

la ora relansării



Turismului. Mai mult chiar, România redevine, după aproape 40 de ani, prim vicepreședinte al Organizației Mondiale a Turismului, poziție cum nu se poate mai onorantă, care presupune recunoașterea internațională a celui mai înalt organism al turismului! Iar toate aceste reușite au fost completate fericit de manifestările organizate la București, în week-end-ul trecut, cu prilejul Târgului de Turism al României, în cadrul căruia, pe lângă tradiționalele oferte de iarnă, a avut loc Simpozionul FPTR, considerat un veritabil eveniment istoric, prin reunirea celor mai importante forțe ale turismului autohton, care sunt patronatele de profil, așezate la aceeași masă, alături și împreună cu reprezentanții MDRT.

al României

istoric al Capitalei și care acum se bucură de succes atât în rândul turiștilor din afară, cât și în rândul românilor. „Reabilităm și sprijinim monumentele istorice ale Municipiului București pe bani europeni. Arcul de Triumf, casa Mina Minovici sau Observatorul Astronomic «Amiral Urseanu» sunt doar câteva exemple“, a continuat acesta.

„De anul acesta, România este prim vicepreședinte al Organizației Mondiale a Turismului, acest fapt fiind rezultatul activității de lobby dusă de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului (n.r. - MDRT) prin promovarea rezultatelor obținute în ultimul timp de către România în turism“, a declarat Eugen Curteanu, subsecretar de stat la MDRT. Conform unor rapoarte ale Institutului Național de Statistică (INS), România a înregistrat creșteri în turism în ultimul an. „Turiștii români au călătorit mai mult în România decât anul trecut, INS înregistrând o creștere cu 16% în primele 8 luni ale lui 2011 în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut“, a continuat Eugen Curteanu.

Conform spuselor subsecretarului de stat al MDRT, România dispune de 150 mil. Euro până în 2013, dintre care o treime sunt deja contractați în 200 de proiecte regionale din toată țara.

„Aceste cifre sunt rezultate ale partenerilor privați și ale atragerii fondurilor europene pentru promovarea și dezvoltarea turismului românesc. Totuși, în afară de promovare, turismul românesc are nevoie și de infrastructură“, a continuat acesta.

Anul trecut, MDRT lansa brand-ul „România - Vizitați Grădina Carpaților“ care, astăzi, „începe să intre în conștiința lumii“, se arată mulțumit Eugen Curteanu. Spre deosebire de anii precedenți, agențiile de turism și-au întâmpinat turiștii cu prețuri de criză, oferte inedite, dar și pachete turistice pentru vara anului viitor. După o raită pe la standuri și consultându-ne cu reprezentanții agențiilor, rezultatul a fost mai mult decât optimist, semn că au început să miște lucrurile și în acest domeniu. Astfel, pentru sărbătorile de iarnă, turiștii români au ales să rămână acasă, în România, ofertele autohtone fiind de nerefuzat.

