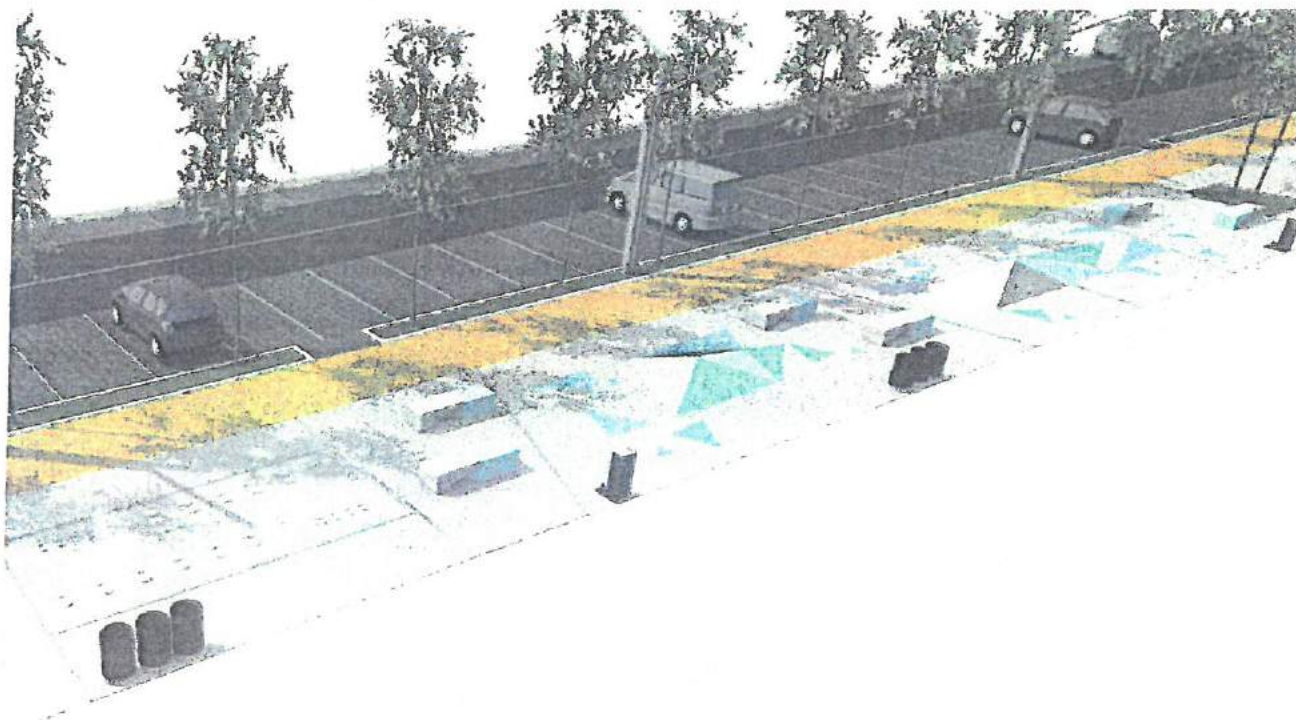


PLAN DE MARKETING

proiectul de finanțare:

REABILITAREA ȘI MODERNIZAREA INFRASTRUCTURII DE UTILITATE PUBLICĂ PENTRU VALORIFICAREA ATRACȚIILOR TURISTICE ÎN ORAȘUL EFORIE



Solicitant: UAT ORASUL EFORIE

CUPRINS

1. Rezumat executiv.....
2. Justificarea necesitatii creerii si realizarii obiectivului proiectului.....
Descrierea unicitatii obiectivului proiectului.....
Analiza gamei serviciilor si produselor oferite in zona de implementare a proiectului/statiunii turistice.....
3. Numarul de vizitatori in cadrul statiunii turistice sau statiunii turistice balneare, climatice sau balneoclimatice ca urmare a implementarii proiectului si la modul de calcul al numarului de vizitatori utilizand prognoze in justificari (se vor folosi date statistice, cu citarea surselor, pentru cifrele actuate)
4. Analiza SWOT a obiectivului in zona de implementare a proiectului/statiunii turistice.....
5. Stabilirea obiectivelor generate de marketing.....
6. Strategii de marketing in vederea implementarii obiectivelor planului de marketing..
7. Plan de actiune pentru implementarea strategiilor de marketing.....
8. Bugetul planului de marketing (corelat cu activitatile din planul de actiune).....
9. Rezultate preconizate a fi obtinute prin implementarea planului de marketing.....

1. REZUMAT EXECUTIV

Scurta prezentare a activitatilor / declaratia de misiune a obiectivului proiectului

Prin proiectul de finantare " Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie" se dorește valorificarea potențialului turistic natural specific stațiunii balneoclimaterice Eforie prin reabilitarea infrastructurii principale de acces către obiectivele de tratament balnear și către obiectivele turistice, crearea în scop recreativ a promenadei pietonale, pista pentru biciclisti, amenajare zone de relaxare și zone verzi cu gazon și arbuști,.

Localitatea în care se va implementa proiectul- Eforie are statut de stațiune turistică definită conform legii HG 852 din 2008, cu modificările și completările ulterioare și statut de stațiune balneară, climatică și balneoclimatică în conformitate cu prevederile OG nr. 109/2000, privind stațiunile balneare, climatice și balneoclimatice, cu modificările și completările ulterioare, conform HG nr 367/ 17 iunie 2013.

Infrastructura de acces vizată prin proiectul de finantare este formată din bulevardul Tudor Vladimirescu și strada Marii (secțiunea 1 și secțiunea 2). Cele două străzi sunt adiacente și asigură accesul către faleză, plaja, Lac Belona și baze de tratament balneoclimaterice existente în stațiunea Eforie Nord și de asemenea fac legătura între cele două stațiuni – Eforie Nord și Eforie Sud. Cele două obiecte sunt învecinate pe toată lungimea cu obiective de tratament, turistice și de agrement, unele dintre ele făcând parte din lista celor mai reprezentative.

Caracterul de unicitate al obiectivului proiectului, respectiv modernizarea și reabilitarea bulevardului Tudor Vladimirescu și strada Marii, este dat de:

1. **Consolidarea substructurii** (terenului) prin lucrări speciale de stabilizare realizate utilizând metoda de injecție cu suspensii stabile autointaritoare. Aceste lucrări vor fi realizate în zona Bulevardului Tudor Vladimirescu în secțiunea existentă între hotel Belona și intersecția cu strada Dorobanților
2. **Lucrări de reconfigurare și modernizare a infrastructurii rutiere** care vor mări numărul spațiilor de parcare, vor eficientiza traficul rutier și vor îmbunătăți confortul. Prin proiect se propune amenajare promenada pe toată lungimea bulevardului Tudor Vladimirescu pe latura estică pentru punerea în valoare a obiectivelor turistice natural compuse din următoarele elemente:
3. **Zona de promenada**, cuprinde zone de loisir formate din elemente spațiale acoperite cu tartan, întrepătrunse cu zone verzi și fantani încastrate în pavaj. Întreaga amenajare are atât mobilier urban de sezut, cisme, grupuri sanitare cât și mobilier pentru colectarea selectivă a deșeurilor

4. **Piste de role si biciclisti** - delimitata fata de zonele pietonale;
5. **Iluminatul public** al promenadei pietonale si a zonei de traffic auto;
6. **Rețele edilitare** de canalizare pentru ape pluviale;
7. **Mobilierul urban**: cismele, banci beton aparent, banca cu sezut lemn, rastel biciclete, cosuri de gunoi, grup sanitar, forme dinamice, sfere delimitare trotuar, Holocub, hidrolofon, fantani arteziene in pavaj
8. **Amenajare peisagistica** - cuprinzand urmatoarele zone si lucrari specifice:
 - arbori;
 - spatii gazonate,
9. **Tuburi de protectie pentru cabluri** amplasate in canivou cu potential de pozare multipla.
10. **Infrastructura pentru acces la Wi-Fi in spatii publice**. Solutia tehnica propusa este o solutie bazata pe o conectare pe structura de fibra optica intre echipamentele wireless care sunt dispuse la 150m unul de altul pentru o acoperire suprapusa de semnal. Avand in vedere raza de actiune in camp deschis de 100m a echipamentelor wireless dispunerea lor la 150m unul de altul va crea o zona de suprapunere de 50m care va avea ca efect asigurarea unei puteri de semnal suficienta

Dupa finalizarea implementarii proiectului de finantare " Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie", calitatea Eforie Nord și stațiunea balneoclimaterica Eforie in ansamblul ei va beneficia de o infrastructura de acces modernizata la cele mai inalte standard de calitate cu multiple facilitaticeea ce va duce la cresterea gradului de atractivitate al statiunii si al numarului anual de vizitatori , va impulsiona dezvoltarea economiei locale prin realizarea de investitii de catre operatori economici din Orasul Eforie, prin atragerea de investitori din regiune sau din tara, prin sustinerea cresterii numarului mediu de salariatii in statiune, si va contribui astfel la imbunatatirea nivelului de trai al comunitatii locale.

Scopul proiectului si principalele obiective ale planului de marketing precum si modul lor de realizare

Prin implementarea planului de marketing aferent proiectului " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie** " se dorete promovarea in scopul cunoasterii de catre turisti a conceptului nou implementat pe obiecte de infrastructura de acces care accesibilizeaza si pun in valoare obiectivele turistice in scopul atragerii turistilor in statiunea balneoclimaterica Orasul Eforie. al dezvoltarii economiei locale. si nu in ultimul rand creterea numarului mediu de salariatii in statiune.

Obiectivele generale de marketing propuse in cadrul prezentului plan de marketing sunt :

1. *Promovarea obiectelor reabilitate – infrastructura de acces – bulevardul Tudor Vladimirescu si strada Marii , printr-o campanie integrata de promovare si marketing derulata pe parcursul a 6 luni;*
2. *Cresterea numarului de vizitatori in statiunea balneoclimaterica Eforie cu minim 20%, pe o perioada de 5 ani de la finalizarea proiectului de finantare fata de anul*

anterior depunerii Cererii de Finantare.

3. Promovarea online, la TV si radio intr-un interval de 6 luni a investitiei in infrastructura de utilitate publica amenajata prin proiect, in scopul cresterii numarului de vizitatori si a numarului mediu de salariatii in statiunea Orasul Eforie.

Indeplinirea obiectivelor generale de marketing vor conduce la indeplinirea biectivului general al proiectului de finantare, contribuind astfel la indeplinirea obiectivului specific al Prioritatii de Investitie 7.1, respectiv creterea numarului mediu de salariatii in statiunile turistice si cresterea numarului de vizitatori ai statiunii balneroclimaterice.

Proiectul de finantare privind reabilitarea infrastructurii rutiere si pietonale (infrastructura de acces) este inclusa in Strategia privind dezvoltarea durabila a ora ului Eforie, judetul Constanta, 2014-2020 si face parte din initiativa mai ampla a UAT Oras Eforie de a dezvolta durabil statiunea in vederea cresterii atractivitatii zonei si dezvoltarii economice.

Prezentare succinta a bugetului necesar implementarii planului de marketing

Actiune	Sub-actiune	Materiale de informare si publicitate realizate	Valoare lei fara TVA
COMUNICARE Canale media	Promovare prin intermediul canalelor media de tipul TV, radio, presa scrisa	- 1 spot TV realizat - 2 difuzari ale spotului pe un post TV - 1 spot radio realizat - 10 difuzari la posturile radio locale/regionale; - 5 materiale scrise in publicatii locale, regionale, de timp liber	Conform buget anexat
	Publicitate outdoor prin intermediul mesh-urilor si bannerelor	- 5 bannere realizate si amplasate in locatii cu vizibilitate ridicata din jud Constanta - 2 mesh-uri realizate si amplasate in locatii cu vizibilitate ridicata din Statiunea Orasul Eforie	Conform buget anexat
	Medii neconventionale (online)	- 2 bannere online create - postare gratuita a bannerelor pe site-urile Primariei Orasului Eforie, ale Centrului National de promovare Turistica Eforie Nord si a Centrului National de Promovare Turistica Eforie; pagina de facebook a Primariei Orasului Eforie; - 10 postari ale bannerelor create pe alte portaluri de turism	Conform buget anexat
COMUNICARE Materiale publicitare de prezentare si promovare	Materiale de promovare a investitiei	- 50 afise realizate si distribuite - 4.000 fluturasi realizati si distribuiti - 4.000 pliante realizate si distribuite	Conform buget anexat

Organizarea de evenimente	Materiale publicitare distribuite in zona Lacului Belona, cu ocazia Zilelor Orasului Eforie, in cadrul actiunilor evenimentului "Euforia Eforiei"	- 500 baloane realizate si distribuite - 500 suveniruri magnetice realizate si distribuite - 490 carti postale inseriate (vederi) realizate si distribuite	Conform buget anexat
---------------------------	---	--	----------------------

Modalitatea de monitorizare a rezultatelor atinse prin implementarea actiunilor planului de marketing

Actiune	Rezultate atinse din implementarea actiunilor	Monitorizarea rezultatelor	Responsabil
COMUNICARE Canale media	- 1 spot TV realizat	- Realizarea materialelor conform cerintelor Manualului de identitate Vizuala - Monitorizarea presei ca urmare a actiunilor de promovare intreprinse - Printscreen la paginile web unde sunt postate bannerele online - Articole scrise in presa	- Manager proiect - Consultant in implementare
	- 2 difuzari ale spotului pe un post TV		
	- realizare 1 spot radio		
	- 10 difuzari la posturile radio locale/regionale ;		
	- 5 materiale scrise in publicatii locale, regionale, de timp liber		- responsabil publicitate - consultant in implementare
	- 5 bannere realizate si amplasate		
	- 2 mesh-uri realizate si amplasate		
	- 2 bannere online create		
	- Postare gratuita a bannerelor pe site-urile Primariei Orasului Eforie, ale Centrului National de promovare Turistica Eforie Nord si a Centrului National de Promovare Turistica Eforie; pagina de facebook a Primariei Orasului Eforie;		
- 10 postari ale bannerelor create			
COMUNICARE Materiale publicitare de prezentare si promovare	- 50 afise realizate si distribuite - 4.000 fluturasi realizati si distribuiti - 4.000 pliante realizate si distribuite	Respectarea prevederilor contractelor de publicitate si avizarea machetelor inainte de publicarea lor - fotografii de la	- responsabil publicitate - consultant in implementare

		locatia de implementare a proiectului	
Organizarea de evenimente	- 500 baloane realizate si distribuite	- Liste de participanti - Articole in presa	- responsabil publicitate - consultant in implementare
	- 500 suveniruri magnetice realizate si distribuite		
	- 490 carti postale inseriate (vederi) realizate si distribuite		
	- 2.000 fluturasi realizati si distribuiti		
	- 500 pliante realizate si distribuite		
	- 10 afise realizate si amplasate		
	- 1 roll-up realizat si amplasat		

Factori posibili de risc si acoperirea la risc

Pe intreaga perioada de implementare a proiectului echipa de proiect va asigura managementul riscurilor.

In implementarea Planului de marketing pentru proiectul: **“Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie”** au fost indentificati urmatoorii factori posibili de risc si au fost stabilite modalitatile de reducere a acestora:

Nr. Crt.	Risc	Evaluare	Tehnici de control	Masuri de gestionare a riscurilor
1.	Implementarea inconsistenta a planului de marketing cauzata de slaba comunicare in cadrul echipei de proiect	D	Reducerea riscului	Realizarea unui plan de comunicare aferent planului de marketing dupa semnarea Contractului de Finantare.
2.	Alocarea inadecvata a resurselor	D	Reducerea riscului	Realizarea Bugetului aferent Planului pornind de la oferte de pret din piata. Raportarea cresterii numarului de vizitatori pornind de la o baza reala
3.	Scadere economica	D	Reducerea riscului	Accesul gratuit la vizitarea obiectivelor turistice

	generala ce determina scaderea puterii de cumparare			
4.	Nerespectarea graficului de implementare a proiectului	B	Reducerea riscului	Monitorizarea continua a stadiului de implementare a proiectului. Actiuni proactive pentru incadrarea activitatilor in termenele planificate
5.	Grad de atractivitate scazut a obiectivului turistic- Lacul Belona in randul grupului tinta	B	Evitarea riscului	Pentru prevenirea aparitiei acestui risc se va recurge la conceperea si implementarea unei strategii de promovare a obiectivului turistic amenajat prin proiect. Prin investitiile realizate in cadrul proiectului s-a urmarit acoperirea tuturor necesitatilor grupului tinta

Implementarea proiectului de finantare care va presupune valorificarea resurselor turistice specifice statiunii Eforie prin reabilitarea si modernizarea a doua principale cai de acces, va determina o crestere a numarului de vizitatori in statiune, o crestere a numarului de investitii in zona si implicit cresterea numarului mediu de salariati in orasul Eforie.

2 . JUSTIFICAREA NECESITATII CREARII SI REALIZARII OBIECTIVULUI PROIECTULUI

Turismul este o activitate economica strategica pentru orice stat si importanta sa in economiile nationale este in continua crestere la nivel mondial. Avand in componenta sa o gama larga de produse si destinatii si implicand atat sectorul public cat si cel privat, turismul are un mare potential in ceea ce priveste contributia la realizarea mai multor obiective majore ale Romaniei, cum ar fi cresterea economica, dezvoltarea durabila, ocuparea fortei de munca si coeziunea economico-sociala. De asemenea, turismul are o importanta deosebita in oferta de oportunitati de angajare pentru tineri, care detin o pondere de doua ori mai mare in forta de munca in domeniul turistic comparativ cu restul economiei.

Turismul este una din ramurile economice care au cunoscut cea mai rapida expansiune in ultimele decenii.

Beneficiile economice ale industriei turistice sunt multiple:

- Industria turistica genereaza un numar semnificativ de locuri de munca, iar investitiile in acest domeniu au o durata de amortizare relativ scurta;
- Economia locala, in ansamblu, beneficiaza ca urmare a dezvoltarii turismului. Turistii

creaza o cerere suplimentara de servicii si bunuri de consum, stimuland astfel sectorul tertiar al economiei (serviciile, comerțul, industriile artizanale etc);

- Localitățile turistice tind să aibă o infrastructură edilitară și de servicii mai dezvoltată;
- Sectorul transporturilor și sectorul imobiliar sunt alte două ramuri importante ce au de câștigat prin dezvoltarea turismului;
- Trebuie avute în vedere, de asemenea, avantajele indirecte obținute prin creșterea vizibilității și a interesului pentru acele regiuni care înregistrează un mare aflux de turiști.

Potentialul turistic al României este unul de excepție, marcat prin două componente esențiale:

- **componenta naturală**, reprezentată prin peisaje spectaculoase, configurația variată a reliefului, condițiile climatice favorabile, valoarea terapeutică și abundența unor factori naturali de cură;
- **componenta antropică**, reprezentată prin vestigii ale civilizațiilor ce s-au succedat pe teritoriul României din vremuri imemorabile, monumente și obiective de artă laică sau religioasă, muzee și colecții muzeale, elemente de etnografie și folclor de mare frumusețe și originalitate, realizări actuate de prestigiu.

Acestea constituie elementele de mare atractivitate ale ofertei turistice românești, prezentând o paletă largă de forme de turism: de sejur (de litoral, montan, balnear), vanatoare și pescuit sportiv, turism itinerant cu valențe culturale, turism profesional etc. Poziția geografică conferă României statutul de țară carpato-danubio-pontică, datorită celor trei elemente naturale definitorii în structura peisagistică și a teritoriului: Munții Carpați, fluviul Dunărea și Marea Neagră.

CONTEXTUL REGIONAL în care se va implementa proiectul - Regiunea de Sud-Est

Nivelul economic

Consiliul Mondial al Turismului și Calatoriilor (WTTC) a estimat că anul trecut (2015) sectorul turismului a creat 7,2 milioane locuri de muncă și a contribuit cu 7.200 miliarde de dolari la economia mondială.

În pofida incertitudinilor cu privire la economia globală și a provocărilor specifice cu care s-a confruntat anul trecut, sectorul turismului a crescut cu 3,7%, contribuind în total cu 9,8% la PIB-ul mondial. De asemenea, sectorul turistic a susținut un număr total de 284 milioane locuri de muncă. În 2015, cu 7,2 milioane mai mult decât în 2014, ceea ce înseamnă că în prezent susține, direct sau indirect, unul din 11 locuri de muncă de pe planetă. Pentru 2016, contribuția totală a sectorului turismului la PIB ar urma să crească cu 3,5% și pentru al șaselea an consecutiv, ar urma să depășească ritmul general de creștere a economiei mondiale.

La nivelul regiunii de Dezvoltare Sud-Est, în anul 2015, potrivit datelor furnizate de Comisia Națională de Prognoza (varianta de toamnă 2015), PIB a crescut real cu 3,6%. În timp ce la nivelul județului Constanța, creșterea este de 4%.

Tabel 1 - Evolutia principalilor indicatori economico – sociali pe judete, Regiunea Sud-Est in anul 2015

	Total regiune	Braila	Buzau	Constanta	Galati	Tulcea	Vrancea
Modificare procentuala fata de anul precedent							
Crestere reala a PIB	3,6	2,7	2,6	4,0	4,2	3,4	3,5
PIB/locuitor(euro)	6.657	5.924	4.969	9.622	5.888	6.282	4.878
Numarul mediu de salariatii	2,4	1,9	2,3	2,5	2,2	3,1	2,7
Rata somajului inregistrat -%	6,3	6,4	8,2	3,8	8,9	5,0	5,5
Castigul salarial mediu net lunar (lei/salariat)	1.580	1432	1.426	1.703	1.691	1.535	1.392
Castigul salarial mediu net lunar	7,3	6,2	7,5	8,4	7,3	3,6	7,1

sursa datelor : Comisia Nationala de Prognoza, Proiectia principalilor indicatori economico - sociali in PROFIL TERITORIAL pana in 2018.

Din datele ce prezinta evolutia principalilor indicatori economico-sociali, in Regiunea Sud-Est, se remarca faptul ca in anul 2015 comparativ cu anul precedent, in profil teritorial, judetul Galati a inregistrat cea mai buna evolutie a PIB-ului, cu o crestere de 4,2%, cea mai slaba evolutie fiind inregistrata la nivelul judetului Buzau (2,6%).

Cu toate ca, la nivelul judetului Constanta, PIB a crescut real cu 4% in anul 2015 comparativ cu anul 2014 (situandu-se pe locul 2 dupa Galati), PIB/locuitor inregistreaza cea mai mare valoare de la nivelul regiunii Sud-Est - 9.622 euro/locuitor. Astfel la nivelul judetean PIB/locuitor este mai mare cu 2.965 euro decat media regionala (+44,54%).

Din punctul de vedere al activitatii economice, Regiunea de Dezvoltare Sud-Est este caracterizata de discontinuitatea in teritoriu a activitatilor industriale si imbinarea acestora cu activitati tertiare (comert, servicii, turism) si agricole. Aceasta situatie este generata de gradul ridicat de specializare intraregionala. Astfel, in judetele Galati si Constanta se inregistreaza o rata mai mare a populatiei ocupate in industrie, in judetele Buzau si Braila o pondere importanta a fortei de munca activeaza in agricultura, in timp ce in judetele Constanta, Galati si Tulcea ponderea populatiei ocupate in constructii si servicii este cea mai ridicata.

Tabel 2 - Situatiia agentilor economici la nivelul Municipiului Constanta

An		Nr. total de firme	F	II	PFA	SA	SRL
Existente la final 2011		30.037	183	958	3.279	410	25.207
	Inmatriculate	2.279	6	220	448	8	1.597
	Radiate+dizolvate	3.615					
Existente la final 2012		29.161					
	suspendate	4.038					
	In insolventa	953					
Existente la final 2013		26.267					
	suspendate	3.550					
	In insolventa	1.000					
Existente la final 2014		21.170	7	156	450	6	1.430
	suspendate	7.146					
	In insolventa	2.049					

La nivelul municipiului Constanta, numarul de firme existente la finalul anului 2014 este in scadere cu 30% fata de finalul anului 2011. Se observa ca, desi numarul de inmatriculari este mare (chiar in crestere in 2013 fata de 2012) numarul firmelor radiate/dizolvate a crescut exponential, dublandu-se in anul 2014, fata de 2012.

Regiunea Sud-Est este caracterizata printr-un potential turistic ridicat. Patrimoniul bogat de resurse naturale precum si patrimoniul cultural reprezentat prin vestigii istorice, manastiri - au favorizat dezvoltarea sectorului. Varietatea resurselor existente a permis un nivel bun de diversificare; exista in regiune multe tipuri de turism, cum ar fi turismul de litoral, montan, de croaziera, turism rural si ecologic, cultural si religios, care totusi prezinta grade diferite de dezvoltare. Patrimoniul de resurse naturale al regiunii este foarte bogat si cuprinde zone protejate, singura zona de litoral din Romania, lacuri naturale si izvoare cu functiuni terapeutice, zone montane si locatii naturale unice cum ar fi vulcanii noroiosi.

Principalele lacuri naturale din Romania sunt localizate in procent de 93,66% in Regiunea Sud-Est, conform unei analize realizate de Institutul National de Statistica, ceea ce subliniaza inca o data potentialul turistic ridicat al regiunii. Pana in prezent, aceste piesaje naturale deosebite au fost foarte putin amenajate si foarte putin promovate.

Activitatea de cazare turistica

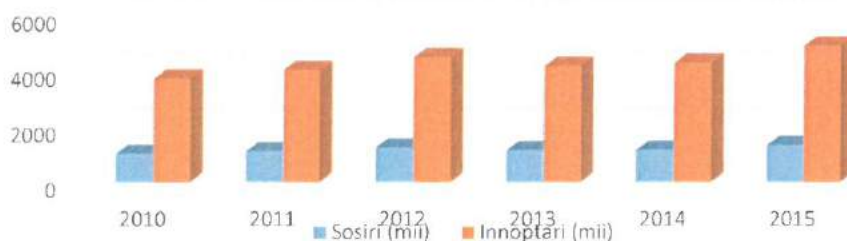
Activitatea de turism din Regiunea de Dezvoltare Sud-Est a inregistrat in perioada 2010-2015 urmatoarele valori ale indicatorilor specifici, comparativ cu cele la nivelul tarii:

Tabel-Situatia indicatorilor turistici in Romania si in cadrul regiunii de Sud -Est

	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	SE	RO	SE	RO	SE	RO	SE	RO	SE	RO	SE	RO
Capacitatea de cazare (mii locuri/zi)	12594	63808	14336	68417	13978	74135	13364	77028	13898	77676	14441	81872
Sosiri (mii)	1044	6072	1134	7031	1263	7686	1166	7943	1178	8465	1347	9930
Innoptari (mii)	3734	16051	4050	17979	4492	19166	4186	19362	4294	20280	4918	23519
Indice de utilizare a capacitatii	29,64	25,15	28,25	26,28	32,14	25,86	31,32	25,13	30,90	26,11	34,06	28,73

Figura 1-Activitatea de cazare turistica in Regiunea de Sud-Est, 2010-2015

Activitatea de cazare turistica in Regiunea de Sud-Est, 2010-2015



Potrivit datelor statistice furnizate de Institutul National de Statistica prezentate in tabelul anterior se observa urmatoarele caracteristici ale sectorului turistic din Regiunea de Dezvoltare Sud-Est, comparativ cu datele inregistrate la nivelul Romaniei:

- Capacitatea de cazare (mii locuri/zi) disponibila in Regiunea de Dezvoltare Sud-Est reprezinta aproximativ 19% din totalul capacitatii de cazare disponibila in Romania;
- Regiunea de Dezvoltare Sud-Est atrage aproximativ 14% din numarul turistilor care viziteaza Romania;
- Indicele de utilizare al capacitatii de cazare se situeaza cu mult peste media nationala (34,06% in anul 2015, fata de media nationala de 28,73%);
- Numarul sosirilor la structurile turistice din regiune raportat la capacitatea de cazare este redus, infrastructura turistica existenta fiind insuficient valorificata;

Nivelul social

Piata fortei de munca a avut si are un rol hotarator in asigurarea creterii economice si a productivitatii pe termen lung. Crearea conditiilor pentru cresterea competentelor profesionale, in scopul asigurarii unui proces de productie performant, care sa realizeze produse competitive, capabile sa faca fata cerintelor pietei, devine o prioritate.

Problemele cu care se confrunta Regiunea Sud-Est si in egala masura intreaga tara, sunt legate, in special de scaderea populatiei totale, active si ocupate. Scaderea numarului total al populatiei, a avut repercusiuni majore si asupra pietei fortei de munca.

In anul 2014, in regiune era un numar de 986.800 persoane populatie ocupata, ceea ce reprezenta 11,70% din totalul la nivel national. La nivelul regiunii, evolutia numarului de persoane ocupate este asemanatoare cu evolutia la nivel national: se remarca o crestere a populatiei ocupate in perioada 2012 - 2013 si o scadere incepand cu anul 2014.

Daca in anul 2011, 25,06% din numarul populatiei ocupate reprezentau persoane cu varsta 25-34 ani, la nivelul anului 2015, numarul acestora reprezinta 24,14%, in timp ce ponderea persoanelor ocupate cu varsta intre 35-49 ani reprezinta 43,70% in anul 2015 si 39,97% in anul 2011. Concluzia este ca ponderea populatiei ocupate cuprinsa in grupa de varsta 25-54 ani, este in scadere, fenomen cauzat in special de imbatranirea populatiei.

Activitatea economica a regiunii in ultimii ani se caracterizeaza prin intrarea in declin a activitatilor industriale, generand lichidarea si/sau restructurarea marilor intreprinderi (cu impact negativ asupra somajului) si infiintarea de intreprinderi mici si mijlocii. In ultimii ani, potrivit datelor statistice la nivel regional, ponderea in economia regiunii o detin microintreprinderile, intreprinderilor mici si mijlocii. Majoritatea intreprinderilor mari

activeaza in industria prelucratoare, constructii, transport si depozitare. In privinta ratei de ocupare a fortei de munca, Regiunea Sud-Est inregistra in anul 2015 o rata de ocupare de 54.68%, in cretere comparativ cu valoarea inregistrata de 53% in anul 2011.

In ceea ce priveste evolutia numarului de someri inregistrati, acesta a avut la nivel national un trend descendent incepand cu anul 2013, tendinta fiind asemanatoare si la nivelul Regiunii Sud-Est.

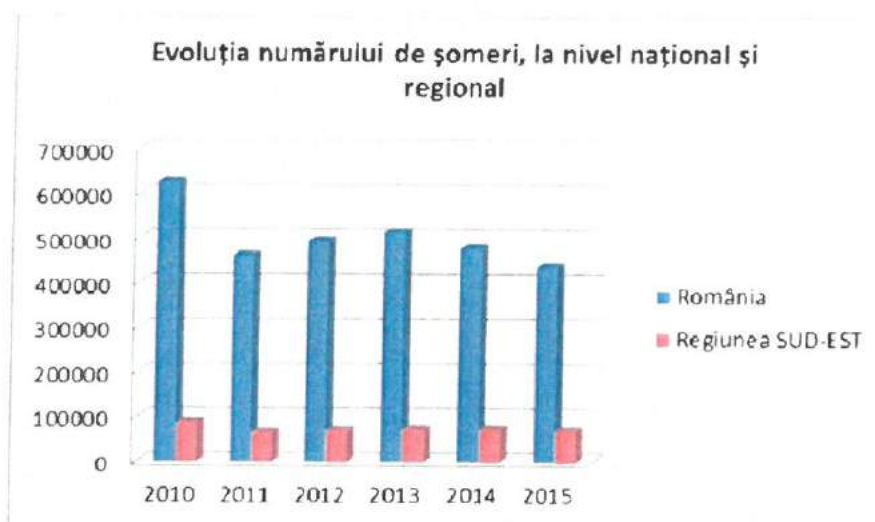


Figura 2 - Evoluția numărului de șomeri, la nivel național și regional, 2010-2015

In contextul Strategiei Europa 2020, obiectivul principal al Uniunii Europene in baza caruia statele membre isi vor elabora obiectivele nationale este de a reduce cu 25% numarul europenilor care traiesc sub pragul national al saraciei, scotand din saracie peste 20 de milioane de oameni. Chiar daca este tara cu cea mai mare expunee la riscul de saracie din Uniunea Europeana impreuna cu Bulgaria, Romania a inregistrat progrese semnificative in ultimii ani pentru a compensa explozia acesteia din anul 2007 (+6%). Diferente semnificative exista si intre regiunile de dezvoltare din Romania. Nivelul mai inalt al veniturilor din Bucuresti-Ilfov plaseaza aceasta regiune pe cea mai buna pozitie cu un indicator de doar 24,9%. In anul 2015 regiunea cu cea mai ridicata rata a riscului de saracie este Regiunea de Sud-Est (51,8%), urmata de Regiunea Nord-Est (47,9%).

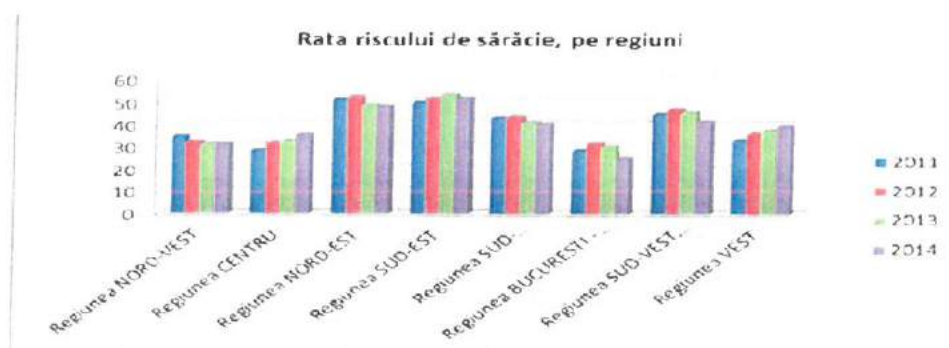


Figura 3 - Evoluția ratei riscului de sărăcie, pe regiuni

Miscarea migratorie

Miscarea migratorie se manifesta la nivelul unei tari prin doua componente, si anume miscarea interna ce se desfasoara pe teritoriul acesteia, intre regiunile sale si migratia externa reprezentata de emigrarea locuitorilor tarii respective catre alte state.

In ceea ce priveste migratia interna, se remarca faptul ca Regiunea Sud-Est prezinta o migratie negativa fiind a treia regiune sursa din cadrul Romaniei, dupa Regiunea Nord-Est si Sud-Vest Oltenia. La nivelul anului 2015, Regiunea Sud-Est a nregistrat o pierdere de 5.090 de locuitori in favoarea altor zone ale Romaniei. Soldul negativ al schimbarilor de domiciliu a avut un trend ascendent in cepand cu anul 2013 cand s-au inregistrat -3.220 persoane plecate spre alte regiuni ale tarii, in 2014 au fost -4.760 iar in 2015 - 5.090. Cea mai mare mobilitate la nivelul judetelor componente s-au inregistrat, in anul 2015 in judetele Galati, Braila, Tulcea, iar cea mai mica in judetele Constanta, Vrancea si Buzau. Constanta a fost singurul judet care a inregistrat migratie pozitiva pana n anul 2013 inclusiv.

Deci nu exista statistici clare privind numarul total de persoane care au parasit teritoriul tarii, Romania este o tara cu migratie negativa puternica. Potrivit Agentiei Nationale pentru Ocuparea Fortei de Munca se vehiculeaza o cifra de aproximativ 2,3 milioane de romani plecati legal in strainatate in scop de munca.

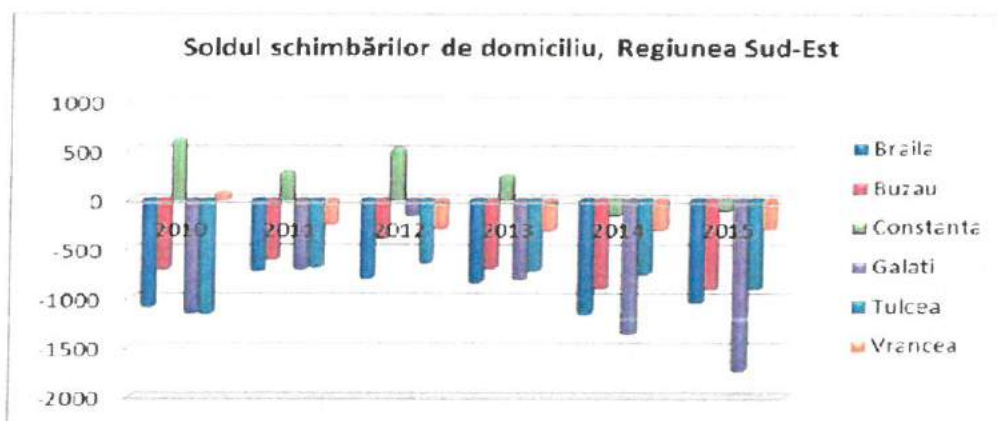


Figura 4 - Evoluția soldului schimbărilor de domiciliu, Regiunea Sud-Est, 2010-2015

Astfel, populatia rezidenta a tarii a scazut la inceputul anului 2013 la nivelul nregistrat in 1969, de circa 20 de milioane de locuitori. Cel mai semnificativ "val" de emigrari s-a inregistrat in 2007, odata cu aderarea Romaniei la Uniunea Europeana, principala destinatie la acea data fiind Spania. In prezent, cei mai multi romani care au plecat din tara pentru o perioada de cel putin un an au ales Italia. Pe parcursul perioadei 1989-2012 populatia stabila a Romaniei s-a redus cu peste 3,1 milioane de locuitori. Mai mult de 77% din sporul negativ al populatiei rezidente (stabile) din aceasta perioada a fost determinat de emigratie. Din datele Institutului National de Statistica mai reiese ca numarul de emigranti la 1.000 de locuitori a fost de 48,6, iar in 2012 acest indicator a crescut la 116,5.

Anul 2012 a marcat o echilibrare a numarului de imigranti si emigranti din Romania, diferenta

dintre numarul acestora fiind de numai 3.000, in conditiile in care in 2007, considerat varful plecarilor in strainatate, aceasta a fost de 458.000 de persoane.

La nivelul anului 2014, din Regiunea Sud-Est au emigrat definitiv un numar total de 1481 de persoane, reprezentand 13,16% din total emigrantilor romani. Judetele cu cea mai mare pondere in numarul emigrantilor de la nivel regional sunt Constanta si Galati, in timp ce judetul Buzau a inregistrat cel mai mic numar de emigranti, respectiv 134 de persoane.

Nivelul demografic

Populatia Regiunii Sud-Est era la data de 1 iulie 2011 de 2.794.337 persoane ceea ce reprezinta 13,09% din populatia Romaniei. Distributia pe sexe a populatiei Regiunii Sud-Est este in concordanta cu distributia la nivelul tarii, dar si la nivelul Uniunii Europene, unde se inregistreaza o pondere usor mai crescuta a femeilor in totalul populatiei. Din punct de vedere al distributiei pe medii rezidentiale se constata ca la nivelul regiunii ponderile populatiei urbane sunt identice cu valorile nationale (55,1%), dar mult mai mici decat in cazul Uniunii Europene (cca. 74%). Tendinta de imbatranire a populatiei din Regiunea Sud-Est este evidenta si la analiza miscarii naturale a populatiei.

Populatia cunoaste la ora actuala un proces de regres accentuat datorat imbatranirii, scaderii fertilitatii si migratiei, fenomene demografice care se pot constata in toate tarile dezvoltate. In perspectiva, aceste fenomene vor creste in intensitate si vor genera efecte multiple in societate.

Una din marile probleme putin vizibile ale Romaniei este cea demografica. Aceasta este doar una din concluziile la care ajunge raportul de competitivitate a Romaniei realizat de Camera de Comert Americana in Romania. Datele statistice arata o scadere constanta a populatiei Romaniei incepand cu anul 1990. Doar in ultimii 10 ani, declinul a fost de aproximativ 7%. Prognozele specialistilor sunt insa si mai pesimiste. Daca populatia Uniunii Europene este de asteptat sa creasca cu 3% pana in anul 2050, in Romania prognozele arata o scadere a populatiei cu 10%, in aceeasi perioada. O asemenea evolutie demografica va avea impact asupra fortei de munca, asupra dimensiunii pietei interne si in ultima instanta asupra cresterii economice.

Pana in anul 2009, migratia a fost cea care a contribuit la scaderea populatiei in Romania. Dupa aceasta data insa, scaderea naturala (raportul dintre nasteri si decese) a condus la scaderea populatiei Romaniei. Dar imbatranirea populatiei atrage schimbari si mai importante. In Europa, persoanele in varsta de peste 65 de ani reprezinta 18,5%, ceea ce seamana al doilea procent din lume dupa Japonia. Populatia Romaniei a scazut constant in ultimii ani, ajungand ca in anul 2014 sa se mai inregistreze sub 20 de milioane de locuitori, ceea ce face ca populatia rezidenta a tarii sa fie la nivelul anului 1966.

Cauzele reducerii populatiei

In urma analizei datelor statistice s-a constatat ca incepand cu anul 1985 populatia Romaniei a devenit preponderent urbana. In ceea ce priveste cauzele reducerii populatiei, printre acestea se numara mortalitatea ridicata, rata scazuta a fertilitatii dupa 1989, dar si migratia externa. Institutul National de Statistica analizeaza evolutia structurii populatiei pe grupe mari de varsta si arata amploarea fenomenului de imbatranire demografica a populatiei, fenomen inregistrat in ultimii 10 ani.

Din punct de vedere demografic, Regiunea de Dezvoltare Sud-Est se înscrie în același trend național de scădere generalizată a populației. Dacă în intervalul 2010-2015, populația României a scăzut cu 428.590 de persoane, la nivelul regiunii scăderea este de 57.705 persoane. Scăderea este aproape în limitele tendinței naționale - 2% la nivel național în raport cu 2,05% la nivel regional. Din perspectiva valorilor demografice înregistrate, tendința este uniformă la nivelul întregii Regiuni - toate cele șase județe se confruntă cu un proces de scădere a populației, tendința națională fiind astfel cvasi-uniformă atât la nivelul regiunii, cât și în interiorul ei.

CONTEXTUL LOCAL al orașului Eforie – zona de implementare a proiectului

Orașul Eforie este situat în județul Constanța, pe țărmul Mării Negre, cu o populație de 9.473 locuitori², alcătuit din două componente aflate la 4 km distanță una de cealaltă: Eforie Nord și Eforie Sud.

Analiza curentă a pietei indică faptul că zona stațiunii Eforie oferă toate condițiile necesare practicării turismului recreativ cu turismul balnear. Cele două stațiuni componente ale orașului Eforie prezintă atracții turistice diferite formând împreună specificul unitar al zonei Eforie.

Stațiunea Eforie Nord este cea de-a doua stațiune de pe litoralul românesc ca mărime și ca importanță și este situată la 14 km de Constanța, pe fașia aflată între Lacul Techirghiol și Marea Neagră. Plaja din Eforie Nord, lungă de aproximativ 4 km și cu o lățime între 20-100 m, beneficiază de o porțiune care era foarte îngustă dar care în ultimii ani a fost lărgită prin investiții de anvergură, marginită de o faleză înaltă, atingând în unele locuri chiar și 25 m, potrivită pentru promenadă. Pentru a facilita accesul pe plaja din această zonă s-au construit scări. Intrarea în apă este lină, cu nisip cu granulație mare.

Plaja este ferită de valurile mari datorită celor șase diguri ce înaintea în mare. Eforie Nord este cunoscută ca fiind stațiune balneoclimaterică³ importantă, în regim permanent, în mare parte datorită învecinării cu Lacul Techirghiol (recunoscut pentru namolul sapropelic). Aici se găsesc cele mai moderne centre de fizioterapie din țară: Sanatoriul Efosan și baza de tratament Ana Aslan Helth SPA, dotate cu diverse instalații: instalații pentru băi calde (cu apă sărată concentrată provenită din lacul Techirghiol), pentru împachetări calde cu namol, pentru diverse tratamente, aerosoli, kinetoterapie, saună și gimnastică medicală, cele două baze de tratament fac minuni în cazul mai multor tipuri de afecțiuni: reumatice, dermatologice, locomotorii, respiratorii, etc.

Stațiunea pune la dispoziția turiștilor baze de agrement, cu terenuri de sport, piscine cu accesorii pentru activități nautice și o infrastructură foarte diversificată de cazare.

² Conform recensământului din 2011, Direcția Județeană de Statistică Constanța

³ declarată stațiune balneoclimaterică prin HG nr. 367/1 iunie 2013

Stațiunea Eforie Sud este o stațiune estivală integrată orașului Eforie, aflată în extremitatea sud-estică a României, pe fașia de litoral cuprinsă între Marea Neagră și Lacul Techirghiol, la 8-20 m peste nivelul mării, la 4 km distanță de Eforie Nord și la 19 km distanță de Constanța. Stațiunea este renumită pentru tratamentele pe care le pune la dispoziție, amplasamentul stațiunii între lacul Techirghiol (cunoscut pentru calitățile curative ale namolului) și Marea Neagră făcând posibilă atât cura heliomarină cât și cea cu namol. Clima marină este caracterizată de veri fierbinți (temperatura medie în luna iulie depășește 22 grade Celsius), ierni blande, cu strat subtire de zăpadă (temperatura medie în luna ianuarie este de 0 grade Celsius) și

de precipitatii scazute (cca 400 mm anual). Vara, nebulositatea este minima. iar soarele stralucete 10-12 ore pe zi. gradul de insorire fiind ridicat.

Atractia principala a statiunii o reprezinta Centrul de sanatate „Baile Reci” cu namol, complet modernizate, situat in apropierea lacului Techirghiol, ce asigura tratamente cu apa sarata din lac si tratament romanesc Gerovital. In Eforie Sud exista si un Sanatoriu pentru copii cu afectiuni reumatologice cu regim permanent, care trateaza in principal slabiciunea fizica si rahitismul. Factorii de cura naturali sunt clima marina, apa marii care este clorata, sulfatata, sodica, magnesiana, hipotonica (mineralizare medie de 15,5 gr). La Eforie Sud sunt, de asemenea, stabilimente pentru bai calde cu apa din lac si impachetari cu namol, sanatoriu de recuperare si ortopedie, un altul cu profit de debilitate si rahitism. In zilele noastre sunt investitori care investesc in centre noi de tratament, cu echipamente moderne si conditii de cazare superioare, fapt care impune realizarea modernizarii infrastructurii de acces imbunatatita.

La nivelul orasului Eforie, sunt inregistrate la nivelul anului 2015, 205 unitati de primire turistica.

Resursele turistice naturale in statiunea Eforie

Resursele turistice naturale sunt cele care s-au pastrat de-a lungul anilor intr-o forma sau alta, putin atinse de activitatile umane. Prin specificul, continutul si valoarea lor, resursele turistice naturale reprezinta pe de o parte, atractii turistice pretabile pentru vizitare, iar pe de alta parte ele pot fi valorificate direct in activitatea de turism ca „materie prima”, putand da nastere la variate activitati cu specific turistic. Valorificarea adecvata a factorilor naturali enumerati mai jos concursa la intrunirea conditiilor de odihna si recreere in zona.

Resurse turistice naturale din Eforie Nord

- factorii naturali de cura sunt reprezentati de climatul maritim, apa Marii Negre, apa sarata a lacului Techirghiol, namolul sapropelic de pe fundul lacului (pe malul de est exista baze de tratament in aer liber, unde se pot face ungeri cu namol, urmate de bai in lac) si aerosolii salini.

Statiunea este indicata atat pentru persoanele sanatoase, care pot folosi curele aerohelioterme in vacantele de vara, cat si pentru cei care doresc sa se trateze de afectiuni reumatismale, neurologii periferice, boli dermatologice, respiratorii, ginecologice, rahitism, decalcifieri, anemii secundare.

- plaja cu nisip fin, lunga de 4 km, este ferita de valuri de catre cele 6 diguri ce inainteaza in larg si este amenajata pentru helioterapie si talazoterapie. In zona de nord a plajei se afla faleza, cunoscuta ca un loc perfect de promenada. Legatura dintre faleza si plaja este facuta prin intermediul unor scari.
- faleza este spectaculoasa, atingand pe alocuri inaltimea de 25 m si comunicand cu plaja prin scari monumentale de piatra.
- Lacul Belona, lac natural cu apa dulce, in suprafata de aproximativ 1,5 ha.

Resurse turistice naturale din Eforie Sud

- factorii naturali de cura sunt reprezentati de climatul maritim, apa Marii Negre, apa sarata a lacului Techirghiol, namolul sapropelic de pe fundul lacului (pe malul de est exista baze de tratament in aer liber, unde se pot face ungeri cu namol, urmate de bai in lac) si aerosolii salini.

plaja are o lungime de 1.5 km, latime de circa 100 m si nisip fin. Este adapostita de doua diguri si are intrare lina in mare.

- faleza - de la inaltimea sa (de 25-35 m) se deschide o splendida panorama.
- promontoriul de calcar.

Statiunea Eforie n ansamblul ei dispune de un potential turistic natural si antropic valoros care ar putea fi valorificat la adevarata lui valoare numai prin investitii in infrastructura de turism.

Nivelul economic

In ceea ce privete contextul economic la nivelul orasului Eforie, principala activitate economica a orasului este turismul, acesta desfaurandu-se n cea mai mare parte pe durata sezonului estival. Turismul de agrement si balnear reprezinta o activitate economica specifica ora ului Eforie, bazele de tratament fiind deschise pe durata intregului an.

Tabel 4 - Situati a agentilor economici la nivelul orasului Eforie

An		Nr. total de firme	IF	II	PFA	SA	SRL
Existente la final 2011		1.422	57	189	256	16	904
	inmatriculate	108		30	19		59
	Radiate+dizolvate	123					
Existente la final 2012		1.407					
	suspendate	216	1	20	20	1	63
	In insolventa	35					
	inmatriculate	105					
	Radiate+dizolvate	179					
Existente la final 2013		1.333					
	suspendate	210					
	In insolventa	37					
	inmatriculate	84	1	14	18		51
	Radiate+dizolvate	255					
Existente la final 2014		1.162					
	suspendate	212					
	In insolventa	31					

Orasul Eforie este preponderent turistic, cu un numar semnificativ de agenti economici din acest domeniu (multi dintre acetia detinand firme mici, PFS-uri si II-uri). Chiar daca ritmul inmatricularilor de firme in cei 3 ani a fost relativ constant, trendul radiierilor /dizolvarilor de firma a fost in continua crestere pana in 2014, astfel incat numarul agentilor economici existenti la finalul anului a scazut , cel mai semnificativ procent de scadere fiind cel din 2014, adica 13% fata de anul anterior.

Activitatea de turism a orasului Eforie

Eforie Nord este o statiune balneara renumita atat in tara, cat si in strainatate. Inbinarea turismului recreativ cu cel de tratament face ca statiunea sa fie deschisa turistilor pe durata intregului an. Bazele de tratament din statiune atrag anual un numar mare de turisti romani si straini, oferindu-le tratamente moderne si cure folosind factorii naturali din zona. Fiind o statiune in continua expansiune, Eforie Nord ii schimba infatisarea de la an la an. Pe langa hotelurile si terasele cu renume din statiune, apar de la un sezon la altul vile sau pensiuni,terase sau restaurante noi, pregatite sa intampine nevoile turistilor.

Din datele furnizate de Institutul National de Statistica si prezentate in figura de mai sus, se remarca faptul ca statiunea Eforie (cuprinzand cele doua statiuni componente - Eforie Sud si Eforie Nord) dispune

in total de un numar de 16.681 de locuri de cazare pentru turisti, la nivelul anului 2015, in crestere cu peste 5% fata de capacitatea de cazare existenta la nivelul anului 2014. Locurile de cazare din orasul Eforie reprezinta aproximativ 19% din capacitatea de cazare existenta la nivelul judetului Constantia.

In ultimii ani, statiunea Eforie s-a extins constant, astfel ca totalul structurilor de primire turistica este in anul 2015 de 205, care au o capacitate de 16.681 de locuri.

Conform datelor prezentate si furnizate de Institutul National de Statistica, atat evolutia numarului de sosiri cat si a innoptarilor in statiunea Eforie au avut o evolutie ascendenta incepand cu anul 2014, sejurul mediu fiind de 4,05 zile/turist.

Conform informatiilor prezentate in figura de mai sus, statiunea Eforie are un grad mare de sezonalitate in ceea ce priveste sosirile turistilor. Astfel, varful in care se inregistreaza un maxim de sosiri este luna august pe toata perioada analizata, delimitand sezonul estival in perioada iunie - septembrie. Din datele analizate, se observa ca in anul 2015 au fost inregistrate cele mai multe sosiri ale turistilor, pastrandu-se sezonalitatea specifica statiunilor de pe litoral.

De asemenea, din analiza datelor cu privire la numarul de innoptari si capacitatea de cazare disponibila in statiunea Eforie, s-a calculat gradul mediu de ocupare care a fost 22,05% pe parcursul anului 2015. In luna august a fost inregistrat cel mai mare grad de ocupare, respectiv 54,37%, urmata de Luna iulie, cu 45,44% si luna septembrie cu 25,99%.

In urma aspectelor prezentate la nivelul destinatiei turistice Eforie, se pot prezenta urmatoarele concluzii:

- statiunea Eforie Nord reprezinta a doua statiune de pe litoralul romanesc ca marime si ca importanta;
- statiunea Eforie Sud prezinta un potential ridicat pentru practicarea turismului balnear datorita resurselor naturale de care dispune zona (tratamente cu namol sapropelic si cura heliomarina);

desi dispune de un numar ridicat de locuri de cazare (la nivelul intregii statiuni Eforie - 16.681 locuri), gradul mediu de ocupare in sezonul estival este foarte redus (aproximativ 22,05% perioada estivala 2015).

Nivelul social

Orasul Eforie are o populatie de 9.473 locuitori conform recensamantului din anul 2011, in crestere fata de recensamantul anterior din 2002, cand se inregistreaza 9.465 locuitori.

Populatia majoritara este romana, cu un procent de 80,62%. Minoritatile sunt reprezentate de tatars (3,56%), romi (3,25%) si turci (2,21%). Pentru 9,61% din populatia orasului Eforie, apartenenta etnica nu este cunoscuta. Din punct de vedere confesional, majoritatea locuitorilor sunt ortodoxi (81,24%), cu o minoritate de musulmani (6,53%). Pentru 9,68% din populatie, apartenenta confesionala nu este cunoscuta.

Conform datelor publicate de Institutul National de Statistica, populatia oraului Eforie a inregistrat o *crestere* de 1,4% in anul 2014 fata de anul 2012. Cea mai accentuata crestere inregistrand grupa de varsta 45-49 ani, cu un procent de 52%, iar cea mai mare scadere la grupa de varsta 20-24 ani cu un procent de 19%. Cele doua trenduri arata o anumita mobilitate a populatiei, tinerii cu tendinta de a-si cauta un loc de munca in alta parte, iar populatia calificata si cu experienta, cu tendinta de a se stabili pe raza orasului.

In ceea ce priveste somajul in orasul Eforie, conform datelor publicate de Institutul National de Statistica, acesta este dependent de sezonalitatea statiunii, respectiv in extrasezon se inregistreaza cel mai mare numar de someri (189), urmand ca in perioada iunie-august numarul acestora sa scada la mai putin de jumatate (73).

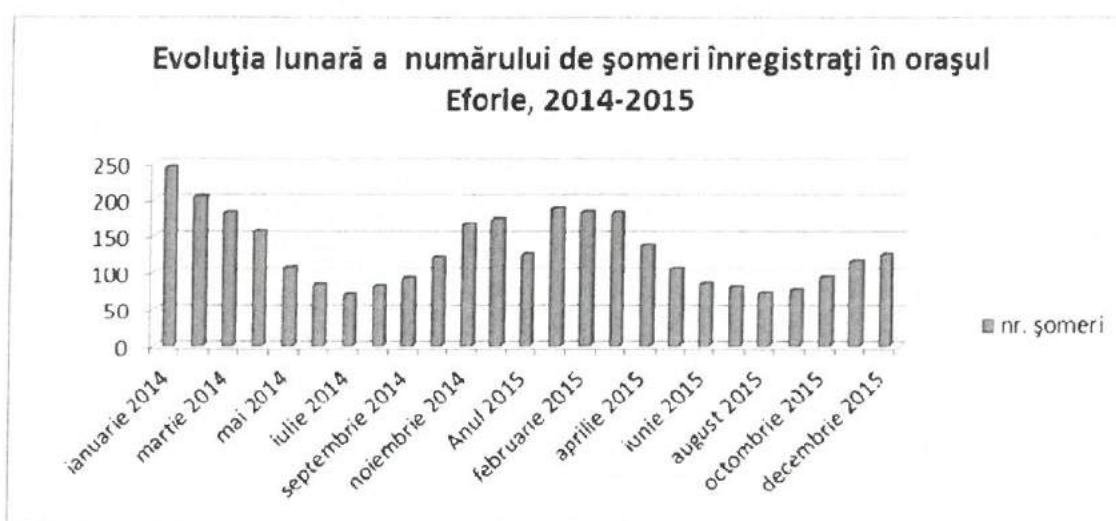
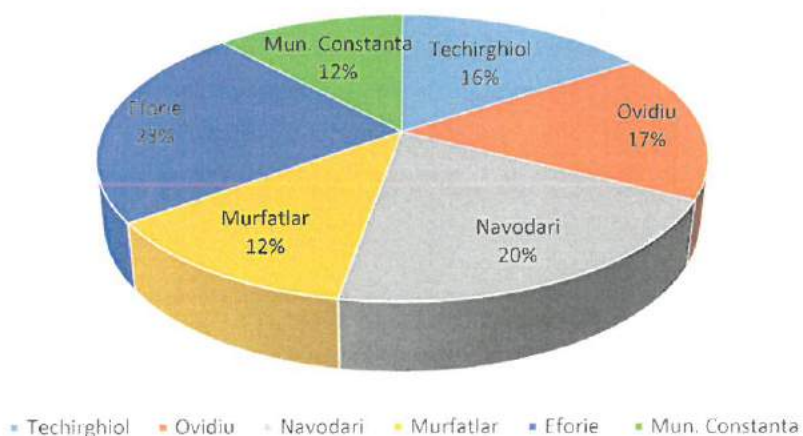


Figura 5- Evoluția lunară a numărului de șomeri înregistrați în orașul Eforie, 2014-2015

Figura 6 - Ponderea numărului de șomeri în populația stabilă, la 31.12.2014, în mediul urban, jud. Constanța

Dintre orașele din județul Constanța, orașul Eforie înregistrează cel mai mare număr de șomeri raportat la populația stabilă, respectiv 2,45% la 31.12.2014. Acest lucru este datorat pe de o parte de faptul că orașul Eforie este stațiune turistică și în extrasezon activitatea economică este diminuată, iar pe de altă parte specificul stațiunii este unul turistic și în luna decembrie turismul pe litoral este la cel mai scăzut nivel.

PONDEREA NUMĂRULUI DE ȘOMERI ÎN POPULAȚIA STABILĂ LA 31.12.2014



În ceea ce privește numărul mediu al salariaților din orașul Eforie, acesta a înregistrat un trend ascendent începând cu anul 2011, ajungând în anul 2014 la 2996 de salariați. Creșterea constantă din ultimii ani nu a fost suficientă pentru a ajunge la nivelul anului 2004 când au fost 3152 de salariați înregistrati în Eforie.

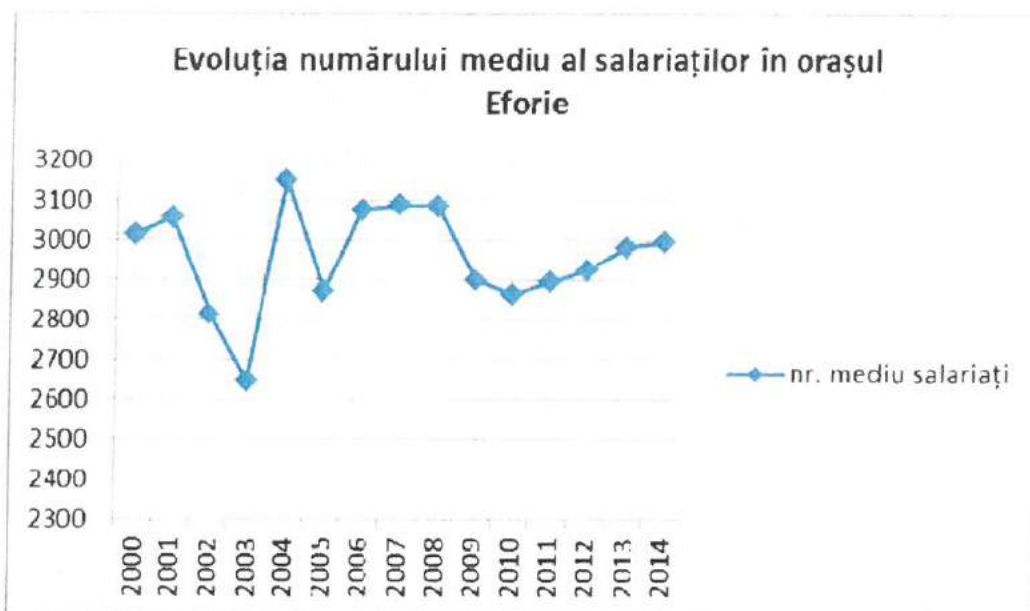


Figura - Evoluția numărului mediu al salariaților în orașul Eforie, 2000-2014

Nivelul demografic

Orașul Eforie are o populație de 9.473 locuitori conform recensământului din anul 2011, în creștere față de recensământul anterior din 2002, când se înregistra 9.465 locuitori. Populația majoritară este română, cu un procent de 80,62%. Minoritățile sunt reprezentate de tătari (3,56%), romi (3,25%) și turci (2,21%). Pentru 9,61% din populația orașului Eforie, apartenența etnică nu este cunoscută. Din punct de vedere confesional, majoritatea locuitorilor sunt ortodocși (81,24%), cu o minoritate de musulmani (6,53%). Pentru 9,68% din populație, apartenența confesională nu este cunoscută.

COMPONENTA ETNICA A ORASULUI EFORIE

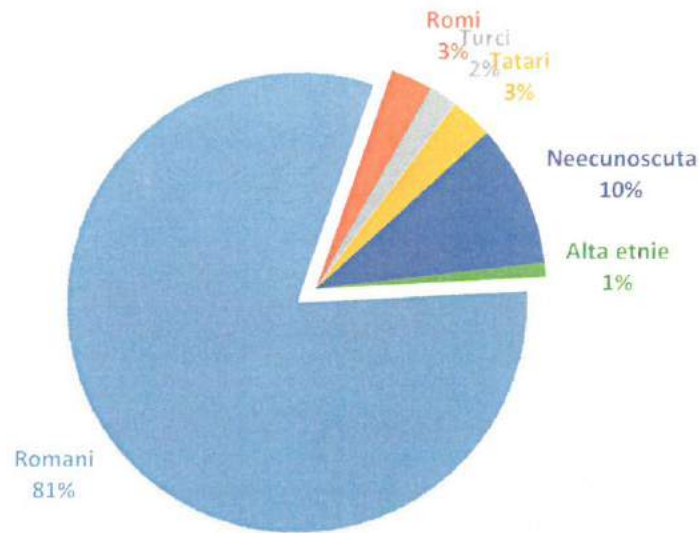


Figura 8 - Componenta etnica a oraului Eforie, 2011

În ceea ce privește evoluția populației, situația diferă pentru cele două stațiuni componente a orașului Eforie, astfel în Eforie Sud trendul este unul descendent deoarece populația a înregistrat o scădere între cele două recensăminte, iar în Eforie Nord populația a crescut 9,27% în 2011 față de recensământul din 2002.

Descrierea unicității obiectivului proiectului

Orașul Eforie este amplasat în partea de est a județului Constanța, pe oseaua Constanța - Mangalia (E87), având următoarele coordonate geografice: 44°4' latitudine nordică 28°38'E longitudine estică. De municipiul Constanța îl desparte doar 19 kilometri iar de Mangalia 29 de km.

Suprafața orașului este de 9,22 km² (857 ha), cea mai mare parte în intravilan.

Orașul Eforie se învecinează cu următoarele unități administrativ-teritoriale:

- ❖ la nord cu comuna Agigea;
- ❖ la est cu Marea Neagră;
- ❖ la vest cu orașul Techighiol Berceni;
- ❖ la sud-vest cu comuna Tuzla;



Figura 9 - Harta orașului Eforie

Asezare geografica

Oraul Eforie este format din localitatile Eforie Nord si Eforie Sud si a fost fondat in 1966 prin unificarea administrativa a actualelor localitati componente .

Eforie-Sud este cea mai veche statiune balneara de pe litoralul romanesc al Marii Negre, avand acest statut inca din anul 1899. Mai este cunoscuta cu denumirea metafoica de "Orasul dintre ape" datorita asezarii sale geografice intre Marea Neagra si Lacul Techirghiol.

Statiunea Eforie Nord este situata intre Agigea la nord (5 Km) i Eforie Sud (2 km), la circa 15 km de Constanta, fiind o statiune cu regim balneoclimateric permanent. In partea de sud-vest se afla lacul Techirghiol bine cunoscut pentru proprietatile namolului sau.

Orasul are o altitudine medie de 5 m peste nivelul marii, campia fiind forma de relief dominanta.

Clima

Teritoriul oraului Eforie se situeaza in zona climatica temperat-continentala. Clima se caracterizeaza prin veri foarte calduroase, ierni friguroase , primaveri scurte si toamne lungi. Temperatura medie anuala a aerului este de 11,10C, iar a solului de 13,50C. Vara, temperatura medie Inregistrata este de 22-250C , cu fenomene de seceta si uscaciune. Iarna se inregistreaza temperaturi medii de -20C. Sunt prezente zapezi abundente si viscole.

Atmosfera este intens aerosolizata, cu aeroioni negativi, benefici pentru sanatate. Apa Marii Negre are o concentratie de 15,5 grame la litru de saruri minerale. Marea este completata de o plaja generoasa , lipsita complet de marea, ceea ce mentine in bune conditii nisipul fin de pe plaja si de pe fundul marii. Lipsa stancilor si a unei faune marine primejdioase (rechini, peti periculoși) face din litoralul Eforiei un tinut ideal pentru practicarea turismului. Temperatura apei marii are o medie de +20 ° C vara și - 0,9° C iarna .

Orientarea catre rasarit asigura o medie de 300 de ore de soare pe Luna vara si 2189 ore de soare anual, deci cu mult peste limita localitatilor din Europa, situate la aceeasi altitudine.

In ceea ce priveste vanturile, in aceasta zona frecventa medie cea mai ridicata o au vanturile din Nord (21,5%), urmata de cele din Vest (12,7 %) si Nord - Est (11,7 %). Densitatea si intensitatea vanturilor fac din zona una puternic aerata si ventilata , astfel ca problemele de poluare a aerului sunt minore. In oraul Eforie si in zona de proximitate exista surse importante de ape subterane si de suprafata. Resursele de apa subterane sunt importante si la o adancime relativ mica.

Apele de suprafata cuprind:

- Lacul Belona si Lacul Techirghiol
- Apele marine, marginesc partea estica a oraului.

In conformitate cu legislatia nationala si cea a Uniunii Europene , sunt delimitate apele de imbaiere, in dreptul plajelor .

Lungimea plajelor este de 3km si latimi de 20-100m, marginita in partea de nord a statiunii de o faleza de peste 30 de metri. Intrarea in mare este lina in unele locuri, cu nisip fin, alteleori cu nisip si pietre mici.

Cai rutiere

Structura retelei de transport este dominata de caile rutiere nationale si judetene.

Arterele principale de circulație sunt:

- ON 39 (E87)
- DJ 383 Eforie Nord - Techirghiol

Drumurile județene și cele orășenești sunt întreținute de către serviciile specifice ale administrației publice județene și orășenești și de către Direcția Regională de Drumuri și Poduri. În localitatea Eforie există o rețea strădală extinsă (72 km), cu multe drumuri locale, majoritatea acoperite cu asfalt sau piatră.

Cai feroviare

Pe teritoriul orașului Eforie există instalațiile necesare serviciilor feroviare, linia ferată Constanța- Mangalia fiind extrem de solicitată pentru serviciile turistice. Există 12 km de cale ferată și gări atât în Eforie Nord cât și Eforie Sud. Traficul mediu este de 6 garnituri pe zi, din care 5 garnituri sunt *de* călători și o garnitură este *de* marfă.

Obiectivul turistic vizat prin proiectul *de* finanțare este reprezentat de infrastructura de acces către obiective turistice compusă din bulevardul Tudor Vladimirescu și strada Marii cu cele două secțiuni, care fac legătura între stațiunile Eforie Nord și Eforie Sud de la strada Dorobanților (strada de acces în stațiunea Eforie Nord din drumul Național) până la intrarea în stațiunea Eforie Sud. Traseul este adiacent pe o suprafață importantă cu faleză, trece pe lângă lacul Belona și traversează de la o localitate la alta marginit la est este

În prezent, cele două străzi fac parte din infrastructura rutieră de utilitate publică, care se află în stare de degradare necesitând lucrări de intervenții în ceea ce privește reabilitarea din punct de vedere al rezistenței a terenului adiacent falezei din zona bulevardului Tudor Vladimirescu, reabilitarea infrastructurii rutiere, realizarea scurgerilor de ape pluviale. Prin proiectul de investiție propus aceste două importante cai de acces către obiectivele turistice ale orașului Eforie vor fi modernizate și dotate în beneficiul vizitatorilor și locuitorilor orașului Eforie. Prin creșterea preconizată a numărului de vizitatori în stațiune implicit va contribui la dezvoltarea economică a stațiunii Eforie Nord.

Din punct de vedere peisagistic, în prezent străzile sunt neamenajate, spațiile verzi sunt degradate de uzură apărută în timpul exploatarei, zonele de parcaj și delimitarea acestora de zonele pietonale sunt într-o avansată stare de degradare cu vegetație crescută necontrolată.

Caracterul de unicitate al obiectivului proiectului, respectiv modernizarea și reabilitarea celor două principale cai de acces, este dat de:

- Consolidarea substructurii (terenului) prin lucrări speciale de stabilizare realizate utilizând metoda de injecție cu suspensii stabile autointaritoare. Aceste lucrări vor fi realizate în zona Bulevardului Tudor Vladimirescu în secțiunea existentă între hotel Belona și intersecția cu strada Dorobanților
- Lucrări de reconfigurare și modernizare a infrastructurii rutiere care vor mări numărul spațiilor de parcare, vor eficientiza traficul rutier și vor îmbunătăți confortul. Prin proiect se propune amenajare promenadă pe toată lungimea bulevardului Tudor Vladimirescu pe latura estică pentru punerea în valoare a obiectivelor turistice natural compus din următoarele elemente:
- Zona de promenadă, cuprinde zone de loisir formate din elemente spațiale acoperite cu tartan, întreprinse cu zone verzi și fantani încastrate în pavaj. Întreaga amenajare are atât mobilier urban de sezut, cismele, grupuri sanitare cât și mobilier pentru colectarea selectivă a deșeurilor

- Piste de role si biciclisti - delimitata fata de zonele pietonale;
- Iluminatul public al promenadei pietonale si a zonei de traffic auto;
- Retele edilitare de canalizare pentru ape pluviale;
- Mobilierul urban: cismele, banci beton aparent, banca cu sezut lemn, rastel biciclete, cosuri de gunoi, grup sanitar, forme dinamice, sfere delimitare trotuar, Holocub, hidraulofon, fantani arteziene in pavaj
- Amenajare peisagistica - cuprinzand urmatoarele zone si lucrari specifice:
 - arbori ;
 - spatii gazonate,
 - Tuburi de protectie pentru cabluri amplasate in canivou cu potential de pozare multipla.
- Infrastructura pentru acces la Wi-Fi in spatii publice. Solutia tehnica propusa este o solutie bazata pe o conectare pe structura de fibra optica intre echipamentele wireless care sunt dispuse la 150m unul de altul pentru o acoperire suprapusa de semnal. Avand in vedere raza de actiune in camp deschis de 100m a echipamentelor wireless dispunerea lor la 150m unul de altul va crea o zona de suprapunere de 50m care va avea ca efect asigurarea unei puteri de semnal suficienta.

Dupa finalizarea implementarii proiectului de finantare " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie** ", localitatea Eforie si statiunea balneoclimaterica Eforie in ansamblul ei va beneficia de o infrastructura de acces moderna care va creste gradul de atractivitate al statiunii si al numarului de vizitatori anuali, va impulsiona dezvoltarea economiei locale prin sustinerea cresterii numarului mediu de salariati in statiune, contribuind la imbunatatirea nivelului de trai al comunitatii locale.

Proiectul de finantare " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie** "este inclus in Strategia privind dezvoltarea durabila a orasului Eforie, judetul Constanta, 2014-2020 si face parte din initiativa mai ampla a UAT Oras Eforie de a dezvolta durabil statiunea in vederea cresterii atractivitatii zonei si dezvoltarii economice.

Astfel , in ultimii ani, in orasul Eforie au fost implementate o serie de proiecte cu finantare nerambursabila cu incidenta asupra dezvoltarii turismului, proiecte care au vizat urmatoarele obiective :

- Creare Centru National de Informare si Promovare Turistica Eforie Sud;
- Creare Centru National de Informare si Promovare Turistica Eforie Nord;
- Reabilitare promenada turistica in Eforie Nord;
- Crearea unui parc de recreere in orasul Eforie;
- Promovarea activitatilor de marketing si a produselor specifice destinatiei turistice Eforie.

Prin intermediul acestor investitii, orasul Eforie a valorificat, pe de o parte patrimoniul turistic natural de care dispune dupa care a promovat aceste obiective turistice prin actiuni de marketing la nivel national si crearea de facilitati pentru turistii sositii in statiune si pentru comunitatea locala.

In contextul acestor investitii si in acord cu viziunea pe termen mediu si lung a " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie** "este necesar din urmatoarele motive:

- In prezent cele doua cai importante de acces sunt foarte degradate, iar terenul pentru spatii verzi complet neamenajat , oferind turistilor o priveliste dezolanta, stabilitatea terenului in zona adiacenta falezei este pusa in discutie de fenomene de instabilitate manifestate in ultima perioada

in zona Hotelului Acapulco. Aceasta zona este in completa discordanta cu restul statiunii, unde s-au facut investitii pentru reabilitarea obiectivelor turistice, a infrastructurii de turism si servicii conexe.

- Necesitatea de a valorifica potentialul natural deja existent la nivelul statiunii balneoclimaterice pentru a crea obiective turistice de interes national care sa atraga turistii romani si straini, si sa contribuie la dezvoltarea economiei locale;
- Infrastructura creata prin proiectul de finantare va fi unica la nivelul oraului Eforie si judetul Constanta, aceasta avand ca scop turistic punerea in valoare a obiectivelor naturale turistice, amenajarea se va realiza pentru turisti si locuitori, pentru ca acestia sa beneficieze la maximum de noua priveliste si de facilitati conforme cu statutul de statiune turistica moderna.

Implementarea proiectului de finantare va contribui la stimularea circulatiei turistice, la creterea incasarilor obtinute din turism, la creterea eficientei economice si a competitivitatii statiunii turistice Eforie dar si la creterea numarului mediu de salariati in statiune.

Proiectul de finantare "**Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie**" vizeaza modernizarea infrastructurii rutiere prin reconfigurarea acesteia si infiintarea unei zone de promenada la cele mai inalte standarde calitative in scop turistic, alei pietonale, pista biciclisti, platforme promenada, amenajari peisagistice cu arbori si gazon, fantani arteziene, iluminat public cu stalpi cu celule fotovoltaice, instalarea de echipamente pentru furnizare servicii de Wi-Fi in spatii publice, in vederea atragerii de turisti in statiunea balneoclimaterica Eforie si cresterea numarului mediu de salariati in statiune.

Proiectul de finantare sustine indeplinirea obiectivului specific al prioritatii de investitii 7.1 prin investitii in valorificarea directa a resurselor turistice naturale specifice statiunii Eforie, respectiv lacul Belona, contribuind la dezvoltarea turismului la nivel local si regional si creterea atractivitatii statiunii balneoclimaterice Orasul Eforie, fapt ce va determina creterea numarului de vizitatori in statiune, dezvoltarea economica si imbunatatirea competitivitatii statiunii Eforie pe piata turistica.

De asemenea, investitia propusa prin proiectul de finantare va avea un rol multiplicator, sustinand creterea economica in alte sectoare precum transporturile, constructiile, agricultura, artizanatul si comertul cu amanuntul, determinand aparitia unor oportunitati multiple si diverse pentru dezvoltarea de noi afaceri mici si implicit la creterea numarului mediu de salariati din statiune.

Ca urmare a realizarii proiectului de investitii, entitatile implicate in dezvoltarea locala (structuri asociative, reprezentanti ai societatii civile, mediul de afaceri etc.) vor pune bazele realizarii a minim 4 investitii care vor conduce in mod direct la crearea de noi locuri de munca in statiune, sustinand astfel creterea numarului mediu de salariati in statiune.

Necesitatea imbunatatirii infrastructurii si ofertei turistice locale

Infrastructura deficitara pentru agrement turistic si petrecerea timpului liber determina un numar redus de turisti, vizitatori, care sa petreaca un sejur cat mai indelungat si care sa efectueze cheltuieli in scop turistic. In statiunea Eforie, durata sejurului mediu per turist este de 4,02 zile.

Implementarea proiectului de finanțare va susține dezvoltarea turismului la nivelul stațiunii balneoclimaterice Eforie prin valorificarea directă a resurselor turistice naturale existente, contribuind la diversificarea ofertei turistice la nivelul stațiunii, la creșterea numărului *de* vizitatori în stațiune și creșterea gradului *de* ocupare a forței *de* muncă în orașul Eforie, cu efecte benefice la nivel național în ceea ce privește atractivitatea turistică a țării și dezvoltarea durabilă a turismului autohton. Va fi îmbunătățită considerabil imaginea stațiunii Eforie și va aduce un plus de vitalitate pentru turiștii dornici de mișcare în aer liber, toate aceste beneficii reflectându-se în creșterea duratei medii a sejurului per turist cazat în stațiunea balneoclimaterică.

Sezonalitatea ridicată a turismului în stațiunea Eforie

Implementarea proiectului de finanțare coroborată și cu alte investiții în domeniul turismului realizate de Primăria Orașului Eforie, va asigura premisele sosirii de turiști în extrasezon, datorită noilor amenajări în scopuri turistice.

De asemenea, având specific balneoclimateric, stațiunea este deschisă și primește turiști pe tot parcursul anului. Datorită modernizării și amenajării performante a celor două cai de acces turiștii vor avea un motiv în plus *de* a-i petrece sejurul în stațiunea Eforie și în extrasezon.

Grad redus de ocupare turistică în stațiunea Eforie

Deși este o stațiune turistică cunoscută și cu potențial natural și antropoc valoros, capacitatea de cazare din orașul Eforie nu este exploatată la maximum. Investiția realizată prin proiectul de finanțare propus va contribui la creșterea numărului de vizitatori în stațiune fapt *ce* va conduce în mod direct și la creșterea gradului de ocupare a structurilor de cazare. *De* asemenea, prin implementarea proiectului de finanțare se vor asigura premisele pentru ca entitățile economice locale să realizeze lucrări de construire, modernizare și extindere a structurilor de cazare și alimentare publică în orașul Eforie, cu impact direct în creșterea gradului de ocupare turistică în stațiune.

Rata somajului ridicată în stațiunea Eforie

Principala activitate economică a stațiunii Eforie este turismul, care datorită specificului stațiunilor de pe litoral are un puternic caracter sezonier. În extrasezon, rata somajului este ridicată datorită lipsei activității de turism din stațiune determinată de numărul scăzut de turiști sosiți.

Implementarea proiectului de finanțare va garanta creșterea numărului de vizitatori anual în Eforie, fapt *ce* va contribui la creșterea activității economice, la realizarea de noi investiții în stațiune cu efect direct în crearea de noi locuri de muncă și reducerea ratei somajului la nivel local. Se propune prin implementarea proiectului și reducerea caracterului sezonier al turismului practicat în stațiunea Eforie, datorită noii imagini și a facilităților create prin investiție.

Potențial turistic natural valoros, insuficient valorificat

Stațiunea Eforie dispune de un potențial turistic natural valoros insuficient valorificat și de o infrastructură de acces neamenajată în scopul atragerii de turiști și pentru dezvoltarea turismului local. Investiția realizată prin proiectul de finanțare se va concentra exact pe această necesitate: **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie.** Prin proiectul de investiție propus, obiectivele turistice din zonă vor fi puse în valoare, ceea ce va determina o creștere a numărului de vizitatori în stațiune și implicit va contribui la dezvoltarea economică a orașului Eforie.

Migrație negativă la nivelul regiunii

Implementarea proiectului de finanțare va avea ca efect, printre altele, și creșterea numărului mediu de salariați în stațiunea Eforie, dezvoltarea economiei locale și creșterea atractivității turistice a stațiunii ceea ce va contribui la îmbunătățirea nivelului de trai al locuitorilor diminuând rata migrației către alte regiuni sau chiar în afara țării.

Rata ridicată a riscului de sărăcie în regiune

Accesibilizarea și punerea în valoare a resurselor turistice naturale din stațiunea balneoclimaterică Eforie va contribui la creșterea economiei locale și ulterior la dezvoltarea firmelor mici, transformând zona atractivă pentru investitori. De asemenea, în urma implementării proiectului sunt așteptate minim 4 investiții ce vor fi realizate în stațiune și care vor contribui la creșterea de noi locuri de muncă și implicit la creșterea nivelului de trai al locuitorilor. Investițiile în turism promovate prin proiectul de finanțare vor asigura o creștere economică sustenabilă, pe fondul creșterii veniturilor obținute de populație datorită fluxului crescut de turiști și a duratei de timp dedicate activităților de petrecere a timpului liber.

Implementarea proiectului de finanțare "**Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie**" este oportună să se realizeze în contextul identificat anterior și din prisma necesităților existente la nivelul stațiunii balneoclimaterice Eforie. Astfel proiectul va sprijini valorificarea turistică a resurselor naturale specifice stațiunii, va contribui la creșterea numărului de turiști/vizitatori în stațiune cu efecte benefice în sectoarele economiei locale (construcții, industrie ușoară, comerț, industria alimentară), favorizarea apariției și dezvoltarea firmelor locale contribuind la creșterea atractivității regiunii pentru investitori. De asemenea, implementarea proiectului va contribui la consolidarea identității proprii ca stațiune balneoclimaterică.

Analiza gamei serviciilor și produselor oferite în zona de implementare a proiectului/stațiunii turistice

Locația de implementare a proiectului de finanțare se află în localitatea Eforie în stațiunile Eforie Nord, și Eforie Sud, județul Constanța.

Localitatea în care se va implementa proiectul are statut de stațiune turistică definită conform legii HG 852 din 2008, pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, cu modificările și completările ulterioare și statut de stațiune balneară, climatică și balneoclimatică în conformitate cu prevederile OG nr. 109/2000, privind stațiunile balneare, climatice și balneoclimatice, cu modificările și completările ulterioare, conform HG nr 367/17 iunie 2013.

Stațiunea balneoclimaterică Orașul Eforie este recunoscută pentru modalitatea în care se poate îmbina turismul recreativ cu cel balnear dat de proprietățile curative, extrem de cunoscute, ale lacului Techirghiol. Bazele de tratament funcționează pe întreaga perioadă a anului, unitățile de cazare fiind încălzite în anotimpul rece.

Stațiunea are o largă deschidere spre mare și o faleză ce atinge înălțimea de aproximativ 20-25 m. Plaja are o lungime de 3-4 km și o lățime ce ajunge în unele locuri până la 200 m. Locul ideal de promenadă din localitatea Eforie Nord îl reprezintă zona din Tudor Vladimirescu situată în partea nordică a plajei, străjuită de o faleză înaltă de unde se poate admira plaja și marea.

Conform Ghidului stațiunilor balneare din România, realizat de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului în anul 2011, în cadrul proiectului "Promovarea brandului turistic național pentru creșterea unei imagini pozitive a României ca destinație turistică", prezentarea Stațiunii balneare Eforie Nord, pentru următoarele elemente de analiză:

Factori naturali terapeutici

Apa sarata concentrata a Lacului Techirghiol; apa de mare; namol sapropelic din Lacul Techirghiol; bioclimat maritim bogat in aerosoli salini si in radiatie solara, cu efect stimulant asupra organismului.

Indicatii terapeutice

Afectiuni reumatismale degenerative (spondiloza cervicala, dorsala si lombara); afectiuni reumatismale inflamatorii (stari alergice articulare dupa reumatism articular acut sau infectii de focar, spondilita anchilozanta, artropatia psoriazica, poliartrita reumatoida); afectiuni reumatismale articulare (tendinoze, tendomioze, tendoperiostoze, periartrita scapulohumerala, afectiuni postraumatice (redori articulare posttraumatice, stari dupa operatii pe muschi, tendoane, articulatii si oase, stari dupa entorse, luxatii si fracturi); afectiuni neurologice periferice

(paralizii si pareze posttraumatice ale membrilor, polineuropatii dupa faza acuta, poliradiculonevrite in faza sechelara, sechele dupa poliomielite); afectiuni ale sistemului nervos central (parapareze sechelare dupa mielite la minimum 3 luni de la debut, parapareze dupa arahnoidite); afectiuni ginecologice (insuficienta ovariana, cervicite cronice, metroanexite cronice, sterilitate secundara); afectiuni dermatologice; afectiuni respiratorii; afectiuni asociate (otorinolaringologice, cardiovasculare, endocrine, metabolice si de nutritie, boli profesionale).

Instalatii de tratament

Instalatii pentru bai calde in cazuri si bazine cu apa sarata concentrata provenita din lacul Techirghiol sau din mare, cu posibilitati de recuperare medicala; instalatii pentru bai calde cu namol si impachetari calde cu namol; instalatii pentru tratamente ginecologice; instalatii pentru aerosoli; bazine pentru hidrokinetoterapie; instalatii complexe pentru electro si hidroterapie; sali pentru gimnastica medicala; masaj medical; sauna.

Resursele turistice ale staiunii balneoclimaterice Eforle sunt reprezentate de:

Resursele turistice naturale

Namolul sapropelic - "Parintii" namolului sapropelic sunt alga eladofora si crustaceul artemia salina, care prin degradare produc substanta neagra ca pacura, onctuoasa, cu proprietati unicate. Prin instalatii tehnologice, namolul depus pe fundul lacului Techirghiol ce se intinde pe 100 de hectare, cu o grosime a stratului ce depaseste jumătate de metru, este extras si adus in bazinele sanatoriilor balneare de pe litoral.

Namolul folosit la impachetari, bai sau masaje se scurge apoi, prin aceeași rețea, înapoi în Lacul Techirghiol, pentru refacere naturala. Pe langa substante minerale, namolul sapropelic contine apa din lac ale carei calitati contribuie la efectul curativ al tratamentelor de Techirghiol. Lacul are o apa sarata, concentrata, cu o mineralizare de 52 g/l, ceea ce înseamna ca nu poate fi folosita simpla decat in cure externe.

Densitatea sa crescuta determina o senzatie de usurare a corpului cufundat în apa, lucru care faciliteaza recuperarea locomotorie, greu de realizat în alte conditii. Atât namolul sapropelic, cât si apa de Techirghiol se folosesc în tratamente reci si calde. Prima statiune dobrogeana unde s-a înfiintat un centru balnear este Eforie Sud. Statiunea si-a capatat renumele pentru baile reci de namol de pe malul Lacului Techirghiol. În Eforie Nord, la sanatoriul de recuperare, gasesc alinare suferintii de boli degenerative, reumatismale, dermatologice, respiratorii, ca si copiii cu tulburari de creștere. Tratamentele se efectueaza cu namol sapropelic si apa sarata din Lacul Techirghiol, dar si din mare.

Apa mării

Apa de mare este o apă minerală care conține clor, sodiu, magneziu și sulf o combinație benefică pentru organismul uman. Pe lângă acestea, mai conține oligoelemente (zinc, titan, cobalt, iod, crom), care trec prin piele și de acolo în organism, acționând asupra unor țesuturi.

Conținutul de minerale al apei de mare nu este același în toate mările și oceanele, cel mai scăzut fiind în Oceanul Arctic (3,5 g/litru), iar cel mai crescut, în Marea Moartă (300 g/litru). Marea Neagră are o mineralizare de 17,6 g/litru

Apa de mare are efecte antiinflamatorii și intensifică metabolismul glucidelor, proteinelor, lipidelor, calciului, fosforului. Apa de mare poate fi bătută ca o apă minerală obișnuită, după ce a fost diluată cu apă dulce, până la obținerea unei concentrații maxime de 2g săruri / litru. Pentru aceasta, se adună apă cât mai departe de țărm, de la o adâncime de cel puțin 20 de metri. Se poate folosi pentru afecțiuni stomatologice sau la comprese pentru răni.

Tratamentul cu apă de mare este practicat în toată lumea vara, pe litoralul oceanelor și marilor calde, iar în sezonul rece, în servicii specializate, sub formă de băi calde, dusuri și aerosoli. Pe litoralul Mării Negre talasoterapia se poate face din luna mai până la sfârșitul lui septembrie, când temperatura apei este în medie de 15-25°C, iar cea a aerului de 15-20°C.

Bioclimatul marin

Se caracterizează prin stabilitate termică mare, precipitații scăzute, număr mare al zilelor senine, prezenta brizei marine, aer încărcat cu aerosoli. Acest climat are un dublu efect asupra organismului uman: unul stimulant, datorită intensității mari a radiațiilor ultraviolete, conținutului ridicat de iod și săruri și unul calmant datorită stabilității presiunii atmosferice, umezelii și variațiilor mici de temperatură. Bioclimatul marin este bogat în aerosolisalini și în radiație solară cu efect excitant asupra organismului. Pe malul mării sunt condiții ideale pentru aeroheloterapie și talasoterapie.

Apa mării (utilizată în cura heliomarina), namolul sapropelic (cunoscut pentru efectele sale curative în afecțiuni reumatologice) și bioclimatul marin (cunoscut pentru tratarea diferitelor afecțiuni de natură balneologică) sunt considerate a fi cele mai importante resurse turistice naturale specifice de care dispune destinația Eforie.

Destinația turistică Eforie este o stațiune balneară, cu baze de tratament la standarde internaționale, acoperind o gamă foarte largă de afecțiuni. Principalele motive pentru care este recunoscută stațiunea sunt: namolul sapropelic, apa sărată a mării și a Lacului Techirghiol, soarele și aerosolii marini.

Atracția principală a stațiunii o reprezintă „Baile Reci” cu namol, complet modernizate. În Eforie Sud există și un Sanatoriu pentru copii cu afecțiuni reumatologice cu regim permanent, care tratează în principal slabiciunea fizică și rahitismul. Stațiunea se mai distinge printr-un promontoriu de calcar și prin faleza de la a carei naltime se deschide o splendidă panoramă. Teatrul în aer liber, bazele de agrement și posibilitățile de practicare a sporturilor nautice.

Din stațiune se pot organiza excursii interne ca: turul Municipiului Constanța, turul Dobrogei, vizita în Delta Dunării, degustări de vinuri la Murfatlar, vizitarea manastirilor din nordul Dobrogei. Se poate face o excursie cu vaporul de o zi în Delta Dunării cu plecare de la Tulcea ori din localitatea Jurilovca.

Dezvoltarea turismului în zona Eforie a avut ca mobil amplasamentul geografic în apropierea lacului Techirghiol cunoscut pentru calitățile curative ale namolului. Situată între lacul

Techirghiol și Marea Neagră face posibilă atât cura heliomarină cât și cea cu namol. Baile cu namol sunt recomandate în afecțiuni reumatologice ale sistemului osos, dermatologice, etc.

Plaja de la Eforie Sud se întinde pe o lungime de aproximativ un kilometru, fiind adăpostită de două diguri de larg. Are un nisip fin și intrare lină în mare. Faleză a fost în trecut amenajată dar între timp se observă nevoia de investiții de stabilizare și de imagine.

Plaja din Eforie Nord se întinde pe o lungime de aproximativ 3 km, atingând o largime maximă în partea de sud de 100 m și este aparată de șase diguri transversale. Plaja este acoperită cu un strat de 30 cm de nisip fin. Intrarea în mare este lină în unele locuri cu nisip fin, alteleori cu nisip și pietre mici.

Resurse turistice antropice

Produsul turistic specific stațiunii de tip antropic este reprezentat de ansamblul de statui și monumente cultural-istorice, precum:

- Trei grupuri statuare în piatră, opere semnate de Baloch Petre, amplasate în Parcul Gării;
- Rod (Maternitate), în bronz, opera semnată de Boris Caragea, amplasată în anul 1964 pe faleză, în zona Debarcader;
- Fața cu floare, opera semnată de Ioan Kasargian, amplasată în anul 1967 pe faleză în fața restaurantului Neon;
- Știința; Sortul, opera semnată de Lazar Dorio, amplasată pe faleză în anul 1967;
- Muncitor pe plajă, opera semnată de Baloch Petre, amplasată în anul 1962 în fața Hotelului Perla;
- Cultura fizicii, opera semnată de Blendea Constantin, amplasată la Restaurantul Neon;
- Bogățiile Dobrogei, opera semnată de Sabin Gheorghe, amplasată la Restaurantul Venus;
- Marea, opera semnată de Nicodim Ion și Stork Botez Cecilia, amplasată la Cantina nr.1;
- Voiosie, opera semnată de Verto Arthur, amplasată în anul 1966 în fața Complexului A;
- Căuzeanta, opera în piatră, semnată de Zuaf Lelia, amplasată în anul 1964 în fața Club Central;
- Copiii, opera semnată de Popovici Doru, amplasată în anul 1961, în fața Hotelului Belona;
- Tinerețea, opera semnată de Onita Iulia, amplasată în anul 1962, la Hotelul Belona;
- Situl arheologic din Eforie Sud, din epoca romană, sec. IV-I a. Chr., sec. II-IV, locuire civilă, tip așezare.

Deși stațiunea Eforie Nord nu este foarte bogată în trasee turistice, totuși poziționarea ei în cadrul județului Constanța și regiunii Dobrogea precum și accesul rutier facil creează premisele excelente pentru a putea efectua celelalte trasee turistice din zona Dobrogei.

Dintre acestea putem enumera:

- Traseul turistic Eforie Nord - Adamclisi (monumental Columna lui Traian) - Ion Corvin (peștera și mănăstirea Sf. Andrei) - Mănăstirea Dervent;

- Traseul turistic Eforie Nord - Jurilovca (din portul Jurilovca se poate ajunge foarte usor cu barca la 'Gura Portitei') - Delta Dunarii
- Traseul turistic Muntii Macinului.

Statiunea Eforie dispune de un potential turistic natural si antropic care poate fi valorificat in scopul atragerii turistilor si cresterii vizibilitatii statiunii.

Principalele servicii si produse de care dispun turistii sositi in statiunea Eforie, in special in localitatea Eforie Nord sunt clasificate astfel:

- Servicii si produse de agrement;
- Tratamente balneare;
- Unitati *de* cazare;
- Alimentatie publica;
- Transport;

Servicii si produse de agrement

Principalele posibilitati *de* petrecere a timpului liber si agrement in statiunea Eforie Nord, sunt:

- Ana Yacht Club este primul port *de* agrement privat din Romania. Acesta are o capacitate *de* 60 ambarcatiuni simultan, cu un pescaj maxim *de* 3 metri si este operational pe intreaga durata a anului. Portul este situat in statiunea Eforie Nord,

In golful din fata hotelului Europa (apaftinand lantului ANA HOTELS), la cateva minute *de* centrul oraului Eforie Nord. Un drum *de* acces din soseaua nationala permite legatura directa cu autoturismul catre port:

- Lacul Techirghiol este situat la marginea localitatii Eforie Nord de pe tarmul Marii Negre. Este cel mai bogat lac cu namol terapeutic din Romania, compus din elemente organice amestecate cu substante minerale constituind principalul element in tratamentul multiplelor afectiuni reumatismale, afectiuni respiratorii sau boli ale sistemului nervos periferic. Este cel mai intins lac salin din tara noastra avand o suprafata *de* 11.7 km². Acest liman fluvio-maritim *ce* a fost candva un golf *de* mare formeaza in prezent o rezervatie faunistica unde traiesc printre altele peste 124 *de* specii de pasari, multe dintre ele raritati. Lacul reprezinta si o insemnata baza de agrement fiind dotat cu numeroase barci si salupe.
- Plaja din Eforie Nord se intinde pe o suprafata *de* circa 3 Km, atingand o latime maxima, in partea de sud si *de* 100 m. Ea este aparata *de* sapte

diguri *de* larg care feresc *de* valuri si curenti portiunile mai inguste din dreptul falezei.

- Lacul Belona situat in sudul statiunii desparte Lacul Techirghiol *de* Marea Neagra si a fost amenajat intre anii 1958-1959 in scop *de* agrement, pe locul a doua ochiuri *de* apa sarata. Are o suprafata *de* circa 5 ha.
- Teatrul *de* vara din Eforie Nord este situat in parcul central avand o capacitate *de* 1800 locuri, este gazduit intr-o cladire *ce* dateaza *de* peste 50 *de* ani si gazduieste evenimente speciale in fiecare vara. Astfel, turistii pot vedea la Teatrul *de* Vara din Eforie Nord spectacole *de* teatru si concerte.

- Parcul central Eforie Nord - cu o suprafata de 8000 mp, contine spatii de joaca pentru copii, mobilier stradal, surse de iluminat public, alei pietonale, fantani arteziene, scena pentru spectacole festive si concerte ,piste pentru biciclisti.
- Aqua Park Eforie Nord - este amplasat in Eforie Nord.in perimetrul dintre Hotelul Europa si Lacul Belona si este primul parc acvatic destinat statiunilor din sudul litoralului. Are o capacitatea de peste 3000 de locuri, dispunand de facilitati similare parcurilor acvatice europene .
- Biserica ortodoxa „Nasterea Maicii Domnului” din Eforie Nord
- Terenuri de tenis
- Terenuri de mini-golf
- Petrecerea timpului liber la piscine, stranduri, terenuri de sport.

Tratamente balneare

Fiind declarata statiune balneoclimaterica permanenta , Eforie Nord dispune de urmatoarele posibilitati de practicare a turismului balnear:

Spitalul de recuperare EFOSAN - In anul 1930 se construiește hotelul "Grand", iar in anii 1936-1937 se construiește o baza de tratament balnear legata de acest hotel. Aici a luat fiinta, in anul 1960, "Serviciul Medical Balnear", devenit la 1 Ianuarie 1974 "Sanatoriul Balnear Eforie Nord". Prin Ordinul M.S. 610/ 1991 se schimba denumirea unitatii in Sanatoriul Balnear "EFOSAN" Eforie Nord. In anul 1973 s-a dat in folosinta o baza de tratament modernala circa 800 m distanta de prima locatie in vecinatatea marii, apartinand tot Serviciului Medical Balnear Eforie Nord. Aici s-a mutat sediul administrativ al sanatoriului, iar in cladirea "Grand" ia fiinta Clinica "Grand" la inceput ca o sectie exterioara a Institutului de Medicina Fizica, Balneologie si Recuperare Medicala din Bucuresti, avand activitate medicala de cercetare si nvatamant postuniversitar (pregatirea rezidentilor din specialitatea B.F.T.). Din anul 2000 prin O.M.S. nr.169 aceasta clinica, care din punct de vedere administrativ a facut parte ntotdeauna din Sanatoriul Balnear Eforie Nord, trece cu personal cu tot in structura organizatorica a sanatoriului.

Servicii:

- kinetoterapia recuperatorie,activa sau pasiva (n apa sau in spatiispecialamenajate)
- electroterapia de joasa , medie sau inalta frecventa;
- baile galvanice;
- Actinoterapia
- Fototerapia
- aseroterapia;
- ultrasonoterapia;
- magnetoterapia;
- masoterapia uscata sau sub jet de apa;
- dusul subacval ;

- dusul scotian;
- masajul cu namol;
- sauna;
- inhaloterapia;
- baile cu plante medicinale si cu uleiuri eterice;
- baile si impachetarile cu namol si parafina;
- Termoterapia.

Baza de tratament "Steaua de Mare", amplasata la doar 100 de metri de malul Marii Negre, are o capacitate de 1.400 de pacienti pe zi si asigura o consultatie initiala si 4 proceduri pe zi, conform indicatiilor medicale. Baza de tratament deservește Ambulatoriul de Specialitate numarul 1 al Spitalului. Baza de tratament "Grand" deservește Ambulatoriul de Specialitate numarul 2 si Sectia Clinicii Universitare si poate trata 800 de pacienti zilnic. Spitalul dispune si de 4 Pavilioane de Bai Reci, pe malul Lacului Techirghiol, loc unde se face cura naturista in timpul verii. Cura naturista este folosita pentru tratarea si profilaxia bolilor reumatismale, respiratorii si dermatologice si consta in: expuneri la soare , jonctiuni cu namol si bai in apa sarata a Lacului Techirghiol.

Ana Aslan Health SPA este in incinta Hotelului Europa si este compusa din: Sali de hidroterapie, cabinete de masaj, cabinete de estetica faciala si corporala, electro si magnoterapie, sala de kinetoterapie individuala si fitness.

Dotari:

- piscina interioara cu apa sarata din Lacul Techirghiol;
- jacuzzi interior;
- cabinete de hidroterapie (masaj stimulant sau relaxant cu rezultate optime in pierderea in greutate);
- sala de fitness;
- sauna.

Unitati de cazare

Din datele furnizate de Institutul National de Statistici , statiunea Eforie (cuprinzand cele doua statii componente - Eforie Sud i Eforie Nord) dispune in total de un numar de 16.681 de locuri de cazare pentru turisti, la nivelul anului 2015, in crestere cu peste 5% fata de capacitatea de cazare existenta la nivelul anului 2014. Locurile de cazare din oraul Eforie reprezinta aproximativ 19% din capacitatea de cazare existenta la nivelul judetului Constanta.

In ultimii ani, statiunea Eforie s-a extins constant , astfel ca totalul structurilor de primire turistica este in anul 2015 de 205, care au o capacitate de 16.681 de locuri.

Facilitatile de cazare oferite de principalele hoteluri din statiune sunt:

Hotel Europa

Categoria de clasificare: 4 stele

Capacitatea de cazare :221 de camere (standard, apartamente , camere CLUB si camere pentru persoane cu nevoi speciale).

Servicii masa - restaurant categoria 4 stele

Dotari si facilitati oferite: Camerele sunt dotate cu Tv color cu cablu, minibar , frigider , baie cu cadii, receptie 24 ore, sistem de climatizare , internet, caseta de valori , telefon international. Hotelul dispune de facilitati precum :piscina, internet, sali de conferinte, locuri de joaca, parcare, restaurant, lift, plaja privata, spa, balcon , sala fitness, jacuzzi , bazin de tratament

Hotel Acapulco

Categoria de clasificare - 3 stele;

Capacitatea de cazare - 13 de camere duble;

Servicii de masa - restaurant categoria 3 stele;

Hotel Migador

Categoria de Clasificare - 3 stele;

Capacitatea de cazare - 24 de camere duble, apartament;

Servicii masa - restaurant categoria 3 stele;


Dotari si facilitati oferite - Camerele sunt dotate cu: mobilier nou, minibar , aer conditionat , geamuri termopan, baie cu dus, telefon ; balcon. Hotele dispune de o terasii in aer liber, bar de zi, parcare, loc de joaca pentru copii, sali de conferinta.

Pe langa hotelurile de 4*, 3*, 2• exista si foarte multe vile de 2* si 3* unde turistii pot beneficia de conditii de cazare decente la preturi atractive .

Informatiile prezentate mai sus reflecta faptul ca structurile de cazare din oraul Eforie dispun de facilitati si dotari corespunzatoare pentru asigurarea confortului turistilor.

Alimentatie publica

Statiunea Eforie Nord dispune de o retea diversa de unitati de alimentatie publ ca. constand In restaurante, autoservici, baruri,cafenele, terase.

Nr. crt	Denumire	Descriere / facilitate	Principalele restaurante din stațiune sunt:
1	Restaurant Hotel Vera B-dul Republicii, nr. 42-44, Eforie Nord	<ul style="list-style-type: none"> • Meniu a la carte • Preparate cu specific internațional • Dispune de o terasă de 200 de locuri; • Linie autoservire 	
2	Restaurant Caredy Eforie Nord B-dul Republicii, nr. 16A (centru) Eforie Nord	<ul style="list-style-type: none"> • Poziționare centrală • Meniu diversificat 	
3	Restaurant Elemar Alaia Belona, nr. 1	<ul style="list-style-type: none"> • Poziționat pe alea Belona, chiar la intrarea pe plaja Belona • Meniu diversificat 	
4	Restaurant Grand Eforie Bdul Republicii, nr. 1	<ul style="list-style-type: none"> • Dispune de 160 de locuri • Formație de muzică live în fiecare seară • Meniu diversificat 	
5	Pastisceria D' Italy Bdul T. Vladimirescu, Eforie Nord	<ul style="list-style-type: none"> • Meniu rafinat și diversificat • Restaurant cu specific italianesc • Ingrediente autentice și rețete tradiționale. 	
6	Restaurant La Mer Zona debarcader	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitate de 30 locuri • Posibilitatea de a extinde capacitatea cu amplasarea unei terase în aer liber de încă 30 de locuri; • Dispune de bar și cafenea 	

amplasate în zona urbană și pe faleza, pentru a facilita accesul turiștilor la serviciile de masă.

Transport

Caile de acces spre stațiunea Eforie sunt multiple, astfel:

- Feroviar: calea ferată București - Constanța - Mangalia (239 km de la București și 29 km de la Mangalia)
- Rutier: ON 39 - E87 de la Mangalia sau Constanța ; E 60 spre Constanța, pe la Giurgeni - Vadul Oii. ON 3 de la Calarasi;
- Aerian : Aeroportul Internațional Mihail Kogălniceanu;

- Maritim: portul Constanta.

Statiunea Eforie detine capacitatea de cazare, alimentatie publica si retea de transport necesare pentru atragerea turistilor in statiune, precum si posibilitati de agrement , tratament si relaxare datorita resurselor turistice de care dispune.

Categoriile de turism practicate in statiunea balneoclimaterica Eforie:

Prezenta factorilor de cura naturala specifici zonei Eforie, a calitatii plajelor i a numarului ridicat de locuri de cazare , fac posibila practicarea mai multor categorii de turism , pe tot parcursul anului.

✓ **Turismul de sanatate, preventie si wellness** are o pondere destul de ridicata in totalul numarului de turisti atrasi de Statiunea Eforie si vine in completarea turismului de odihna si recreere. Punctul forte al turismului de sanatate , preventie si wellenss este faptul ca nu are sezonalitate , ca celelalte forme de turism, putand fi practicat pe tot parcursul anului.

Statiunea Eforie dispune de locuri de cazare disponibile pe tot parcusul anului, dotate cu instalatii moderne de incalzire, oferind tot confortul necesar turitilor sositi n Eforie.

Statiunea este recunoscuta pe plan national si international pentru tratarea diverselor boli degenerative, inflamatorii, reumatismale, dermatologice si respiratorii cu ajutorul factorilor de cura naturala specifici zonei :

- Clima marina;
- Apa marii clorata, sulfatata, sodica, magnezica si hipotonica;
- Namolul sapropelic provenit din Lacul Techirghiol, bogatin coloizi minerali si organici, calitati ce il situeaza pe primele locuri din Europa din punct de vedere al eficacitatii terapeutice;
- Apa sarata a Lacului Techirghiol puternic hipertona,cu o concentratie de aproximatic 80 gr. saruri minerale la litru.

Statiunea dispune de 2 baze de tratament , una conectata la reseaua de hoteluri: Steaua de Mare, Delfinul, Meduza, iar cealaltala clinica de 120 de locuri a Institutului de Balneofizioterapie si Recuperare Medicala.

✓ Turismul de odihna si recreere este cea mai frecventa forma de turism intalnita, reprezentand o forma de relaxare fizica si intelectuala pentru toate categoriile de turisti.

Aceasta categorie de turism este favorizata de urmatorii factori :

- conditiile climatice sunt dintre cele maifavorabile - temperatura medie anuala este de 11,2 grade Celsius (in iulie peste 22 grade , iar n ianuarie de 0 grade) , iernile sunt blande, cu zapada putina, vara durata de stralucire a soarelui este de 10-12 ore pe zi.
- situarea statiunii pe tarmul Marii Negre si pe malul Lacului Techirghiol, oferind astfel posibilitatea turistilor de a desfaura activitati de agrement atat pe plaja cat si in apa;
- unitatile de cazare sunt situate intr-un cadru natural inconjurate de copaci si 30 ha de spatii verzi, cu strazi linistite;
- statiunea este situata la 14 km distanta de Constanta ,intre mare si Lacul Techirghiol, astfel incat turistii sositi in statiune sunt complet feriti de zgomotul si poluarea specifice unui oras mare.

Statiunea Eforie este ideala pentru turismul familial datorita numeroaselor locuri amenajate pentru copii, a apei destul de mici la mal iar majoritatea hotelurilor sunt situate pe plaja sau foarte aproape de aceasta .

Turismul ecologic capata si el o pondere tot mai importanta in preferintele turistilor sositii in Eforie, datorita existentei Lacului Techirghiol, a Lacului Belona, a Marii Negre si suprafetei tot mai intinse din statiune acoperita de spatii verzi.

Piata concurentiala in domeniul turistic

Turismul, desi nu este domeniul cu cea mai importanta pondere in veniturile judetului Constanta, detine peste 26% din capacitatea de cazare nationala. Practic, toate tipurile de turism se regasesc pe teritoriul judetului: recreativ, cultural, religios, balnear si de afaceri. De-a lungul celor 82 km de litoral romanesc se afla 13 statiuni turistice dintre care Mamaia, aflata in imediata vecinatate a oraului Constanta, pune la dispozitie cea mai numeroasa capacitate de cazare de pe litoral.

Piata concurentiala directa in ceea ce priveste obiectivul turistic promovat prin proiectul de finantare se imparte in doua segmente principale:

- Piata concurentiala la nivelul judetului Constanta;
- Piata concurentiala la nivelul Regiunii de Dezvoltare Sud-Est.

Concurenta directa la nivelul judetului Constanta

Principala forma de turism practicata in judetul Constanta este turismul de litoral combinat cu turismul balnear, datorita multitudinii de statiuni turistice prezente pe litoralul Marii Negre. Concurenta directa la nivelul judetului Constanta este reprezentata de celelalte statiuni turistice de pe litoralul romanesc, care atrag turistii datorita specificului turistic, astfel:

- Cap Aurora - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general, cu activitate sezoniera. Cadru natural: litoralul Marii Negre. Climat continental de stepa cu influente marine. Bioclimat excitant si solicitant pentru organism.
- Costineti - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general, cu activitate sezoniera. Factori naturali. Cadru natural: Marea Neagra, Lacul Costineti (laguna maritima cu o suprafata de 7 ha, adancime mica, separat de mare printr-un cordon de nisip).
- Eforie Nord - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general, cu activitate permanenta. Cadru natural: Marea Neagra, faleza inalta (15-20 m) amenajata pe toata lungimea (500 m). Plaja este intinsa pe o lungime de 4 km cu o latime maxima de 150 m; cura heliomarina talazoterapie.
- Eforie Sud - Statiune de litoral balneoclimaterica. Cadru natural: Marea Neagra, faleza inalta de 25-30 m spre mare si 8-10 m spre lac. Plaja are lungimea de 1,5 km, latimea de circa 100 m, cu nisip fin, amenajata pentru helioterapie, talazoterapie.
 - Jupiter - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general, cu activitate sezoniera. Cadru natural: Marea Neagra, Lacul Jupiter (folosit pentru sporturi nautice), padurea Comorova. Climat continental de stepa cu influente marine; aerosoli salini, radiatii ultraviolete.
 - Mamaia - Statiune de litoral si climaterica. Caracteristica este briza de uscat care bate dinspre uscat spre mare; aerosolii marini; bioclimatul este solicitant si excitant pentru organism. Plaja are o lungime de 8 km si o latime de 100-200m cu o suprafata de 70 ha.
 - **Mangalia** - Statiune de litoral si balneoclimaterica. Oraul se afla pe malul lacului Mangalia si al Marii Negre. Climat de stepa cu influente marine. Faleza este amenajata pe toata lungimea sa. Plaja are circa 100 m latime si 500 m lungime cu nisip fin.

- **Navodari** - Statiune de litoral si climaterica de interes general , cu activitate sezoniera. Factori naturali. Climat de stepa cu influente marine. Plaja are o lungime de 3 km si o latime de 60-90 m, cu un nisip fin. Bioclimat solicitant si excitant pentru organism.
- **Neptun** - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general , cu activitate permanenta . Cadru natural: Marea Neagra, padurea Comorova, lacul Neptun (folosit pentru sporturi nautice). Climat continental de stepa cu influente marine. Bioclimat excitant si solicitant pentru organism.
- **Olimp** - Statiune de litoral si climatica de interes general , cu activitate sezoniera. Cadru natural: Marea Neagra. Climat continental de stepa cu influente marine. Bioclimat excitant si solicitant pentru organism.
- **Saturn** - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general, cu activitate sezoniera. Factori naturali. Cadru natural: Marea Neagra. Climat continental de stepa , cu influente marine. Bioclimat excitant si solicitant pentru organism. Faleza este amenajata pe toata lungimea ei.
- **Techirghiol** - Statiune balneoclimaterica si de litoral de interes general , cu activitate permanenta. Factori naturali. Climat continental de stepa cu influente marine. Bioclimat excitant si solicitant pentru organism. Namol sapropelic din lacul Techirghiol.
- **Venus** - Statiune de litoral si balneoclimaterica de interes general , cu activitate sezoniera. Factori naturali. Cadru natural: Marea Neagra, Lacul Venus. Climat continental de stepa, cu influente marine. Bioclimat excitant si stimulent pentru organism. Faleza este amenajata pe toata lungimea.

Litoralul romanesc al Marii Negre ofera conditii foarte bune practicarii turismului estival disponand si de diverse resurse balneare precum: ape minerale si mineralizate, namoluri terapeutice oferite de lacurile din vecinatatea litoralului: Techirghiol, Neptun, Belona, Siutghiol, Corbu, Sinoe, Navodari, Tasaul.

De asemenea ,la nivelul judetului Constanta concurenta directa in ceea ce privete obiectivele turistice naturale amenajate, este reprezentata de:

- Statiunea Techirghiol – **Infrastructura de acces si Lacul Techirghiol**, amenajat in cadrul proiectului finantat in cadrul Programului Operational Regional 2007-2013. Axa prioritara 5 - Dezvoltarea durabila si promovarea turismului, Domeniul de interventie 5.2 - Crearea, dezvoltarea , modernizarea infrastructurii de turism pentru valorificarea resurselor naturale si cresterii calitatii serviciilor turistice. Principalele investitii realizate sau propuse au fost:
 - o *Infrastructura publica*, prin reabilitarea strazilor Ecaterina Teodoroiu, care deserveste zona turistica a orasului, aflandu-se cele mai multe structuri de primire turistica, respectiv vile turistice, si strada Tataran, una din cele mai importante intrari in statiune;
 - o *Lucrari propriu-zise de amenajare a lacului Techirghiol* , constand in amenajare malului lacului prin pereiere, alimentare cu apa prin racordare la canalizare menajera, extindere retea LEA si sistemele de iluminat stradal.
 - o *Dezvoltarea unor facilitati pentru turisti precum* : plaje amenajate , gradina de recreere, platforma de acces in apa, trepte de acces in zona plajei si in apa, alei pietonale, parcaje, grupuri sanitare, infiintare punct de salvamar si amenajare punct de prim ajutor;

- o *Lucrari de finalizare a amenajarii*: refacere teren dupa reamenajare.

Investitia propusa prin proiect va transforma malul Lacului Techirghiol intr-o zona de imbaiere si recreere la standarde tehnice si estetice care ii vor asigura competitivitatea pe intreg litoralul romanesc. Astfel , lucrarile cuprind amenajarea malului lacului pe o suprafata de 7.000 mp, prin pereiere, a plajei in suprafata de 21.400 mp, prin aport de nisip, a unei gradini de recreere de 56.713 mp, precum si a zonei de bai reci de 7.400 mp. Turistii vor putea utiliza alei pietonale in lungime de 1708 m, piste pentru biciclete si alei pentru persoane cu dizabilitati; de asemenea , asa cum prevede legea, vor fi deserviti de doua posturi de salvamar si un punct de prim ajutor. Utilitatile necesare bunei intretineri si sigurantei in zona de mal vor include trei grupuri sanitare cu dusuri si trei vestiare, retele de alimentare cu apa potabila (334 m lungime), de evacuare a apelor uzate si pluviale (310 m lungime), iluminat stradal aferent aleilor si pistelor destinate turistilor (2280 m lungime) si o parcare cu o capacitate de 90 de locuri. Complementar acestor lucrari de valorificare turistica a malului lacului Techirghiol, strazile Ecaterina Teodorescu, Muncii si Dr. Ion Tataranu vor fi reabilitate pentru a da acces facilitatilor catre malul lacului.

- Statiunea Neptun (Neptun I si Neptun II) - Prin reabilitarea si ecologizarea **infrastructurii de acces si a lacurilor**, Primaria Mangalia urmareste refacerea malurilor lacurilor, modernizarea aleilor, reabilitarea iluminatului public, dotari cu mobilier urban, plantarea de arbuti, amenajarea de spatii verzi. De asemenea, se va amenaja zona dintre lacuri , prevazandu-se construirea unui canal intre cele doua luciuri de apa si a unei platforme de agrement pentru traversare . In felul acesta se vine in intampinarea atepstarilor turistilor privind necesitatea crearii unui spatiu estetic - ambiental corespunzator, necesitatea imbunatatirii iluminatului stradal, a parcurilor, zonelor si punctelor de agrement.

Aceste investitii concureaza direct cu obiectivul turistic amenajat in cadrul proiectului "Amenajarea obiectivului turistic natural de utilitate publica - Lacul Belona, oraul Eforie" .

Concurenta directa la nivelul Regiunii Sud -Est

Disparitatile privind activitatea turistica sunt prezente si n interiorul judetului Constanta, unde *fluxul de turisti este directionat catre Municipiul Constanta* sau statiuni precum Mamaia sau Costinesti, limitand premisele dezvoltarii statiunilor aflate si la Vest de Municipiul Constanta (Eforie, Olimp, Neptun, Techirghiol, Jupiter ,Aurora ,Venus , Saturn si 2 Mai).

Municipiul Costanta este si un magnet pentru activitatea investitionala din sectorul turistic, astfel incat cu timpul celelalte litorale au devenit centre urbane in declin si areale neatractive pentru investitii. Inca rezista acele statiuni care practica un turism de nisa cum ar fi cel balneo-climateric in Techirghiol, taberele scolare si de cantonamente sportive din Eforie sau colile de vara pentru tineret din Costinesti.

Pentru a reduce disparitatile din interiorul regiunii, pentru a limita din sezonalitatea cererii si pentru a diminua din efectele concurentei generate de celelalte statiuni litorale din judet, UAT Orasul Eforie va amenaja Lacul Belona prin lucrari de decolmatare si igienizare a lacului dar si lucrari de amenajare a terenului din jurul lacului, punand astfel in valoare potentialul turistic natural la statiunii balneoclimaterice Eforie.

La nivelul Regiunii de Dezvoltare Sud-Est, piata concurentiala in ceea ce privete produsele turistice promovate prin proiectul de finantare este reprezentata de:

- **Delta Dunarii**, a doua delta ca marime din Europa (dupa cea a fluviului Volga), reprezinta o atractie deosebita de o mare valoare stiintifica si cu un potential turistic

ridicat, în special după includerea sa în anul 1990, împreună cu alte zone naturale adiacente, în Rezervația Biosferei Delta Dunării. Valorile naturale și culturale ale Deltei Dunării constituie resurse valorificabile prin practicarea următoarelor tipuri de turism:

- o Turismul pentru odihnă și recreere (practicat prin intermediul serviciilor operatorilor de turism);
- o Turismul de cunoaștere (itinerant), practicată fie individual, fie prin intermediul excursiilor organizate explorând varietatea peisajului salbatic, combinând plimbarile cu barci propulsate manual pe canale pitorești cu drumetii de-a lungul canalelor sau pe grindurile fluviale și marine, etc.;
- o Turismul specializat - științific (pentru specialiști, cercetători, studenți);
 - o Agroturismul (turistii sunt găzduiți și însoțiți de localnici pentru a vizita Delta Dunării);
- o Turismul pentru practicarea sporturilor nautice (localitatea Crisan);
 - o Turismul pentru practicarea pescuitului sportiv foarte apreciat de vizitatorii de toate vârstele, în orice sezon, pentru orice specie de pește, și vânătoare sportivă.
 - o Specific pentru Delta Dunării este turismul de nișă (ex: bird watching, foto-safari). În Delta Dunării sunt specii rare care lipsesc din alte zone ale continentului: 30 tipuri de ecosisteme și 5.429 specii - dintre care 1.839 specii de floră și 3.590 specii de faună.
- Lacurile și izvoarele terapeutice sunt localizate în județele Braila, Buzău și Constanța, care concentrează stațiuni balneoclimaterice de interes local sau național, amenajate cu baze de tratament (Lacul Sarat, Soveja, Sarata Monteoru, Baile Sireului, Techirghiol, Mangalia, Saturn).

❖ *Lacul Sarat* - Stațiunea Lacu Sarat, cunoscută în întreaga lume ca izvor de sănătate, este situată în zona de câmpie din nord-estul Baraganului. Se spune că proprietățile terapeutice miraculoase ale apei au fost descoperite cu secole în urmă de voievodul Vlad Tepeș. Lacul, format pe un curs al Dunării, care acum este complet izolat, este înconjurat de 70 hectare de pădure, care atenuează climatul de stepă și constituie un plăcut loc de recreere. Adâncimea apei variază între 0,6 și 1,80 metri, iar fundul lacului este acoperit pe întreaga suprafață de un namol terapeutic, cu un grad foarte mare de mineralizare. Lacul are o suprafață de 1,72 kilometri pătrați și o adâncime de 1,5 metri, iar datorită conținutului ridicat de iod, rezultat în urma descompunerii anaerobe a unei specii de nevertebrate, artemia salinas, namolul rezultă ameliorarea zecii de afecțiuni, motiv pentru care suferinzi din toată lumea vin, de ani de zile, la tratament. Complexul balnear cuprinde o bază de tratament proprie, dotată cu bazine pentru hidro-kinetoterapie, saună și sală de gimnastică și oferă, suplimentar, facilități de băneție liberă, cu băi de soare și namol. Stațiunea are, în prezent, o capacitate de 250 locuri și este deschisă indiferent de anotimp, oferind facilități pentru băi calde în ape minerale, aplicări de namol cald și rece, hidroterapie și kinetoterapie.

❖ *Lacul Soveja* - Stațiunea Soveja este recomandată celor în căutare de paliative împotriva diverselor afecțiuni fizice (probleme ginecologice, ale aparatului locomotor) și psihice (surmenaj intelectual), datorită aerului bogat în ozon (statisticile arată că aici se găsește cel mai ozonat aer din Europa) și izvoarelor de ape minerale, sulfuroase, clorurate, hipertone și sodice. Sunt recomandate turistilor băile cu ape minerale, masajele, gimnastica medicală. Climatul este caracteristic zonelor de

munte cu veri racoroase și ierni reci; temperatura medie anuală nu depășește 8 grade Celsius, iar precipitațiile ajung la valoarea de 700 mm/an. Stațiunea Soveja nu mai reprezintă interes pentru turiști, fiind într-o stare de degradare avansată datorită lipsei investițiilor în infrastructura de acces și a obiectelor turistice.

❖ *Sarata Monteoru* -stațiunea este renumită pentru izvoarele cu ape minerale sărate, iodurate, bromurate, magneziene, sulfuroase, calcice și pentru namolul mineral de depunere din izvoarele naturale sulfuroase. Acestea sunt indicate pentru tratarea afecțiunilor aparatului locomotor, afecțiunilor ginecologice, gastrointestinale, hepatobiliare. Stațiunea are în dotare instalații de hidroterapie (băi calde sărate); termoterapie cu aplicații de gel siliconic; electroterapie (curenți de joasă frecvență, curenți de medie frecvență interferențiali), curenți de înaltă frecvență (unde scurte, ultrasunet); galvanoterapie uscată: băi galvanice bi-celulare și patru-celulare; magnetoterapie; laserterapie; fototerapie cu lumină polarizată (bioptron); masaj terapeutic, kinetoterapie și hidrokinetoterapie. Stațiunea dispune de facilități de cazare în hotel de 2 stele, hostel de 3 stele, pensiuni de 4, 3, 2 margarete, vile private, camping de 2 stele, camere de închiriat, bungalow-uri.

❖ *Stațiunea Siriu Bai* -Stațiunea balneoclimaterică Siriu Bai este situată în satul Gura Sirului, comuna Siriu, localizată la poalele masivelor Siriu și Podu Calului, pe cursul superior al râului Buzău, la 82 km de Buzău. Stațiunea dispune de izvoare minerale bicarbonatate, sulfuroase, clorurosodice în tratarea unor afecțiuni ale aparatului locomotor.

❖ *Lacul Mangalia* -între Mangalia și Saturn se află o porțiune de plajă lată și primitivă. La vest, în imediată sa vecinătate se întinde o vastă oglindă de apă, cu numeroase cordoane și insule de stuf. Este Mlastina Mangalia care, după amenajarea și dragarea sa, a devenit Lacul Mangalia. Lacul este foarte accesibil, fiind flancat spre vest de șoseaua Mangalia-Constanța, iar spre est de drumul asfaltat ce face legătura dintre Mangalia și Saturn, iar suprafața de 99 ha face din el un obiectiv important vizibil din orice direcție. O plimbare cu barca vară pe mlastina prilejuiește întâlniri cu chire, egrete, lebede și alte câteva specii de păsări, cu broaște țestoase de apă (*Emys orbicularis*) dar și cu banalele broaște oracitoare și numeroși serpi de apă. Pe maluri întâlnim mereu pescari, de unde deducem că în mlastina se găsesc și pești. Pe timpul anotimpului rece mlastina constituie adăpost pentru multe specii de păsări care preferă mediul deltaic: liite, pelicani, rate, gâște sălbatice, cormorani, lebede. Pe fundul mlatinii sunt mai multe puturi adânci (cel mai adânc are 18 m, în timp ce apa de lângă el masoară doar 1-2 m adâncime) ale izvoarelor de apă termală și sulfuroasă. S-au semnalat aproximativ 25 de astfel de puturi, cu un debit estimat de 250 litri/ secundă, care conțin bule de metan, hidrogen sulfurat și au o temperatură de circa 25 grade Celsius.

Potentialul turistic al regiunii este legat de patrimoniul cultural, care cuprinde vestigii istorice, edificii religioase și culturale, monumente și muzee. Obiectivele cu caracter religios cuprind un număr însemnat de mănăstiri, localizate în toate județele. Înființate în cea mai mare parte în secolele trecute, o parte din mănăstirile din Regiunea Sud-Est sunt foarte valoroase din punct de vedere istoric și/sau artistic, unele oferind facilități de cazare.

Numeroase vestigii istorice, edificii religioase, muzee, monumente și obiective turistice atrag turiștii an de an:

- Tezaurul de la Pietroasele Buzău sau Cloșca cu pușii de aur;
- Așezare dacică-Cultura Monteoru (în punctul "Cetățuia"). Comuna Dumbrăveni, satul Căndești, județul Vrancea;
- Cetatea Histria (Constanța), cea mai veche așezare grecească de pe teritoriul României, întemeiată în 657 î.Hr. de coloniștii greci, veniți din Asia Mică și numită acum „Pompeiul românesc”;

- Cetatea Tomis în Constanța (sec. VI î.Hr.) care păstrează valoroase vestigii din anticul oraș portuar; Acvariuul Constanța, prima secție a Complexului Muzeal de Științe ale Naturii, amplasat la malul mării pe faleza Cazinoului, în imediată vecinătate a acestuia, este și primul acvariu public din România și a fost inaugurat la 1 mai 1958. Este cea mai mare instituție de acest gen din țară, deși ulterior și alte muzee de științe ale naturii au înființat secții cu același profit;
- Delfinariul din Constanța care și-a început activitatea la 1 iunie 1972, constituind prima formă muzeistică de acest gen din țară și prima din sud-estul Europei la acea dată.
În amfiteatrul cu piscină și în bazinul acoperit se organizează demonstrații cu delfini și lei de mare.
- Faleza Dunării din municipiile Braila și Galați este un loc de promenadă unde construcțiile moderne se îmbină armonios cu arhitectura începutului de secol XX (gara fluvială din Braila), peisajul fluvial fiind completat de o bogată colecție de monumente de artă (sculpturi);
- Grădina Botanică din municipiul Galați face parte din Complexul Muzeal de Științe ale Naturii Galați, aici putând fi admirate 260.846 de exemplare de arbori, arbuști și flori, din 1.542 de specii, unele foarte rare, aflate pe cale de dispariție.
- Concertele, festivalurile naționale și internaționale, concursuri și alte evenimente tradiționale care se desfășoară în Regiunea de Dezvoltare Sud-Est sunt un alt punct de atracție turistică.

Regiunea Sud-Est este caracterizată printr-un potențial turistic ridicat și divers. Patrimoniul bogat de resurse naturale, precum și patrimoniul cultural favorizează practicarea multor tipuri de turism cum ar fi: turismul de litoral, montan, de croazieră, turismul rural și ecologic, turismul cultural și religios.

3. Numărul de vizitatori în cadrul stațiunii turistice sau stațiunii turistice balneare, climatice sau balneoclimatice ca urmare a implementării proiectului și modul de calcul al numărului de vizitatori utilizând prognoze și justificări (se vor folosi date statistice, cu citarea surselor, pentru cifrele actuale)

Alcatuit din două stațiuni (Eforie Sud și Eforie Nord), Orașul Eforie este situat pe fasia de litoral dintre Marea Neagră și Lacul Techirghiol.

Cea mai veche stațiune balneară de pe litoralul românesc al Mării Negre, orașul Eforie, s-a dezvoltat ca oraș turistic și este recunoscut internațional ca centru de tratament pentru diferite afecțiuni pe baza de metode naturale.

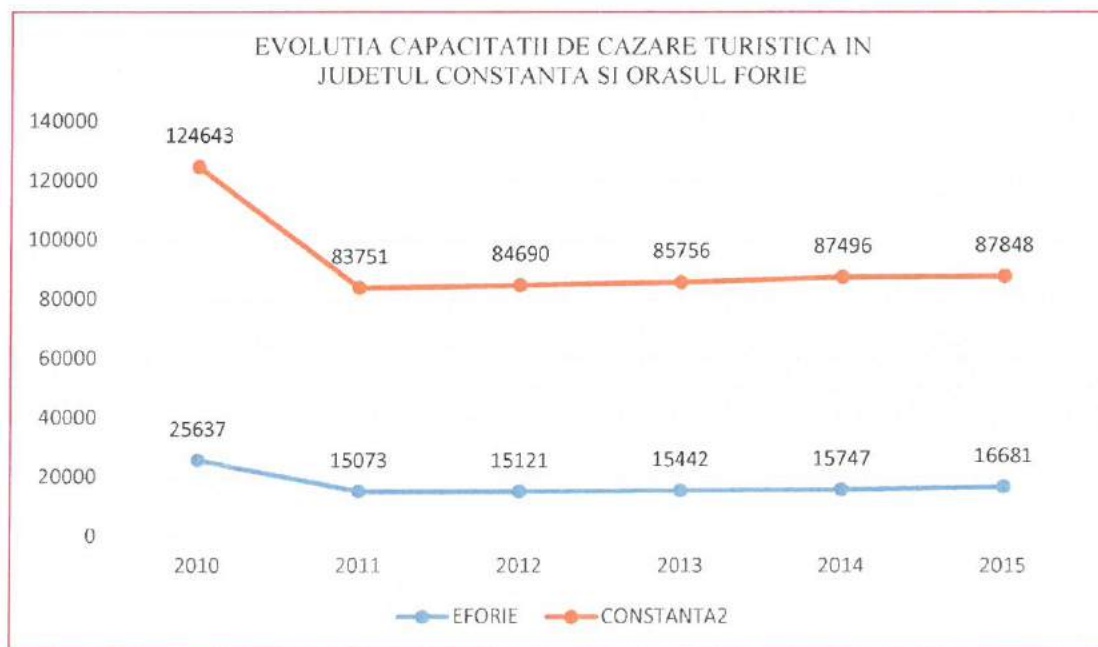
Bazele de tratament sunt deschise tot timpul anului și sunt specializate în tratarea afecțiunilor reumatice, dermatologice și ale sistemului osos. Dintre factorii care contribuie la vindecarea acestor afecțiuni putem menționa apa puternic mineralizată, namolul de Techirghiol, baile cu apă sărată din lacul Techirghiol și aerosolii.

Plaja lata, intinsa pe 3 km si faleza spectaculoasa, inalta de 25m recomanda oraul Eforie ca destinatie de vacanta , turistii beneficiind de numeroase baze de agrement, terenuri de sport, piscine, accesorii pentru sporturi nautice, etc.

Oraul Eforie este o statiune balneoclimatica renumita atat in tara, cat si in strainatate. Imbinarea turismului recreativ cu cel de tratament face ca statiunea sa fie deschisa turistilor pe durata intregului an.

In perioada sezonului estival Orasul Eforie este vizitat de catre turisti pentru plajele Marii Negre si lacul Techirghiol, iar in perioada sezonului rece pentru turismul balnear , Eforie Nord fiind renumita pentru bazele de tratament cu namolul din lacul Techirghiol.

Bazele de tratament din statiune atrag anual un numar mare de turisti romani si straini, oferindu-le tratamente moderne si cure folosind factorii naturali din zona. Fiind o statiune in continua expansiune, Oraul Eforie ii schimba infatisarea de la an la an. Pe langa hotelurile si terasele cu renume din statiune, apar de la un sezon la altul vile sau pensiuni, terase sau restaurante noi, pregatite sa intampine nevoile turistilor.



Din datele furnizate de Institutul National de Statistica si prezentate in figura de mai sus, se reamarc faptul ca statiunea Eforie (cuprinzand cele doua statiuni componente - Eforie Sud si Eforie Nord) dispun in total de un numar de 16.681 de locuri de cazare pentru turisti, la nivelul anului 2015. In crestere cu peste 5% fata de capacitatea de cazare existenta la nivelul anului 2014. Locurile de cazare din orasul Eforie reprezinta aproximativ 19% din capacitatea de cazare existenta la nivelul judetului Constanta.

In ultimii ani, statiunea Eforie s-a extins constant, astfel ca totalul structurilor de primire turistica este in anul 2015 de 205, care au o capacitate de 16.681 de locuri.

Conform datelor de la Directia Judeteana de Statistica Constanta, numarul sosirilor si innoptarilor arilor, durata medie a sejurului in statiunile Eforie Nord si Eforie Sud, pentru ultimii 5 ani (perioada 2011 -2015), precum si structura pe turisti rezidenti in Romania, respectiv nerezidenti in Romania sunt prezentati in tabelul :

TURISTI AN 2011				
Denumire locatie	Rezidenta	Sosiri	Innoptari	Sej-Med
EFORIE SUD	Total Turisti	18.376	91.131	4,96
EFORIE SUD	Turisti rezidenti in Romania	17.802	88.114	4,95
EFORIE SUD	Turisti nerezidenti in Romania	574	3.017	5,26
EFORIE NORD	Total Turisti	106.464	395.715	3,72
EFORIE NORD	Turisti rezidenti in Romania	103.142	385.019	3,73
EFORIE NORD	Turisti nerezidenti in Romania	3.322	10.696	3,22

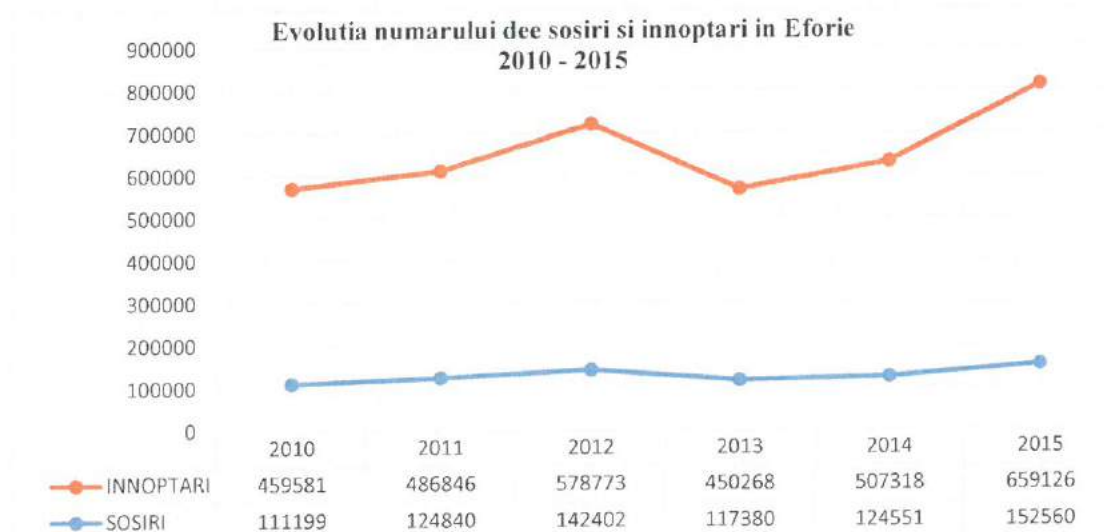
TURISTI AN 2012				
Denumire locatie	Rezidenta	Sosiri	Innoptari	Sej-Med
EFORIE SUD	Total Turisti	21.864	100.818	4,61
EFORIE SUD	Turisti rezidenti in Romania	21.210	95.430	4,50
EFORIE SUD	Turisti nerezidenti in Romania	654	5.388	8,24
EFORIE NORD	Total Turisti	120.538	477.955	3,97
EFORIE NORD	Turisti rezidenti in Romania	114.056	458.032	4,02
EFORIE NORD	Turisti nerezidenti in Romania	6.482	19.923	3,07

TURISTI AN 2013				
Denumire locatie	Rezidenta	Sosiri	Innoptari	Sej-Med
EFORIE SUD	Total Turisti	19.521	86.039	4,41
EFORIE SUD	Turisti rezidenti in Romania	18.661	79.813	4,28
EFORIE SUD	Turisti nerezidenti in Romania	860	6.226	7,24
EFORIE NORD	Total Turisti	97.859	364.229	3,72
EFORIE NORD	Turisti rezidenti in Romania	92.339	341.466	3,70
EFORIE NORD	Turisti nerezidenti in Romania	5.520	22.763	4,12

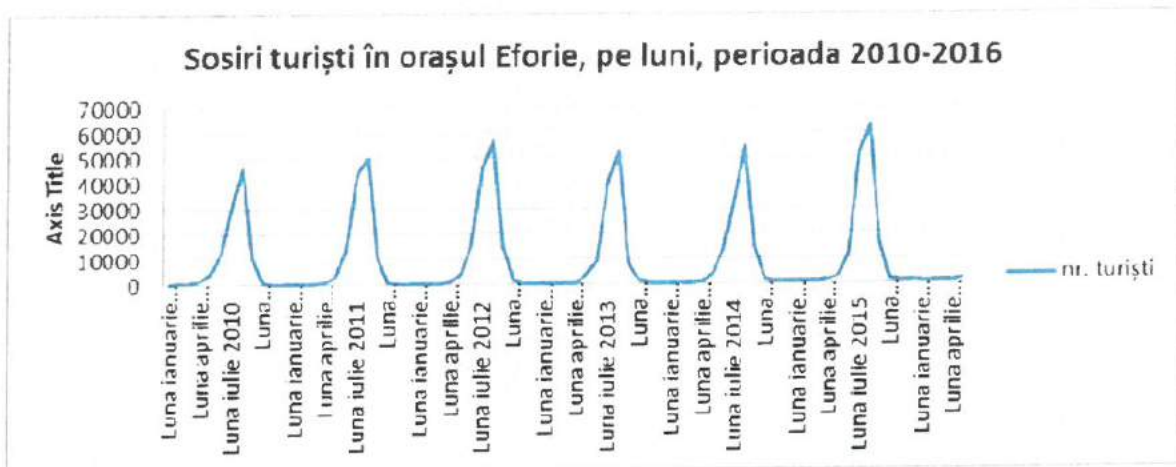
TURISTI AN 2014				
Denumire locatie	Rezidenta	Sosiri	Innoptari	Sej-Med
EFORIE SUD	Total Turisti	18.033	82.720	4,59
EFORIE SUD	Turisti rezidenti in Romania	17.576	79.713	4,54
EFORIE SUD	Turisti nerezidenti in Romania	457	3.007	6,58
EFORIE NORD	Total Turisti	106.518	424.598	3,99

EFORIE NORD	Turisti rezidenti in Romania	101.834	403.540	3,96
EFORIE NORD	Turisti nerezidenti in Romania	4.684	21.058	4,50

TURISTI AN 2015				
Denumire locatie	Rezidenta	Sosiri	Innoptari	Sej-Med
EFORIE SUD	Total Turisti	19.754	91.869	4,65
EFORIE SUD	Turisti rezidenti in Romania	19.457	90.595	4,66
EFORIE SUD	Turisti nerezidenti in Romania	297	1.274	4,29
EFORIE NORD	Total Turisti	132.806	567.257	4,27
EFORIE NORD	Turisti rezidenti in Romania	127.483	537.692	4,22
EFORIE NORD	Turisti nerezidenti in Romania	5.323	29.565	5,55



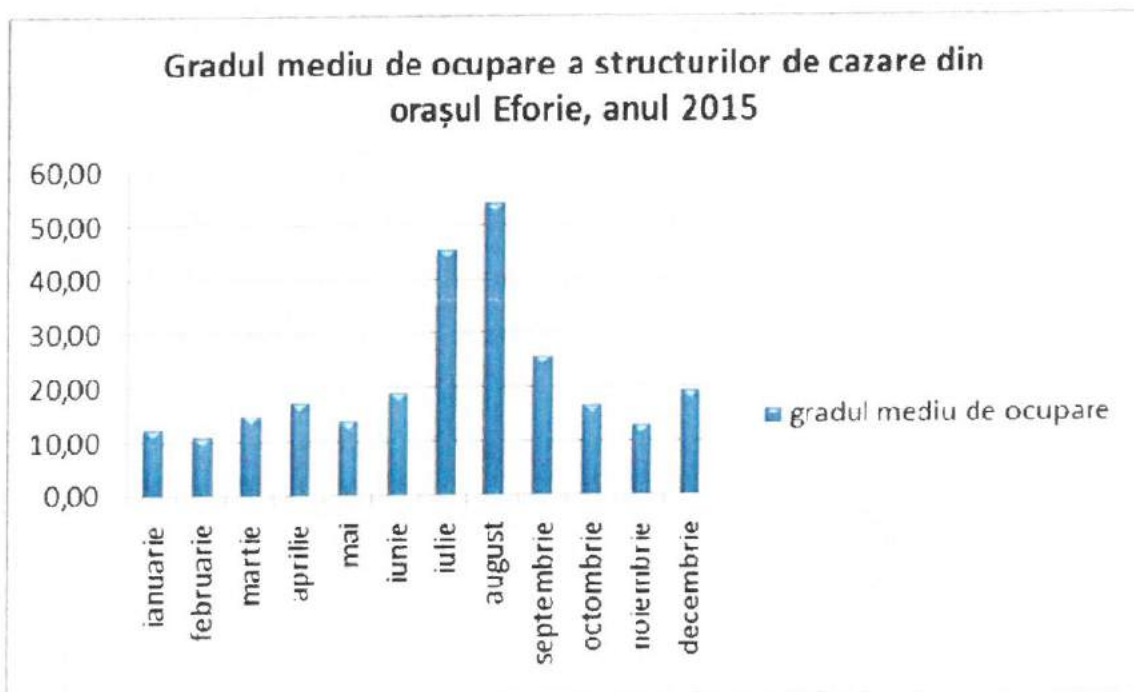
Conform datelor prezentate si furnizate de Institutul National de Statistica , atat evolutia numarului de sosiri cat si a innoptarilor in statiunea Eforie au avut o evolutie ascendenta incepand cu anul 2014, sejurul mediu fiind de 4,05 zile/turist.



Sosiri turisti in Eforie, perioada 2010-2016

Conform informatiilor prezentate in figura de mai sus, statiunea Eforie are un grad mare de sezonalitate in ceea ce privesc sosirile turistilor. Astfel, varful in care se inregistreaza un maxim de sosiri este luna august pe toata perioada analizata, delimitand sezonul estival in perioada iunie - septembrie. Din datele analizate, se observa ca in anul 2015 au fost inregistrate cele mai multe sosiri ale turistilor, pastrandu-se sezonalitatea specifica statiunilor de pe litoral.

Gradul mediu de ocupare a structurilor de cazare din orasul Eforie, anul 2015



De asemenea, din analiza datelor cu privire la numarul de innoptari si capacitatea de cazare disponibila in statiunea Eforie, s-a calculat gradul mediu de ocupare care a fost 22,05% pe parcursul anului 2015. in luna august a fost inregistrat cel mai mare grad de ocupare, respectiv 54,37%, urmata de luna iulie, cu 45,44% i tuna septembrie cu 25,99%.

Sezonalitatea și gradul de ocupare redus în afara sezonului estival ascunde faptul că mare parte din capacitatea de cazare este închisă în perioada iernii, ea adaptându-se astfel lipsei de atractivitate a litoralului în sezonul rece. În lipsa unor produse alternative bazate nu pe plaja și soare ci pe mare, namol de Techirghiol și elementele naturale specifice zonei ca factori de cură balneară.

În urma aspectelor prezentate la nivelul destinației turistice Eforie, se pot prezenta următoarele concluzii:

- ✦ Stațiunea Orasul Eforie reprezintă a doua stațiune de pe litoralul românesc ca mărime și ca importanță;
- ✦ Stațiunea Orasul Eforie prezintă un potențial ridicat pentru practicarea turismului balnear datorită resurselor naturale de care dispune zona (tratamente cu namol sapropelic și cură heliomarină);
- ✦ Deși dispune de un număr ridicat de locuri de cazare (la nivelul întregii stațiuni Eforie - 16.681 locuri), gradul mediu de ocupare în sezonul estival este foarte redus (aproximativ 22,05% în perioada estivală 2015);
- ✦ Creșterea numărului preconizat de vizite (număr vizite/an) la obiectivele de patrimoniu cultural natural la atracțiile care beneficiază de sprijin

Valoarea de referință pentru cuantificarea indicatorului privind creșterea numărului de vizite/an este numărul de vizitatori sau sosiri în stațiunea balneoclimatică Orasul Eforie în anul anterior depunerii Cererii de finanțare, anul 2015: 152.560 vizitatori ai stațiunii Eforie. Această valoare de referință este conform datelor statistice de la Direcția Județeană de Statistică Constanța, 152.560 vizitatori sau sosiri în Orasul Eforie, în anul 2015, din care:

- Total turiști stațiunea Eforie Sud - 19.754
- Turiști rezidenți în România: 19.457
- Turiști nerezidenți în România : 297
- Total turiști stațiunea Eforie Nord - 132.806
- Turiști rezidenți în România: 127.483
- Turiști nerezidenți în România : 5.323

Se prognozează, pentru perioada de 5 ani după finalul implementării proiectului de finanțare, o creștere cu peste 20% a numărului de vizitatori, de la 152.560 persoane la aprox. 183.100 de vizitatori, din care majoritatea sunt turiști rezidenți în România.

Valoarea numărului de vizitatori se va verifica pe baza instrumentelor proprii de măsurare ale UAT Orasul Eforie prin: studii de piață, cercetare și chestionare, bileterie cu titlu gratuit pentru vizitatorii obiectivelor turistice adiacente zonei amenajate prin proiect în zona de promenadă, pe o perioadă de 5 ani după finalul implementării proiectului, număr de

turiti informati prin materialele de promovare, distribuite prin Centrele de Informare turistica Eforie Nord si Eforie Sud.

Proiectul de finantare privind amenajarea Lacului Belona este inclus in Strategia privind dezvoltarea durabila a oraului Eforie, judeful Constanta, 2014-2020 si face parte din initiativa mai ampla a UAT Ora Eforie de a dezvolta durabil statiunea vederea creterii atractivitatii zonei si dezvoltarii economice, cresterii numarului de vizitatori si turisti in statiunea balneoclimatica Orasul Eforie si cu efect multiplicator asupra entitatilor din zona si cresterea numarului de angajati in staiune.

UAT Oraul Eforie a implementat o serie de proiecte de investitii, cu finantare nerambursabila cu incidenta asupra dezvoltarii turismului, creterea atractivitatii si a numarului de vizitatori si turisti prin crearea sau dezvoltarea urmatoarelor obiective:

- Creare Centru National de Informare si Promovare Turistica Eforie Sud;
- Creare Centru National de Informare si Promovare Turistica Eforie Nord;
- Reabilitare promenada turistica in Eforie Nord zona acces faleza;
- Crearea unui parc de recreere in orasul Eforie;
- Promovarea activitatilor de marketing ia produselor specifice destinatiei turistice Eforie.

Metodologia aplicata in realizarea cercetarii include atat cercetarea primara, cat si utilizarea de date secundare . Datele cercetarii primare din aria studiata - statiunea balneoclimatica Eforie vor fi obtinute utilizand ancheta pe baza de chestionar . Pentru a transforma datele in informatii vor fi aplicate metode statistice cantitative cu ajutorul programe software specializate .

Instrumentul utilizat pentru culegerea datelor va fi chestionarul , care va fi aplicat pe teren la locatia de implementare, la centrele de informare turistica . Formularul chestionarului si ghidul de completare pentru operatorii de interviu vor fi realizate inainte de campania de culegere de date pe teren . Culegerea datelor si analiza statistica a acestora va fi realizata personalul UAT Orasul Eforie sau cu specialisti externi. Pe teren vor fi administrate chestionare de catre operatori de interviu instruiti. Elaborarea bazei de date, prelucrarea si analiza datelor vor fi realizate annual, dupa completarea chestionarelor.

4. Analiza SWOT a obiectivului in zona de implementare a proiectului statiunii turistice

Obiectivul de investitie vizat prin proiectul de finantare si planul de marketing este reprezentat de strazile Tudor Vladimirescu si Marii ,situate in localitatea Eforie Nord, oraul Eforie, judetul Constanta .

Gradul de accesibilitate la obiectivul amenajat.

Caile de acces spre statiunea Eforie sunt multiple, astfel:

- *Feroviar*: calea ferata Bucure ti - Constanta - Mangalia (239 km de la Bucuresti si 29 km de la Mangalia)
- *Rutier* : DN 39 - E87 de la Mangalia sau Constanta; E 60 spre Constanta , pe la Giurgeni- Vadul Oii, DN 3 de la Calarasi;
- *Aerian* : Aeroportul International Mihail Kogalniceanu;
- *Maritim*: portul Constanta.

La nivel local , accesul catre zona amenajata se face din strada Dorobantilor si pe Aleea Belona si trasee de acces catre plaja folosite de turisti. De asemenea , strada Marii este vizibil si de pe E87, drumul european care facelegatura dintre Constanta si Mangalia.

In zona de implementare a proiectului de finantare " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie**" exista la nivelului anului 2015, conform datelor statistice publicate de Institutul National de Statistica, 205 de structuri de primire turistica cu un total 16681 de locuri de cazare.

Tipuri de structuri de primire turistica	Numar unitati de primire turistica	Numar locuri in unitatile de primire turistica
TOTAL	205	16.681
Hoteluri	87	12.024
Hosteluri	7	464
Vile turistice	40	1.289
Bungalouri	58	824
Campinguri	2	868
Popasuri turistice	1	136
Casute turistice	1	64
Tabere de elevi si prescolari	2	812
Pensiuni turistice	7	200

Pentru a evalua costrangerile si oportunitatile din mediul extern si pentru a evalua capacitatea proprie de a implementa un proiect care sa asigure cresterea numarului de turisti si a numarului de salariati in statiune, UAT Oraul Eforie va realiza o analiza SWOT .

Pe baza analizei SWOT vor fi realizate planuri de actiune pentru a valorifica punctele tari ale organizatiei si pentru a folosi oportunitatile de dezvoltare in corectarea punctelor slabe. Identificarea, cu ajutorul analizei SWOT, a posibilelor amenintari si riscuri generate de mediul extern inainte de inceperea implementarii proiectului, va oferi echipei de management de proiect posibilitatea intocmirii din timp a unor planuri pentru situatii neprevazute .

Ideea proiectului a rezultat din analiza oportunitatilor si a punctelor slabe. Solicitantul si-a auto-evaluat punctele tari si slabe si-a analizat ce oportunitati ii ofera piata si mediul economic pentru a le valorifica.

Analiza SWOT a obiectivului de investitie " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie** " in zona de implementare a proiectului, respectiv statiunea balneoclimaterica Eforie, pune in balanta punctele tari si oportunitatile, pe de o parte si punctele slabe si amenintarile pentru valorificarea oportunitatii si rezultatelor investitiei in infrastructura de acces turistic.

PUNCTE TARI (S)	PUNCTE SLABE (W)
<ul style="list-style-type: none"> • Strazile Tudor Vladimirescu si Marii – accesibilizeaza obiective turistice de utilitate publica specifice statiunii balneoclimaterice Eforie, emblematice pentru statiune; • Amenajarea obiectivului va completa oferta turistica a statiunii, in completarea unor proiecte de investitii in statiunea Orasul Eforie*; • 	<ul style="list-style-type: none"> • Starea de degradare a accentiata a zonei, zona neamenajata, necesitand lucrari special de stabilizare, curatare, amenajare, modernizare; • Putinele investitii private in zona datorita starii precare a acesteia; • Creeaza dezavantaje pentru unitatile de cazare de zona datorita aspectului neingrijit;

*Documente interne Primaria Orasului Eforie

• Existenta resurselor naturale necesare	• Nu au fost realizate investitii ale
--	---------------------------------------

<p>practicarii turismului de sanatate si wellness: namolul sapropelic , clima marina, apa marii, apa sarata a Lacului Techirghiol</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conditii favorabile pentru dezvoltarea ecoturismului; - Infrastructura de cazare* din zona obiectivului poate fi foarte bine dezvoltata si poate sustine o cretere a numarului de turisti in zona ; - Grad ridicat de accesibilitate datorita prezentei retelei rutiere din directia DN, feroviare, maritime si aeriene; - Conditii favorabile pentru dezvoltarea activitatilor de recreere si balneoturism; - Elemente de identitate locala bine conturate (Marea Neagra, Lacul Techirghiol, Lacul Belona) si parcuri si spatii verzi. 	<p>obiectivelor, creerea de facilitati moderne conforme cu statutul zonei;</p> <ul style="list-style-type: none"> - infrastructuri sau orice alta investitie de valorificare a acestora; - Lipsa masurilor de promovare turistica a zonei si obiectivelor aferente in randul turistilor; - Valorificarea redusa a potentialului turistic local: turism de sanatate, de preventive si wellness; - Diferente majore in dinamica si natura dezvoltarii turistice a localitatilor componente; - Facilitate de petrecere a timpului liber slab diversificate;
---	---

OPORTUNITATI (O)	AMENINTARI (T)
<ul style="list-style-type: none"> - Interesul national pentru valorificarea potentialului turistic natural specific statiunilor balneoclimaterice; - Localizarea investitiei in zona cea mai frecventata de turisti; - Programe Europene de finantare (POR 2014-2020) care permit dezvoltarea turismului si valorificarea potentialului turistic natural prin accesibilizarea zonelor de interes; 	<ul style="list-style-type: none"> - Competitie puternica la nivel de destinatii turistice externe la preturi similar si conditii superioare; - Continuarea procesului de migrare a fortei de munca; - Lipsa de intelegere a tendintelor international din domeniul turismului; - Intarzieri in adaptarea la nivel national a infrastructurii de transport - Sezonabilitate

Oportunitatile si amenintarile generate de mediul extern al organizatiei, precum si punctele slabe vor defini principalele cerinte pe care noile produse turistice dezvoltate sau intregul proiect de investitii vor trebui sa le acopere.

OPORTUNITATILE

Oportunitatile identificate cu ajutorul analizei SWOT vor determina *cerintele pietei* cu privire la eficienta produsului/proiectului care urmeaza a fi lansat/implementat. Exemple de astfel de cerinte ale pietei pot fi:

sustenabilitatea financiara (existenta surselor de finantare nerambursabile),

Accesarea fondurilor nerambursabile pentru proiectul de investitii "**Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie**" poate conduce la re-orientarea resurselor care ar fi fost folosite la dezvoltarea implementarea proiectului spre dezvoltarea altor produse turistice sau obiective turistice cu specific local prevazute în Strategia pentru Dezvoltarea Durabila a Oraului Eforie 2014-2020.

accesibilitatea (investitii in infrastructura zonei)

Creterea cererii de servicii turistice si a numarului de turisti cu peste 20% ca urmare a implementarii proiectului va atrage o crestere a investitiilor in sectorul turistic al zonei, materializate in creterea serviciilor de baza si agrement oferite, modernizarea infrastructurii de transport si a instalatiilor de agrement, precum si cresterea numarului mediu de salariati din statiune ca urmare a realizarii investitiilor prognozate.

actualitatea/flexibilitatea (anticiparea cerintelor pietei)

Proiectul de investitii "**Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie**" va fi dezvoltat si implementat in concordanta cu Strategia pentru Dezvoltarea Durabila a Oraului Eforie 2014-2020 tinand cont de tendintele pietei de profit prin crearea cadrului specific, natural de petrecere a timpului liber atat pentru turisti cat si pentru comunitatea locala.

AMENINTARI

Amenintarile identificate, prin analiza mediului extern, vor genera cerintele de siguranta ale proiectului/produsului, contribuind la asigurarea indeplinirii obiectivelor generale si specifice. Cerintele de siguranta se traduc in modalitatea prin care proiectul va face fata si se va adapta schimbarilor din mediul extern, iar ca exemplu pot fi:

- caracterul preventiv (se au în vedere toate posibilele riscuri și factori de incertitudine)

Pentru proiectul de investiții a fost conceput un plan de management al riscurilor care vizează analiza potențialelor evenimente de risc, stabilirea măsurilor de control ale riscurilor și realizarea planurilor pentru situații neprevăzute.

- permanenta (proiectul va răspunde pozitiv la schimbările din mediul extern).

Ca urmare a acestei analize, UAT Oraul Eforie a ales dezvoltarea și promovarea la nivel național a resurselor turistice naturale specifice stațiunii balneoclimaterice Eforie în scopul creșterii economice a orașului Eforie măsurată prin creșterea numărului de vizitatori în stațiune, prin creșterea numărului investițiilor private în zona implicată a creșterii numărului mediu de salariați în oraul Eforie.

PUNCTELE SLABE

Punctele slabe identificate în analiza SWOT vor genera acele cerințe pe care proiectul/produsul trebuie să le îndeplinească pentru a contribui la îmbunătățirea activității și performanțelor turistice ale Oraului Eforie. Astfel de cerințe pot fi:

Valorificarea potențialului turistic natural al zonei

Investițiile propuse aferente proiectului de finanțare vor pune în valoare resursele turistice naturale specifice ale stațiunii balneoclimaterice Eforie și promovarea acestora în scopul atragerii unui număr cât mai mare de turiști care să viziteze și să exploateze durabil acest potențial. Valorificarea potențialului turistic natural al stațiunii Eforie va avea efecte benefice în dezvoltarea economiei locale prin atragerea turiștilor, precum creșterea atractivității zonei pentru investitori care va conduce la creșterea numărului mediu de salariați în stațiune.

Atractivitatea și vizibilitatea stațiunii

Proiectul de investiții are la bază conceperea și executia unui plan de marketing care să cuprindă atât promovarea și publicitatea obiectivelor amenajate în scop turistic, cât și promovarea potențialului turistic al zonei și al Stațiunii Eforie în ansamblu.

Se va realiza o campanie de promovare prin intermediul unor canale de promovare cât mai diverse, la nivel național: mass-media, online, TV, radio, organizarea de evenimente, etc, și vor avea ca scop atingerea unui segment cât mai mare din piața țintă.

Diversificarea ofertei turistice

Modernizarea și facilitățile moderne asigurate prin investiție vor crea premisele creșterii capacității de atracție a turiștilor. Astfel, după finalizarea implementării proiectului, zona va

deveni un punct de atractie a statiunii, iar datorita campaniei de promovare si publicitate, se estimeaza ca numarul turistilor care vor vizita Eforie va creste cu peste 20% in 5 ani de la finalizarea proiectului de finantare fata de anul depunerii Cererii de finantare.

5. STABILIREA OBIECTIVELOR GENERALE DE MARKETING

Prin proiectul de finantare " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie** " se dorește valorificarea potentialului turistic natural specific statiunii balneoclimaterice Eforie prin lucrări de reconfigurare și modernizare a infrastructurii de acces și punerea în valoare prin amenajarea terenului adiacent pentru promenada și activități recreative pentru turiști.

Prin implementarea planului de marketing se dorește punerea în valoare și promovarea obiectivului turistic amenajat în cadrul proiectului de finantare, în scopul atragerii turistilor în statiunea balneoclimaterică Eforie, contribuind la dezvoltarea economiei locale și creșterea numărului mediu de salariați în stațiune.

Obiectivele generale de marketing propuse în cadrul prezentului plan de marketing sunt:

- 1. Promovarea obiectivului amenajat, printr-o campanie integrată de promovare și marketing derulată pe parcursul a 6 luni;*
- 2. Creșterea numărului de vizitatori în stațiunea balneoclimaterică Eforie cu 20%, pe o perioadă de 5 ani de la finalizarea proiectului de finantare față de anul anterior depunerii Cererii de finantare;*
- 3. Promovarea online, la TV, radio pe o perioadă de 6 luni a obiectivului de utilitate publică amenajat prin proiect, în scopul creșterii numărului de vizitatori și numărului mediu de salariați în stațiunea Eforie.*

Îndeplinirea obiectivelor generale de marketing vor conduce la îndeplinirea obiectivului general al proiectului de finantare, contribuind astfel la îndeplinirea obiectivului specific al Priorității de Investiție 7.1, respectiv creșterea numărului mediu de salariați în stațiunile turistice.

Amenajarea obiectivelor turistice de utilitate publică, îmbunătățirea infrastructurii zonelor turistice și a serviciilor conexe va determina creșterea numărului mediu de salariați și creșterea calitativă, la standarde europene, a ansamblului condițiilor de practicare a turismului, cu impact direct asupra creșterii cererii de turism pentru stațiunea balneoclimaterică Eforie, județul Constanța și implicit Regiunea de dezvoltare Sud-Est, ca destinație turistică de interes național și european, dar și asupra creșterii calității vieții și a competitivității stațiunilor

balneoclimatice.

6. Strategia de marketing in vederea implementarii obiectivelor planului de marketing

Strategiile de marketing ale planului contureaza modalitatile prin care vor fi realizate obiectivele de marketing. In prima faza vor fi stabilite strategiile si apoi va fi enuntat planul de actiune componenta a planului de marketing.

Strategia de piata reprezinta o componenta importanta a strategiei generale de dezvoltarea a unei intreprinderi. Coordonatele strategiei unei intreprinderi sunt influentate, pe de o parte, de factorii exogeni – care actioneaza asupra intreprinderii sub forma unor forte ale mediului, iar pe de alta parte, de factorii endogeni - care rezulta din fortele interne ale intreprinderii.

Datorita complexitatii strategiei exista o multitudine de optiuni strategice pe care responsabilii din cadrul Primariei Oraului Eforie le vor avea in vedere si care pot fi grupate, pe principalele dimensiuni, precum si trasaturi ale pietei turistice din Romania, in:

- **strategia de cretere**, respectiv de dezvoltare a ofertei adresata turistilor romani;
- **strategia mentinerii activitatii de piata**, caracteristica ofertelor turistice cu potential limitat pe pietele turistice saturate;
- **strategia restrangerii activitatii de piata**, caracteristica unei oferte ce trebuie sa fie reorientata in cazul unei pieti aflate in regres;

In acest moment, Orasul Eforie are o strategie de cretere, concretizata prin Strategia privind Dezvoltarea Durabila a oraului Eforie 2014-2020 si materializata prin diverse proiecte de infrastructura si servicii turistice. Prezentul proiect de finantare a fost prevazut in cadrul Strategiei, sprijinind dezvoltarea promovarii ofertei turistice la nivel national.

Pentru valorificarea si promovarea la nivel national si local a obiectivului de utilitate publica asupra caruia se intervine prin proiect, Orasul Eforie va adopta o strategie de cretere, respectiv va introduce in oferta turistica a orasului un nou concept de atragere a turistilor prin facilitati la standard moderne, cu vizibilitate la nivel national.

Pozitionarea ofertei turistice

Dupa pozitia adoptata de oferta turistica a destinatiei turistice Eforie fata de structurile pietei turistice sunt cunoscute:

- **strategia nediferentiata (sau insuficient diferentiata)**
- **strategia diferentiata**
- **strategia concentrata**

Strategia nediferentiata este acea strategie adoptata în cazul în care organizatia se adreseaza pietei în mod global, fara a tine seama de segmentarea ei. Ea este adoptata de entitatile care oarecum detin monopolul pe piata în cazul în care oferta este mult mai mica decât cererea. Se întâlnește destul de rar în turism, datorita complexitatii produselor turistice si a necesitatii segmentarii pietei, dar si ca urmare a diverselor moduri în care consumatorii isi îexprima dorintele.

În orașul Eforie, si în România în general, strategia insuficient diferentiata (nediferentiata) se regăsește si în activitatea firmelor de turism, diferentierea pe sezoane reducându-se doar la diferentierea tarifelor.

Strategia diferentiata este utilizata de organizatii pentru tintirea mai multor segmente de piata carora le ofera produse sau servicii specifice. Variatia poate fi obtinuta prin pret, modalitati de distributie, instrumente promotionale. În industria turistica exista firme ce opereaza sub diferite marci sau nume comerciale, în functie de segmentul de piata caruia i se adreseaza. Aceasta strategie este mai mult utilizata decât strategia nediferentiata, desi cheltuielile de management sunt mult mai mari, dar, datorita creșterii vanzarilor mare parte din aceste costuri suplimentare vor fi recuperate.

Strategia concentrata este folosita în cazul în care organizatiile isi concentreaza atentia asupra unui segment de piata pe care îl servesc si caruia îi cunosc foarte bine necesitatile, având o reputatie privind modul de satisfacere a acestuia.

Datorita concentrării pe un singur segment sau pe un număr limitat de segmente de piata, organizatia se poate specializa atât pe promovarea, cât si pe dezvoltarea managementului, aceasta aducând în final rezultate mai bune, dar uneori aceste strategii implica riscuri mai mari decât celelalte, datorita segmentelor restrânse de piata carora se adreseaza, iar în turism clientii pot sa-si modifice rapid preferintele.

Exista si alte specializari în turism, respectiv agentii de turism care isi concentreaza atentia pe pachete de vacanta, adesea cu destinatii si locuri puțin obișnuite.

În alegerea strategiei trebuie ținut cont si de strategiile competitorilor, fiind în acest caz nerecomandata folosirea strategiei nediferentiate, în cazul în care competitorii utilizeaza strategia diferentiata sau concentrata.

Tipotogia diferitelor strategii si obiectivul turistic specific statiei balneoclimaterice Eforie indica necesitatea ategerii unei strategii diferentiate, pentru atingerea a doua segmente din piata tinta prin proiectul de promovare:

- promovarea facilitatilor sîi a promenadei precum si a obiectivelor

accesibilizate din jurul obiectivului catre turistii interesati de posibilitatile de tratare a diferitelor boli cu ajutorul factorilor curativi naturali specifici zonei, de petrecere a timpului liber in familie, alaturi de copii intr-un cadru natural, linistit;

- *promovarea modernizarilor efectuate si a obiectivelor turistice adiacente zonei catre turistii interesati de activitati diverse, spectacole, intreceri sportive, evenimente culturale etc.*

Adaptarea la cerintele pietei

In functie de pozitia organizatiei fata de schimbarile pietei, in literatura de specialitate sunt recunoscute ca optiuni strategice sau alternative de comportament *strategia activa*, *strategia adaptive* si *strategia pasiva*.

Strategia activa este specifica pentru organizatiile preocupate permanent de perfectionare, care anticipeaza schimbarile pietei turistice si intervin efectiv in influentarea acestor schimbari in scopul folosirii lor pentru creterea profitului. Aceasta strategie presupune si cunoaterea permanenta a modificarilor in perspectiva ale mediului extern, depistarea oportunitatilor si influentarea evolutiei acestuia printr-un proces continuu de inovare.

Strategia adaptiva presupune mentinerea organizatiei pe o anumita piata prin efectuarea de schimbari in activitatea sa, odata cu schimbarile pietei. Este necesara totusi anticiparea schimbarilor pietei, iar schimbarile din interiorul entitatii sunt de realizat in domeniul tehnologiilor, in domeniul structurii de produse, si organizatoric .

Strategia pasiva este caracteristica organizatiilor cu posibilitati reduse care isi modifica activitatile ca urmare a schimbarilor intervenite pe piata.

Oferta turistica a statiunii Eforie este rezultatul unei strategii active de diversificare si consolidare, avand fn vedere ca orasul Eforie are deja statutul de statiune balenoclimaterica de interes national. Profilul turistului a fost identificat si s-au propus materialele si canalele cele mai eficiente de distributie a acestora.

Exigentele pietei tintii

Dupa pozitia organizatiei fata de exigentele pietei, optiunile strategice ale acesteia pot lua forma *strategiei exigentei ridicate*, *strategiei exigentei medii* sau *a strategiei exigentei reduse*.

Strategia exigentei ridicate presupune acordarea unei atentie deosebite calitatii produselor si

serviciilor turistice pentru ca acestea sa satisfaca in mod corespunzator cererea turistului. Este preferata de marile lanturi hoteliere sau de restaurante cu unitati reprezentative in mai multe orase.

Strategia exigentei medii presupune oferirea de produse diferite consumatorilor si este caracteristica organizatiilor cu un potential mai modest.

Strategia exigentei reduse este mai putin utilizata, folosindu-se n cazul unei pietee mai sarace, unde nivelul concurentei este foarte scazut.

Obiectivul de utilitate publicii amenajat, specific statiunii balneoclimaterice Eforie va fi promovat printr -o campanie de marketing la nivel national si local si va satisface exigentele ridicate ale turistilor pr in elaborarea coeziunea si diversitatea ofertei turistice

Dupa finalizarea lucrarilor de amenajare, respectiv stabilizare prin lucrari speciale, igienizare si modernizare, amenajarea promenadei pentru punerea in valoare a obiectivelor turistice, zona va deveni un punct de atractie al statiunii Eforie unde turistii si localnicii deopotriva vor putea petrece timpul liber admirand lacul si marea, de pe platforma promenadei, prin plimbari pe aleile pietonale, facand sport pe pista de biciclisti, loc de odihna si admirare priveliste.

Competitia

Competitia pentru atractia obiectivului promovat si dezvoltat de Oraul Eforie poate lua forma:

- investitiilor turistice dezvoltate de Consiliul Judetean Constanta sau alte organizatii/institutii;
- facilitate asemanatoare amenajate in zona litoralului - lacul Techirghiol, Lacurile din statiunea Neptun;
- Ofertelor turistice promovate de tour operatori care vizeaza alte zone ale tarii sau in strainatate.

In functie de pozitia organizatiei fata de nivelul competitiei, ca optiune strategica se poate adopta o *strategie ofensiva* sau o *strategie defensiva*.

Strategia ofensiva este adoptata in cazul in care organizatia, avand un potential puternic si o

marca de renume, doreste sa-i creasca ponderea pe o piata si sa devina lider.

Strategia defensiva este utilizata de organizatii cu potential mediu si mic care doresc sa-si mentina cota de piata sau chiar sa si-o restranga.

*Statiunea Eforie duce o **politico ofensiva** in domeniul turismului, care a fost identificat ca unul din motoarele dezvoltarii locale in urmatorii 5 ani. Aceastii strategie ofensiva va fi urmata in cazul proiectului de promovare: canalele de promovare care vor fi folosite pentru cresterea notorietatii si vizibilitatii rezultatelor activitatii de modernizarii, reprezentanti ai sectorului turistic local vor participa la actiuni de promovare. Obiectivul final este cresterea cu peste 20% a numarului vizitatorilor in statiune pe o perioada de 5 ani de la finalizarea investitiei fata de anul anterior depunerii proiectului de finantare.*

Strategiile de marketing alese pentru promovarea unitara a obiectivului turistic natural specific statiunii Eforie sunt grupate pe elementele mixului de marketing (produs, piata, promovare si pret):

- **Strategia legata de produs** va fi cea de promovare a obiectivului de utilitate publica specific statiunii Eforie prin investitii massive in promovare, informare si publicitate;
- **Strategia legata de piata** va fi una de crestere si diferentiata pe segmente de clienti, cu o viziune activa in ceea ce priveste adaptarea la nevoile acestora si la ofensiva in ceea ce priveste competitia cu alte zone turistice la nivel national;
- Strategia de promovare va fi implementata prin intermediul unor canale multiple de comunicare, prin care va fi crescuta vizibilitatea produselor specifice in randul turistilor din Romania;
- Strategia de pret va fi strategia preturilor de penetrare, proiectul nefiind generator de venituri. Orasul Eforie nu va percepe nicio taxa pentru accesul turistilor si a localnicilor in perimetrul amenajat si pentru facilitatile oferite dezvoltate prin proiectul de investii.

Strategia legata de produs

Pentru a stabili strategia obiectivului turistic natural specific statiunii Eforie promovat prin proiectul de finantare, s-a folosit metoda BCG (*Boston Consulting Group*) care presupune analiza si clasificarea produselor din prisma raportului dintre procentajul de piata si ratele relative de crestere a pietei.

Infrastructura de utilitate publica modernizata si reabilitata in scopul valorificarii atractiilor turistice in orasul Eforie nu a beneficiat pana in prezent de investitii importante in amenajarea unei zone de promenade specifice oraselor turistice pentru a putea fi valorificata la potential maxim. De asemenea, amplasamentul actual este ocolit de turisti din cauza aspectului degradat si nu reprezinta un punct de atractie pentru vizitatori. Prin proiectul de

finantare se estimeaza ca dupa amenajare, atractivitatea statiunii Eforie implicit sa creasca prin atragerea turistilor si a investitorilor. Astfel, se estimeaza ca procentul relativ de piata este scazut pentru zona turistica propus prin proiectul de finantare.

Implementarea proiectului de finantare care va presupune valorificarea resurselor turistice specifice statiunii Eforie prin amenajarea si modernizarea infrastructurii de acces, ceea ce va determina o crestere a numarului de vizitatori in statiune, o crestere a numarului de investitii in zona, cresterea numarului mediu de salariati in orasul Eforie. In aceste conditii, rata de crestere a pietei este mare.

Conform matricii BCG, obiectele modernizate se incadreaza in categoria "Dilemelor" sau "Semnelor de intrebare". In cazul acestor produse, strategia recomandata este cea a investitiilor masice in produsele viabile.

Tabel- Pozitionarea OBIECTIVULUI REABILITAT

..			
+	MARE	MARE	MICA
		STELE	DILEME / SEMNE DE INTREBARE
			OBIECTIV REABILITAT
-	MICA	VACI DE MULS	PIETRE DE MOARA / PUNCTE MOARTE

Investitiile masive vor presupune implementarea prezentului plan de marketing prin intermediul caruia va fi realizata o campanie de promovare la nivel national si local a investitiei realizate, pentru a conduce la atingerea obiectivelor generale de marketing in ceea ce priveste:

- o Cresterea numarului de vizitatori in statiunea Eforie cu peste 20% pe o perioada de 5 de la finalizarea implementarii proiectului de finantare fata de anul anterior depunerii Cererii de finantare;
- o valorificarea resurselor turistice naturale specifice statiunii Eforie in vederea stimulării circulației turistice, creșterii eficienței economice și a competitivității destinației turistice Eforie.

Descrierea produsului turistic specific statiunii Eforie - Lacul Belona

Bulevardul Tudor Vladimirescu si Strada Marii sunt doua importante cai de acces de utilitate publica cu o pleiada de spatii de cazare si restaurante adiacente,

asigurand trecerea turistilor inspre si dinspre obiective turistice importante de tratament, culturale, de agrement si de relaxare pentru turisti. Ele se afla intr-o stare de degradare necesitand lucrari de interventii in ceea ce priveste stabilitatea terenului, reparatii si reconfigurare a infrastructurii rutiere care nu mai raspunde nevoilor actuale (spatii de parcare) , investitii de punere in valoare prin infiintarea unei zone de promenade cu dotari si facilitati la standarde actuale, imbunatatirea spatiilor verzi prin plantarea de arbori care se preteaza la zona cu aer marin.

Descriere constructiva, functionala si tehnologica:

Avantajele oferite turistilor si comunitatii locale determinate de realizarea investitiei:

- Imbunatatirea aspectului intregului areal in prezent intr-o stare vizibila de degradare, si crearea unui mediu placut pentru turistii si comunitatea locala de a avea o zona de acces moderna si bine organizata, si de relaxare in timpul liber;
- Crearea unor spatii urbane moderne – zone de relaxare si agrement, promenada, fantani arteziene, iluminat public ecologic, banci pentru odihna, suport pentru parcare bicicletelor, amenajarea peisagistica a intregii suprafete in jurul spatiului de acces rutier, holocuburi pentru informare, sistem de acces la internet WI-FI in spatii publice.
 - Crearea unei piste pentru biciclisti in jurul lacului, pentru a incuraja miscarea si sportul in randul turistilor si a locuitorilor din Eforie;
 - Cresterea activitatii agentilor economici locali, ceea ce presupune o dezvoltare locala fireasca si cresterea investitiilor de interes public.
 - Cresterea notorietatii statiunii Eforie ca destinatie turistica atractiva, cu o oferta turistica completa, obiective turistice amenajate la cele mai nalte standarde;
 - Cresterea nivelului de trai imbunatatirea calitatii vietii pentru comunitatea din statiunea balneoclimaterica Eforie.

Valorificarea obiectivului turistic natural specific statiunii Eforie va genera efecte in beneficiul turistilor si locuitorilor orasului Eforie, prin creterea preconizata a numarului de vizitatori in statiune si implicit va contribui la dezvoltarea economica a statiunii si creterii numarului mediu de salariabili la nivel local.

Strategia de pret

Proiectul de promovare nu este generator de venituri , in sensul ca pe toata

durata implementării acestuia nu vor fi percepute taxe de participare pentru turiști. Mai mult decât atât, Orașul Eforie va adopta și implementa o serie de măsuri menite să stimuleze fluxul turistic către zona modernizată pentru cunoaștere, publicitate și promovare.

Strategiile de preț care vor fi implementate pentru a atrage turiștii sunt:

- Accesul în zona și în parcuri fără perceperea nici unei taxe;
- Utilizarea gratuită a pistei pentru bicicliști amenajată în cadrul proiectului de finanțare;
- Utilizarea gratuită a tuturor facilităților amenajate în jurul lacului: alei pietonale, bănci pentru odihnă, panouri de informare și publicitate, platforme promenadă, suport pentru parcare bicicletelor;
- Distribuția gratuită a materialelor publicitare de promovare a obiectivului turistic.

Chiar dacă nu se poate vorbi de un preț în adevăratul sens al cuvântului, aceste măsuri cost-eficiente pentru grupul țintă vor avea ca rezultat:

- Îmbunătățirea calității și diversificarea serviciilor turistice oferite de orașul Eforie prin dotări, facilități moderne într-o zonă de foarte mare importanță ca amplasare;
- Atragerea unui număr cât mai mare de turiști, care vor contribui la creșterea veniturilor agenților economici locali și la dezvoltarea economiei locale, ceea ce va presupune venituri mai mari la bugetul local după perioada totală de implementare a proiectului și deci creșterea capacității de a investi.
- Investiția va avea un impact pozitiv pentru economia locală reprezentând un exemplu de bună practică în gestionarea și promovarea spațiilor de utilitate publică într-o stațiune turistică.

Strategia de promovare

Pentru îndeplinirea obiectivelor prezentului plan de marketing, respectiv creșterea numărului de turiști la nivelul stațiunii balneoclimaterice Eforie, se impune elaborarea unei strategii de promovare bazată pe specificul turismului în zonă și pe tipologiile de turiști care preferă stațiunea Eforie. Având în vedere faptul că în orașul Eforie se practică mai multe categorii de turism, datorită numeroaselor atracții turistice și a resurselor turistice naturale specifice stațiunii, campania de promovare ținută asupra Lacului Belona se va adresa la nivel național, pentru a atrage turiști care nu sunt deja prezenți în stațiune.

Campania de promovare a investitiei in modernizarea infrastructurii publice pentru accesibilizarea obiectivelor va fi realizata pe mai multe canale media, astfel:

Comunicare, prin canale media

Pentru un impact mai mare si pentru ca mesajul campaniei sa ajunga la cat mai multe persoane potetiali turisti, se vor utiliza urmatoarele canale media:

- *Canale clasice (TV, presa scrisii, radio)*
 - ./ Spoturi audio la posturi radiobcale
 - ./ Spoturi TV difuzate la televiziunile nationale
 - ./ Materiale in publicatii de timp liber.

Promovarea Lacului Belona la nivel national prin intermediul canalelor media de tipul TV, presa scisa si radio, se va face prin utilizrea urmatoarelor instrumente:

- Spot radio, cu durata de 20 de secunde difuzat in sezonul estival la posturile de radio bcale care emit in toate statiunile de pe litoralul romanesc, pentru a atrage turistii din alte statiuni;
- Spot TV, cu durata de 30 de secunde difuzat pe posturi TV care emit la nivel national, cu prezentarea investitiei si investitia de a vizita statiunea Eforie, pentru a ajunge la un numar cat mai mare de potentiali turisti;
- 5 materiale scrise in publicatii locale, regionale, de timp liber, care sunt oferite gratuit in baruri, cafenele si mall-uri pentru a ajunge si atrage turistii mai tineri care frecventeaza aceste medii.

/ Publicitate outdoor prin intermediul mesh-urilor ibannerelor:

- 5 bannere amplasate in spatii cu vizibilitate ridicata din statiunea Eforie
- 2 mesh-uri amplasate in locatii cu vizibilitate ridicata din statiunea Eforie;

./ Medii neconventionale (online)

- Crearea a 2 bannere online pentru promovare;
 - Postarea gratuita a bannerelor pe site-urile Primariei Oraului Eforie, ale Centrului National de Promovare Turistica Eforie Nord ia Centrului National de Promovare Turistica Eforie Sud; pagina de facebook a Primariei Ora ului Eforie, etc;
 - 10 postari ale bannerelor create, pe alte site-uri de impact asupra potentialilro turisti, respectiv pe site-urile de prezentare ale agentilor de turism, portale de promovare a litoralului Marii Negre, site-uri de promovare a turismului

romnesc, pe rețele de socializare, etc.

I. Comunicare, prin materiale publicitare de prezentare și promovare

Pentru prezentare și promovarea Lacului Belona și a stațiunii balneoclimaterice Eforie, vor fi utilizate următoarele metode și materiale de promovare:

- 50 afise
- 4.000 fluturasi
- 4.000 plante
- Asigurarea la centrele de informare a posibilitatii de cunoastere pentru persoanele cu dizabilitati prin mijloace specific.

Aceste materiale vor ramane permanent prezente in sediile de promovare turistica, la sediul primariei și a altor institutii propice pentru promovare și informare.

Adțional, pentru a îndruma turistii sosiți în zona stațiunii Eforie dar și cei care sunt în tranziție între stațiuni, s-a optat pentru realizarea și montarea a 50 de afise prin care să fie promovat proiectul de investiție după finalizarea acestuia, care vor fi construite cu personal de specialitate..

III. Targuri de turism

Pentru a ajunge la un număr cât mai mare de persoane din grupul țintă se recomandă utilizarea materialelor promotionale la targuri de turism din țară odată cu participarea reprezentanților UAT Eforie, acțiuni de participare care nu sunt finanțate prin proiectul prezent dar care pot veni în sprijinul lui, acest aspect reprezentând o eficientizare a activității de marketing.

Principalele targuri de turism organizate în România, sunt:

Tabel 7 - Targurile de turism organizate în România, 2016

Conform date www.anat.ro

Nr. crt.	Denumire targ	Perioada
1.	Targul de vacante, Cluj-Napoca	12-14 februarie
2.	Targul de Turism al Romaniei, Bucuresti	25-28 februarie
3.	Targul de Turism al Romaniei, Bucuresti	17-20 noiembrie

4.	Targul de Turism Vacanța, Timi oara	4-6 martie
5.	Targul de Turism Vacanta, Bacau	4-6 martie
6.	Targul de Turism Vacanta, Constanta	11-13 martie
7.	Transylvania Tourism Fair, Braov	11-13 martie
8.	Expovacanta, Ploieti	18-20 martie
9.	Targul de Turism Vacanța, Iai	18-20 martie
10.	Targul de Turism Vacanța și Sanatate, Braov	20-22 mai
11.	Targul de Turism Vacanta, Constanta	25-27 noiembrie

Pentru maximizarea efectului de marketing al promovării proiectului de modernizarea a infrastructurii publice în stațiunea turistică în cadrul targului de turism, se vor utiliza pe toată perioada de participare la targ, materiale de promovare care vor fi distribuite persoanelor interesate.

Materialele de promovare distribuite în cadrul targului de turism la care va participa Oraul Eforie, sunt următoarele:

- fluturasi
- pliante
- afise
- roll-up.

IV. Organizarea de evenimente

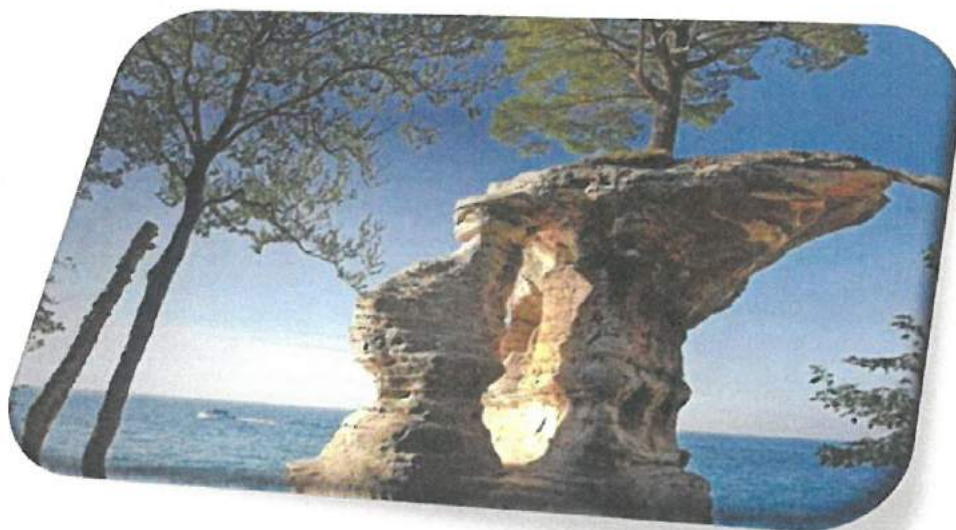
Pentru a aduce la cunoștință unui număr cât mai mare de turiști și de localnici investiția în infrastructura de acces și facilitățile de care pot beneficia în zonă se va recurge la promovarea proiectului odată cu organizarea diverselor activități culturale și de promovare (zilele orașului, concerte, conferințe pe teme de turism, etc)

Materialele utilizate la aceste activități vor fi din lista de mai jos:

- 500 baloane
- 500 suveniruri magnetice
- 490 cărți postale inseriate (vederi).

Organizarea activităților din cadrul evenimentului "Euforia Eforiei" I va aduce un plus de imagine randul comunității locale și a turiștilor deja familiarizați cu stațiunea Eforie, dar va atrage și atenția turiștilor sosiți din

alte stazioni.



Actiuni propuse pentru atingerea obiectivelor de marketing si promovarea infrastructurii de utilitate publica sunt prezentate in cele ce urmeaza:					
OBIECTIV	INSTITUTIE RESPONSABILA	ACTIVITATI PRINCIPALE	GRUPURI IMPLICATE	SURSE DE FINANTARE	STADIU
1.Promovarea modernizarilor infrastructurii de utilitate publica pentru accesibilizare obiective printr-o campanie integrate de promovare si marketing derulata pe parcursul a 6 luni	UAT ORAS EFORIE	Realizarea unei campanii de marketing si promovare care va contine: -promovare prin intermediul canalelor media de tip TV, radio, presa scrisa; -Publicitate outdoor; -Publicitate pe medii on line; -Distribuire de material de publicitate si promovare ; -Distribuire de material publicitare cu ocazia participarii la targuri; -Promovare cu ocazia evenimentelor generate de zilele orasului Eforie si distribuire de material publicitare cu aceasta ocazie;	UAT Oras Eforie Vizitatori si turisti romani si straini Comunitatea locala Structurile de cazare din statiunea Eforie	Fonduri nerambursabile POR, Prioritatea de investitii 7.1 Contributie proprie UAT Oras Eforie	Faza proiect
2.Cresterea numarului de vizitatori in statiunea balneoclimaterica Eforie cu minim 20%, pe o perioada de 5 ani de la finalizarea proiectului sde finantare fata de anul anterior depunerii Cererii de finantare	UAT ORAS EFORIE	-Promovarea prin intermediul canalelor media de tip TV, radio, presa scrisa; -Publicitate(on line) pe medii neconventionale ; -Promovarea cu ocazia participarii la targurile de turism	UAT Oras Eforie Vizitatori si turisti romani si straini Comunitatea locala Structurile de cazare din statiunea Eforie	Fonduri nerambursabile POR, Prioritatea de investitii 7.1 Contributie proprie UAT Oras Eforie	Faza proiect

Actiuni propuse pentru atingerea obiectivelor de marketing si promovarea infrastructurii de utilitate publica sunt prezentate in cele ce urmeaza:					
OBIECTIV	INSTITUTIE RESPONSABILA	ACTIVITATI PRINCIPALE	GRUPURI IMPLICATE	SURSE DE FINANTARE	STADIU
1. Promovarea modernizarilor infrastructurii de utilitate publica pentru accesibilizare obiective printr-o campanie integrate de promovare si marketing derulata pe parcursul a 6 luni	UAT ORAS EFORIE	<p>Realizarea unei campanii de marketing si promovare care va contine:</p> <ul style="list-style-type: none"> -promovare prin intermediul canalelor media de tip TV, radio, presa scrisa; -Publicitate outdoor; -Publicitate pe medii on line; -Distribuire de material de publicitate si promovare ; -Distribuire de material publicitare cu ocazia participarii la targuri; -Promovare cu ocazia evenimentelor generate de zilele orasului Eforie si distribuire de material publicitare cu aceasta ocazie; 	<p>UAT Oras Eforie</p> <p>Vizitatori si turisti romani si straini</p> <p>Comunitatea locala</p> <p>Structurile de cazare din statiunea Eforie</p>	<p>Fonduri nerambursabile POR, Prioritatea de investitii 7.1</p> <p>Contributie proprie UAT Oras Eforie</p>	Faza proiect
2. Cresterea numarului de vizitatori in statiunea balneoclimaterica Eforie cu minim 20%, pe o perioada de 5 ani de la finalizarea proiectului sde finantare fata de anul anterior depunerii Cererii de finantare	UAT ORAS EFORIE	<ul style="list-style-type: none"> -Promovarea prin intermediul canalelor media de tip TV, radio, presa scrisa; -Publicitate(on line) pe medii neconventionale ; -Promovarea cu ocazia participarii la targurile de turism 	<p>UAT Oras Eforie</p> <p>Vizitatori si turisti romani si straini</p> <p>Comunitatea locala</p> <p>Structurile de cazare din statiunea Eforie</p>	<p>Fonduri nerambursabile POR, Prioritatea de investitii 7.1</p> <p>Contributie proprie UAT Oras Eforie</p>	Faza proiect

Actiuni propuse pentru atingerea obiectivelor de marketing si promovarea infrastructurii de utilitate publica sunt prezentate in cele ce urmeaza:

OBIECTIV	INSTITUTIE RESPONSABILA	ACTIVITATI PRINCIPALE	GRUPURI IMPLICATE	SURSE DE FINANTARE	STADIU
3.Promovare on line, TV, radio, presa scrisa si cu ocazia participarilor la targuri de turism pe o perioada de 6 luni a infrastructurii de utilitate publica modernizata si reabilitata in scopul cresterii numarului de vizitatori si a numarului mediu de salariati in statiunile Orasului Eforie	UAT ORAS EFORIE	Promovare on line, TV, radio, presa scrisa si cu ocazia participarilor la targuri de turism	UAT Oras Eforie Vizitatori si turisti romani si straini Comunitatea locala Structurile de cazare din statiunea Eforie	Fonduri nerambursabile POR, Prioritatea de investitii 7.1 Contributie proprie UAT Oras Eforie	Faza proiect

7. PLAN DE ACTIUNE PENTRU IMPLEMENTAREA STRATEGIILOR DE MARKETING

Planul de actiune pentru implementarea strategiilor de marketing include urmatoarele activitati:			
OBIECTIVELE PLANULUI DE MARKETING	ACTIUNI PROPUSE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE	DEPARTAMENTUL / PEROSNA RESPONSABILA
<p>1. Promovarea modernizarilor infrastructurii de utilitate publica pentru accesibilizare obiective promovare si marketing derulata pe parcursul a 6 luni</p>	<p>Realizarea unei campanii de marketing si promovare bazata pe:</p> <p>CANALE MEDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ promovare prin intermediul canalelor media de tip TV, radio, presa scrisa; ▪ Publicitate outdoor; ▪ Publicitate pe medii on line; <p>MATERIALE PUBLICITARE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuire de material de publicitate si promovare ; <p>TARGURI DE TURISM</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribuire de material publicitate cu ocazia participarii la targuri; <p>PROMOVARE LA DIVERSE EVENIMENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promovare cu ocazia evenimentelor generate de zilele orasului Eforie si distribuire de material publicitate cu aceasta ocazie; 	<p>6 luni, respective ultimile trei luni de implementare si primele trei luni de dupa implementare</p>	<p>UAT Oras Eforie, prin membrii echipei de proiect:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager de Proiect; ▪ Responsabil publicitate; ▪ Consultant implementare.

Planul de actiune pentru implementarea strategiilor de marketing include urmatoarele activitati:			
OBIECTIVELE PLANULUI DE MARKETING	ACTIUNI PROPUSE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE	DEPARTAMENTUL / PEROSNA RESPONSABILA
<p>2.Cresterea numarului de vizitatori in statiunea balneoclimaterica Eforie cu minim 20%, pe o perioada de 5 ani de la finalizarea proiectului sde finantare fata de anul anterior depunerii Cererii de finantare</p>	<p>CANALE MEDIA</p> <p>Publicitate outdoor prin intermediul mesh-urilor si a banerelor</p> <p>5 banere amplasate in locatii cu vizibilitate ridicata din statiunea Eforie;</p> <p>2 mesh-uri amplasate in locatii cu vizibilitate ridicata din statiunea Eforie</p> <p>MEDII NECONVENTIONALE ON-LINE</p> <p>Crearea a doua bannere on-line pentru promovarea investitiei</p> <p>Postarea gratuita a bannereilor pe site-urile Primariei Orasului Eforie, ale Centrului National de promovare turistica, din Eforie Nord si a Centrului National de Promovare Turistica Eforie Sud sip e pagina de facebook a Primariei orasului Eforie</p> <p>10 postari ale banerelor create pe alte site-uri dse impact asupra potentialilor turisti, respective pe site-urile de prezentare ale agentiiilor de turism, portale de promovare a litoralului Marii Negre, site-uri de promovare a turismului romanesc, retele de socializare etc.</p>	<p>6 luni, respective ultimile trei luni de implementare si primele trei luni de dupa implementare</p>	<p>UAT Oras Eforie, prin membrii echipei de proiect:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager de Proiect; ▪ Responsabil publicitate; ▪ Consultant implementare.

OBIECTIVELE PLANULUI DE MARKETING	ACTIUNI PROPUSE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE	DEPARTAMENTUL / PEROSNA RESPONSABILA
	<p>MATERIALE PUBLICITARE DE PREZENTARE SI PROMOVARE</p> <p>Pentru prezentarea si promovarea modernizarii infrastructurii de utilitate publica si a statiunii balneoclimaterice vor fi utilizate urmatoarele metode si tipuri de materiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 50 afise ▪ 4.000 fluturasii ▪ 4.000 pliante <p>PARTICIPARI LA DIVERSE EVENIMENTE ORGANIZATE</p> <p>Pentru prezentarea si promovarea modernizarii infrastructurii de utilitate publica si a statiunii balneoclimaterice vor fi utilizate urmatoarele metode si tipuri de materiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 500 baloane ▪ 500 suveniruri magnetice ▪ 490 carti postale inseriate 	<p>6 luni, respective ultimele trei luni de implementare si primele trei luni de dupa implementare</p>	<p>UAT Oras Eforie, prin membrii echipei de proiect:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager de Proiect; ▪ Responsabil publicitate; ▪ Consultant implementare.

Planul de actiune pentru implementarea strategiilor de marketing include urmatoarele activitati:			
OBIECTIVELE PLANULUI DE MARKETING	ACTIUNI PROPUSE	PERIOADA DE IMPLEMENTARE	DEPARTAMENTUL / PEROSNA RESPONSABILA
<p>3.Promovare on line, TV, radio, presa scrisa si cu ocazia participarilor la targuri de turism pe o perioada de 6 luni a infrastructurii de utilitate publica modernizata si reabilitata in scopul cresterii numarului de vizitatori si a numarului mediu de salariati in statiunile Orasului Eforie</p>	<p>PROMOVARE CU OCAZIA PARTICIPARILOR LATARGURI DE TURISM</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 6.000 FLUTURASI ▪ 500 pliante ▪ 1 roll-up (care se preia de la sediu) <p>CANALE MEDIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Spot radio ▪ Spot TV ▪ 5 materiale scrise in presa 	<p>6 luni, respective ultimele trei luni de implementare si primele trei luni de dupa implementare</p>	<p>UAT Oras Eforie, prin membrii echipei de proiect:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Manager de Proiect; ▪ Responsabil publicitate; ▪ Consultant implementare.

9. REZULTATE PRECONIZATE A FI OBTINUTE PRIN IMPEMENTAREA PLANULUI DE MARKETING

Principalele rezultate ale fiecărei acțiuni propuse pentru îndeplinirea obiectivelor de marketing sunt prezentate în tabelul următor:

Nr. crt.	Acțiune	Sub-acțiune	Rezultate
1	COMUNICARE Canale media	Promovare prin intermediul canalelor media de tip radio, TV, presa scrisa	1 Spot TV realizat
			2 difuzari spot TV pe post
			1 spot audio
			10 difuzari spot audio la posturile locale / regionale
			5 materiale scrise în publicatiile locale, regionale de timp liber
			5 bannere realizate și amplasate
			2 mesh-uri realizate și amplasate
2	COMUNICARE	Medii neconventionale (on line)	2 bannere on line create
			Postare gratuita a bannereilor pe site-urile Primăriei Orașului Eforie, ale Centrului National de Promovare Turistica Eforie Nord și a Centrului National de Promovare Turistica Eforie Sud, pe pagina de facebook a Primăriei Eforie etc.
			10 postari ale bannereilor create
			50 afise

Nr.	Acțiune	Sub-acțiune	Rezultate
-----	---------	-------------	-----------

crt.			
2	COMUNICARE Materiale publicitare de prezentare si promovare	Materiale de promovare a obiectivului investitiei	50 afise realizate si distribuite 4.000 fluturasi realizati si distribuiti 4.000 pliante realizate si distribuite
3	Participarea la diverse evenimente	Materiale publicitare distribuite in zona cu ocazia zilelor Orasului Eforie, in cadrul actiunii diverselor evenimente prilejuate de sarbatoarea orasului	500 baloane realizate si distribuite 500 suveniruri magnetice realizate si distribuite; 490 carti postale inseriate realizate si distribuite;
4	TARGURI DE TURISM	Distributie de material publicitare cu ocazia participarii la targurile de turism	6.000 fluturasi realizati si distribuiti; 600 pliante realizate si distribuite; 1 roll-up realizat si amplasat (care va fi amplasat la sediul primariei in restul timpului



Pe intraga perioada de implementare a proiectului echipa va asigura managementul riscurilor.

Procesul de management al riscurilor presupune parcurgerea a 6 etapee:

- Stabilirea contextului
- Identificarea si definirea riscurilor
- Analiza riscurilor
- Dezvoltarea si implementarea metodelor de raspuns la riscuri
- Monitorizarea si raportarea riscurilor
- Actualizarea gestiunii riscurilor

In implementarea Planului de marketing pentru proiectul " **Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atractiilor turistice în orașul Eforie** " au fost identificați următorii factori de risc si au fost stabilite modalitati de reducere a acestora:

Nr crt	Risc	Probabilitatea de aparitie (PA)		Impactul (I)		Gradul de expunere al riscului (GE) $GE=(PA+I)/2$
		40	Mica	50	Mediu	
1	Implementarea inconsistentă a planului de marketing cauzată de slabă comunicare în cadrul echipei de proiect	30	Mica	50	Mediu	45 Mediu
2	Alocarea inadecvată a resurselor	30	Mica	50	Mediu	40 Mediu
3	Scadere economica generală care determină scăderea puterii de cumpărare	50	Medie	60	Mare	55 Mic
4	Nerespectarea graficului de implementare a proiectului	50	Medie	60	Mare	55 Mic
5	Grad de atractivitate scăzut a obiectivului modernizat	50	Medie	60	Mare	55 mic

Probabilitatea de aparitie a riscurilor este clasificata conform urmatoarei scale:

Probabilitate de aparitie	Scor
Foarte mica	1 - 20
Mica	21 - 40
Medie	41 - 60
Mare	61 - 80
Foarte mare	81 - 99

Evaluarea riscurilor identificate se realizeaza prin intermediul matricei riscurilor:

IMPACTUL

	Mic (neseemnificativ)	Mediu (necesita monitorizare)	Mare (impact semnificativ)
P.A.			
Mica (putin probabil sa se intample pe perioada de derulare a proiectului)			
Medie (se poate produce intr-un anumit stadiu al proiectului)			
Mare (probabil se va produce pe durata proiectului)			
Risc			
Foarte mare			
			Clasificare
			A

	Mare	B
	Mediu	C
	Mic	D
	Foarte mic	E

Principalele tehnici de control si masurile de gestionare pentru riscurile identificate sunt prezentate in tabelul urmator:

Nr crt	Risc	Evaluare	Tehnici de control	Masuri de gestionare a riscurilor
1	Implementarea inconsistentă a planului de marketing cauzată de slaba comunicare in cadrul echipei de proiect	D	Reducerea riscului	Realizarea unui plan de comunicare aferent planului de marketing dupa semnarea Contractului de Finantare. Organizarea de sedinte periodice ale echipei de implementare Atentie deosebita in respectarea Graficului de activitati ale proiectului
2	Alocarea inadecvata a resurselor	D	Reducerea riscului	Realizarea Bugetului aferent Planului de marketing pornind de la oferte de pret din piata Raportarea cresterii numarului de vizitatori pornind de la o baza reala
3	Scaderea economica generala care determina scaderea puterii de cumparare	B	Reducerea riscului	Accesul gratuit la vizitarea obiectivelor turistice accesibilizate
4	Nerespectarea graficului de implementare a proiectului	B	Reducerea riscului	Reducerea riscului Monitorizarea continua a stadiului de implementare a proiectului; Actiuni proactive pentru incadrarea activitatilor in termenele planificate
5	Grad de atractivitate scazut a obiectivelor din zona de investitie in randul grupului tinta	B	Reducerea riscului	4 Pentru prevenirea aparitiei acestui risc se va recurge la conceperea si implementarea unei strategii de promovare a obiectivelor turistice accesibilizate prin proiect si a facilitatilor create prin investitie

Va trebui realizata monitorizarea urmatoarelor riscuri:



- Implementarea inconsistentă a planului de marketing – După semnarea contractului de finanțare se va realiza o ședință a membrilor echipei de proiect în care vor fi dezbătute și aduse la cunoștință tuturor membrilor activitățile de marketing propuse în cadrul proiectului, pentru realizarea acestora conform graficului de timp prognozat;
- Lipsa interesului turiștilor pentru obiectivele amenajate și față de obiectivele accesibilizate din zonă – care va fi diminuată prin acțiuni de promovare națională și regională a proiectului prin canale media diverse, medii neconvenționale de tip online, (rețele de socializare, etc).
- Scăderea economică generală, respectiv reducerea veniturilor populației și o mai slabă axare pe vizitarea obiectivelor turistice, va fi redusă prin promovarea informațiilor referitoare la neperceperea taxelor pentru vizite la obiectivele din zonă, accesul fiind unul simplu, fără cost, inclusive pentru locurile de parcare utilizate de turiști în zonă.

Proiectul de finanțare " Reabilitarea și modernizarea infrastructurii de utilitate publică pentru valorificarea atracțiilor turistice în orașul Eforie " va sprijini valorificarea turistică a resurselor naturale specifice stațiunii balneoclimaterice Orasul Eforie, va contribui la creșterea numărului de turiști vizitatori în stațiune cu efecte benefice în sectoarele economiei locale (turism, alimentație publică, construcții, industrie ușoară, industrie artizanală, comerț, industrie alimentară), creșterea numărului mediu de salariați în orașul Eforie, favorizarea apariției și dezvoltării entităților locale care vor contribui la creșterea în ansamblu a atractivității Orașului Eforie și a Regiunii de dezvoltare Sud-Est pentru investitori. De asemenea, implementarea proiectului va contribui la consolidarea identității proprii ca stațiune balneoclimaterică.

Un neam trăiește în veșnicie prin concepția de viață sănătoasă și curată, prin onoarea și cultura lui.

Iustin Parvu
