

TURISM



Ora marilor

Corina Martin, președintele Asociației Naționale a Agențiilor de Turism din România

“Perioadei de criză îi supraviețuiesc agențiile care știu să ”asculte” piața!”

Este una dintre personalitățile care încearcă să schimbe la față turismul românesc, prin experiența și implicarea dovedite de-a lungul anilor. S-a născut la data de 15 iulie 1967, în Constanța și a absolvit, în 1990, Facultatea de Economia Serviciilor de Alimentație Publică și Turism din cadrul ASE, singura facultate de turism la vremea respectivă. În 1990, a fost primul angajat al agenției Nouvelles Frontieres – Simpaturism din Constanța, între 1992 și 1998 fiind director al acestei filiale. În 1998 înființează propria agenție de turism, Mistral Voyages.

Membru ANAT din 1998, Corina Martin este aleasă, în 2004, vicepreședinte al Consiliului Regional ANAT SE, iar în 2006, președinte al ANAT SE. Este la al doilea mandat ca președinte al ANAT, președinte Asociația Litoral - Delta Dunării și președinte Federația Asociațiilor de Promovare a Turismului din România. În paginile revistei noastre, domnia sa face o analiză la rece a situației turismului românesc, în cifre concrete, dar și cear fi de făcut pentru valorificarea la cele mai înalte cote a potențialului de care dispune România.

-Doamnă președinte Corina Martin, cum estimați, din perspectiva ANAT, șansele sezonului estival 2011?

-Din punctul nostru de vedere, șansele sunt cu atât mai mari cu cât se face o promovare mai intensă a vacanțelor în România, dacă vorbim de turism românesc. Promovarea este o condiție esențială a vânzării unei destinații turistice, mai ales în condițiile în care românii au acces la oferte externe extrem de atractive. Deși ANAT reușește cu succes să coaguleze partenerii hotelieri din zona de Litoral, din segmentele balnear, montan și agroturism pentru a lansa

Oferte Speciale cu cele mai mici tarife, în cadrul Campaniei noastre “Vacanța în țara mea”, lipsa promovării acestora, de care ar trebuie să beneficiem din partea ministerului de resort, face ca românii să

reduce față de același moment al anului trecut, cu toate încercările noastre de a promova, prin forțe proprii, programul special “Litoralul pentru toți”, care oferă cele mai mici tarife din timpul anu-



rămână în continuare cu percepția “acasă e prost și e scump”.

Cu toate acestea, am lansat această provocare a campaniei noastre “Vacanța în țara mea”, pentru că noi credem în turismul românesc și în șansa acestuia de a trece, în sfârșit, la o nouă etapă de dezvoltare și promovare, însă numai însoțită de o majoră schimbare a mentalității, prin “o 9 atitudine în turism!”, sloganul pe care l-am lansat recent. În ceea ce privește perspectiva sezonului estival 2011, din pacate, vânzările sunt mai

redușe față de același moment al anului trecut, cu toate încercările noastre de a promova, prin forțe proprii, programul special “Litoralul pentru toți”, care oferă cele mai mici tarife din timpul anu-

redușe față de același moment al anului trecut, cu toate încercările noastre de a promova, prin forțe proprii, programul special “Litoralul pentru toți”, care oferă cele mai mici tarife din timpul anu-

redușe față de același moment al anului trecut, cu toate încercările noastre de a promova, prin forțe proprii, programul special “Litoralul pentru toți”, care oferă cele mai mici tarife din timpul anu-

redușe față de același moment al anului trecut, cu toate încercările noastre de a promova, prin forțe proprii, programul special “Litoralul pentru toți”, care oferă cele mai mici tarife din timpul anu-

redușe față de același moment al anului trecut, cu toate încercările noastre de a promova, prin forțe proprii, programul special “Litoralul pentru toți”, care oferă cele mai mici tarife din timpul anu-