosiți în municipiul Arad

În cele ce urmează, vom descrie și evalua comportamentul consumatorului de turism – obiectivul primordial al activității de marketing turistic, într-un spațiu al diversității culturale, cum este municipiul Arad.

Comportamentul consumatorului în general este determinat de o serie de trăsături, pornind de la cele culturale și sociale specifice mediului din care provine, până la cele personale. În literatura de specialitate este definit ca fiind, *interpretarea modului în care oamenii aleg să se implice, negocieze și să beneficieze de experiența unei călătorii în afara locului lor de reședință, în vederea atingerii unor idealuri și satisfacții particulare.*

Ținând seama de cele descrise mai sus, vom încerca să prezentăm comportamentul consumatorului de turism sosit în municipiul Arad răspunzând la câteva întrebări, prin intermediul chestionarului aplicat populației de turiști.

Întrebarea nr. 3 din chestionar: *Căroră dintre următoarele surse de informare le datorați cunoașterea acestui oraș?* ne prezintă care ar fi mediile și instrumentele pe care le folosesc turiștii sosiți în Arad în a se informa/documenta despre destinația turistică. Interpretarea datelor din Figura nr. 10 ne conduce la concluzia că mediul on-line - *Internetul este principalul mediu de informare și documentare turistică* – 29 dintre respondenți menționându-l, urmat de *recomandările și relatările prietenilor și rudelor despre Arad* – 23 persoane au menționat această sursă. Pe lângă aceste surse, *vizitatorii sosiți în Arad sunt informații despre destinație de către firma la care sunt angajați și vin să o reprezinte aici* – peste 8 persoane intervievate menționând acest aspect.

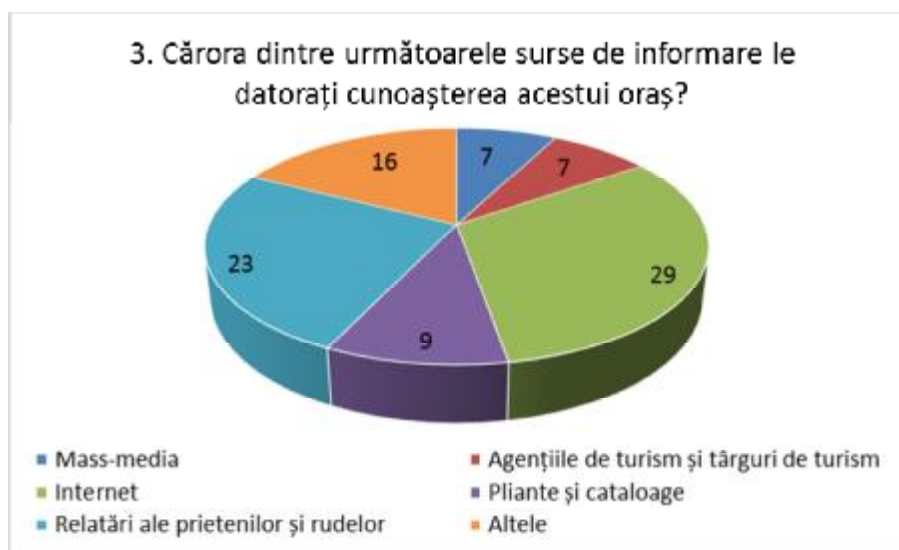


Figura nr. 10 – Sursele de informare și documentare folosite de turiștii sosiți în municipiul Arad

Referitor la validitatea răspunsurilor de la această întrebare, menționăm că doar 2 respondenți nu au răspuns, din cei 84 a căror chestionare au putut fi validate. Deci, nivelul de încredere a rezultatelor la acest item este de 97,6%.



Figura nr. 11 – Atitudinea turiștilor față de destinația turistică Arad

Întrebarea nr. 17-*Intenționați să reveniți în municipiul Arad?* contribuie la formularea construcției atitudinale a turiștilor sosiți în municipiul Arad, față de această destinației culturale și de vizitare. Interpretarea rezultatelor prezentate în figura de mai sus (Figura nr.11), confirmă deja cele prezentate mai sus – frecvența vizitelor turiștilor intervievați în municipiul Arad. În concluzie, turiștii care sosesc în Arad pentru prima dată, în marea lor majoritate vor veni a doua, a treia și chiar de mai multe ori. *Ei au o atitudine pozitivă față de destinația turistică – municipiul Arad – 72 de persoane din cei care au răspuns la întrebare (90% dintre respondenți) confirmă intenția de a mai reveni aici.*

Mai este interesant de menționat faptul că o parte din turiștii care au răspuns afirmativ la întrebare, au oferit și motivul acestui răspuns (n.n – întrebarea fiind astfel formulată). Dintre motive amintim în ordine: (1) *pentru că s-au simțit bine* (29 % dintre respondenții care au răspuns afirmativ la întrebare) - Aradul oferindu-le șansa de a se relaxa, de a-și aduce aminte de locurile copilăriei, tinereții, de a vizita locuri frumoase, a participa la evenimente culturale și științifice, din cauza locuitorilor etc.; (2) *pentru că au afaceri și parteneri de afaceri aici* (10 % dintre respondenții care au răspuns afirmativ).

Itemul nr. 18 - *Ce anume căutați când vă alegeți o anumită destinație?* urmărește să identifice criteriile ce stau la baza alegerii unei destinații turistice. Rezultatele (vezi Figura nr. 12) arată că turiștii ce vizitează destinația – municipiul Arad, acordă o atenție deosebită următoarelor aspecte ce stau la baza deciziei de vizitare: (1) *unicitatea și autenticitatea locului vizitat;* (2) *destinația turistică să ofere locuri de recreere și să valorifice tradițiile locale;* (3) *destinația turistică să ofere activități de agrement & divertisment sau* (4) *locul de vizită să permită relaxare și odihnă pentru vizitator.* Accentul în alegerea unei destinații se pune azi și pe *gastronomia locală.*

Pe baza informațiilor furnizate de cei 3 itemi prezentați mai sus, se poate construi următoarea ipoteză destinată unor cercetări ulterioare - *procesul decizional de cumpărare folosit în alegerea unei destinații cum este cea a municipiului Arad, denumit și model de comportament de cumpărare se fundamentează pe următoarele repere:*

- reper I – informare turiștilor despre destinația turistică arădeană se face în mare măsură din surse informale (recomandări ale turiștilor ce au vizitat destinația, prezentate pe site-urile de profil; recomandări ale prietenilor/rudelor sau recomandări ale firmelor de la care provin turiștii); mediul de comunicare cel mai des folosit – Internetul este un mediu cvasi-personal ce poate fi folosit în sensul eficientizării pe mai departe a comunicării cu vizitatorii; nu este de neglijat mediul de comunicare direct sau personal (discuțiile directe dintre turiști) ce transmite cel mai bine *încrederea* pe care trebuie să o genereze asupra celui care vizitează o destinație turistică;

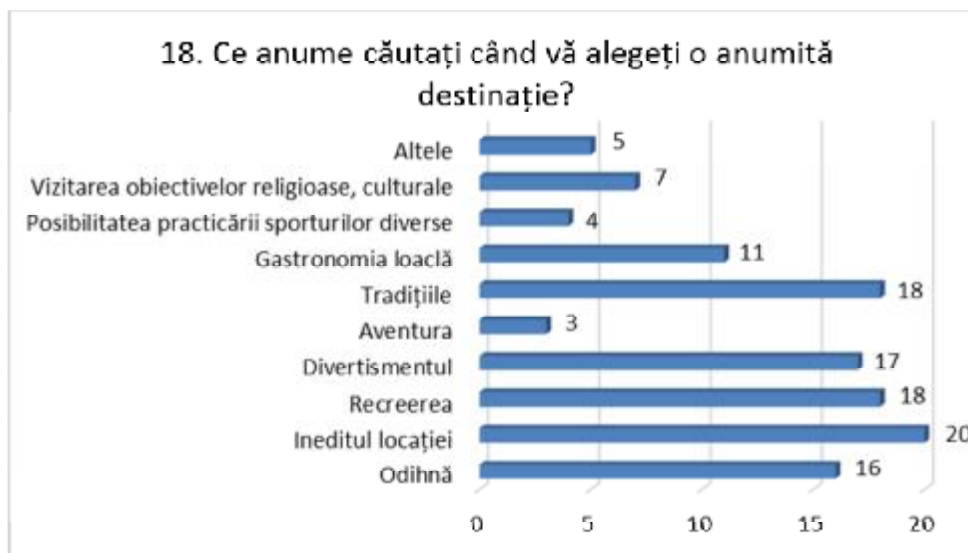


Figura nr. 12 – Criteriile ce stau la baza alegerii unei destinații turistice apreciate de către vizitatorii municipiului Arad

- reper II – definirea unei liste de posibile criterii în alegerea unei destinații turistice de tipul Aradului - (1) unicitatea și autenticitatea; (2) locuri de recreere și valorificare a tradițiilor locale; (3) agrement & divertisment; (4) relaxare și odihnă (Figura nr.12);

- reper III – evaluarea serviciului – asigurarea satisfacției și fidelizarea clientului se poate realiza prin generarea unei atitudini pozitive față de o anumită destinație turistică (o bună impresie) care determină și un comportament de cumpărare favorabil, mai ales în condițiile în care consumatorul de turism are experiența călătoriei.

Dimensiunile europene ale Aradului apreciate de către populația de turiști analizată

În căutarea elementelor (dimensiunilor) europene ale unei destinații turistice culturale, în primul rând trebuie să ne uităm la trecut, să căutăm în ghidurile turistice, documentele specifice turismului și destinației vizate, să vizităm centrele istorice ale orașelor, și să verificăm apoi ce am găsit. Aceste aspecte au fost cele care au condus la formularea celor 3 itemuri ale chestionarului folosit în analiza și evaluarea de față.

Întrebarea nr. 7 - *Considerați că potențialul cultural - turistic al municipiului Arad este pus suficient în valoare?* furnizează prin răspunsurile obținute fundamentul problemei – *potențialul cultural-turistic al municipiului Arad nu este suficient de exploatat și promovat*, apreciază majoritatea respondenților, 53 de persoane din numărul total de persoane

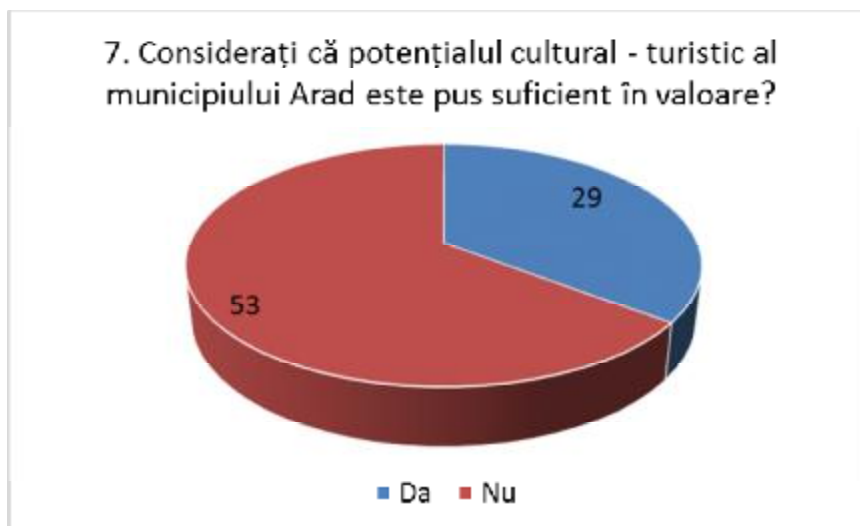


Figura nr. 13 – Gradul în care potențialul cultural-turistic al Aradului este pus în valoare

intervievate (64,6%) – Figura nr. 13. Menționăm de asemenea că nivelul de încredere asupra rezultatelor de la acest item este de 97,6%.

Itemul nr. 8, prin analiza răspunsurilor la întrebarea: *Care considerați că sunt cele mai importante atracții turistice din oraș?* ne ajută să identificăm principalele dimensiuni europene, ce pot să fie considerate din perspectiva turiștilor sosiți în Arad, principale atracții turistice și repere în cadrul circuitelor cultural-turistice arădene ce se pot construi.

Așa după cum rezultă din graficul de mai jos – Figura nr.14 – turiștii intervievați *apreciază cel mai mult patrimoniul construit, stilul arhitectural și monumentele istorice* ale Aradului, urmat de *locuitorii orașului* – un ansamblu multicultural compus din români, maghiari, sârbi, germani, romei ce au fiecare obiceiuri și tradiții diferite, des întâlnite în țările de proveniență ale populației turistice analizate, doar în contexte diferite, *istoria orașului Arad, dar și viața culturală și științifică* a municipiului reședință a județului Arad. *Religia* este și ea o dimensiune europeană destul de apreciată de vizitatori ce valorifică bisericile și lăcașele de cult bine conservate și active, implicate în viața comunității.



Figura nr. 14 – Atracțiile turistice și culturale arădene apreciate de turiști

La întrebarea nr. 8, au răspuns un număr de 84 persoane intervievate.

Referitor la tipul de circuite turistice de care vizitatorii din Arad ar fi interesați să le parcurgă, itemul nr. 10 - *Ce fel de rute culturale - istorice sau de agrement sunteți interesat să vizitați în Arad?*, arată că cele mai frecvente răspunsuri au fost acordate pentru: (1) *circuitul turistic al palatelor și monumentelor istorice din Arad* – apreciat de 66 dintre respondenți, (2) *circuitul turistic natural de vizitare a Parcului Natural "Lunca Mureșului" și circuitul turistic al parcurilor amenajate din municipiul Arad* – apreciate de 58 de persoane din total respondenți, respectiv (3) *circuitul turistic al instituțiilor de cultură* – menționat ca fiind interesant de parcurs de către 23 de respondenți – Figura nr. 15.

Referitor la validitatea răspunsurilor de la această întrebare, menționăm că doar 4 respondenți nu au răspuns, din cei 84 a căror chestionare au putut fi validate. Deci, nivelul de încredere a rezultatelor la acest item este de 95,2%.

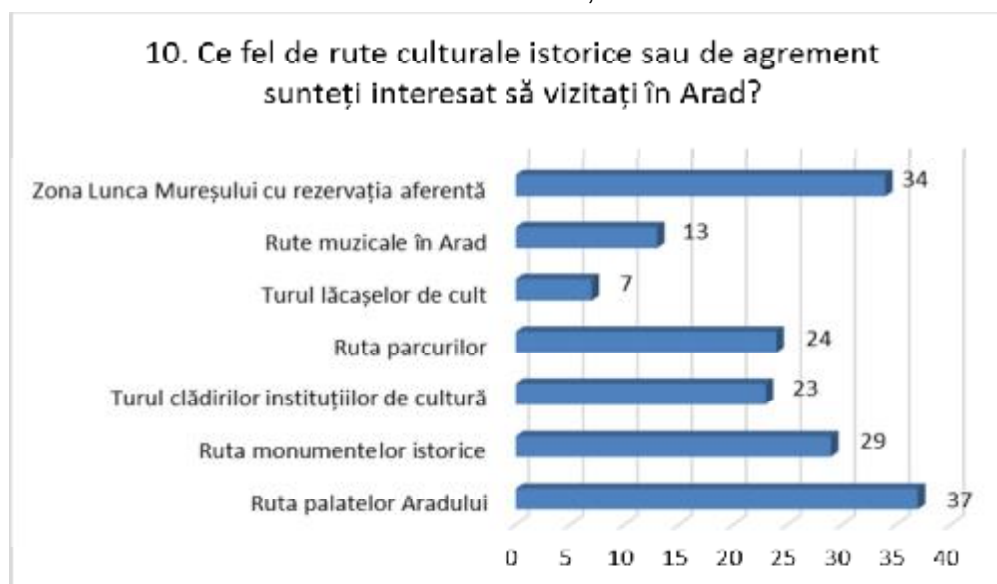


Figura nr. 15 – Circuitele cultural-turistice apreciate de către populația de turiști analizată în municipiul Arad

Cu privire la *dimensiunile europene ale Aradului apreciate de către vizitatorii arădeni* putem concluziona că: *Aradul dispune de un potential turistic destul de valoros orientat spre patrimoniul cultural și natural, care este însă puțin valorificat.*

Cele mai apreciate de către respondenți, dimensiuni europene ce se pot constitui în principale repere de definire ale unor circuite turistice și culturale în municipiul Arad sunt (1) stilul architectural, (2) amenajarea urbanistică a orașului, (3) locuitorii orașului, (4) istoria Aradului, (4) viața culturală și științifică, respectiv (5) religia.

Urmare a patrimoniului turistic arădean existent și al acestor repere identificate, turiștii intervievați preferă (dacă s-ar constitui o ofertă turistică în acest sens) să viziteze Aradul parcurgând *circuite turistice tematice* de genul: (1) *Circuitul turistic al palatelor și monumentelor istorice din Arad*, (2) *Circuitul turistic natural Parcul Natural "Lunca Mureșului"*, (3) *Circuitul turistic al parcurilor amenajate din municipiul Arad* sau (4) *Circuitul turistic al instituțiilor de cultură și muzeelor.*

Determinarea elementelor de identitate și autenticitate ce pot da valoare turistică destinației turistice Arad

Autenticitatea și identitatea unei destinații turistice reprezintă esența dezvoltării turismului în general și a turismului cultural în mod special, în contextul evoluției societății de la cea industrială spre cea relațională, se arată în Studiul ” Impact of European Cultural Routes on SMEs’ innovation and competitiveness” realizat de către Comisia Europeană prin Programul Competitiveness and Innovation Framework în 2011. Aceste aspecte au fost surprinse în cadrul unui set de itemi, după cum urmează:

- *itemul nr. 9 - Care dintre următoarele afirmații le considerați potrivite pentru a descrie cel mai bine municipiul Arad?* arată că municipiul Arad se identifică cel mai bine, din perspectiva vizitatorilor cu un oraș (1) *prietenos* – 31 de respondenți menționează acest fapt, (2) *ospitalier* – precizat de către 22 de respondenți, (3) *cultural-istoric* – arată 15 respondenți din total persoane intervievate, (4) *un loc cu o identitate specifică* – atribuit

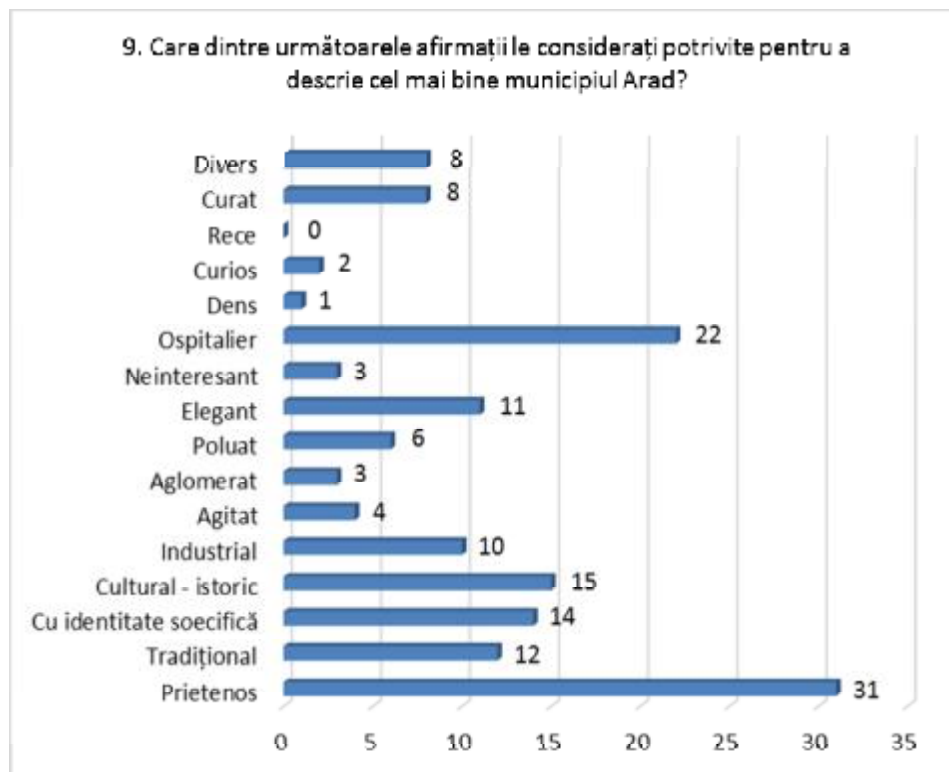


Figura nr. 16 – Modul de exprimare a autenticității și identității municipiului Arad, perceput de către vizitatori

menționat de către 14 respondenți, (5) *tradițional* și deopotrivă *elegant* – element de specificitate al Aradului identificat de 12, respectiv 11 intervievați – vezi Figura nr.16; numărul răspunsurilor oferite de populația turistică investigată a fost în acest caz de 83 de persoane, din cele 84 analizate, ceea ce dovedește un grad de încredere al răspunsurilor la întrebare de 98,8%.

- *itemul nr. 11 - Care dintre următoarele afirmații le considerați potrivite pentru a descrie cel mai bine locuitorii municipiului Arad?* prezintă modul în care sunt percepuți locuitorii orașului – element al dimensiunii europene – de către vizitatorii intervievați; ei apreciază că arădenii sunt (1) *prietenosi* – fapt remarcat de 48 de respondenți, (2) *ospitalieri* - aspect sesizat de către 42 de respondenți, (3) *modești* – caracteristică pe care o asociază cu locuitorii Aradului 23 dintre respondenți, dar și (4) *grăbiți* – particularitate

remarcată de 18 dintre respondenții la chestionar și deopotrivă *petrecăreți, indiferenți sau curioși* – vezi Figura nr.17; de menționat este faptul că rezultatele obținute în urma interpretării acestui item nu sunt destul de relevante pentru populația analizată, deoarece, doar 41 dintre respondenți au completat această întrebare; cu toate acestea corelând răspunsurile de la itemul anterior, cu itemul nr. 4 considerăm că primele 2 trăsături ale locuitorilor Aradului sunt pe deplin justificate.

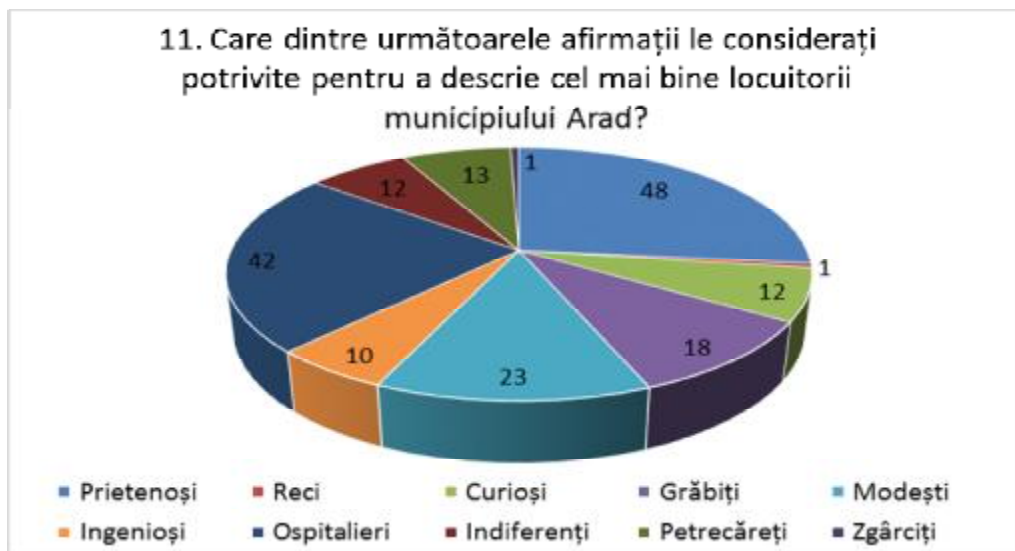


Figura nr. 17 – Principalele trăsături ale locuitorilor municipiului Arad, percepute de către vizitatorii intervievați

- itemul nr. 12 - *Cum considerați tarifele practicate în municipiu Arad în comparație cu serviciile oferite?* ne prezintă o destinației turistice și culturale percepută ca având *tarife acceptabile în concordanță cu calitatea serviciilor de cazare, restaurație, a celor socio-culturale oferite, posibilităților de recreere, rețelelor de transport urban, serviciilor de parcare pentru vizitatori* – fapt apreciat de 51 dintre respondenți, doar 24 dintre intervievați consideră că aceste servicii se practică la tarife mari în Arad, față de celelalte destinații turistice apropiate din țară și străinătate – vezi Figura nr. 18; la această întrebare au răspuns 81 de respondenți, aspect ce prezintă un grad ridicat de validitate a acestui item.

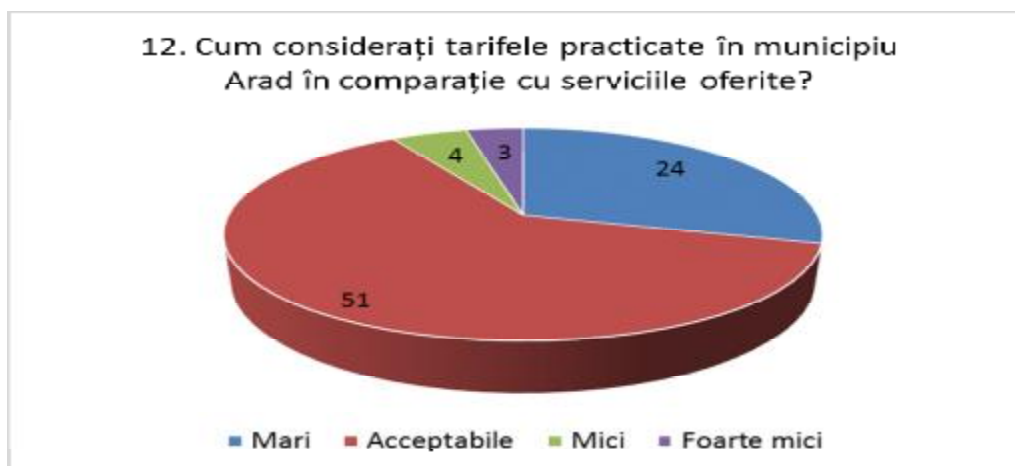


Figura nr. 18 – Modul de percepere de către vizitatori a tarifelor la serviciile oferite

- *itemul nr. 13 - În ce măsură sunteți deranjat de efectele poluării datorate comportamentului necorespunzător al turiștilor?* în urma prelucrării răspunsurilor provenite de la cei 82 respondenți ce au oferit date valide itemului, concluzia este că - *turiștii apreciază calitatea mediului ambiant, a patrimoniului natural și a spațiilor publice din municipiul Arad, fiind deranjați în foarte mare măsură de degradarea acestuia – rezultat apreciat de 24 de respondenți și în mare măsură de poluarea acestuia – afirmații generate de 15 respondenți, după cum puțin sau deloc marcați de modificare lui sunt 23 dintre respondenții la întrebare; vizitatori indiferenți de calitatea mediului unei destinații turistice sunt 20 dintre intervievați – vezi Figura nr. 19.*

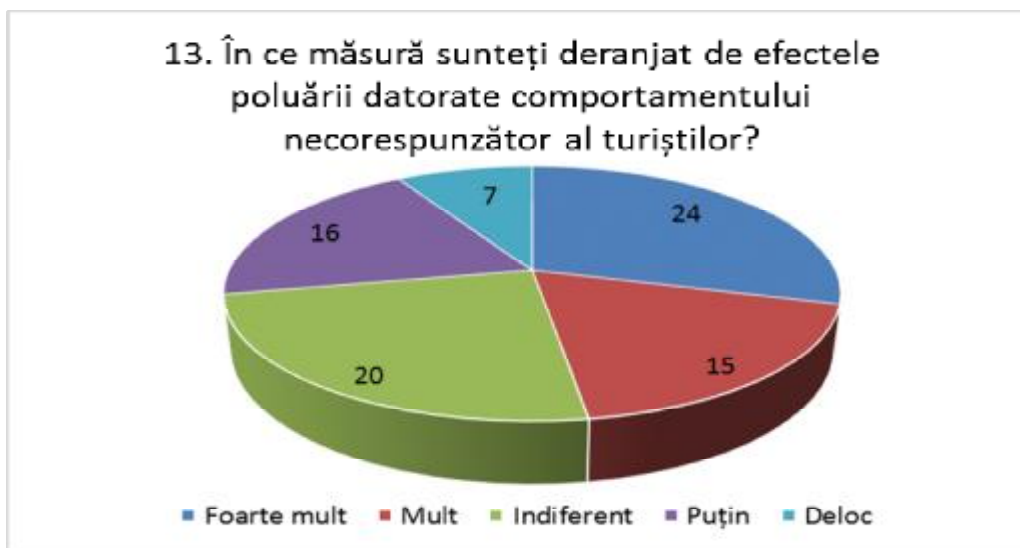


Figura nr. 19 – Gradul de apreciere a calității mediului ambiant al destinației turistice

Așadar, în privința elementelor de identitate și autenticitate ce oferă valoare turistică Aradului, remarcăm că acesta este perceput ca o *destinație ce generează experiențe de viață naturale, firești pe meleaguri în care Mureșul modelează viața și conduita oamenilor percepuți a fi ospitalieri și prietenoși.*

Orașul Arad, ca destinație turistică este perceput ca și locuitorii săi – prietenos, ospitalier, dar și un loc cultural-istoric, cu servicii turistice și conexe acceptabile, dezvoltate într-un mediu ambiant curat, apreciate de către vizitatori educați (în marea lor majoritate) în sensul protecției mediului înconjurător.

2.2 Identificarea de puncte forte și puncte slabe ale geografiei mediului urban în Arad

Analiza diagnostic realizată asupra geografiei mediului urban al Aradului pornește de la interpretarea a 3 itemi prezenți în chestionarul folosit asupra populației de turiști reprezentate de către cei 84 de respondenți a căror răspunsuri au fost validate.

Întrebarea nr. 14 - *Cine credeți că ar trebui să se implice mai mult în informarea / formarea turiștilor?* ne oferă posibilitatea de a identifica, din perspectiva turiștilor, cine este în măsură să se implice în dezvoltarea, educarea și promovarea/informarea turismului din municipiul Arad. Numărul răspunsurilor oferite de populația turistică investigată a fost în acest caz de 76 din cele 84 răspunsuri la chestionarele analizate, ceea ce dovedește un grad de încredere la întrebare de 90,5% - vezi Figura nr. 20. De menționat este faptul că în cazul acestui item s-a permis fiecărui respondent să aprecieze după nivele de apreciere

pe scara Linkert – de la foarte important, la neimportant – rolul mai multor entități în soluționarea acestui aspect, propuse de chestionar: școala, familia, mass-media, ONG-urile, agențiile de turism, asociațiile de promovare, administrația publică locală și altele.

Cei mai mulți respondenți consideră că *administrația publică locală trebuie să se implice*, remarcând *rolul acesteia ca fiind foarte important și important* – apreciază un număr de 62 de respondenți. *Mass media* este cea de a doua structură de la care populația investigată de turiști are așteptări în acest sens, considerând *rolul ei important și foarte important* un număr de 58 de respondenți. *Mediul de afaceri din turism ar fi cel de al treilea actor ce trebuie să se implice în dezvoltarea și promovarea turismului arădean, dar și în educarea consumatorului de turism* – apreciază un număr de 55 de respondenți. Cel de-al patrulea pilon important în acest sens este *societatea civilă* reprezentată de asociațiile non-profit din domeniul turismului și cele de promovare ale turismului, *familia și școala* deopotrivă.

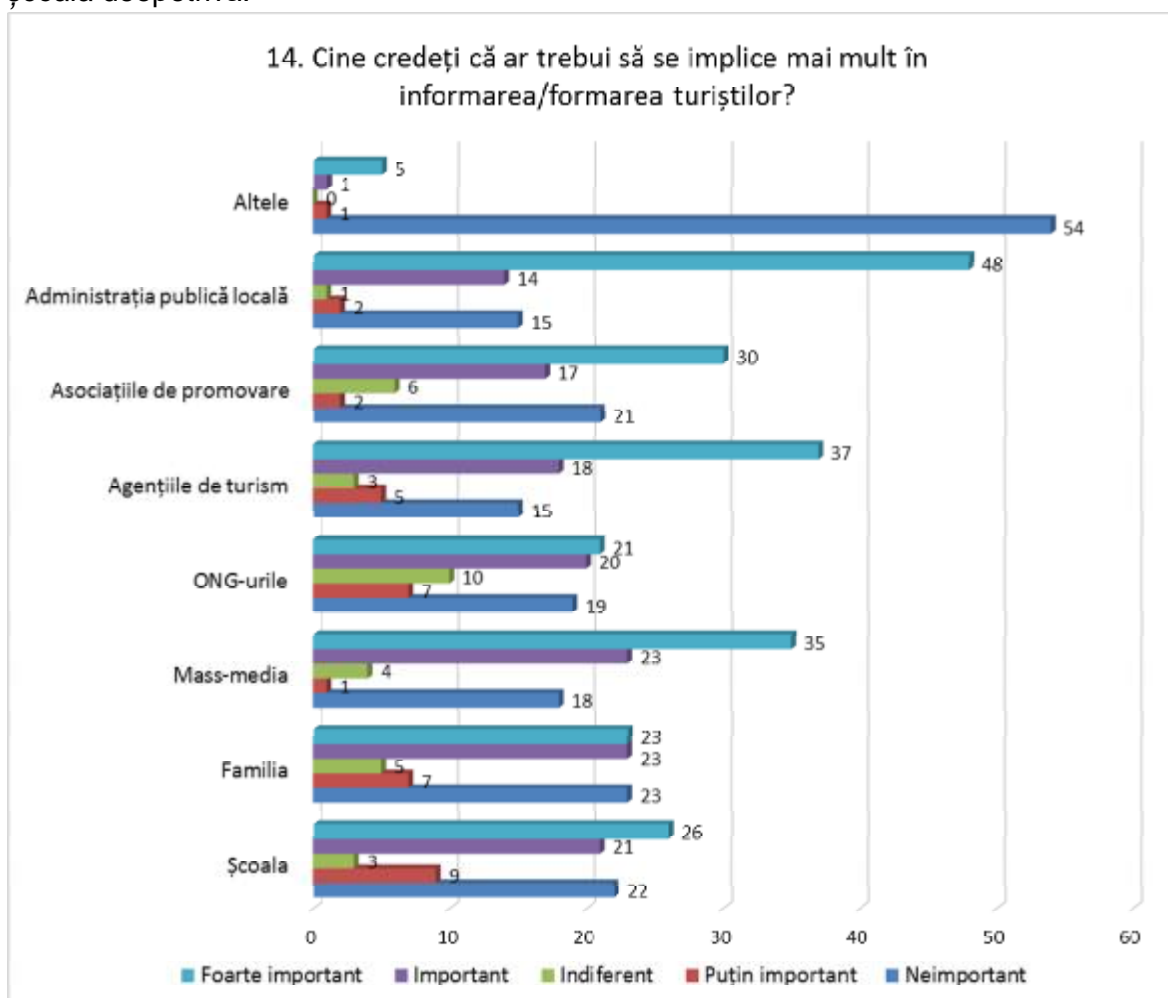


Figura nr. 20 – Structura entităților care ar trebui să se implice în dezvoltarea și promovarea/informarea turismului din municipiul Arad

Itemul nr. 15 - *Care credeți că sunt elementele care influențează pozitiv turismul arădean?* furnizează prin răspunsurile sale informații legate de punctele forte ale geografiei mediului urban în Arad: (1) *caracterul multicultural al orașului oferit de locuitorii săi* - apreciat de 32 dintre respondenții la întrebare, (2) *patrimoniul turistic natural și antropoc al Aradului*, dat de monumentele istorice și frumusețea peisajelor – confirmat de

către 18 dintre respondenții la întrebare, (3) *infrastructura turistică și generală oferită turismului de afaceri* – remarcată de 12 intervievați, dar și (4) *istoria locurilor*, respectiv (5) *dotările aferente în special serviciilor de cazare și restaurație* – vezi Figura nr.21.

Reținem faptul că la acest item au răspuns toți cei 84 de respondenți.

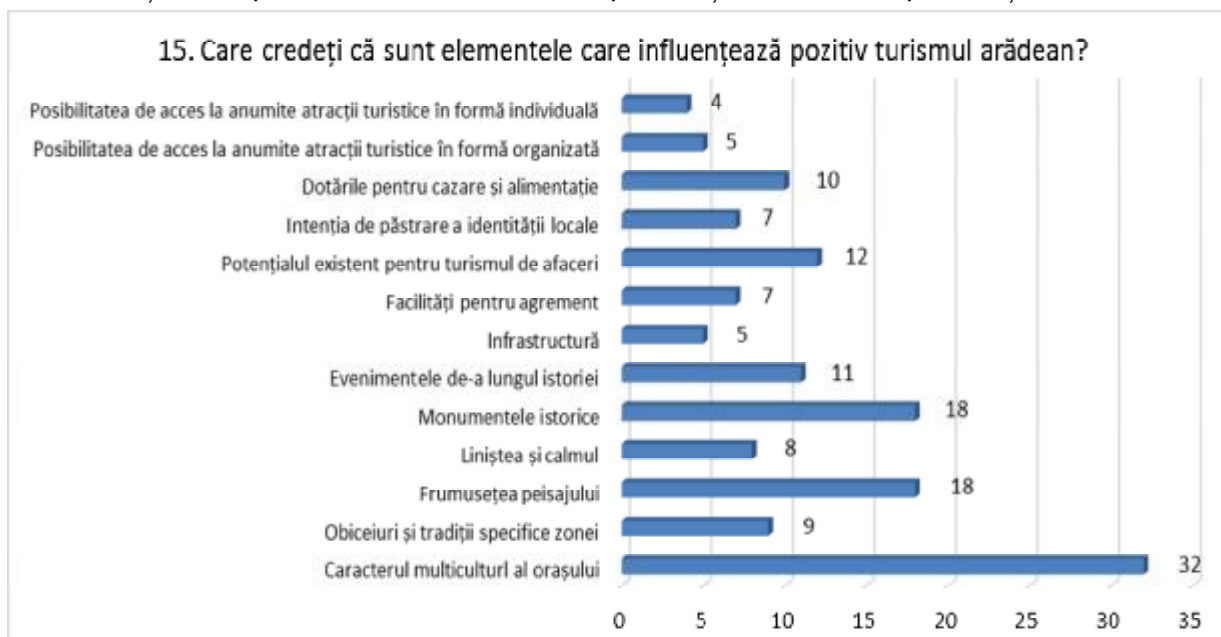


Figura nr. 21 – Elementele ce influențează pozitiv turismul arădean

Itemul nr. 16 - *Dacă considerați că există, care credeți că sunt elementele care influențează negativ turismul în Arad?* oferă prin răspunsurile sale informații legate de punctele slabe ale geografiei mediului urban în Arad: (1) *lipsa amenajărilor turistice ale orașului* - apreciat de 30 dintre respondenții la întrebare, (2) *lipsa surselor de informații turistice (hărți, pliante, CD-uri)* – confirmat de către 21 dintre respondenții la întrebare, (3) *poluarea orașului* – remarcată de 18 respondenți, (4) *lipsa ghizilor turistici și culturali* – remarcată de 16 intervievați, dar și (5) *spațiile de parcare insuficiente, inclusiv cele pentru autocare*, respectiv (6) *infrastructura generală ce mai trebuie dezvoltată*, vezi Figura nr.22.

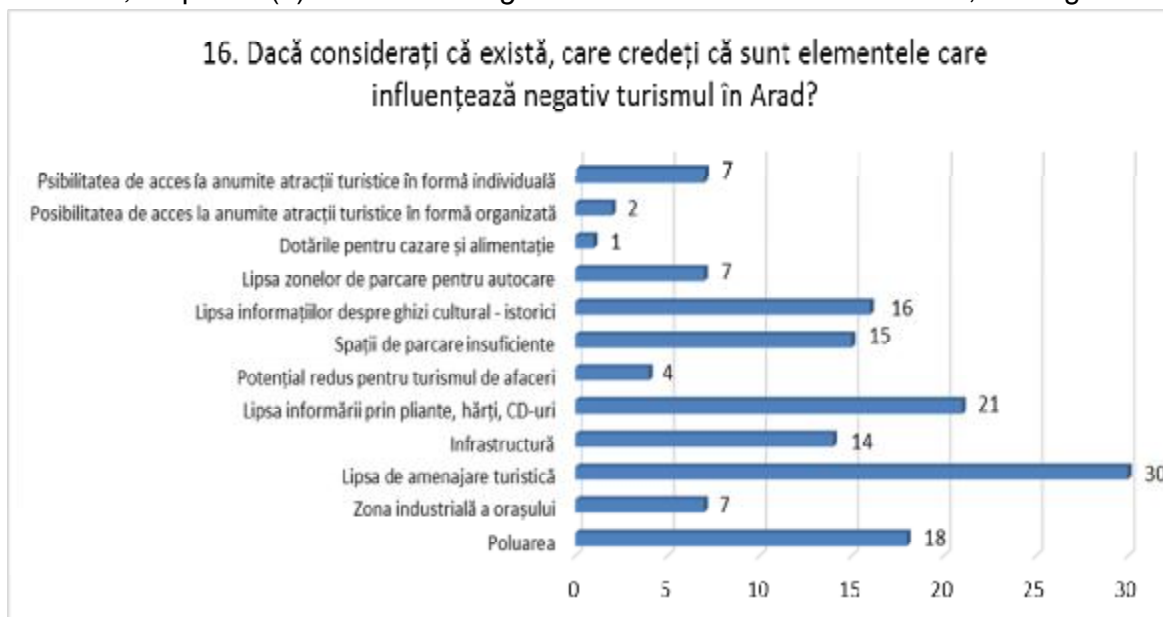


Figura nr. 22 – Elementele ce influențează negativ turismul arădean

2.3 Concluzii privind turismul cultural din municipiul Arad

Din perspectiva realității percepute, o destinației turistice se poate dezvolta pe două mari coordonate:

a) *realitatea internă* – spațiu propriu-zis, care ar trebui să fie coerentă și care prin actorii săi locali să poată lua decizii proprii independente de terți;

b) *realitatea externă* - bazată pe imaginea și percepția din exterior, așa cum de exemplu o înțelege turistul, vizitatorul.

Lucrarea de față s-a realizat din perspectiva coordonatei realității externe a destinației turistice arădene, ea fiind completată în sensul limitării neajunsurilor cercetării, de rezultatele altor studii indicate la începutul lucrării.

Concluziile obținute în urma acestei cercetări, ce constituie prima parte a analizei, furnizează informații utile beneficiarului privind turismul cultural din municipiul Arad dezvoltate din două perspective:

- *cererii turistice* – orientată spre determinarea profilului și comportamentului turiștilor ce vizitează municipiul Arad, într-un anumit moment;
- *ofertei turistice a Aradului* – orientată spre determinarea: (1) dimensiunilor europene ale orașului, ce constituie atractivitatea cultural-turistică, (2) elementelor de identitate și autenticitate ce pot da valoare turistică destinației, (3) nivelului de dezvoltare al turismului în municipiul Arad și actorilor locali care trebuie să se implice în susținerea pe mai departe a acestuia.

Profilul de imagine și comportament al turiștilor ce vizitează municipiul Arad

Populația turistică investigată, a căror răspunsuri la chestionare au fost validate (cu diferențe de încredere a rezultatului ce variază de la 79,8%, la 100% pentru fiecare întrebare) este de 84 de persoane. Analiza efectuată asupra segmentului investigat a furnizat următoarele informații:

A. Datele socio-biografice ale populației turistice investigate se prezintă astfel:

- majoritatea respondenților au fost femei – 46 persoane și restul bărbați;
- structura pe vârstă a respondenților s-a concentrat în jurul segmentului de vârstă tineri și foarte tineri (vârsta 25 – 34 ani – 27 de intervievați; vârsta 35 – 49 ani – 29 respondenți);
- majoritatea covârșitoare a respondenților au avut studii superioare (57 – respondenți), urmați de cei cu studii medii (17 - intervievați) și studii primare;
- după starea civilă, respondenții în marea lor majoritate sunt căsătoriți cu copii – (44 - persoane intervievate) și fără copii – (13 dintre respondenți).

B. Tipul de turism practicat preponderent în municipiul Arad

Din interpretarea datelor investigate, principala motivație turistică a celor ce sosesc în municipiul Arad este *cea culturală și de vizitare, complementară celei culturale – vizitele la rude și prieteni*. Un alt motiv de călătorie al respondenților îl reprezintă deplasările în legătură cu locul lor de muncă și propria afacere, dar și vizitele la mall-uri, super și hipermarketuri, pe motivul că prețurile aici sunt acceptabile în comparație cu cele situate în vecinătate.

Elementele cele mai atractive din Arad, considerate de vizitatori sunt (1) istoria orașului, (2) manifestările culturale și științifice, (3) elementele naturale și experiențele generate de liniștea, calmul și frumusețea peisajului, dar și (4) magazinele generale, mall-urile ce practică prețuri accesibile în comparație cu alte zone din țară.

Valoarea turistică a Aradului este dată de experiențele de viață naturale, firești petrecute de vizitatori pe meleaguri în care Mureșul modelează viața și conduita oamenilor percepuți a fi ospitalieri și prietenoși. Orașul Arad, ca destinație turistică este perceput ca și locuitorii săi – prietenos, ospitalier, dar și un loc cultural-istoric, cu servicii turistice și conexe acceptabile dezvoltate într-un mediu ambiental curat, apreciat în marea majoritate de către vizitatori educați în sensul protecției mediului.

Tipul de turism practicat preponderent – cultural și de vizitare - este corelat cu nivelul experienței de călătorie, vârstă, educație, stil de viață etc. În acest sens datele obținute pe acest palier arată că:

- turiștii ce vizitează municipiul Arad au experiență de călătorie și au vizitat de mai multe ori într-un an Aradul;
- majoritatea turiștilor călătoresc în Arad, singuri sau în cuplu (adulti);
- vizitatorii sunt în general tineri și foarte tineri, cu vârste cuprinse între 25 – 34 ani și 35 – 49 ani, persoane cu un stil de viață activ;
- nivelul de pregătire a majorității vizitatorilor în Arad reflectă un grad ridicat de educație (absovenți de studii superioare);
- majoritatea vizitatorilor sunt căsătoriți cu copii (un copil sau chiar doi cu vârste până la 18 ani), cu care de cele mai multe ori însă nu călătoresc.

Durata medie a sejurului pentru a acest profil de turist este de peste 3 zile, până la 6 zile. Un astfel de sejur va permite cu siguranță efectuarea unor circuite cultural-turistice în municipiu, ca modalitate activă de petrecere a timpului liber.

Perioada cea mai căutată de turiști pentru vizite în Arad este cea cuprinsă între lunile mai – septembrie a fiecărui an, sezon specific tipului de turism cultural și de vizitare.

Turiștii care vizitează municipiul Arad sunt persoane care apreciază calitatea mediului ambiant, patrimoniul natural și spațiile publice din Arad, fiind deranjați în mare și foarte mare măsură de degradarea acestuia.

Definirea tipului de turism cultural pentru Arad se înscrie în contextul turismului de tranzit și de recreere identificat ca fiind predominant de către studiile anterioare despre tipurile de turism practicate în orașul și județul Arad, menționate mai sus.

C. Proveniența turiștilor

Majoritatea turiștilor ce vizitează Aradul sunt *români*, proveniți în aproape în egală măsură *din județ și din afara lui*.

Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad - 2012 – 2016, confirmă rezultatele obținute, arătând că Aradul, ca destinație de vacanță - culturală sau pentru tratament balnear, atrage mai degrabă turiști din județele învecinate. După cum se poate observa din acel studiu, cea mai mare parte a turiștilor sunt din județul Arad (42%) și din județele învecinate: Timiș (12%), Bihor (9%), Hunedoara (4,5%) și București (4,5%).

Dintre *turiștii străini*, majoritatea provin din *țările Europei Occidentale*, urmați de cei din *țările vecine României*.

În completarea datelor obținute prin analiza efectuată, vin informațiile furnizate de *Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad - 2012 – 2016*, despre profilul turiștilor străini care desprinde din ancheta efectuată în rândul operatorilor turistici următoarele informații: țările de proveniență a celor mai mulți turiști străini pe care îi găzduiesc, operatorii sunt din Italia, Germania, Ungaria, Spania, dar și Austria. Aspectele menționate se confirmă și din tendințele evidențiate în statisticile oficiale, prin faptul că cei mai numeroși turiști din străinătate sosiți în Arad, provin din Italia, Ungaria, Austria și Germania.

Toți turiștii sosiți în orașul Arad, fie români, fie străini dispun de experiență de călătorie și cunosc orașul pentru că revin frecvent aici din motive legate de vizite culturale, vizite la prieteni și rude, dar și de cele în legătură cu locul lor de muncă și propria afacere.

D. Decizia de alegere a destinației turistice Arad

Modelul de comportament de cumpărare al turiștilor ce vizitează municipiul Arad în scop cultural-turistic, obținut în urma analizei efectuate se dezvoltă în baza următoarelor coordonate:

1. *Informarea – documentarea despre destinația turistică arădeană* se face în mare măsură din surse informale (recomandări ale turiștilor ce au vizitat destinația, prezentate pe site-urile de profil; recomandări ale prietenilor/rudelor sau recomandări ale firmelor de la care provin turiștii).

Mediul de comunicare cel mai des folosit – Internetul este un mediu cvasi-personal ce poate fi folosit în sensul eficientizării pe mai departe a comunicării cu vizitatorii.

Dezvoltarea de instrumente tehnologice de informare și promovare: ghiduri turistice multimedia pe smartphone sau tablete care să ofere accesul instantaneu la informația dorită sunt de preferat. Indiferent de profil, turistul urban – cultural și de vizitare vrea să fie permanent informat de-a lungul vizitei sale. Înaintea sejurului informarea este esențială. Internetul este principalul instrument de promovare și rezervare însă este slab pus în valoare pe piața turistică din Arad și din România, se arată în studiul *Concept de turism cultural – Municipiul Arad prin valorificarea patrimoniului construit, 2012*.

Nu este de neglijat mediul de comunicare direct sau personal (discuțiile directe dintre turiști) și care transmite cel mai bine încrederea pe care trebuie să o genereze asupra celui care vizitează o destinație turistică. De remarcat este că aceste discuții directe se petrec și prin folosirea rețelelor de socializare și a feed-backului turiștilor. Dacă în trecut alegerea unei destinații turistice avea loc în urma recomandărilor din partea prietenilor sau a rudelor, azi acest lucru se întâmplă pe rețelele de socializare (Facebook, Twitter) și accesul la informație este mult mai facil, arată același studiu.

2. Stabilirea unor criterii în alegerea unei destinații turistice de tipul Aradului:

- unicitate și autenticitate;
- locuri de recreere și valorificare a tradițiilor locale;
- agrement & divertisment;
- relaxare și odihnă.

Mai mult de remarcat este faptul, că așa după cum arată informațiile furnizate de *Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad - 2012 – 2016*, turistul tipic din Arad este o persoană care își concentrează sejurul în jurul locului unde este cazat, axat pe

vizitarea obiectivelor naturale și mai puțin orientat către accesarea de servicii adiacente (practicarea de sporturi, posibilități de distracție și divertisment).

3. *Evaluarea serviciului – asigurarea satisfacției și fidelizarea clientului* se poate realiza prin generarea unei atitudini pozitive față de o anumită destinație turistică (o bună impresie) care determină și un comportament de cumpărare favorabil, mai ales în condițiile în care consumatorul de turism are experiența călătoriei.

Se conturează așadar imaginea unui turist care este centrat aproape exclusiv pe accesarea de servicii de cazare, aflat în tranzit, vizită la prieteni și rude sau este delegat de către firmă să desfășoare activități în Arad sau poate un antreprenor aflat cu afaceri în Arad. Acest tip de turist ar putea, urmare a atitudinii sale pozitive față de destinația Arad, să fie orientat spre dezvoltarea unor acțiuni turistice cu tentă culturală.

Pentru elaborarea politicilor de promovare turistică, este foarte importantă înțelegerea felului în care turiștii iau decizia de a călători într-o locație anume. Pentru cazul turiștilor din Arad, tendința este mai degrabă de a călători ca urmare a experienței anterioare de călătorie în acel loc, experienței personale (58%) sau a apropiaților (15%). Acesta este mai degrabă un indicator pentru lipsa de promovare a locațiilor. Apare așadar ca necesară înlocuirea canalelor informale de promovare, cu canale formale, coordonate de operatori, asociații ale acestora sau de către autoritățile publice, se arată în *Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad - 2012 – 2016*. Din rezultatele studiilor realizate, toate acestea ar putea promova turismul cultural ce are potențial în municipiul Arad.

Aradul – posibilă destinație cultural-turistică

Municipiul Arad, așa după cum arată și cercetările științifice anterioare (inclusiv cele menționate anterior) este principala destinație turistică a județului Arad.

Studiul *Concept de turism cultural – Municipiul Arad prin valorificarea patrimoniului construit*, în urma analizei efectuate, confirmă faptul că Aradul este o destinație turistică ce are următoarele valențe (fapt observat și în lucrarea *Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad - 2012 – 2016*):

- destinație turistică de tranzit;
- destinație turistică pentru recreere și cultură însă interesul se limitează la câteva zone / locuri din localitate (Corso, malul Mureșului, Ștrandul Neptun, Piața Reconcilierii);
- destinație de business – caracteristică strâns legată de dezvoltarea economică, socială și culturală a orașului;
- destinație științifică și / sau culturală – turiștii vin pentru conferințe sau pentru evenimente – Aradul are un ridicat potențial în acest sens, dar din diverse cauze, analizate în cele ce urmează, această latură a turismului arădean este aproape necunoscută.

La o distanță de trei ani de la efectuarea acestor studii, turiștii percep *Aradul ca o destinație care dispune în continuare de un potential turistic destul de valoros orientat spre patrimoniul cultural și natural, care însă rămâne puțin valorificat.*

Din perspectiva acestui context și a informațiilor privind profilul de imagine și comportament al turistului ce vizitează municipiul, ceea ce propunem în continuare este dezvoltarea și susținerea unor circuite culturale, care ulterior să fie valorificate și promovate prin intermediul Rutelor Culturale Europene. În susținerea acestui demers, din analiza efectuată asupra populației de turiști investigați reținem câteva aspecte:

A. *Dimensiunile europene ale orașului - atractivitatea cultural-turistică; elementele de identitate și autenticitate*

Cele mai apreciate de către respondenți, dimensiuni europene (definite prin proiectul "My European City – Methodology for the creation of European tours in Europe") care se pot constitui ca principale repere de definire ale unor circuite turistice și culturale în municipiul Arad sunt:

- stilul arhitectural;
- amenajarea urbanistică a orașului;
- locuitorii orașului;
- istoria Aradului;
- viața culturală și științifică;
- religia.

Urmare a patrimoniului turistic arădean existent și al acestor repere identificate, turiștii intervievați preferă (dacă s-ar constitui oferte turistice în acest sens) să viziteze Aradul parcurgând *circuite turistice tematice* de genul:

- Circuitul turistic al palatelor și monumentelor istorice din Arad;
- Circuitul turistic natural Parcul Natural "Lunca Mureșului";
- Circuitul turistic al parcurilor amenajate din municipiul Arad;
- Circuitul turistic al insituțiilor de cultură și muzeelor.

Mai mult, din perspectiva dimensiunii europene – *locuitorii destinației turistice* (instrument foarte important în determinarea circuitelor cultural-turistice) - vizitatorii intervievați apreciază că arădenii sunt (1) *prietenosi*, (2) *ospitalieri*, (3) *modești*, dar și (4) *grăbiți*.

Orașul Arad, ca destinație turistică este perceput ca și locuitorii săi – *prietenos, ospitalier, dar și un loc cultural-istoric, cu servicii turistice și conexe acceptabile* în relația calitate-preț, dezvoltate într-un mediu ambiental curat, mult apreciat de către vizitatorii educați în acest sens.

B. *Nivelul de dezvoltare al turismului în municipiul Arad și actorii locali care trebuie să se implice în susținerea pe mai departe a acestuia*

Analiza diagnostic a spațiului turistic arădean, realizată în cadrul studiului *Concept de turism cultural – Municipiul Arad prin valorificarea patrimoniului construit*, dar și în cadrul materialului de față, arată că principalele *puncte tari* ale geografiei mediului urban arădean sunt:

- Poziția geografică;
- Accesibilitatea;
- Infrastructura generală și infrastructura turistică oferită în mod special turismului de afaceri;
- Patrimoniul turistic natural și antropic al Aradului, dat de monumentele istorice, istoria locurilor și frumusețea peisajelor;
- Caracterul multicultural al populației Aradului;
- Relațiile transfrontaliere;
- Apartenența municipiului Arad la Asociația Orașelor Culturale Europene (membru AVEC);

- Funcționarea structurilor care favorizează turismul de afaceri și de tranzit (dotările aferente în special serviciile de cazare și restaurație), dar nu numai (transport, servicii, ONG-uri);
- Promovarea municipiului on-line.

În baza aceluiași surse de documentare, principalele *puncte slabe* ale geografiei mediului urban arădean sunt:

- Dezinteresul agențiilor de turism pentru promovarea Aradului ca destinație turistică culturală și lipsa amenajărilor turistice specifice ale orașului;
- Calitatea serviciilor turistice și a celor conexe trebuie îmbunătățită;
- Promovarea deficitară și inconsecventă a orașului și a valorilor sale;
- Numărul redus al centrelor de informare turistică și surselor de informații turistice (hărți, pliante, CD-uri);
- Evenimente urbane și culturale limitate ca număr, cu caracter sezonier și o promovare insuficientă;
- Absența ghizilor calificați în domeniul cultural și a panourilor explicative pentru obiectivele turistice de vizitat;
- Absența unei politici urbane coerente și reglatoare;
- Dominanța căilor de circulație auto în defavoarea pietonilor;
- Spații de parcare insuficiente, inclusiv cele pentru autocare;
- Ofertă limitată privind activitățile sportive.

În legătură cu entitățile care trebuie să se implice mai mult în informarea / formarea turiștilor, dar și soluționarea unora dintre neajunsurile constatate în diagnoza mediului geografic urban arădean, cei mai mulți respondenți consideră că:

1. *administrația publică locală* este prima care trebuie să se implice, remarcând rolul acesteia ca fiind important și foarte important;
2. *mass media* este cea de a doua structură de la care populația investigată de turiști are așteptări în acest sens;
3. *mediul de afaceri din turism* ar fi cel de al treilea actor ce trebuie să se implice în dezvoltarea și promovarea turismului arădean, dar și în educarea consumatorului de turism;
4. *societatea civilă* reprezentată de asociațiile non-profit din domeniul turismului și cele de promovare ale turismului, *familia și școala* deopotrivă, reprezintă cel de-al patrulea pilon important pentru acest demers.

3. FORMULAREA DE PROPUNERI CU PRIVIRE LA INCLUDEREA MUNICIPIULUI ARAD ÎN RUTELE CULTURALE EUROPENE

Rezultatele analizei și evaluării turismului cultural din municipiul Arad, de către turiștii interni și străini ne confirmă *ipoteza cercetării* - Aradul are influențe europene și fiecare dintre noi (vizitatori, locuitori) putem confirma acest lucru, dar fiecare într-o modalitate specifică, motiv pentru care se pot crea circuite turistice și culturale ce se pretează a fi incluse în Rutele Culturale Europene dezvoltate deja la nivelul Uniunii Europene.

Beneficiile acestor circuite / itinerarii pentru Arad sunt prezentate chiar de către Consiliul Europei – inițiatorul programului – care a evidențiat valoarea itinerarelor culturale, considerându-le esențiale pentru promovarea patrimoniului european, a creativității contemporane și a sustenabilității în domeniul turismului cultural, pentru atragerea unui nou public de consumatori, precum și pentru sprijinirea regiunilor izolate și mai puțin cunoscute.

Drept urmare, ceea ce propunem în ultima parte a acestui studiu este să analizăm principalele tipuri de Rute Culturale Europene, să identificăm itinerariile de acest gen în care poate fi cuprins municipiul Arad și să formulăm câteva propuneri în acest sens.

Așa după cum am mai arătat, în partea a doua a analizei de față, metoda științifică folosită este una calitativă, de analiză a documentelor de specialitate, studiilor de caz și documentelor strategice. Astfel, pentru formularea rezultatului final al studiului – propuneri de Rute Culturale Europene în municipiul Arad au fost analizate o serie de documente, studii, analize indicate deja.

3.1 Identificarea și analiza principalelor tipuri de Rute Culturale Europene în care poate fi cuprins municipiul Arad

Demersul de identificare și analiză a pornit de la studiul celor două documente pentru dezvoltarea Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România și faza II – Propuneri de obiective pentru itinerarele culturale europene în România, realizate de către Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Turism, 2014.

Din analiza acestor documente am constatat că participarea la un număr mare de itinerare este relativ limitată, dar prin dezvoltarea de noi rute/itinerare culturale europene pe teritoriul României se încearcă a se promova tradițiile și moștenirea culturală europeană comună. Din această perspectivă există trei oportunități pentru a participa în cadrul itinerarelor culturale, se arată în studiul Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România , și anume:

- participarea la itinerarele certificate oficial la nivel european;
- participarea la itinerarele culturale europene necertificate / în curs de certificare.
- inițierea de noi rute având la bază teme culturale europene.

În urma inventarului realizat am identificat principalele itinerarii omologate oficial de către Comisia Europeană în care Aradul este identificat ca reper în cadrul rutei.

Astfel am identificat:

1. *ITINERARUL CULTURAL VAUBAN* – urmărește să prezinte sistemul Vauban – ca element de determinare a celor două dimensiuni europene solicitate de către vizitatorii din Arad și care definesc Ruta Culturală: stilul arhitectural și istoria Aradului.

Sistemul a fost introdus în Transilvania în sec.XVIII, la construirea/refacerea cetăților de la Alba Iulia (Cetatea Alba Carolina, cea mai mare și puternică), Timișoara (cea mai mare cetate din Imperiu după Budapesta și Viena) și Arad.

În prezent doar Cetatea Alba Carolina a fost inclusă în acest itinerar. Din 2013, există și inițiativa unui "Festival Internațional al cetăților medievale de tip Vauban" la Alba Iulia. Din cetatea de la Timișoara s-a mai păstrat doar Bastionul Maria Tereza și câteva fragmente de zid în Parcul Botanic și pe Calea Al. Ioan Cuza. Cetatea Oradea face parte din marea familie a cetăților stelare (asemenea cetăților în stil Vauban), fiind însă construită în stil bastionar italian cu bastioane tip pană.

Pe de altă parte, cetatea Aradului s-a conservat foarte bine și ar putea intra pe viitor în cadrul acestui itinerar european.

Analizând mai departe materialele indicate am putut obține informații generale despre rută, din care am reținut:

• Ruta a fost integrată în Programul „Itinerare Culturale ale Consiliului Europei” în 1995, iar din 2004 a devenit Itinerar Cultural al Consiliului Europei, prin implicarea Franței și a Luxemburgului în acest demers;

• Tema rutei Vauban cuprinde fortificațiile construite în sec. XVII - XVIII, care oferă influențe culturale, istorice, științifice și tehnice diverse;

• Sébastien Le Prestre de Vauban (1633 - 1707), inginer militar și mareșal francez, faimos pentru inovațiile aduse în domeniul construcției de fortificații a fost cel care a creat fortăreața-bastion cu formă stelară, sistem prin care au fost fortificate numeroase cetăți din Europa;

• Ruta Vauban se concentrează mai mult pe teritoriul francez; aici fortificațiile de tip Vauban sunt formate din 12 grupuri de clădiri fortificate și obiective turistice de-a lungul granițelor Franței; concepute de Vauban acestea au fost adăugate, în 2008, pe lista Patrimoniului Mondial UNESCO;

• Itinerarul atrage anual peste 70.000 de vizitatori și se axează pe activități legate de vizitarea unor castele, cetăți medievale, alături de alte muzee locale, peisaje naturale, cunoașterea gastronomiei locale etc;

• Rețeaua siturilor Vauban nu mai funcționează momentan, dar se are în vedere reactivarea ei.

2. *ITINERARUL EUROPEAN AL PATRIMONIULUI EVREIESC* a primit în 2005 diploma de Grand Cultural Route din partea Consiliului Europei.

În ceea ce privește teritoriul României mai există 88 sinagogi (39 în Transilvania și Banat; 33 în Moldova; 14 în Muntenia și Oltenia; 2 în Dobrogea), dintre care: 43 în funcțiune; 6 foste sinagogi, desacralizate în perioada comunistă; 34 monumente istorice, se arată în studiul Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România.

În prezent, țara noastră participă în două din cele trei rute, respectiv la Ruta sinagogilor din lemn din Europa Centrală și de Est, cu Sinagoga din lemn din Piatra Neamț și la ruta Femei în Iudaism, cu Ana Pauker.

Pe viitor România ar putea intra și în cadrul celei de-a treia rute Modernismul architectural în sinagogile europene, prin Sinagoga Ortodoxă din Arad (realizată în stil art nouveau) se arată în același studiu.

Câteva repere despre acest itinerar menționăm:

• Ruta a fost integrată în Programul „Itinerare Culturale ale Consiliului Europei” în 2004, iar din 2005 a devenit Itinerar Cultural Major al Consiliului Europei;

• Țările implicate în dezvoltarea acestor rute sunt: Belgia, Bosnia-Herzegovina, Croația, Republica Cehă, Danemarca, Elveția, Franța, Grecia, Ungaria, Italia, Lituania, Olanda, Marea Britanie, Norvegia, Polonia, România, Serbia, Slovacia, Slovenia, Spania, Suedia și Ucraina;

• Tema rutei este dată de patrimoniul evreiesc ce reprezintă o componentă integrantă a istoriei și culturii europene (întâlnit în 49 orașe); rolul acestui itinerar este de a crește nivelul de percepție a contribuției evreilor la valorile culturale europene și a amplifica spiritul de toleranță față de aceștia, pentru a diminua atitudinile anti-semite.

• Obiectivul rutei vizează păstarea, promovarea și conservarea patrimoniului evreiesc, dezvoltarea turismului în jurul obiectivelor evreiești și creșterea gradului de conștientizare a europenilor asupra tradițiilor și culturii evreiești;

• Itinerarul include ca activități curente vizitarea unor obiective, precum:

- situri arheologice, vechi sinagogi și cimitire, băi pentru ritualuri, cartiere evreiești, monumente și memoriale istorice;
- arhive și biblioteci;
- muzee dedicate studiului istoriei aspectelor legate de viața, religia și arta evreiască.

• Itinerarul se axează pe vizitarea locuri istorice cu temple și sinagogi, participarea la manifestări artistice și gastronomice, se fac excursii cu bicicleta și plimbări în aer liber, vizite cu ghizi, expoziții și prelegeri, vizionarea de documentare, concerte, degustări gastronomice și multe alte activități artistice;

• Itinerarul este compus din trei rute principale:

- ruta modernismului architectural în sinagogile europene – specifică Aradului;
- ruta sinagogilor din lemn din Europa Centrală și de Est;
- ruta femeilor iudaice.

• Rutele sunt gestionate de către Asociația Europeană pentru Conservarea și Promovarea Culturii și a Patrimoniului Evreiesc - European Association for the Preservation and Promotion of Jewish Culture and Heritage (AEPJ), cu sediul Sant Llorenç – Spania.

• Rețea funcționează și este deschisă primirii de noi membrii, detalii se pot obține la pagina de web: www.jewishheritage.org

3. *ITINERARUL CULTURAL RESEAU ART NOUVEAU* – s-a dezvoltat prin intermediul rețelei Réseau Art Nouveau și are în componență singurul oraș din România membru în rețea – Oradea. Orașul deține un bogat patrimoniu architectural construit în

acest stil. Un potențial uriaș de a intra în cadrul acestui itinerar deține și municipiul Timișoara, al cărui centru este bogat în astfel de clădiri.

De asemenea, *sunt și alte orașe din România ce dețin elemente de patrimoniu arhitectural realizate în stilul Art Nouveau*, precum: Cluj Napoca, Arad, Miercurea Ciuc, Deva, Târgu Mureș, Gheorgheni, Satu Mare etc. se arată în documentul analizat - Studiul Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România.

Despre itinerar, am selectat câteva informații necesare documentării:

• Rețeaua s-a format în anul 1999, la inițiativa unui grup mare de instituții din diverse orașe europene, care au un bogat patrimoniu Art Nouveau și Departamentul de Situri și Monumente Istorice din Bruxelles; din 2014 a devenit Itinerar Cultural al Consiliului Europei – omologat;

• Art Nouveau (cuvânt de origine însemnând Artă nouă) este un stil artistic manifestat plenar în artele vizuale, designul și arhitectura de la începutul secolului XX, relativ sincron în majoritatea culturilor și țărilor europene, dar și în America de Nord; curentul Art Nouveau s-a răspândit rapid în Europa, prin intermediul expozițiilor internaționale, a artiștilor călători, ziarelor și jurnalelor;

• A fost creat un Art Nouveau Club, unde membrii săi pot deveni participanți la aceste itinerare, dar pot participa la prelegeri despre acest stil, vizitarea de expoziții dedicate acestui stil, vizitarea unor muzee cu obiecte de ebanistică și porțelanuri create după acest stil;

• Țările implicate în dezvoltarea acestei rute sunt: Austria, Belgia, Cuba, Elveția, Finlanda, Franța, Germania, Italia, Letonia, Norvegia, Portugalia, România, Scoția, Serbia, Slovenia, Spania, Ungaria;

• Tema itinerariului vizează o rețea neliniară a orașelor cu un bogat patrimoniu Art Nouveau din Europa;

• Obiectivul rutei urmărește favorizarea comunicării și a schimburilor între membrii rețelei, a schimbului de experiență în restaurarea de monumente, programe de sensibilizare a opiniei publice, strategii de strângere de fonduri și de dezvoltare a turismului durabil;

• În acest moment rețeaua cuprinde 21 de orașe și regiuni din 17 țări; ea oferă o bună sursă de documentare pentru cei interesați, profesioniști, studenți etc; un segment important din rețea este cel dedicat educației tinerilor unde se pot consulta broșuri pedagogice interactive adaptate pe categorii de vârstă.

Pentru a deveni membru activ în cadrul asociației Réseau Art Nouveau Network trebuie parcurse următoarele etape, detalii se pot obține la www.artnouveau-net.eu:

-Instituția interesată (oraș, regiune, institut de planificare urbană, muzeu, ONG) trebuie să intre în contact cu secretariatul asociației și să ofere informații în legătură cu patrimoniul Art Nouveau;

- În cazul în care cererea instituției este relevantă, biroul de coordonare al asociației va solicita completarea unui formular de aplicație standard, în care sunt oferite informații detaliate legate de patrimoniul Art Nouveau al destinației;

- Comitetul Științific al asociației va analiza acest document și va formula opinia sa în legătură cu relevanța științifică (numărul de clădiri și obiecte, starea patrimoniului etc.);

- În cazul în care Comitetul Științific va formula un punct de vedere pozitiv, candidatura va intra pe ordinea de zi a următoarei Adunări Generale a asociației (pentru aceasta aplicația trebuie să fie trimisă cu cel puțin o lună înainte de următoarea Adunare Generală);

- Instituția aplicantă va face o prezentare Power Point în care să fie prezentat patrimoniul Art Nouveau al orașului, iar membrii activi ai Adunării Generale pot vota dacă instituția se poate asocia la rețea sau nu (majoritate simplă);

- După acceptare, orașul are datoria de a plăti o cotizație anuală.

4. *ITINERARUL CULTURAL VIA HABSBURG* – s-a dezvoltat în contextul luptelor purtate în sec. XVII și înfrângerea turcilor la Viena (1683) moment urmat de expansiunea austriacă spre răsărit. În 1686 Transilvania trece sub protectorat austriac, iar ulterior prin diploma leopoldină (1691) și pacea de la Karlowitz (1699) este consfințită instaurarea stăpânirii habsburgice asupra principatului. În 1718, prin pacea de la Passarowitz, Imperiul Habsburgic își asigură stăpânirea și asupra Olteniei (pentru o perioadă de 20 de ani) și asupra Banatului. Consecințe ale acestor evenimente istorice, se arată în studiul Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România au fost multiple:

- *Introducerea, de către austrieci, a sistemului de fortificații de tip Vauban (Alba Iulia, Arad, Timișoara);*

- Realizarea unor orașe noi, precum: Blaj; Gherla și Timișoara;

- *Ample acțiuni urbanistice lăsate asupra imaginii unor orașe, un oraș care a beneficiat de acțiuni urbanistice la începutul secolului al XVIII-lea a fost Aradul ca centrul zonei grănicerești. Aradul va fi considerat unul dintre cele mai renumite centre manufacturiere ale Imperiului Habsburgic, dinainte de Revoluția de la 1848.*

- *Un proces de colonizare în Banat, folosind în special germani catolici - șvabi din localitățile Württemberg, Schwaben, Nassau.*

Informațiile obținute în urma documentării despre itinerar arată:

Ü Asociația "Sur les traces des Habsbourg" a fost creată printr-un proiect INTERREG II A în anul 1992; în prima fază itinerarul creat prin proiect se concentra asupra unui areal format din 4 țări (Franța, Elveția, Austria, Germania), fiind identificate un număr de circa 70 de situri și orașe; ruta a devenit Itinerar Cultural al Consiliului Europei în 2014;

Ü Tema rutei are în vedere patrimoniul istoric, cultural și artistic rămas în urma dinastiei Habsburg, care cuprinde actualmente circa 70 de situri și orașe din patru țări participante: Franța, Elveția, Austria, Germania;

Ü Obiectivul itinerarului vizează: promovarea patrimoniului cultural ce poartă amprenta dinastiei habsburgilor;

Ü Dinastia este numită după locul de origine, castelul Habsburg din cantonul elvețian Aargau, dar de-a lungul timpului și-a extins influența în Austria, Germania și Ungaria; aceasta este una dintre cele mai cunoscute dinastii regale europene, reprezentanții ei ocupând tronul Sfântului Imperiu Romano-German din 1438 și până în 1740; de asemenea, dinastia Habsburgică este cea care a dat regi pentru țări precum: Boemia, Anglia, Portugalia sau Spania;

Ü Itinerarul se referă la cunoașterea și vizitarea unor obiective construite

(castele, palate, edificiile religioase) în perioada de glorie a acestei dinastii, organizarea de concursuri muzicale pentru amatori, audiții de muzică de Mozart; la acestea se mai adaugă vizitarea unor muzee, galerii de artă, cunoașterea unor elemente de gastronomie, expoziții dedicate istoriei edificiilor construite de această dinastie;

Ü Itinerariul este împărțit în patru rute tematice:

- Centre de putere ale familiei Habsburg;
- Castele și viața de la curte;
- Biserici, Mănăstiri și abații;
- Descoperă peisajele.

Ü Ruta este administrată de către Asociația "Sur les traces des Habsbourg"

Colmar, Franța, iar condiția principală pentru a adera ca membru la această Rută Culturală este ca situl care dorește aderarea să aibă o legătură culturală cu perioada familiei Habsburg și să fie o atracție turistică funcțională; calitatea de membru se dobândește prin acceptul Adunării Generale a membrilor rețelei și presupune plata unei taxe anuale – detalii suplimentare se pot obține la: www.haute-alsacetourisme.com, www.habsburg.net, <http://via-habsburg.at>

3.2 Recomandări de circuite culturale ce se pot organiza în municipiul Arad și include în Rutele Culturale Europene

Ținând seama de "Măsurile concrete pentru dezvoltarea itinerarelor culturale în România în perioada 2015-2019", propuse de către Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Turism – inițiatorul studiilor cu privire la Rutele Culturale Europene în România și autoritățile naționale din domeniul turismului și culturii, disponibilitatea de dezvoltare pe viitor a celor patru Rute Culturale Europene consacrate în care poate fi inclus și municipiul Arad, dar mai ales de preferințele consumatorilor de turism referitoare la dimensiunile europene pe care doresc să le întâlnească la Arad, respectiv tipul de itinerarii propuse de aceștia, *circuitele culturale recomandate pentru municipiul Arad ar putea fi* (în ordinea oportunităților de realizare):

1. CIRCUITUL CULTURAL AL ANSAMBLUI URBAN – ce se poate integra în RUTA CULTURALĂ EUROPEANĂ RESEAU ART NOUVEAU

"Aradul, orașul de pe Mureș, este un centru multicultural care păstrează în bogatul său patrimoniu o diversitate de culturi, evenimente, momente istorice și culturale care împreună constituie deliciul și farmecul său." (Ghidul de turism cultural al municipiului Arad, 2012, p.3)

"Ansamblul urban al Aradului se suprapune cu zona centrală a acestuia, și este în mare parte datorat perioadei de maximă înflorire a urbei, între anii 1834-1918; caracterul de oraș cochet de provincie, cu "bijuterii" arhitecturale care apar după aproape fiecare colț de stradă, fac Aradul să fie un spațiu potrivit pentru promenadă, pentru descoperirea "la pas" a unor clădiri, piațete, parcuri sau detalii urbane care bucură privirea și îmbogățesc memoria." (Ghidul de turism cultural al municipiului Arad, 2012, p.12)

TIP CIRCUIT: stiluri arhitecturale și monumente istorice; amenajarea urbanistică a orașului; locuitorii orașului; viață culturală și științifică specifică începutului de sec.XX

Reperle unui astfel de circuit cultural trebuie să cuprindă, vizite la fațadele edificiilor care îmbină diverse stiluri arhitecturale inclusiv cel Art Nouveau regăsit în multe din țările din care provin vizitatorii în Arad:

Ruta a) PALATUL ADMINISTRATIV Bulevardul Revoluției nr. 75 – PALATUL CULTURAL ARAD P-ța George Enescu nr.1 - PALATUL CENAD Bd. Revoluției nr. 73 – BANCA NAȚIONALĂ Bd. Revoluției nr.72 - PALATUL NEUMANN Bd. Revoluției nr. 78 – PALATUL SZANTAY Str. Horia nr. 3 - VILA PREFECTULUI URBAN ISTVAN Str. Cloșca nr. 4 – CASA VĂDUVEI LUI JAKABFFYI Str. Cloșca nr.14 - PALATUL TREZORERIEI Bd. Revoluției nr. 77 - FOSTA PREFECTURĂ Bd. Revoluției nr. 81- PALATUL REINHARDT Bd. Revoluției nr. 90 - PALATUL HERMANN Bd. Revoluției nr. 96 – PALATUL ANDRENYI Bd. Revoluției nr. 69 - BISERICA EVANGHELICĂ LUTERANĂ Bd. Revoluției nr. 61- PALATUL JUSTIȚIEI Bd. Vasile Milea nr. 2 – PALATUL KOVACS Str.V. Milea nr.18 – BANCA “VICTORIA” Str. Horia nr.2- SPITALUL O.R.L. Str.T.Vladimirescu nr.1 – PALATUL LIPCOVICI Str. T. Vladimirescu nr. 17-19 - PALATUL RONAI Str. Gh Popa de Teiuș nr.9

Ruta b) PALATUL SÂRBESC Piața Sârbească nr.7-8 – ACADEMIA TEOLOGICĂ Str. Ac. Teologică nr.9 - PALATUL NADASDY Str. Mețianu nr.2 – TURNUL DE APĂ Str. Ceaikovski nr. 9A - STATUIA LIBERTĂȚII ȘI ARCUL DE TRIUMF Parcul Reconcilierii Romano-Maghiare- PALATUL ROZSNYAI Str. N.Bălcescu nr.1 – PALATUL FENYVES Str. O. Goga nr. 3 - CASA ȘT.CICIO-POP Str. Șt. Cicio-Pop nr. 3 – PALATUL FOLDES Str. Șt. Cicio-Pop nr.16 – CASA LUI KOHN IOZSEF Str. Episcopiei nr. 9 – PALATUL KINTZIG JANOS Str. L. Blaga nr. 11 - PAROHIA CATOLICĂ str. L.Blaga nr.7 - CATEDRALA ROMANO CATOLICĂ “SF. ANTON” Bd. Revoluției nr. 96A - VILA NACHTNEBEL Str. E.G.Birta nr.18 – CASA DOMANY Str. Unirii nr.14 – ANTREPOZIT ANDRENYI Str. Unirii nr.5 și nr. 7 - DIECEZANA Str. M. Eminescu nr.18 – PALATUL “ROMÂNUL” Str. Vasile Goldiș nr. 18 -

Ruta c) POD TRAIAN Calea Timișorii – CĂMINUL MUNCITORUL Str. Paris nr.2 (Policlinica cu plată) - TEMPLUL MASONIC Bd. Dragalina nr. 30 (Sala de festivități a Grupului Școlar Industrial “Aurel Vlaicu”) - COLEGIUL NAȚIONAL “MOISE NICOARĂ” Piața Moise Nicoară nr. 1 – VECHIUL CAZINOU B-dul Dragalina nr. 27 – GARA ARAD Piața Gării nr. 8-9

VIZITE: Muzeul de Artă Arad și Biblioteca Județeană “A.D.Xenopol”, Str. Gh. Popa de Teiuș nr. 2-4, unde se pot întâlni expoziții/galerii de artă cu caracter temporar și tema Art Nouveau, respectiv colecții de ceramică și design de același gen.

2. CIRCUITUL „CENTRE DE PUTERE ALE FAMILIEI HABSBUG” ȘI CIRCUITUL „DESCOPERĂ PEISAJELE” – se pot integra în RUTA CULTURALĂ EUROPEANĂ “VIA HABSBUG”

În 1718, prin pacea de la Passarowitz, Imperiul Habsburgic își asigură stăpânirea și asupra Olteniei (pentru o perioadă de 20 de ani) și asupra Banatului. Consecințe ale acestor evenimente istorice, se observă și asupra imaginii arhitecturale a Aradului care a beneficiat de acțiuni urbanistice la începutul secolului al XVIII-lea, fiind centrul zonei grănicerești. Aradul va fi considerat în această epocă și unul dintre cele mai renumite centre manufacturiere ale Imperiului Habsburgic, dinainte de Revoluția de la 1848.

Cele două rute culturale propuse mai jos sunt variante tematice ale itinerarului cultural “Via Habsburg”, identificate fiind de către Asociația “Sur les traces des Habsbourg” și omologate de către Institutul European al Rutelor Culturale – Comisia Europeană.

Alături de aceste două rute tematice în cadrul itinerarului "Via Habsburg" mai sunt cuprinse: Ruta tematică - Castele și viața de la curte, respectiv Ruta tematică - Biserici, mănăstiri și abații.

TIP CIRCUIT: stiluri arhitecturale și monumente istorice; amenajarea urbanistică a orașului; locuitorii orașului; istoria Aradului în secolul XVIII – XIX.

A. Circuitul tematic "Centre de putere ale familiei Habsburg"

Reperetele unui astfel de circuit tematic cultural se vor constitui din vizite la fațadele edificiilor care îmbină diverse stiluri arhitecturale și monumente de for public specifice secolului XVIII – XIX, dar și lăcașe de cult sau sediile unor întreprinderi dezvoltate în acea perioadă:

Ruta a) – Cartierul Aradul Nou: STATUIA SF. FLORIAN Str. Adam Guttenbrunn 135 - COLOANA SFINTEI TREIMI (A CIUMEI) C-lea Timișorii – FABRICA DE BERE Calea Timișorii nr. 30/32 - CASA BELLER (Casa cu Ghiulele) Calea Timișorii nr. 18 – PALATUL NOPCSA Calea Timișorii nr. 31 - BISERICA CATOLICĂ ȘI CASA PAROHIALĂ Calea Timișorii nr. 33 - VAMA VECHE Pod Traian/C. Timișorii - CETATEA ARADULUI zona Subcetate (vizită din exterior) – BISERICA FRANCISCANĂ în incinta Cetății Aradului (în acest moment nu se poate vizita) – HANUL BOUL ROSU Str. T. Dobra nr.22 – HANUL ABC- ul DE AUR Str. Sinagogii nr.2 – CASA DAMAJANICH Str. Tribunalul Axente nr. 20

Ruta b) – Centrul vechi al Aradului: PREPARANDIA ARĂDEANA str. Preparandiei, nr. 13 - BISERICA SÂRBEASCĂ "SF. PETRU ȘI PAVEL" Piața Sârbească nr. 1 – CASA SAVA TECHELIA Str. Sava Techelia nr.4 - CASA CU LACĂT Str. Tribunalul Dobra nr.7 (la colțul clădirii se afla un butuc de „fier”, o amintire a breslelor medievale) – SINAGOGA NEOLOGĂ str. T. Dobra nr.10 - CATEDRALA ORTODOXĂ "SF. IOAN BOTEZATORUL" Piața Catedralei - STATUIA SFÂNTA TREIME în fața Teatrului de Stat "Ioan Slavci" - STATUIA LIBERTĂȚII ȘI ARCUL DE TRIUMF parcul Reconcilierii Romano-Maghiare – BISERICA REFORMATĂ Str. Mihail Eminescu nr. 33 - STATUIA SFANTULUI IOAN NEPOMUK str. Episcopiei colt cu Str. Desseanu – HOTELUL "CRUCEA ALBĂ " Bd. Revoluției nr. 98 – PALATUL SZABO Bd. Revoluției nr. 92 – CLĂDIRIA COMITAT Bd. Revoluției nr. 79 - TEATRUL VECHI (HIRSCHL) Str. Lazăr Gheorghe nr.3 și CASA IACOB HIRSCHL Str. Gh. Lazăr nr. 1 - TEATRUL CLASIC "IOAN SLAVICI" Bd. Revoluției nr. 103

Ruta c) – Cartierul Calea A. Vlaicu: FABRICA DE SPIRT Cl. A.Vlaicu nr.274/276

VIZITE: Complexul Muzeal, Piața G. Enescu nr. 1 – secția de istorie ce poate furniza diverse informații despre perioada Habsburgică sau poate găzdui expoziții temporare dedicate istoriei edificiilor construite de această dinastie.

EVENTIMENTE: în spațiul neconvențional oferit de Casa Hirschl și Teatrul Hirschl se pot organiza concursuri muzicale pentru amatori, audții de muzică de Mozart etc.

B. Circuitul tematic „Descoperă Peisajele” – recomandă efectuarea rutei cu bicicleta

Reperetele unui astfel de circuit tematic cultural cuprind vizite la clădiri - monumente istorice, lăcașe de cult, mănăstiri care îmbină diverse stiluri arhitecturale ale secolului XVIII – XIX situate pe malul Mureșului, dar și la obiective naturale deosebite aflate în Lunca Mureșului:

Ruta – Mureșul: VAMA VECHE Pod Traian/C. Timișorii - CETATEA ARADULUI zona Subcetate (vizită din exterior) – BISERICA FRANCISCANĂ în incinta Cetății Aradului

(în acest moment obiectivul nu se poate vizita) – ANSAMBLUL MĂNĂSTIRII “SF. SIMEON STĂLPNICUL” (Mănăstirea Gai) Strada Dunării nr.170 - Parcul Natural “Lunca Mureșului” – sediul administrației situat în Pădurea “Ceala” (din apropierea Aradului) – ANSAMBLUL MĂNĂSTIRII BEZDIN “ADORMIREA MAICII DOMNULUI” de la Munar – atestată în sec. XVI (comuna Secusigiu) – REZERVAȚIA “Lacul cu nuferi Bezdin” și REZERVAȚIA MIXTĂ “Prundul Mare” (comuna Secusigiu).

EVENTIMENTE: în spațiul administrației Parcului Natural “Lunca Mureșului” (Pădurea Ceala) se pot organiza concursuri cu specific, iar vizitatorii pot participa la o serie de programe educaționale dedicate patrimoniului natural și antropic.

3. CIRCUITUL „MODERNISMULUI ARHITECTURAL ÎN SINAGOGILE DIN ARAD” - se poate intergra în RUTA CULTURALĂ EUROPEANĂ A PATRIMONIULUI EVREIESC

Patrimoniul evreiesc reprezintă o componentă integrantă a istoriei și culturii europene (întâlnit în 49 orașe), dar și arădene. Rolul acestui circuit este de a crește nivelul de percepție a contribuției evreilor la valorile culturale europene și a amplifica spiritul de toleranță față de aceștia, pentru a diminua atitudinile anti-semite.

Comunitățile evreiești din România zilelor noastre s-ar caracteriza prin dimensiunile mici: 50 - 100 membri și eforturile de a menține spiritul iudaic „prin marcarea tuturor sărbătorilor religioase mari – Roș Hașana, Iom Kipur, Succot, Simhat Tora, Hanuca, Purim, Pesah, Șavuot.”, chiar și fără rabin și prin strădania unor oficanți sau a unor cunoscători inițiați. Acolo unde este posibil, sărbătorile au loc în sinagogi, multe fiind „în stare proastă sau chiar paragină, nici Federația, nici comunitățile neavând suficiente fonduri pentru a le repara, iar solicitarea sponsorizărilor este fără ecouri.

Comunitățile organizează Ziua Holocaustului, Ziua Minorităților și manifestări cu prilejul Zilei Europene a Culturii Iudaice, cu Ziua Porților Deschise, spectacole, proiecții de filme, expoziții, lansări de cărți, festivaluri.

Circuitul tematic propus se axează pe vizitarea locurilor istorice cu temple și sinagogi, participarea la manifestări artistice, la expoziții și prelegeri, vizionarea de documentare, concerte și multe alte activități artistice specifice organizate de comunitatea iudaică din Arad. Alături de ruta tematică propusă aici, itinerarul “Patrimoniului evreiesc” mai cuprinde și alte două circuite: ruta sinagogilor din lemn din Europa Centrală și de Est și ruta femeilor iudaice.

TIP CIRCUIT: religie; stiluri arhitecturale; amenajarea urbanistică a orașului; locuitorii orașului; viață culturală

Ruta Arad – Centrul vechi al Aradului: SINAGOGA ORTODOXĂ Str. Cozia nr. 12 – SINAGOGA NEOLOGĂ str. T. Dobra nr.10 - TEATRUL VECHI (HIRSCHL) Str. Lazăr Gheorghe nr.3 - CASA IACOB HIRSCHL Str. Gh. Lazăr nr. 1

VIZITE: Complexul Muzeal Piața G. Enescu nr. 1 – secția de istorie și Muzeul de Artă Arad & Biblioteca Județeană “A.D.Xenopol” Str. Gh. Popa de Teiuș nr. 2-4 - pot organiza expoziții temporare dedicate patrimoniului evreiesc.

EVENTIMENTE: în spațiul neconvențional oferit de Casa Hirschl și Teatrul Hirschl, dar și la sediul Centrului de Științe Iudaice a Universității de Vest “Vasile Goldiș” din Arad se pot organiza simpozioane & prelegeri cu ocazia unor manifestări precum: Ziua

Holocaustului, Ziua Minorităților, suită de evenimente cu prilejul Zilei Europene a Culturii Iudaice, Ziua Porților Deschise, spectacole, proiecții de filme, expoziții și lansări de cărți.

În privința **ITINERARULUI CULTURAL VAUBAN**, care urmărește să prezinte *sistemul Vauban* – ca element de determinare a două dintre cele mai solicitate (de către vizitatorii din Arad) dimensiuni europene ale unui Circuit Cultural European în Arad: stilul arhitectural și istoria Aradului, propunerea noastră se rezumă doar la menționarea acestuia. Motivul este determinat de faptul că deși acest circuit are cel mai mare potențial turistic dintre toate circuitele turistice și culturale prezentate în lucrare – oferit de Cetatea Aradului, ca obiectiv încă destul de bine conservat, el nu va putea fi valorificat încă în următorii ani pe considerentul că Cetatea se află în administrarea Ministerului Apărării Naționale.

Importanța obiectivului de la Arad – Cetatea, a determinat ICOMOS Germany, prin ICOMOS Romania și ICOFORT să propună și să realizeze în aprilie 2012 "Great Fortress-Tour to Romania". Programul a început pe 20 aprilie 2012 la Budapesta și a avut ca principale repere: CETATEA Vauban din Oradea – CETATEA Vauban din Arad – CETATEA Vauban din Timișoara – CETATEA Vauban din Alba Iulia – cetățile medievale de la Sighișoara și Mediaș – biserica fortificată de la Biertan – municipiul Sibiu (oraș ce aparține Rutelor Culturale Europene) – municipiul Brașov – stațiunea turistică de interes internațional Sinaia. Programul turistic s-a încheiat la București pe 30 aprilie 2012.

Din această perspectivă la nivelul administrației publice arădene, începând din anul 2010 s-a început un amplu demers în sensul transmiterii cazarmii 1187 Arad Cetate din domeniul public al statului și din administrarea Ministerului Apărării Naționale în domeniul public al municipiului Arad și în administrarea Consiliului Local al Municipiului Arad în vederea reabilitării și aducerii sale în circuitul civil și valorificării potențialului istoric și cultural al Cetății Aradului.

Procesul este amplu și se estimează că el se va finaliza în anul 2018, pentru că municipalitatea este obligată ca în schimbul acestei unități militare disponibile – urmare a continuării procesului de reorganizare și restucturare a armatei – care nu face obiectul cererilor de revendicare sau restituire, ori al unor litigii, fiind liberă de sarcini, să reabiliteze din bugetul local imobilul 718 Arad Gai (viitoarea cazarmă), să-l pună la dispoziția ministerului, alături de un teren limitrof cazarmii 718 Arad Gai, în suprafață de 10 ha necesar instrucției.

Toate aceste aspecte sunt reglementate prin Hotărârea Consiliului Local al Municipiului Arad nr. 139 din 4.06.2010, respectiv Hotărârea de Guvern nr. 1.100 din 3.11.2010 - privind reglementarea situației juridice a unor imobile aflate în domeniul public al statului și în administrarea Ministerului Apărării Naționale, publicată în Monitorul Oficial nr. 751 din 10.11.2010, fiind în curs de realizare.

BIBLIOGRAFIE

1. Centrul Cultural Județean Arad – Consiliul Județean Arad (2011), *Strategia de dezvoltare a turismului în județul Arad, 2012-2016*.
2. Centrul Cultural Județean Arad – Consiliul Județean Arad (2010), *Ghidul Selectiv al Monumentelor Istorice*.
3. Centrul Cultural Județean Arad – Consiliul Județean Arad (2009), *Itinerarii spirituale arădene*.
4. Ghidul My European City - „*Methodology for the creation of European tours in Europe*”, realizat în cadrul Programului "Europe for Citizens", 2011
5. *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness – Provisional Edition* al Consiliului European, prin Programul Competitiveness and Innovation Framework Programme, 2011
6. Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Turism (2014), *Studiu pentru dezvoltarea Rutelor Culturale Europene în România – faza I - Oportunități de dezvoltare a itinerarelor culturale europene în România*.
7. Institutul Național de Cercetare – Dezvoltare în Turism (2014), *Studiu pentru dezvoltarea Rutelor Culturale Europene în România – faza II – Propuneri de obiective pentru itinerarele culturale europene în România*.
8. Municipiul Arad (2012), *Concept turism cultural – Municipiul Arad, prin valorificarea patrimoniului construit* - dezvoltat prin proiectul "VITO-Dezvoltarea Orașelor Istorice Vitale din Europa Centrală și de Est", Programul Comisiei Europene de Cooperare Transnațională Sud Estul Europei – axa prioritară IV Dezvoltarea sinergiilor transnaționale ale zonelor cu potential.
9. Organizația de Cooperare și Dezvoltare Economică – OECD (2009) *The impact of culture on tourism*, OECD, Paris.
10. Programul turistic "Great Fortress - Tour to Romania" realizat de către ICOMOS Romania and ICOFORT, cu sprijinul ICOMOS Germany, 2012.
11. Publicația My European City – "Follow the European Path, Seeking the European dimension of Nantes", Fundația Graine d'Europe, 2014.
12. Richards, G. and Raymond, C. (2000), "Creative tourism", ATLAS News, No. 23, 16-20.
13. UNWTO – World Tourism Organization (2015), *Tourism Highlights Report*
14. www.myeuropeancity.eu
15. www.jewish-romania.ro/monumente.php/lacasuri/