

Județul Timiș este prima destinație experiențială din România

Turism Timiș a realizat Strategia și logo-ul de brand turistic ale județului

În cadrul responsabilităților asumate prin Statutul Asociației pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului în județul Timiș și Actul constitutiv cu scopul promovării potențialului turistic și a punctelor de atracție turistică existente în județul Timiș și zona Banatului se menționează **Crearea și impunerea unei mărci a turismului bănățean** și Crearea de materiale publicitare unitare și reprezentative pentru întreaga zonă.

Turismul, lovit puternic de criza coronavirus, caută revenirea la normalitate și, ca în întreaga lume, turismul românesc se străduiește să își revină și caută căile prin care o poate face.

În acest context, poziționarea clară a destinației Timiș prin stabilirea și promovarea unui brand clar, distinct, are potențialul de a aduce beneficii majore în atragerea numărului de turiști.

În situația actuală din turismul mondial, dar și cel național, când fiecare destinație dorește să atragă cât mai mulți turiști pentru a stimula și susține activitățile din domeniul turistic și a evita colapsul, diferențierea și poziționarea pe piață sunt ESENȚIALE.

Brandingul devine astfel soluția optimă pentru identificarea și diferențierea destinației în raport cu cele concurente în percepția călătorilor.

Procesul de realizare a strategiei de brand a județului Timiș a început în 2020 ca urmare a Hotărârii AGA a APDT din luna iulie, după care au demarat procedurile pentru solicitarea de oferte de preț și cele tehnice. Au fost luate în calcul două variante – o firmă timișoreană cu experiență în branding, însă specializată pe corporate, fără activitate pe turism, și firma Simons Land, în urma selecției fiind aleasă cea din urmă.

Costurile de realizare a Strategiei de brand cu livrarea Manualului de brand au fost de 40.000 de lei cu tot cu tva.

Ce avantaje aduce demersul făcut de APDT Timiș? Prin brandul turistic al destinației se asigură comunicarea destinației turistice cu turiștii, iar organizarea campaniilor de promovare poate duce la creșterea vânzărilor către destinație.

În egală măsură, brandul este asociat cu posibilitatea obținerii unui anumit prestigiu pentru destinația turistică din spatele lui și credem că destinația Timiș-Banat îl va avea.

Brandul, de asemenea, este un atribut de bază al politicii de promovare și va permite APDT Timiș să reconfigureze, cu rezultate previzibil mai persuasive, creșterea vizibilității destinației.

Recunoscută unanim de către specialiști, capacitatea brandurilor de a transmite rapid mesaje complexe, cu un puternic impact emoțional, dar și abilitatea de a atrage atenția mass-mediei, le transformă în unelte ideale pentru promovare și atragerea turiștilor pe care asociația de turism, autoritățile locale și județene și reprezentanții industriei ospitalității le pot folosi pentru dezvoltarea județului Timiș.

Prestigiu, poziționare clară și diferențiere sunt, deci, cele mai importante rezultate pe care județul Timiș, ca destinație, le poate obține în urma realizării brandului turistic.

Etapele parcurse privind realizarea brandului turistic

VIZIUNE: Vrem să transformăm Timișul într-o destinație favorită pentru vizitatorii interesați să cunoască profund locurile în care românii și-au recucerit libertatea, prin experiențe inovatoare și complexe, care includ oamenii, cultura, civilizația, istoria, gastronomia și podgoriile locului, interacționând cu spiritul dinamic al bănațeanului într-un cadru natural, care liniștește, inspiră și motivează.

Județul Timiș este prima destinație experiențială din România și

MISIUNEA noastră este să dezvoltăm o destinație sustenabilă și atrăgătoare, în care oaspeții și gazdele sunt părtași egali ai stilului de viață și bucuriei generate

de destinația Timiș. Avem misiunea să ridicăm Timiș în topul destinațiilor de excelență, astfel încât să devină destinația favorită pentru căutătorii de experiențe profunde, de iubitorii de cultură, doritorii de interacțiune cu oamenii din destinație în mijlocul mediului cultural/istoric și natural în care trăiesc.

Acest lucru se va realiza prin dezvoltarea produselor și experiențelor autentice în deplin acord și cu sprijinul populației locale, îmbunătățirea și intensificarea comunicării cu piețele.

În **ESENȚĂ** Timișul este destinația complementară din jurul Timișoarei, o mare scenă culturală și naturală, care oferă o alternativă la viața de oraș și conservă tradițiile, autenticitatea, toleranța și spiritul creativ și dinamic al Banatului.

Etapele parcurse

Conform Statutului APDT Timiș, unul dintre obiectivele asociației este acela de a crea și impune o marcă a turismului bănățean și de a produce materiale publicitare unitare și reprezentative pentru întreaga zonă.

Astfel, luând în calcul efectele negative ale pandemiei de covid asupra turismului și în încercarea de a găsi soluții în această situația și de a continua să dezvoltăm acest domeniu în Timiș, am solicitat conducerii APDT aprobarea realizării strategiei de brand. Era un demers care își propunea, încă de la început, configurarea unui restart și poziționarea noastră clară pe piețele de turism în noua realitate.

Prin urmare,

1. în luna iulie 2020, este organizată ședința AGA a APDT Timiș pentru votarea realizării Strategiei de brand și este aprobată
2. în perioada iulie-august 2020 se solicită oferte de preț și este selectată firma
3. în 28 august 2020 este semnat contractul de realizare a Strategiei de brand incluzând Manualul de brand
4. între septembrie-octombrie 2020 – se aplică chestionare tuturor primăriilor din județ șo stakeholderilor și se centralizează răspunsuri (inclusiv primari noi după rezultatul alegerilor electorale)

Detalii: în luna septembrie 2020 – firma pune la dispoziție chestionarele de consultare a tuturor actorilor interesați, structurate pe domenii de interes – autorități publice și stakeholderi (beneficiari) - și se trece la etapa de consultare a acestora. Acolo unde, în urma alegerilor din 27 septembrie 2020 s-au schimbat primarii am solicitat un răspuns și din partea noilor edili. Au fost invitați să răspundă chestionarului un număr de 95 stakeholderi din Timiș, cum sunt: unități de învățământ superior cu profil turistic, asociații profesionale, agenții de turism, unități reprezentative de cazare, ONG-uri cu activități relevante pentru turism, instituții de cultură și artă, Asociația Timișoara '2021, instituțiile reprezentative ale cultelor, ARD Vest, Infocentre turistice, firme de transport turistic, ghizi, unități de cazare, producători locali, restaurante, reprezentanți ai cultelor, asociațiile minorităților din județ.

A fost o consultare fără precedent, iar rezultatele au contribuit la definitivarea acțiunii de audit de brand.

Au răspuns 72 de primării timișene din 99 și 17 stakeholderi locali.

Ulterior consultării județene se trece la aplicarea de chestionare celor mai importante agenții de turism românești din toată țara, care operează în domeniul incomingului și al turismului intern și au Timișoara în portofoliu.

5. Creare Echipa de brand și consultare, conform procesului de brand

Detalii: După realizarea auditului de brand și clasificarea elementelor favorite reieșite în urma trimerii chestionarelor au avut loc primele discuții asupra clasamentului rezultat.

În acest sens a fost desemnată o **Echipă de brand** complexă formată din: profesori universitari de la facultăți de profil din toate universitățile timișorene, publice și private, artiști plastici, arhitecți, ghizi de turism, reprezentanți ai industriei ospitalității timișene și ai agențiilor de turism de incoming, reprezentanți ai infocentrelor de turism din județ și organizațiilor neguvernamentale cu activitate în domeniu, reprezentanți ai Consiliului Județean Timiș. Membrii echipei de brand s-au întâlnit în cadrul unei conferințe online, au discutat asupra clasamentului reieșit și au filtrat rezultatele, pentru a selecta maxim 3 elemente pe fiecare grupă. Au fost prezentate și câteva concluzii privind scenariile de poziționare, considerente privind culorile, misiunea și mesajul brandului, personalitatea și principiile acestuia.

După etapa de cercetare și cea de definire a elementelor esențiale ale brandului s-a intrat în faza de creație, pentru definirea elementelor vizuale ale brandului și elaborarea manualului de brand.

6. Rezultă primele 4 variante de imagine

Detalii: Aceste variante de imagine au fost trimise spre consultare membrilor asociației și, ca urmare a observațiilor făcute, logo-urile reieșite au fost modificate și lor și se adaugă propuneri noi.

La solicitarea membrilor APDT Timiș se recurge la consultări publice mai largi, dincolo de Echipa de brand, pentru selectarea noilor oferte, se aleg variantele preferate și – alături de variantele inițiale – se supun, din nou votului.

În urma acestor alegeri rămân în discuție un număr de alte patru variante pentru elementele de imagine, iar decizia finală este luată de Consiliul Județean Timiș, decizie validată de membrii APDT Timiș în cadrul ședinței AGA din luna 12 octombrie 2021.

Brandul Timiș este mult mai mult decât un simplu logo sau slogan și mai mult decât o campanie de promovare sau un program de marketing. Logo-ul, cu componentele sale specifice, nu este altceva, decât elementul vizual al brandului. Brandul Timiș este, din perspectiva vizitatorilor săi, „sufletul”, care se află în produsele și serviciile oferite, este ceea ce simt și trăiesc aceștia, fie ei români sau străini, atunci când vizitează destinația. Toate trăirile trebuie să redea o imagine unitară, care să fie „Brandul Timiș”. Doar astfel, ce promitem vizitatorilor noștri prin toate actele de comunicare și promovare pe piață, va fi perceput ca atare și apreciat.

Prezentare elementelor de imagine ale brandului de turism Timiș

Elementele de imagine selectate de specialiști pentru a simboliza brandul județului Timiș reprezintă o variantă complexă, extrem de ofertantă și dinamică în ceea ce privește posibilitățile de promovare, atât din punct de vedere al tiparului, cât și al utilizării ei în spațiul digital.

Simbolul transmite esența caracteristicilor destinației Timiș, o destinație experiențială, unde turiștii pot avea parte de trăiri inovatoare și complexe, care includ oamenii, cultura civilizația, istoria, gastronomia și podgoriile locului, interacționând cu spiritul dinamic al bănățeanului, într-un cadru natural care liniștește, inspiră și motivează.

Descriere:

ACTIV ȘI SĂNĂTOS ÎN PEISAJUL NATURAL ȘI CULTURAL AL BANATULUI TIMIȘEAN

(NATURA – SIMBOL VERDE)

Plăcerea mișcării într-un peisaj de câmpie și dealuri blânde, cultură înfloritoare și activități

**TURISM ACTIV / TURISM DE SĂNĂTATE / TURISM NATURAL ȘI RELAXARE
/ TURISM PENTRU FAMILII**

- Ciclism
 - o Rute pentru mountainbike
- Drumetii
- Sporturi nautice
 - o Aventuri pe râuri – Tururi ghidate cu barca caiac, canoe
 - o Vâslește stând în picioare
- Călărie
- Planorism, Parașutism, Plimbare cu balonul
- Plăcerea înbăierii
 - o Bazine de înot, piscine, lacuri și iazuri publice pentru baie

- o Wellness și Experiențe legate de placerea înbăierii
- o Ape termale
 - Cură balneo
- o Wellness în stațiuni și orașe
 - Alte oferte de sănătate (stomatologie, înfrumusețare, etc.)
 - Vacanța la soare pe malul lacului Surduc
 - Vizite în parcuri naturale și rezervații (Bazoș, Satchinez, etc.)
 - Oferta pentru familii - petrecerea timpului liber în mediul natural
 - Tabere pentru învățarea sau deprinderea unei abilități
 - Oferte de concursuri pentru copii în locuri deosebite
 - Călătorii tematice pentru copii și tineri
 - Unități de cazare cu oferte speciale
 - Concediu la marea Timișului (Surduc)

DESCOPERĂ TRE CUTUL ISTORIC & PREZENTUL CULTURAL AL TIMIȘULUI

(MĂȘTILE – SIMBOL ALBASTRU)

Descoperă interactiv și personalizat trecutul istoric și prezentul cultural al unei regiuni înfloritoare

ARTĂ & CULTURĂ / TURISM RELIGIOS / TURISM DE CRĂCIUN / TURISM PENTRU FAMILII

- Muzee & Monumente & Case Memoriale
- Festivaluri & Evenimente
- Coruri & Ansambluri muzicale
- Locații speciale pentru spectacole

- Muzica în Timiș
- Art Nouveau & Modern
- Pelerinaje religioase
- Vizite la mănăstiri și biserici
- Petrecerea Crăciunului și Paștelui în spiritul tradiției locale
- Piețe de Crăciun
- Tradiții & Obiceiuri de Crăciun
- Manufacturi și Ateliere de produse manuale specifice
- Festivaluri-Concurs de colinde
- Calatorii tematice pentru copii și tineri
- Cetati și castele
- Puncte de panoramă

EXPERIENȚE AUTENTICE DE PLĂCERE ÎN TIMIȘ – TRĂIRI TIMIȘENE PENTRU CORP, MINTE ȘI SUFLET

(BISERICA – SIMBOL GALBEN)

Experiențe și produse locale revigorante, care stimulează corpul, mintea și sufletul și-ti întăresc starea/senzatia de bine

EXPERIMENTEAZĂ BANATUL TIMIȘEAN / SATE TIMIȘENE CULTURALE ȘI ARHAICE / TURISM PENTRU FAMILII

- o Circuite cu “best of” Banat
- o Descoperă cele mai frumoase povești
- o Experiențe unice (tailor-made) în locuri speciale
- o Circuite tematice (istorie, minorități, specific)
- o Zilele culturale ale localității

- o Cele mai frumoase sate din Timiș (inclusiv concurs)
- o Tabere pentru învățarea sau deprinderea unei abilități
- o Oferte de concursuri pentru copii în locuri deosebite
- o Călătorii tematice pentru copii și tineri
- o Unități de cazare cu oferte speciale
- o Îndrăgește animalele din ferme, gospodării, rezervații
- o Descoperă tradiții și obiceiurile specifice satelor timișene

EXPERIENȚE AUTENTICE DE PLĂCERE ÎN TIMIȘ

TURISM VITICOL / GASTRONOMIE

- Drumul vinului și podgoriilor timișene
- o Degustări de vinuri
- o Ruta podgoriilor timișene
- o Sărbătorile vinului
- o Drumeții prin vii
- o Încurajarea înnopțarilor în podgorii “Viața și vacanța la vie”
- Oferte de gastronomie bănățeană
- Restaurante și hanuri
- Mănâncă în Timiș
- Localuri în care se gătește ca acasă
- Localuri pentru gurmanzi
- Picnic în peisaje culturale și naturale din Timiș
- Magazine specializate pe produse locale miere, brânză mezeluri specialități de pâine
- Piețe agroalimentare autentice

- Intâlnește un producător autentic, vizită la firmă
- Cu bicicleta prin podgorii

URBAN ȘI BUSINESS

(CETATE – SIMBOL MOV)

Descoperă farmecul orașelor istorice și bucuria business travelului personalizat cu accente de Bleisure

Business și cultură / Cultura businessului

TURISM URBAN / BUSINESS TRAVEL

- Călătorii în interes de serviciu și de afaceri
- MICE
- Dezvoltarea ofertelor de tip BLEISURE (Bizcation)
- City Break
- Tururi și vizite tematice
- Orașele Timișului
- Festivaluri și evenimente
- Circuite și rute urbane tematice