

APRECIERI ASUPRA FENOMENULUI TURISTIC RURAL APPRECIATIONS ON THE RURAL TOURISTIC PHENOMENON

*Conferențiar univ. dr. Puiu NISTOREANU
Academia de Studii Economice, București. România*

Abstract

The rural areas are rich in their ecological and cultural diversity. The dimension and complexity of the rural communities make difficult a generalization regarding their problems or values, even if some common characteristics exist. For a long time in their existence, the rural communities have relied on the abundance of natural resources. But, in the 20th century, the great technological, political and economical changes have brought a profound transformation in agriculture, and other renewable industrial resources, fact which led the rural communities to a dependency towards these. Although these changes occurred, many reasons for optimism still exist. Involvement of new households in offering touristic services constitutes a new dimension of the development of the rural areas, and on a secondary plane the touristic activity in the rural environment registers new ways of manifestation. Even more, we are able to appreciate the dimensions and evolution of one of the most spectacular social – economic phenomena; the rural tourism.

Key words: ecological, households, rural.

JEL classification: H31, L83, Q01, Q56.

Statisticile demonstrează că turismul în spațiul rural, an de an, a făcut tot mai mulți adepți. Explicația acestei evoluții: ar putea fi regăsită în: influența ideilor ecologiste, dorința de a se sustrage structurilor turistice clasice, căutarea unui cât mai bun raport calitate/preț.

Se constată existența unui important flux turistic, național și mondial, ce se direcționează tot mai precis către zonele rurale. Destinațiile mai puțin cunoscute sau neobișnuite - percepute ca destinații exotice - devin tot mai atractive pentru turiștii cu experiență din țările dezvoltate. Continentul european reprezintă regiunea turistică cu cea mai puternică integrare, atât a ofertei cât și a cererii. Circulația turistică în Europa este dominată de 5 mari țări emițătoare: Germania, Anglia, Franța, Olanda și Italia. Noii poli emițători de fluxuri turistice sunt Spania, Japonia, Coreea și China.

1. DEFINIRE A TURISMULUI RURAL

În ansamblul său turismul rural include o gamă largă de modalități de cazare, evenimente, festivități, sporturi, alte distracții și activități de petrecere plăcută a timpului liber, toate desfășurate într-un mediu tipic rural. O definiție cât mai exactă a termenului de **turism rural**, unanim acceptată și unitar utilizată se confruntă cu diferite probleme specifice uneia sau alteia dintre zonele receptoare de turiști, respectiv prestatoare de servicii turistice. *Un prim enunț - acceptat de marea majoritate a actorilor lumii turismului rural – afirmă că: “Turismul rural este un concept ce include toate activitățile turistice care se desfășoară în mediul rural”.*

Devine necesar a clarifica în acest moment ce se înțelege prin “**mediul/spațiul rural**”. Într-o bună parte a Europei (Belgia, Franța, Germania, Luxemburg, Olanda) acest termen indică zonele care se deosebesc de cele urbane, de coastă sau montane. În Italia termenul indică acele zone care nu sunt nici urbane, nici de coastă și drept urmare include regiunile montane. În Irlanda și Anglia termenul analizat este practic sinonim cu noțiunea de “*regiune de la țară*”, această diferențindu-se total de cea urbană. Spania, Portugalia și Grecia au tendința de a asimila termenul de mediu rural cu zonele unde se realizează producția agricolă. Constatăm că - cel puțin pe continentul european - termenul de “*mediul rural*” are înțelesuri diferite. Acest lucru dă naștere unor dificultăți de analize comparative interstatale, cât și unei limitări în aprecierea de ansamblu asupra activităților desfășurate în acest sector.

Există voci care pe lângă considerentele de natură geografică apreciază că inadecvarea la realitate a definiției “*turismului rural*” este determinată și de alte motive. Spre exemplu este cunoscut că *produsul turistic reprezintă în esență măsura activității turistice privită ca activitate economică într-o anumită dimensiune, volum, structură sau calitate*; prin destinațiile sale *produsul turistic putându-se constitui într-un mesaj adresat consumatorilor (turiștilor) potențiali, care prin opțiunea lor - concretizată în prezența la momentul prestării serviciilor componente, dau naștere fluxurilor turistice respectiv consumului turistic*. Însă există specialiști ce consideră că o excursie cu un atelaj tras de animale sau un picnic ori altă activitate derulată pe timpul unei zile într-un colț îndepărtat de provincie, nu ar putea fi considerate “*turism rural*”.

Analizând aspectele prezentate Bernard Lane (Lane Bernard, 1994) își pune următoarele întrebări:

“Are oare turismul rural calități specifice intrinseci sau e vorba doar de o simplă activitate turistică ce se desfășoară într-o așezare rurală?” **dacă da**, atunci “Care sunt acele trăsături pe care trebuie să le aibă turismul rural astfel încât să merite întradevăr calificativul de „rural”? ”. Potrivit **formelor de manifestare și practicii mondiale** aceste trăsături ale turismului rural ar putea fi:

- apropierea de natură;
- absența mulțimii (de semeni);
- liniște;
- un mediu ambiant “nemecanizat”;
- contacte personale (în opoziție cu iraționalismul și anonimatul urbanului);
- senzația de continuitate și stabilitate, de trăire a unei istorii, vie și trainică;
- posibilitatea de a cunoaște îndeaproape locuri și oamenii acelor locuri;
- contactul nemijlocit cu autoritățile locale, cu preocupările și activitatea specifică zonei;
- cunoașterea îndeaproape a afacerilor ce se fac pe plan local;
- posibilitatea prelevării de imagini legate de identitatea indivizilor comunității;
- șansa integrării în comunitate pe perioada sejurului.

O altă posibilă definiție a activităților de turism desfășurate în spațiul rural ar trebui să ia în calcul tocmai aceste aspecte - ce-i drept importante pentru transformarea în realitate a “visului de vacanță”. Aceasta cu atât mai mult cu cât între așteptare (ca dorință) și realitate există de obicei o ușoară abatere(+/-).

Un al doilea enunț, definește: “**Turismul rural ca o formă concentrată pe destinații în spațiul rural, dispunând de o structură funcțională de cazare și de alte servicii eterogene**”. Formularea aparține unui grup de cadre didactice din Academia de Studii Economice București (Stănculescu Gabriela, 2002), care în încercarea de a realiza o definiție într-o exprimare mini-max au consultat surse din literatura de specialitate engleză, franceză, germană și spaniolă, pe care mai apoi le-au armonizat.

Un al treilea enunț, ce eludează aspectul geografic de astă dată, afirmă că: “Turismul rural este un concept care cuprinde activitatea turistică organizată și condusă de populația locală, și care are la bază o strânsă legătură cu mediul ambiant, natural și uman”. Această definiție pare a fi mai cuprinzătoare, singura sa scăpare constă în omiterea implicării în activități de turism rural a unor organizații sau persoane din afara comunității locale (touroperatori, investitori etc.).

În accepțiunea Organizației Mondiale a Turismului și a multor organizații europene de turism rural, turismul rural este “o formă a turismului care include orice activitate turistică organizată și condusă în spațiul rural de către populația locală, valorificând resursele turistice locale (naturale, cultural-istorice, umane) precum și dotările, structurile turistice,

inclusiv pensiunile și fermele agroturistice”. Această definiție, deși nu le explicitează, are la bază o serie de trăsături specifice ce caracterizează activitățile de turism rural. Dintre acestea enumerăm:

- *localizarea în zonele rurale (existența în localități rurale);*
- *construirea produsului turistic în mod funcțional, bazat pe caracteristicile lumii rurale (spațiu deschis, contact cu natura, tradiție, organizare și practici tradiționale);*
- *ruralitatea ca scală (din punct de vedere al clădirilor și amenajărilor – de obicei la scară mică – conservându-se infrastructura rurală);*
- *caracterul tradițional (creștere domoală și organică în legătură cu familiile locale – avându-se în vedere păstrarea funcționalității rurale și conservarea modului de viață rural);*
- *diversitatea formelor de prezentare, funcție de: mediile rurale și economice; istoric și așezare (păstrându-se identitatea culturală specifică).*

Una dintre cerințele practicării durabile a turismului rural constă în aceste condiții în prezervarea elementelor esențiale ale ruralului. În aceste condiții definirea **turismului rural** ia în calcul și o serie de elemente precum dimensiunile:

- **psihologică** (bazată pe trebuința umană de a se bucura de odihnă și recreere);
- **socială** (generată de contactul cu lumea rurală);
- **geografică** (legată de configurația reliefului, ce favorizează ori limitează dezvoltarea activităților de turism);
- **urbanistică** (modul de organizare spațială, mărimea așezărilor, nivelul dotărilor și cel al infrastructurii). (Stoian Maria, 2001)

Trebuie să admitem că între o zonă rurală și alta sunt diferențe, mai mult funcție de mediul natural, de dezvoltarea socio-economică existentă constatăm variații de la o regiune la alta, iar mult mai vizibil de la o țară la alta, respectiv de la un continent la altul. Totuși adevăratele zone rurale sunt caracterizate, în general, de: *densități reduse ale populației, număr variabil de gospodării* (de obicei răsfrirate - cu distanțe mari între ele), *importante suprafețe agricole ori forestiere*. Această diversitate de resurse, diferit asortimentată, a condus la forme de exprimare diferită a activităților de turism rural și respectiv a produselor turistice oferite pieței. Astfel o parte dintre activitățile de turism rural sunt regăsite sub titulatura de: *agroturism, turism verde sau ecoturism* (se face referire la activitățile ecoturistice care sunt derulate în mediul/spațiu rural).

Dacă despre ecoturism s-au clarificat termenii în capitolele precedente, este necesar să explicităm acum termenii de *agroturism* și *turism verde*.

Agroturismul, este un concept relativ de dată recentă, care face referire la diferitele forme de turism aflate în legătură directă cu activitățile agricole și/sau cu construcțiile având destinații, rol, funcțiuni în domeniul agriculturii. Această formă specifică de

turism rural este bazată pe asigurarea-în cadrul gospodăriei țărănești, a serviciilor de cazare, masă, agrement și altele complementare acestora. (Stănciulescu Gabriela, 2002) Această formă de turism rural este practică de micii proprietari din zonele rurale, de obicei ca activitate secundară; activitatea desfășurată în gospodăria/ferma proprie rămânând principala ocupație și sursă de venit.

Este bine să precizăm, că în două dintre țările europene cu vechi stagii de activitate pe tărâmul turismului rural – este vorba de Franța și Anglia – se încearcă a se realiza o distincție între “*agroturism*” și “*turismul la fermă*” pentru a evidenția simplu și din capul locului utilizarea caselor țărănești drept locuri de cazare pentru turiști. (Nistoreanu Puiu, 2003) Închirierea gospodăriilor drept case de oaspeți, case de sănătate, cabane de vânatoare etc. este considerat a nu fi agroturism, datorită pierderii unei părți din încărcătura/funcția agricolă, ele ne fiind ocupate de țărani reali/activi. Trebuie precizat că în majoritatea cazurilor amfitrionii/gazdele pun la dispoziția turiștilor spațiu locuibil excedentar, cel dezafectat și amenajat ori construit special pentru astfel de activități.

În ciuda acestor considerații este evident că ambele forme fac parte din sfera turismului rural. Practicarea adiacentă de către țărani a turismului conduce la realizarea unei dezvoltări superioare a zonelor sătești, atât prin aportul adus de încasările din cazare cât mai ales prin valorificarea unor altor produse agricole locale, prin includerea lor în consumul turistic. Este bine de precizat că o parte dintre veniturile realizate în activitățile de agroturism sunt utilizate pentru investiții și modernizare, în acest fel activitatea turistică contribuind nemijlocit la dezvoltarea și susținerea gospodăriei țărănești și a zonei înșși.

Termenul de *turism verde*, a început a fi utilizat pe teritoriul CE. Necesitatea introducerii acestui termen a constat inițial în dorința de a desemna, într-o formă unanim acceptată, activitățile ce se aflau în afara zonelor dedicate: *sporturilor de iarnă* (turismul alb), *vacanțelor la mare* (turismul albastru), *turismului urban* (turismul luminilor). Culoarea verde a fost aleasă tocmai pentru că se afla în sincronie cu zona rurală. Turismul verde era definit drept o activitate turistică practică în zonele de provincie, dar și în zonele slab populate, în zonele de coastă mai puțin implicate în activități de turism, ca și în unele zone montane ce nu aveau o destinație specială privind practicarea sporturilor de iarnă.

În momentul de față se apreciază că *turism verde* este cantonat în comunitățile rurale care se găsesc în spațiul sau în apropierea unor parcuri naționale, parcuri naturale, rezervații ale biosferei, rezervații naturale. (Stoian Maria, 2001) Apreciindu-se că activitatea turistică este de preferat creșterii animalelor, exploatărilor miniere sau a rocilor de construcție, silviculturii, ori cultivării plantelor agricole, activități ce pot aduce prejudicii importante

spațiilor naturale cu valoare deosebită, ce trebuie să se prezerve și conserve.

Se impune o ultimă precizare: turiștii doresc a se integra în mediul ambiant, natural și uman, prin implicarea directă în activitățile din zonele rezidente. Iubitorii **turismului verde** sunt cei care apreciază în mod deosebit produsele ecoturistice.

2. TURISTUL EUROPEAN ÎN MEDIUL RURAL

“*Turismul verde*” a sedus în special europenii, în mod deosebit locuitorii marilor aglomerări urbane, dar nu numai. Pentru aceasta tot mai mulți dintre “*actorii*” lumii turismului încearcă o dezvoltare cât mai orchestrată a echipamentelor și zonelor turistice cu mediul natural și socio-cultural al ariilor de recepție. (Stănciulescu Gabriela, 2002)

Atât prestatorii cât și turiștii încearcă o armonizare a interesului pentru o vacanță excelentă cu dorința de a îmbunătăți impactul acesteia – din punct de vedere social, cultural și al protejării, respectiv atenuării efectului de degradare – asupra mediului înconjurător.

Aceste preocupări fac ca din ce în ce mai mulți turiști - an de an mai numeroși – să descopere vraja, romantismul, libertatea și facilitatea practicării turismului în spațiul rural. În general acești turiști doresc condiții de cazare și viață tipic rurale, un grad de confort decent, preparate culinare tradiționale și specifice regiunii în care se află, așteptând o diversificare în timp a ofertei.

Fără a absolutiza, vom remarca faptul că în mare parte europenii sunt mai ales adepții vacanțelor sedentare; aceasta s-ar putea traduce prin dorința de a găsi la destinația vacanțelor un răspuns al aspirațiilor. Astfel, pentru un turist sedentar, produsul turistic este constituit din ansamblul de elemente care-i permit să petreacă o “*vacanță bună*”.

Spre exemplu:

- dacă se află **la mare**, produsul turistic va fi constituit din însăși **marea**, dar și din toate celelalte activități presupuse de aceasta: *plajă, animație, comerțanți, spații de cazare, restaurante, informații turistice, servicii diverse* (poștă, bancă, farmacie, doctor ș.a.);

- dacă se află **la munte**, produsul turistic va fi constituit din însăși **muntele** (Țigu Gabriela, 2001, pag. 267-268), dar și din toate celelalte activități presupuse de aceasta: *domeniul schiabil, instalațiile de transport pe cablu, agrementul “apres-ski” ori estival și animația, comerțanți, spații de cazare, restaurante, informații turistice, servicii diverse* (poștă, bancă, farmacie, doctor, salvamont etc.);

- dacă se va afla **la țară**, el așteaptă să găsească aici *un ansamblu de prestații sau de posibilități comparabile cu acelea pe care le-a visat dar mai puțin pretențioase decât cele din stațiunile de pe litoral ori montane.*

O parte dintre prestatorii de servicii turistice consideră – **în mod eronat** – că de o deosebită importanță sunt pentru turist doar serviciile de bază (cazarea și masa). Eroarea constă în faptul că orice vacanță presupune: călătoria, serviciile de cazare și serviciile de alimentație publică; dar acestea există și la domiciliul turistului vacanța trebuie însoțită, în afara condițiilor de existență, de servicii suplimentare și de ceea ce se numește “**ofertă specială sau personalizată**”.

Tipuri de produse turistice rurale utilizate de turistul european

După maniera în care ele sunt constituite distingem următoarele tipuri de produse turistice prioritar solicitate de către turistul european:

a) **produsele turistice alcătuite de turistul însuși** plecând de la elementele constitutive ale vacanței în care el se înscrie. Este cazul - spre exemplu - al campingurilor de la țărmul mării: începând cu cazarea sa, activitățile practicate pe plajă, plimbările în localitate sau excursiile programate în împrejurimi;

b) **produsele turistice dinainte aranjate de către mediul de primire**. Este cazul fermelor care propun găzduire asortată cu posibilitatea practicării pescuitului, echitației sau activităților “*de la fermă*”, precizându-se ansamblul posibilităților oferite turistului în împrejurimi;

c) **produsele turistice alcătuite de un profesionist în turism pentru clientela sa**, pornind de la elemente răspândite sau dispartate. Este cazul sejururilor organizate;

d) **produsele turistice “totul inclus”**, răspândite sub numele de “**produse forgotate**”.

Alcătuite astfel încât încearcă acordarea unui produs complet clientului care să-i satisfacă așteptările și care încearcă echilibrarea componentelor în cadrul unui **just raport preț/calitate**. Constatăm astfel că europenii sunt atrași de bogățiile naturale și sunt sensibili la “*un cost al vieții mai puțin ridicat*”.

3. FORMELE DE CAZARE (GĂZDUIRE)

Cazarea în spațiul rural este, în majoritatea cazurilor, satisfăcută de mici unități în gestiune hotelieră. Una din asociațiile turismului rural din Franța - numim aici “**Gîtes de France**”- propunea clienților săi în anul 1994, 50 000 de adrese, la țară, munte și mare, iar în 1999: alte 5 000 noi adrese peste cele deja existente (Nouveaux gîtes ruraux 1999, Edite par Gîtes de France Services, Liguge, Poitiers, 1998), iar în 2006, 55 000 de posibilități de petrecere a vacanței (<http://www.gites-de-france.fr/fr/index.htm>). Spațiile de cazare – tradiționale sau moderne (păstrând însă elemente ale arhitecturii specifice ruralului și în mare parte zonei în care sunt amplasate) prezentau clasificare de la 1 la 5 spice și erau de următoarele tipuri:

- **Gîte rural:** amenajări respectând stilul local, fiind o casă sau o locuință independentă situată la țară, mare sau munte. Se poate rămâne un week-end, una sau mai multe săptămâni, în toate sezoanele. La sosire, proprietarii rezervă o primire personalizată.

- **Chambre et table d’hotels** (camere de hotel sau “*bed & breakfast*” -**BB**): este o altă modalitate de a descoperi miile de fețe ale Franței. Turistii sunt primiți “*ca prieten*” la particulari care deschid casele lor pentru una sau mai multe nopți, cu ocazia unei deplasări sau a unui sejur. Reprezintă o modalitate de a redescoperi conviețuirea în spațiul rural, traiul bun și bucătăriile regionale.

- **Gîte d’enfants et Gîte pour adolescents** (cuiburi /culcușuri pentru copii): în timpul vacanțelor școlare, copii sunt primiți de familii agreeate de “Gîtes de France” și supravegheați de o persoană competentă. Ei împart împreună cu alți copii (maxim 11) viața la țară și profită de odihnă în aer curat.

- **Camping et l’aire naturelle** (camping la fermă): situat în general în apropierea unei ferme, terenul unde poate fi instalat/ă cortul sau rulota este amenajat pentru a primi între 6 și 25 de instalații, dispune de instalații sanitare complete; turiștii petrec aici un sejur profitând de liniște și natură.

- **Gîte d’etape și Gîte de sejour:** este destinat primirii de călători (pedestri, călare, cicliști etc.) care doresc să facă o mică oprire înainte de a continua itinerarul propus; este situat în imediata apropiere a traseelor de călătorie, permițând găzduirea de familii sau de grupuri, pentru sejururi sau week-end-uri în mijlocul naturii.

- **Gîte de group** - adăposturi rurale de mare capacitate, sunt prevăzute pentru a primi familii sau grupuri (în jur de 20 persoane) cu ocazia sejurului sau a unui week-end.

- **Chalets-loisirs** (popasuri pe îndelete / popasuri de recreere - odihnă), situate într-un spațiu natural (“*în inima naturii*”) în grupuri de 3 până la 25, prezintă amenajări pentru maxim 6 persoane. Sunt propuse aici activități diverse : pescuit, ciclism, tir cu arcul etc. (“Gîtes de France, Campagne, Mer, Montagne”, Maison des Gîtes de France, Paris, 1999)

După cum s-a observat se poate discuta deja de o “*hotelărie rurală*” fără a folosi vorbe mari. Situate majoritatea în comune cu mai puțin de 5000 de locuitori, ele beneficiază de un standard de 1 sau 2 stele și sunt răspândite în întreaga Europă:

Franța - “*Logis et ocuberages de France*”, dispune de aproape 80 000 camere;

Irlanda - “*Village luns Hotels*”, peste 200 camere.

În deceniul opt al secolului trecut au fost realizate în mediul rural dotări de lux, aspect ce nu trebuie neglijat. Dintre acestea amintim dotările “*Paradores*” în Spania, “*Relais et Chateaux*” în Franța, “*Health Farms*” în Anglia.

4. ALTE FORME DE TURISM RURAL EUROPEAN

După cum s-a putut constata - din cele prezentate, oferta turistică este foarte variată și se adresează unor segmente de piață diverse. Pe de altă parte se poate vorbi, în paralel cu activitatea turistică rurală, de o preocupare generală pentru activități de salvare a patrimoniului arhitectural rural materializată nu numai în Italia (Toscana), Luxemburg (Grand Duché) ci și în Franța ori Portugalia.

Formele de *turism rural* practicate în țări cum ar fi Belgia, Danemarca, Portugalia, Italia, Franța și chiar Germania prezintă în general aceleași forme de cazare. Astfel o inventariere realizată la nivelul CEE în anul 1987, prezenta 15000 de dotări pentru **cazare în locuințe** ale agricultorilor în Franța, iar la nivelul întregii Comunități peste 30000 de așezăminte. În ceea ce privește **camerile de hotel**, numai în Germania acestea se găseau în număr de peste 75000, cifre importante deținând: Anglia, Portugalia, Irlanda, Luxemburg, Grecia, Spania și Belgia. Mai puțin reprezentate sunt formele de **camping la fermă**. În timp ce în Olanda, Franța și Germania este conturată precis aceasta formă de cazare în gospodăriile agricultorilor, în Irlanda nu există, iar în celelalte țări este puțin prezentă. Totuși fermele specializate sunt tot mai prezente în cadrul ofertei turistice rurale. În Germania, Franța, Italia, Olanda numeroase ferme propun forme de găzduire specializate. Întâlnim astfel ferme:

- specializate în primirea *handicapaților*;
- specializate în primirea *copiilor*;
- specializate în primirea *grupurilor*;
- specializate în primirea *claselor speciale de științe naturale (botanică, zoologie, biologie, ș.a)*;
- pentru *pescari*;
- *hipice (ecvestre)*.

În prezentarea făcută am enumerat doar formele deja consacrate ale turismului rural european. Apreciind că din punct de vedere a consacării și a continuității activității practicate ne aflăm în fața unui sector deosebit de dinamic și receptiv credem că viitorul ne rezervă surprize deosebit de plăcute.

5. CONSTATĂRI ASUPRA TURISMULUI RURAL EUROPEAN

În ultima vreme se remarcă o tendință tot mai accentuată de armonizare și centralizare a domeniului în analiză. La nivel național și european au apărut și se nasc încă (cazul țărilor din centrul și Estul Europei) asociații și federații diverse ale oamenilor implicați în turismul rural. Obiectivul urmărit se pare a fi nu o uniformizare ci dorința de a realiza și consfinți criteriile unei standardizări. Din cele prezentate s-a conturat tendința generală de clasificare a spațiilor de primire în: *hoteluri rurale; campinguri rurale; dotări*

mobilete rurale; camere de hotel rurale; primire la fermă. (Grolleau Henri, 1987)

Această tendință de specializare prezintă avantajul de a realiza publicații (pliante, cataloage, CD – uri, pagini web etc.) care să armonizeze criteriile de clasificare – funcție de trebuințele turiștilor - și să orienteze, pe baza tipologiei comune, clientela spre destinațiile rurale. Pentru că așa cum glăsuiește un proverb francez "**important nu este să cunoști tot ceea ce există, ci mai curând să știi tot ce există**". În fond ceea ce se dorește este realizarea unei cât mai eficiente comunicări între prestatorii și beneficiarii serviciilor turistice din mediul rural.

6. TURISMUL RURAL POATE FI PRACTICAT DOAR ÎN REGIUNILE CU UN BOGAT PATRIMONIU?

Răspunsul acestei întrebări este nu, și aceasta pentru că numeroase regiuni în special din Franța și Germania, fără resurse speciale sau deosebite au dezvoltat și practicat cu succes acest gen de turism. Dar trebuie reținut - din aceeași experiență - că acolo unde nu există resurse extraordinare se regăsesc - pentru a echilibra, forma și dinamiza activitatea - dorința colectivă generală antrenată de un lider, imaginația, un proiect clar și participanți care doresc să muncească împreună pentru realizarea unui astfel de produs.

O anchetă realizată de AIMVER (Association d'Ingeneurs pour la Mise en Valeur de l'Espace Rural), în anul 1988 în Franța, a scos în evidență, în ciuda situațiilor foarte diferite, existența a minimum 5 constante care condiționează dezvoltarea turistică, care au fost formulate sub forma a 5 reguli universale de dezvoltare:

a) **aplicarea unei strategii de întreprinzător**, care presupune de la început constituirea unei echipe de aleși locali și funcționari, trecând peste bariere politice și administrative;

b) **organizarea și formarea metodică și tehnică în materie de turism a specialiștilor și lucrătorilor** prin: studii universitare, Camera de Comerț, asociații de profil. Efectuarea frecventă de călătorii, schimburi de experiență pentru sensibilizarea elevilor asupra așteptărilor clienților;

c) **căutarea și obținerea de ajutoare materiale, financiare și dispuse pentru această acțiune**, depunerea tuturor garanțiilor care corespund definiției "*țărilor de primire turistică*", mai ales în ceea ce conține coerența programului global: dezvoltarea capacităților de primire hoteliere cu dotările de comerț, servicii, de locuit pentru personalul deservant, de transporturi locale;

d) **construirea unei agenții în jurul unui lider (conducător) cu experiență** care să se poată impune și să impună demersuri de marketing care să se reverse asupra produselor turistice în acord cu așteptările clientelei vizate;

e) în sfârșit, este necesar *să se acorde timp și încredere responsabililor acestei dezvoltări (acțiuni)*, la adăpostul fluctuațiilor politice locale, căci abia la capătul a 10-15 ani se poate aprecia succesul acțiunii întreprinse. ("Tourisme en espace rural", Centre National de Ressources du Tourisme en Espace Rural, ENITA, Clermond-Ferrand, 1993)

Ținând cont de cele prezentate mai sus și particularizând la condițiile și posibilitățile dezvoltării acestei activități în țara noastră, putem afirma că este necesară o acțiune concertată și de lungă durată a tuturor: întreprinzătorilor, a Autorității Naționale pentru Turism, Asociației Naționale de Turism Rural Ecologic și Cultural, a băncilor și nu în ultimul rând a partidelor politice și statului, pentru realizarea cadrului legal adecvat. Toate acțiunile propuse trebuie să ocrotească și să sprijine relansarea acestei activități. Încercări timide au fost realizate, dar considerăm că este nevoie de mai mult și în acest sens vom încerca în continuare să schițăm câteva din cerințele unei baze temeinice pentru turismul rural românesc.

Activități de turism rural care au "vântul din pupa"

Cu toată fuga de lumea civilizată, cu toată dorința de izolare și de reîntoarcere la natură, omul modern dorește în "*vacanțele sale verzi*" din mijlocul spațiului rural o serie de activități la care visează, gândește - sau pe care chiar le practică în marile aglomerări urbane (ce-i drept rar sau întâmplător, din cauza lipsei de " *timp liber*" - poate!?) - atunci când are răgazul ca gându-i să hoinărească...hoinărească.

Golful. Întreaga lume a fost cuprinsă în anii '80 de un entuziasm neîțarmurit legat de practicarea acestui sport. Numai în Franța terenurile pentru practicarea acestei discipline au crescut de la 140 (în anul 1980) la peste 200 (în 1988) pentru a ajunge la 425 (în 1992). Numărul practicanților legitimați a crescut - în această țară - de la 40000 la peste 190000. Și nu lipsit de importanță este faptul că sportul este unul verde, un sport al spațiului rural și în plus din ce în ce mai mediatizat și mai apreciat. Trebuie ținut cont totuși că deși contribuie la dezvoltarea turismului rural, golful suferă de câțiva timp de o proastă reputație: probleme funciare, consum excesiv de apă, utilizarea intensivă a îngrășămintelor, echipamentele sportive care sunt adesea acuzate a fi pretextul unor operațiuni imobiliare. Tocmai din acest punct de vedere considerăm că această activitate ar putea da un plus de atractivitate "*vacanțelor la țară*", dacă ar intra în atenția întreprinzătorilor români dornici de a-și desfășura activitatea în turismul rural (până în prezent în România există doar terenurile din București și Breaza).

Echitația turistică. În general calul are o imagine bună în public. Dintre sporturile care atrag în mod deosebit și care sunt deosebit de apreciate echitația se află la loc de frunte urmând îndeaproape tenisul, fotbalul, natația sau baschetul. Organizarea și distribuirea acestui produs ridică probleme, dar trebuie

remarcat în același timp că el este tot mai solicitat. Ca urmare în Franța, țară cu tradiții deosebite în cadrul turismului rural specializat, un grup de lucru - inițiat de TER (Turism în Spațiu Rural) și grupând profesioniști ai turismului - au avut ca sarcină, în pregătirea sezonului 1993/1994, promovarea și comercializarea acestui produs. ("Tourisme, Marketing et Communication", CNRTER, ENITA, Clermont - Ferrand, 1992)

Călătoriile pedestre (drumețiile). Drumețiile se bucură de tot mai multă solicitare atât în rândul tineretului cât și a celorlalte categorii de vârstă. Principalele motivații sunt: dorința de a admira peisaje deosebite - continuată în puține rânduri cu pasiuni precum: film, fotografia, pictura, poezia sau literatura - fuga de poluarea sonoră și a mediului vital, dorința de mișcare, recreere, libertate și independență. În momentul actual piața acestui produs este confruntată cu următoarele tendințe:

- o relativă stagnare a clientelei pentru marile drumeții pedestre;
- un progres al clientelei "*plimbăreților de ziua*" sau de o jumătate de zi, clientela obișnuită care nu caută exploatarea sportivă;
- căutarea, tot mai accentuată, în special de către organizatori specializați, de drumeții "*fără sac*" și de locuri de cazare confortabile. ("Tourisme, Marketing et Communication", CNRTER, ENITA, Clermont - Ferrand, 1992)

Dezvoltarea acestui produs se realizează din ce în ce mai frecvent prin intermediul structurilor specializate ale operatorilor sau touoperatorilor. A se vedea exemplul unor astfel de firme din: Franța, Anglia sau Germania, Austria.

Drumețiile pe bicicletă. Sunt tot mai gustate în Germania, Italia și Franța. În plus pe piața acestor țări au apărut în ultimul deceniu al secolului XX diverse tipuri de biciclete de drumeție, care însumează aproximativ 50% din vânzările anuale de biciclete. În concordanță cu manifestările acestei noi pasiuni, încă din 1986 în Franța - Le Parc du pilat - a fost amenajat un parc pentru cei peste 200 000 de adepți ai acestei noi forme de drumeție.

Federația Parcurilor Naturale din Franța - realizând importanța acestei activități turistice și economice de anvergură - a pus în mișcare imaginația și dinamismul specialiștilor săi, reuniți cu specialiștii din domeniul turismului. Au rezultat astfel proiecte de dezvoltare pentru astfel de activități. În prezent se realizează scurte sejururi, în cadrul cărora se pot închiria biciclete (parcurile dispun de 150 - 500 biciclete) pentru itinerariile propuse, marcate, semnalizate, balizate. Sunt organizate cu regularitate probe sportive promoționale, în cadrul club-house-urilor special amenajate. (Initatives rurales, no. 10, april 1991)

Mai nou această formulă de vacanță este practică și în țara noastră, promotorul acestora fiind Asociația de Turism Montan Prahova (1996). Prin intermediul acesteia iubitorii acestui gen de vacanță

pot închiria echipament velo la Cornu, Azuga și Valea Teleajenului. Posibil să mai existe și alte preocupări de acest gen pe care noi nu le cunoaștem. În mod evident însă preocupări de acest gen au existat în turismul românesc – internațional cei drept; acest tip de produs turistic fiind agreat în mod special de turiștii englezi, francezi, germani – și suntem convinși că, și orchestrat cu tendința de utilizare a unor mijloace de transport ecologic, această modalitate de petrecere a vacanțelor itinerante va face “istorie” și în turismul rural românesc.

Drumeții fluviale. Mult apreciată și îndeosebi practică în Franța (care dispune de o rețea de 8500 km căi navigabile - cea mai importantă din Europa), această nouă formă de turism presupune o infrastructură foarte variată: *porturi de plăcere, ecluze, halte (opriri) nautice, lucrări de artă, baze de închiriat ambarcațiuni navale diverse*. (Cahiers d'espaces no. 26/1992 - Le Tourisme Fluvial) Atracția deosebită este justificată și de un raport bun preț/calitate (prețurile sunt competitive) ca și de diversificarea prestațiilor propuse (sejur fluvial, croazieră - dejun, croazieră - week-end, seminarii fluviale etc.). O însemnată importanță au jucat eforturile promoționale și cele de comercializare, ca și dezvoltarea concertată a infrastructurii nautice. Interferența fluviu-uscă este importantă și, drept urmare, în montajul produsului trebuie ținut cont de motivațiile călătorilor. Deosebit de gustate în acest sens sunt: trecerea prin ecluze, efectuarea de provizii în târgurile de pe căile de apă, plimbările pedestre sau cu bicicleta pentru a vizita micile localități sau a admira priveliștea ori diversele monumente.

În ceea ce ne privește, în România acest turism este practicat doar în anumite porțiuni ale Dunării și mai cu seamă în Delta Dunării. Oricum semnalele sunt timide deși perspective există. Revenind la Franța, s-a constatat că turiștii provin din țările vecine: Germania, Elveția, Anglia. Majoritatea se deplasează cu mașina (80%), iar durata sejurului lor variază de la 2 - 4 zile (25%), la o săptămână (50%), ajungând chiar și până la două săptămâni (25%). (“La peche en France: Enquete Nationale”, Conseil Supérieur de la Peche, Paris, 1992, no. 6841)

Pescuitul. Pentru o mare parte a celor care iubesc natura, pescuitul în apă dulce rămâne o posibilitate de a petrece clipele de răgaz din timpul vacanțelor sau la sfârșit de săptămână fie în apropierea domiciliului sau chiar mai departe. Mergând mai departe pe exemplul turismului francez trebuie să arătăm că se consideră insuficient dezvoltată aceasta formă de turism în Franța. Cea mai cunoscută este cea numită “*Relais Saint Pierre*”. Pentru extinderea acestei forme de turism rural au fost create politici colective de dezvoltare (la nivel departamental, local și regional). Au fost incluse în cadrul acestor acțiuni: *federațiile și asociațiile pescarilor, administrația, prestatorii din hotelărie și bazele de cazare*. La începutul anilor '90, ai secolului XX, două din marile federații ale prestatorilor au editat o broșură “*Gîtes et*

Lagis de Peche” iar în 1992, Ministerul Turismului din Franța a editat “*Destination Peche*” în 57 000 de exemplare dintre care 5000 în limba engleză (“*La Gazette Officielle du Tourisme*”, Tourisme Fluvial, no. 1162 / 03.05.1993). **Gîtes de France** are un catalog național anual destinat pescuitului care se numește “**Gîtes et logis de peche**”, ce reunește oferta sa de cazare din zonele în care poate fi practicat cu succes pescuitul.

În ceea ce privește mișcările pieței, trebuie remarcat interesul turiștilor pentru acest produs, ca și atracția în acest domeniu pentru țări ca: Danemarca și Olanda (“*Peche en riviere, peche en mer*”, CRT Normandie Evreux, 1992, no. 6652).

Activități cu succes, aproape garantat, s-ar putea realiza și în țara noastră printr-o colaborare a asociației vânătorilor și pescarilor sportivi cu asociațiile turistice de Rezervația Biosferei Delta Dunării, cu cele aflate în zone cu luciuri de ape (lacuri și iazuri) sau în apropierea cursurilor de apă curgătoare.

Ce nu trebuie să uite gazdele?

Localitățile gazde, micile regiuni turistice ce se organizează pentru a crea și dezvolta o economie locală de turism trebuie să facă eforturi susținute pentru ameliorarea calității, promovarea unei imagini deosebite, ameliorarea comercializării. O anchetă realizată în Franța, a scos la iveală următoarele:

- *3/4 din cei ce apreciază turismul rural sunt practicantii în familie;*
- *cei mai plimbăreți sunt englezii, olandezii, germanii și belgienii;*
- *într-un clasament al activităților preferate în vacanțele rurale prima poziție este deținută de vizitarea localităților și monumentelor (23%), drumețiile pedestre (16%), băile și apoi sejururile;*
- *iubitorii de vacanțe rurale reclamă cu hotărâre măsuri pentru: mai multe informații asupra regiunii vizitate, o mai bună semnalizare a locurilor de popas și a obiectivelor de interes turistic, iar în cazul vacanțelor de peste patru zile mai multă preocupare pentru animație.*

Într-o enumerare la întâmplare a sugestiilor de îmbunătățire s-au regăsit următoarele: *primirea, animația locală, activitățile culturale, echipamentele sportive puse la dispoziție, informații turistice diverse, circuitele de descoperire, semnalizarea, serviciile de alimentație publică, comerțul local, curățenia.*

În ceea ce privește destinația viitoare a vacanțelor rurale, aproape 68% își doreau vacanțe în străinătate. (Nouveaux gîtes ruraux 1999, Edite par Gîtes de France Services, Liguge, Poitiers, 1998) Erau căutate destinații noi, exotice sau pitorești, care să aducă prospețime și să înlăture monotonia. Nu trebuie uitat însă faptul că, în general, în vacanțe citadinul dorește să facă altceva decât ceea ce trăiește zi de zi. El/ea (orășanul / orășanca) își dorește *noi cunoștințe, experimente, dezvoltarea unor noi aptitudini,*

deprinderea de noi abilități și chiar acumularea de noi informații.

BIBLIOGRAFIE:

1. Grolleau Henri, (1987) - *Le tourisme rural dans les 12 etats membres de la C.E.E*, Direction Generale des transports (Tourisme), TER.
2. Lane Bernard, director al University of Brristol (1994) - *Rural Tourism Development Project* și autorul lucrării "What is rural tourism"
3. Nistoreanu Puiu, (2003) – *Ecoturism și turism rural*, Editura ASE, București
4. Stănciulescu Gabriela (coord.), (2002) – *Lexicon de termeni turistici*, Editura Oscar Print, București,
5. Stoian Maria, (2001) – *Managementul pensiunilor* în Manual de formare managerială în turism, vol.2, Editura Psihomedica, Sibiu
6. Țigu Gabriela, (2001) – *Turismul montan*, Editura Uranus, București, pag.267-268
7. *** - *Nouveaux gîtes ruraux 1999*, Edite par Gîtes de France Services, Liguge, Poitiers, 1998
8. *** - "Gîtes de France, Campagne, Mer, Montagne", Maison des Gîtes de France, Paris, 1999
9. *** - "Tourisme en espace rural", Centre National de Ressources du Tourisme en Espace Rural, ENITA, Clermond-Ferrand, 1993.
10. ***- "Tourisme, Marketing et Communication", CNRTER, ENITA, Clermont - Ferrand, 1992.
11. *** - *Inititives rurales*, no. 10, avril 1991.
12. *** - *Cahiers d'espaces* no. 26/1992 - *Le Tourisme Fluvial*
13. *** - "La Gazette Officiele du Tourisme", *Tourisme Fluvial*, no. 1162 / 03.05.1993.
14. ***- "La peche en France: Enquete Nationale", Conseil Superieur de la Peche, Paris, 1992, no. 6841.
15. *** - "Peche en riviere, peche en mer", CRT Normandie Evreux, 1992, no. 6652.
16. <http://www.gites-de-france.fr/fr/index.htm>