CZU: 338.486:061.5(478):339.732.2 **DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7598708**

ROLUL ACTIVITĂȚII ANTRIM ÎN CONTEXTUL PROIECTĂRII ECHIPELOR DE COLABORARE INTERNAȚIONALĂ ÎN DOMENIUL TURISMULUI

ȚURCANU Natalia
Director executiv al Asociației Naționale pentru Turism Intern și Receptor din Republica Moldova

HĂMURARU Maria, *Dr., Conferențiar universitar*
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract

THE ROLE OF ANTRIM ACTIVITY IN THE CONTEXT OF DESIGNING INTERNATIONAL COLLABORATION TEAMS IN TOURISM

Tourism is a distinct field of activity that is becoming more and more apparent nowadays, with an increasingly active presence in economic and social life, and with a rhythmic evolution. It is generating profound changes in the social and economic dynamics of countries, as well as a series of important interdependencies of tourism collaboration between them. The objectives of the research are to investigate the notion of international collaboration and to identify the types of existing partnerships in the specialized literature. Research of international collaborations consist in their impact on the development and visibility of the Republic of Moldova, as well as the participation of the Republic of Moldova as a partner team from the perspective of partnerships implemented by the National Association for Inbound and Domestic Tourism of Moldova, in particular the cross-border project HERIPRENEURSHIP. Furthermore, the development of a complex analysis on the involvement of young generations in the design of international collaboration teams, followed by the creation of a plan of strategies to attract and involve young tourism specialists are important in identifying effective marketing tools to successfully promote international projects.

Key words: *collaboration, cross-border project, international visibility, promotion, deliverables, social media.*
JEL: *Q10, Z30, Z32.*

Introducere

Pe măsură ce turismul devine din ce în ce mai mult un sector construit cu succes pe cooperare și parteneriate, colaborarea internațională este vitală și as spune chiar primordială în dezvoltarea acestuia. Colaborarea și parteneriatele sunt utilizate din ce în ce mai mult în sectorul turismului pentru a obține rezultate multilaterale, atât de afaceri cât și comunitare. Tradițional, sectorul turistic fiind considerat nișă fragmentată, acesta totuși poate susține și forma noi parteneriate de colaborare durabile. [11, p. 1] Pentru a face față cerințelor de colaborare internaționale și crearea a parteneriatelor, sectorul turistic a început să aventurează dincolo de propriile limite și granițe obișnuite. Împărtășirea experienței parteneriatului internațional este importantă pentru dezvoltarea în continuare a sectorului, țărilor și comunităților care își doresc și tind spre consolidarea unui sector turistic vibrant și dinamic.

Zonele cu potențial turistic major sau în curs de dezvoltare, în care resursele turistice naturale și culturale au o valoare importantă pentru limitele internaționale, acestea pot fi valorificate și susținute mai bine prin intermediul colaborărilor și parteneriatelor transfrontaliere. În timp ce literatura generală de cooperare și colaborare este vastă, concentrându-se pe multe forme de parteneriate, [3, p. 60] a identificat patru tipuri care sunt cele mai esențiale în contextul ramurii turistice (Figura 1.).

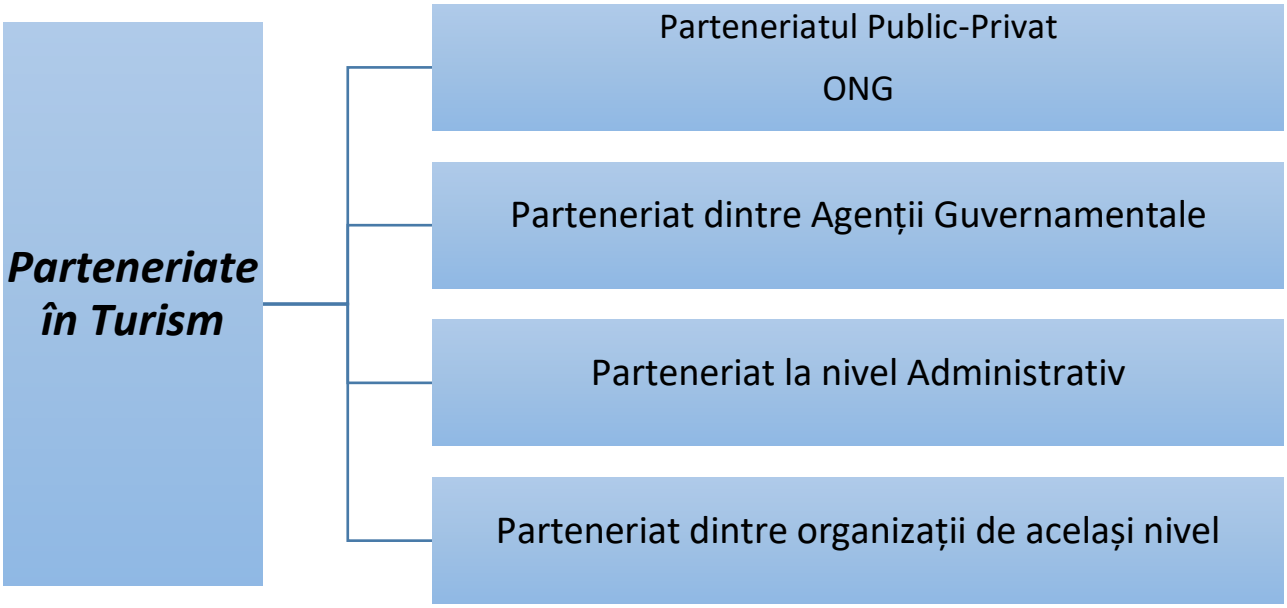


Figura 1. Tipuri de Parteneriate în Turism
Sursa: (Tourism Collaboration and Partnerships Politics, Practice and Sustainability)

Turismul se manifestă astăzi ca un domeniu distinct de activitate, cu o prezență tot mai activă în viața economică și socială, cu o evoluție în ritmuri dintre cele mai înalte [17, p. 20]. El este generator al unor transformări profunde în dinamica socială, precum și a unor serii importante de interdependențe.

Rezultate și discuții

Un rol esențial în activitatea turistică le revine asociațiilor profesionale din domeniul turismului [12, p. 59]. Asociațiile și organizațiile de călătorie sunt create pentru a facilita dezvoltarea turismului, a schimbului și a contactelor între întreprinderile din industria turismului, dezvoltarea comună a politicilor turistice și a lobby-ului activ al intereselor, cercetării de marketing și promovarea produsului turistic [12, p.75]. Acestea pot fi utilizate pentru a construi unele elemente ale sistemului informațional de marketing și promovare a turismului local.

Asociația Obștească Asociaţia Naţională pentru Turism Receptor și Intern din Moldova (ANTRIM) a fost înființată la data de 16 ianuarie 2014, la inițiativa proiectului USAID CEED II și a sectorului privat. Entitățile fondatoare sunt cei mai mari operatori de turism receptor, hoteluri, pensiuni rurale și vinării: Solei-Turism, Amadeus Travel, Tatra-Bis, Volare Tur, Brănești, Pensiunea Butuceni, Explore Moldova şi Vila Verde, unde este și amplasată adresa juridică a asociației [19, p. 12].

Ideea creării Asociației a apărut ca urmare a necesității de a susține operatorii de turism receptor și intern în promovarea imaginii Moldovei ca destinaţie turistică, în dezvoltarea profilului şi imaginii sectorului serviciilor turistice din Republica Moldova atât pe piaţa internă cât şi pe cea internațională.

Activitatea ANTRIM nu se limitează doar la activitățile expuse anterior, dar se orientează și pe sporirea nivelului de cooperare şi colaborare între membrii comunităţii de business în domeniul prestării serviciilor turistice. În vederea îmbunătăţirii mediului de afaceri, al cadrului legislativ şi a perspectivelor generale ale sectorului, ANTRIM își direcționează activitatea și spre colaborarea cu autorităţile publice, în special cu Agenția de Investiții, dar și cu alte asociații ce au tangență cu industria turismului [18, p.5]. În scurt timp, Asociația a devenit una dintre cele mai importante organizații neguvernamentale de profil, având ca scop primordial stimularea dezvoltării turismului receptor și intern din Republica Moldova.

Din șirul activităților planificate pentru primul an de activitate, 2014, pe plan internațional, ANTRIM a reușit să promoveze Moldova drept cea mai autentică destinaţie turistică din Europa prin organizarea unui turneu cu artiști locali, în perioada 13-16 mai 2014 pentru următoarele ţări:

- Marea Britanie (Londra -16 mai 2014);
- Suedia (Stockholm -15 mai 2014);
- Germania (Berlin – 13 mai 2014).

Proiectul dat este produsul unui parteneriat între A.O. Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern din Moldova și Ministerul Culturii al Republicii Moldova, Proiectul USAID CEED II, Agenția de Promovare a Exporturilor și Atragere a Investițiilor (MIEPO), susținut de ambasadele Republicii Moldova în țările respective și de diasporă. Proiectele date reprezintă un instrument puternic de promovare a Republicii Moldova în capitalele europene și de sensibilizare a potențialilor turiști de pe piețe țintă. Aceasta este o experiență nouă şi promițătoare pentru țara noastră. Seratele culturale desfășurate au implicat în organizarea concertelor live cu muzica populară moldovenească, prezentarea broșurii de promovare a conceptului „Experience Moldova – prin muzică și vin” și organizarea unei degustări de vinuri în fiecare oraș menționat.

Aceste concerte au servit nu doar la prezentarea și promovarea Moldovei ca destinație turistică, prin apariția de articole despre Moldova în presa străină, dar și ca platformă pentru stabilirea parteneriatelor și atragerea investițiilor în sectorul turistic. Drept rezultat al acestor evenimente, Moldova a fost vizitată de cîteva grupuri de turiști din Germania și Marea Britanie care au fost impresionați de muzică și vinurile Moldovenești [18, p.20].

ANTRIM este singura asociație din Moldova cu experiență în organizarea participării sectorului turismului de incoming cu standuri de țară și expoziții internaționale și târguri comerciale. În ultimii ani, ANTRIM a organizat standul de țară, activități de promovare și logistică pentru participanții (turoperatori, crame, hoteluri, DMO-uri etc.) la peste 25 de târguri comerciale, în 7 țări. De asemenea, principala sarcină în organizarea evenimentelor B2B este de a promova Moldova ca una dintre cele mai bune destinații turistice. ANTRIM este mereu în proces de organizare a evenimentelor B2B pentru reprezentanții din sectorul turismului privat.

Pilonii principali ai evenimentelor B2B ale ANTRIM [33] sunt atragerea turismului în zone de țară mai puțin cunoscute, cu un număr redus de vizitatori; să lucreze la personalizarea ofertelor turistice și să contribuie la dezvoltarea economică locală. De asemenea, în ultimii 2 ani, una dintre principalele sarcini este evitarea efectelor negative ale pandemiei și perioadelor post pandemie.

Datorită susținerii continue din momentul fondării a Proiectului de Competitivitate din Moldova finanțat de USAID, Guvernul Suediei și Marii Britanii, ANTRIM susține dezvoltarea de produse turistice, inițiativele de lobby și advocacy ale industriei și a reușit gestionarea activităților de marketing a destinației pe piețele internaționale și interne prin intermediul a 3 dimensiuni importante [20, p.5]:

- Participarea cu standul de țară a Moldovei la peste 30 de târguri și expoziții internaționale;

- Organizarea de tururi de familiarizare pentru jurnaliști străini, bloggeri specializați în turism, formatori de opinie și tururi de presă pentru jurnaliști internaționali, fiind astfel generate peste 200 de articole de presă;

- ANTRIM a dezvoltat parteneriate de durată în 2 destinații de splendoare deosebită Rezervaţia Cultural-Naturală "Orheiul Vechi" și Rezervația Naturală Științifică "Prutul de Jos", prin crearea și derularea Agendei de Evenimente cultural-artistice "Pomul Vieții", fiind unică de acest fel.

- Includerea Moldovei în topul destinațiilor globale de turism prin intermediul promovării Republicii Moldova ca destinație turistică, dezvoltarea campaniilor de comunicare internaționale precum „Descoperă Moldova", „ Fii Oaspetele Nostru", „Hai la Mine Acasă", care au adunat premii ale forumurilor internaționale de prestigiu.

Totodată, în gestiunea asociației este unicul Centru Național de Informare Turistică funcțional din Moldova, ce implementează cu succes proiecte semnificative pentru industria turismului, din proiecte atrase din fonduri de tip național (Programul „Capitala Tineretului 2020" al Ministerului Educației, Culturii și Cercetării) și internațional (Proiecte BSB, GIZ) și este membru activ al Consiliului Economic de pe lângă Prim Ministru [19, p. 12].

De asemenea, ANTRIM are o experiență frumoasă de Parteneriat cu Universitatea de Stat din Moldova. ANTRIM alături de USM și Agenția de Dezvoltare Austriacă au lansat în premiera Academia Noii Generații - Next Tourism Generation Academy (NTGA) cu scopul de a instrui studenții în domeniul turistic [33]. De menționat este și Memorandumul semnat în vederea creării unei serii de programe culturale și inițiative practico - aplicative de pregătire profesională și dezvoltare a competențelor ghizilor de turism, prin care USM se angajează în a asigura pregătirea profesională a specialiștilor în domeniu, iar ANTRIM oferă aportul prin expertiză ce o deține [20, p. 5].

Turismul, în special cel receptor, este o industrie emergentă în Moldova. Acesta include multe companii – firme de transport, de cazare, restaurante și cafenele, operatori de turism, etc. – și furnizorii acestora. Astfel, sectorul respectiv are potențialul de a genera venituri semnificative pentru țară. Potențialul turistic al Moldovei rezidă nu doar în numărul turiștilor înregistrați, ci și în numărul total al vizitatorilor din turismul receptor – turiști, vizitatori în scop de afaceri, diplomați străini și cetățeni care locuiesc în străinătate și vizitează țara. Toți aceștia sunt potențiali consumatori de produse turistice din Moldova. În acest sens, ANTRIM organizează traininguri pentru toți membri săi care sunt peste 60 la număr (Figura 2) și non-membri ce țin de dezvoltarea de noi produse turistice atractive și în concordanță cu cererea de pe piața de servicii turistice [33]. În paralel cu organizarea trainingurilor, ANTRIM planifică să desfășoare tururi de familiarizare pentru jurnaliștii străini, care scriu pentru reviste/jurnale cu profil turistic sau au tangență cu turismul (gastronomic, vinicol, cultural).

Obiectivele ANTRIM [18, p. 3]:

• Promovarea imaginii Moldovei ca destinaţie turistică;

• Dezvolte profilul şi imaginea sectorului serviciilor turistice din Moldova atât pe piaţa internă cât şi pe cea internaţională;

• Sporirea nivelul de cooperare şi colaborare între membrii comunităţii de business în domeniul prestării serviciilor turistice;

• Colaborarea cu autorităţile publice în vederea îmbunătăţirii mediului de afaceri, cadrului legislativ şi perspectivele generale ale sectorului;

• Promovarea turismul receptor din Moldova în țară și peste hotare;

• Mentenanța și Dezvoltarea platformei naționale turistice www.moldova.travel.md;

• Gestionarea inițiativelor de publicitate și PR pentru membrii asociației;

• Punct de informare despre turismul din Moldova pentru turiști din țară și din afară;

• Colaborarea cu Instituţiile de învăţământ din Moldova pentru a îmbunătăţi pe viitor calitatea şi numărul absolvenţilor specialităţilor în servicii turistice:

• Să contribuie la dezvoltarea abilităţilor profesionale şi de management în cadrul companiilor din sectorul serviciilor turistice.

• Îmbunătăţească tuturor aspectelor oportunităţilor de investiţie pentru întreprinderile din domeniul serviciilor turistice.

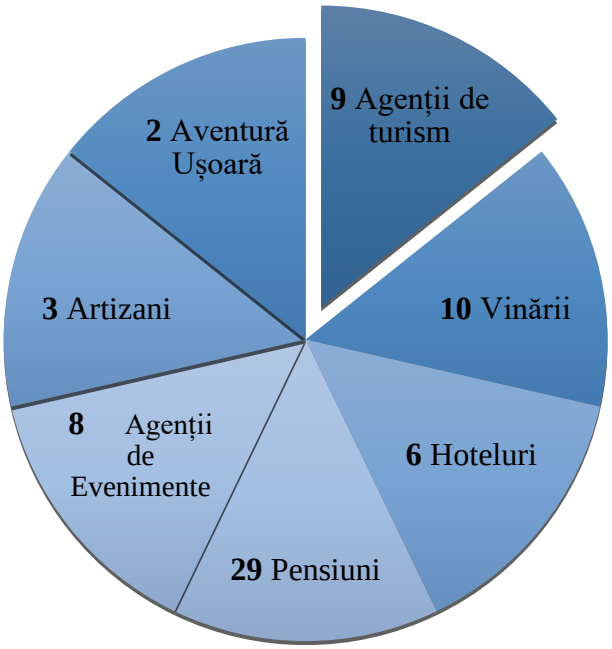


Figura 2. Membrii A.O. ANTRIM.
Sursă: Elaborat de autori conform site-ului oficial al asociației - antrim.md.

Calitatea de membru ANTRIM deschide oportunități de networking neprețuite pentru afacere, permițând obținerea accesului la informații critice și contribuind la un mediu de reglementare mai bun al industriei turismului din Moldova.

Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern din Moldova (ANTRIM), este o asociație de afaceri care reprezintă industria turismului receptor și intern din Moldova. Misiunea asociației include Marketingul Destinației, Dezvoltarea și implementarea unui produs turistic complex, Dezvoltarea forței de muncă în industrie, Lobby și Advocacy pentru industria turismului. După cum am menționat și în capitolul precedent, ANTRIM conduce, gestionează și supraveghează activitatea Centrului Național de Informare Turistică din Moldova, urmând sprijinul PNUD în colaborare cu Proiectul de Competitivitate al Primăriei Municipiului Chișinău și Moldova, finanțat de USAID, Suedia și Marea Britanie - partener care acordă în permanență sprijin ANTRIM, din momentul deschiderii Centrului.

În ceea ce privește lobby-ul și advocacy-ul, ANTRIM este membru al Consiliului Economic al Prim-ministrului Republicii Moldova și susține activ reforma legislativă legată de activitatea turistică din Republica Moldova. Echipa are abilități în organizarea de tururi de familiarizare pentru jurnaliștii străini, bloggeri de turism, asigurându-se că vitrina țării la expoziții internaționale și activități de

marketing online sunt coordonate, cum ar fi cele legate de sărbătorile naționale, în vederea păstrării obiceiurilor locale și promovării acestora pe scena internațională.

Cu o experiență bogată de implementare și atragere a granturilor europene și internaționale, Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern din Moldova a avut ocazia să fie implicată în calitatea de echipă partener ce va reprezenta Moldova în proiectul internațional HERIPRENEURSHIP – Stabilirea parteneriatelor de lungă durată pentru modernizare oferte bazate pe patrimoniu și crearea de noi oportunități de investiții în turism și industrii culturale și creative în zonele desemnate UNESCO în Bazin Mării Negre. Proiectul transfrontalier a fost lansat în cadrul programului Bazinul Mării Negre 2014-2020 la data de 01 iulie 2020 [web 2]. Obiectivul specific prioritar al colaborării BSB este de a promova afacerile și antreprenoriatul în zona bazinului Mării Negre. Prioritatea nr. 1 a programului promovează în comun afaceri și antreprenoriat în sectorul turismului și culturii, cu un buget total de program de EUR 1 186 375.12 [21, p.2].

Proiectul își propune să sensibilizeze publicul cu privire la patrimoniul cultural și să demonstreze beneficiile economice ale promovării acestuia. Pentru a preveni exodul de intelecte și pentru a înlocui abilitățile și mentalitățile învechite cu o nouă viziune comună pentru dezvoltare, HERIPRENEURSHIP ajută la stabilirea unei noi paradigme pentru gestionarea patrimoniului cultural și comunică publicului semnificația patrimoniului cultural și asigură adoptarea ofertelor de patrimoniu create de integratorii digitali [34] precum: Netflix, Youtube, Arte, History Channel etc. HERIPRNEURSHIP va implica actori de la diferite niveluri administrative și sociale, astfel încât să își consolideze capacitatea de a gestiona în mod eficient patrimoniul pentru turism și de a activa forța de muncă calificată pentru o dezvoltare durabilă. HERIPRNEURSHIP propune un cadru cognitiv și educațional pentru utilizarea resurselor turistice unei destinații, care ar ghida beneficiarii finali (regiuni, comunități, IMM-uri) să identifice, să semnifice, să valorifice și să gestioneze potențialul patrimonial al teritoriului, în vederea utilizării potențialului patrimonial ca vehicul turistic strict legat de un sistem unificat de semnalizare și interpretare [22, p.5]. Proiectul își propune să conecteze companiile din turism și părțile interesate din jurul siturilor UNESCO din zona bazinului Mării Negre pentru a crea și gestiona un produs turistic atractiv și inovator, bazat pe experiență și creativitate [34].

Obiectivele proiectului HERIPRNEURSHIP:

• Creșterea atractivității turistice în regiunea Mării Negre prin crearea unui nou model de prezentare a turismului cultural în zonele siturilor UNESCO.

• Dezvoltarea afacerilor și a IMM-urilor;

• Identificarea și conturarea valorile patrimoniului cultural UNESCO localnicilor și vizitatorilor siturilor:

• Sprijin pentru educație, cercetare, dezvoltare tehnologică și inovație.

Provocările cu care se confruntă sectorul turismului în BSB cu serviciile existente, sunt însoțite de competențe dezvoltate pentru locuri de muncă prin abordarea noii ordini mondiale a Directivei UE 2018 privind serviciile mass-media audiovizuale [35]. 60 de micro întreprinderi din domeniul turismului și ICC sunt mentorate să crească în contextul regional/național/internațional și să își consolideze competitivitate prin creșterea a 180 de lucrători calificați. Pentru a preveni exodul de intelecte și pentru a aborda în mod eficace lacunele în materie de competențe din turism, IMM-urile se confruntă în BSB cu nevoile în materie de competențe și tendințele cererii și ofertei, transformând practica de predare/învățare pentru 180 de profesioniști, în timp ce recrutează și păstrează specialiți calificați la nivel local [21, p.6].. O nouă mentalitate de competențe induce sofisticarea afacerilor cu 6 modele de afaceri bazate pe informații despre clienți, experiențe cheie și participarea părților interesate, integrând

competențele-cheie transversale în inovarea produsului și proces în BSB [34]. Parteneriatul percepe marile provocări sociale ca pe o nouă forță de a proiecta și de a oferi experiență turistică de înaltă calitate care sprijină extraversia IMM-urilor din turism și ICC. Acesta definește soluții bazate pe cultură pentru dezvoltarea plasată sub responsabilitatea comunității, oportunități de piață și facilitează 6 noi investiții în turismul de patrimoniu, punând experiența patrimoniului în centrul reformei turismului în BSB.

HERIPRENEURSHIP este o provocare în generarea tradițională a turismului prin remodelarea cererii și ofertei în locuri cu semnificație naturală și culturală. Conturând nevoile pieței de experiențe autentice, dorința de capital cultural și protecția mediului, un nou patrimoniu turistic model de mobilitate și consum este lansat la nivel global: CORIDORUL PATRIMONIULUI EXPERIENTIAL UNESCO este un model multimodal unic set de produse și servicii turistice cu 60 de puncte de vânzare în BSB care încorporează educația patrimonială în timpul liber conform Consiliului European [35]. 50 de organizații de patrimoniu, distribuitori de turism iar integratorii digitali asigură adoptarea CORIDORULUI.

Proiectul va crea un "Coridor al patrimoniului experiențial UNESCO în bazinul Mării Negre", care va include (Tabelul 1):

Tabelul 1. Coridor al patrimoniului experiențial UNESCO în bazinul Mării Negre

	Proiectul va crea un "Coridor al patrimoniului experiențial UNESCO în bazinul Mării Negre", care va include:
1.	50 situri pilot;
2.	E-book disponibil prin intermediul sistemelor iOS / Android iBook;
3.	4 jocuri interactive legate de patrimoniul cultural din zonele BSB;
4.	Platformă de rezervare online;
5.	Participarea la Expoziția Mondială de Turism de la Berlin (ITB);
6.	6 acorduri de cooperare în afaceri.

Sursă: Elaborat de autori conform documentației interne HERIPRENEURSHIP.

Coridorul patrimoniului experiențial UNESCO din bazinul Mării Negre conectează locuri de vizitat în țările participante, oferind cunoștințe autentice și multiculturale împreună cu servicii turistice însoțitoare disponibile în timp real, cum ar fi cazare, transport, catering, suveniruri și produse tradiționale, activități artistice în aer liber și interior etc. Acesta creează o oportunitate unică de a opri practica de generare a produselor turistice de calitate scăzută. Serviciile turistice legate de patrimoniul cultural vor fi dezvoltate în zonele transfrontaliere prin împărtășirea valorilor culturale, a monumentelor și ecosistemelor naturale, a siturilor și a colecțiilor de meșteșuguri tradiționale, prin inspirarea unor noi forme de ofertă și prin încurajarea tinerilor să păstreze patrimoniul.

Proiectul transfrontalier HERIPRENEURSHIP este format din șase echipe de colaborarea internațională în domeniul turismului (Figura 3).

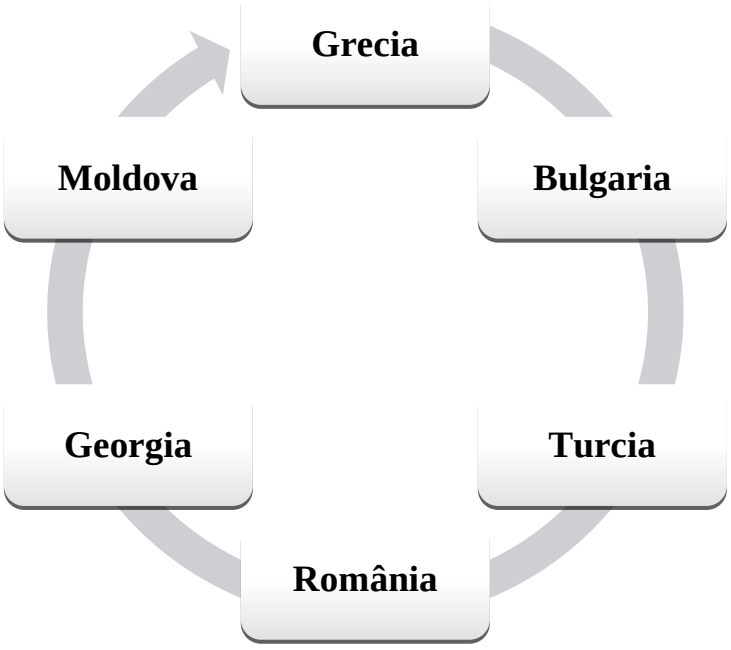


Figura 3. Echipele de colaborarea internațională în cadrul HERIPRENEURSHIP.
Sursa: Elaborat de autor conform site-ului oficial al proiectului.

Partenerul Principal care coordonează activitatea și implementarea proiectului transfrontalier este Grecia, iar instituția reprezentantă este Agenția de Dezvoltare din Kavala (ANKA). ANKA a fost înființată în 1992 ca un promotor al dezvoltării locale, principalii acționari fiind Primăriile din Districtul Kavala Thassos. De atunci, a efectuat pregătirea și finalizarea cu succes a programe de dezvoltare locale, care au fost cofinanțate de Uniunea Europeană, cu 5 programe locale de dezvoltare cu succes pregătite, premiate și puse în aplicare. Personalul permanent al ANKA are capacitatea de organizarea și implementarea tuturor sarcinilor aferente pentru realizarea rezultatelor planificate și, ulterior, să le exploateze în continuare în beneficiul societății și economiei locale. În calitate de partener principal în cadrul HERIPRENEURSHIP, ANKA a colectat 13 Scrisori de sprijin și una din partea Delegației UNESCO ceia ce a permis considerabil vizibilitatea proiectului [22, p. 7].. Geologacații UNESCO din Grecia sunt: 1. Orașul Antic Philippi din Macedonia de Est; 2. Teatrul Antic Philippi; 3. Roman Forum; 4. Piața Comercială (Macellum); 5. Palaestra; 6. Via Egnatia; 7. Băile Romane (Balneum la nord de Octagon); 8. Basilica St. Paul; 9. Complexul Octagon; 10. Muzeul de arheologie [23].

Bulgaria este reprezentată de către UNIUNEA AUTORITĂȚILOR LOCALE BULGARE DIN MAREA NEAGRĂ (UBBSLA), este o organizație non-guvernamentală și non-profit în calitate de asociație umbrelă a 21 de autorități locale se învecinează cu coasta bulgară a Mării Negre. UBBSLA coordonează activitățile membrilor săi în domeniul administrației locale; eficiență energetică, turism, cultură, transport, mediu și dezvoltarea durabilă. Asociația a realizat o serie de proiecte de importanță locală și regională în domeniul culturii și dezvoltarea, conservarea și renovarea turismului, instrumente de operare și înțelegerea aprofundată a particularităților turismului din Marea Neagră. Geologacații UNESCO din Bulgaria sunt: 1. Zidul de Fortificație (Nessebar); 2. Muzeul arheologic din Nessebar; 3. Biserica Sfantul Ioan Baptistul; 4. Băile Bizantine Timpurii; 5. Biserica Sf. Spas; 6. Biserica Sf. Sofia; 7. Muzeul Etnografic; 8. Biserica Sf. Ștefan; 9. Rutina de pescuit Nessebar; 10. Misiunea Papei Ioan al XXIII-lea în Bulgaria [23].

Turcia este reprezentată de către AGENȚIA DE DEZVOLTARE A MĂRII NEGRE DE EST (DOKA), aceasta a pus în aplicare mai multe proiecte finanțate de UE iar experții au experiențe de management de proiect finanțate de Uniunea Europeană. De la înființarea, DOKA a specificat turismul și activitățile culturale ca primă prioritate pentru dezvoltare din regiune și această temă a fost axat în special pe Planul regional TR90 2014-2023 () pregătit de DOKA. Asociația lucrează în colaborare strânsă cu direcțiile provinciale de cultură și turism din regiunea TR90, aceasta a organizat participarea la peste 50 de târguri naționale și internaționale de turism, peste 20 de ateliere de turism durabil, reprezentând regiunea. Geologacații UNESCO din Turcia sunt: 1. Portul Trabzon; 2. Mănăstirea Panagia Theoskepasti sau Mănăstirea de Fete; 3. Biserica Sf. Anna; 4. Mănăstirea Sumela; 5. Mănăstirea Vazelon; 6. Xenophon Tumulus; 7. Moscheea Ortahisar; 8. Mănăstirea Imera – St. John Prodromos; 9. Districtul Vechi GUMUSHANE SULEYMANIYE; 10. Vechiul oraș Satala [23].

România este reprezentată de către FUNDAȚIA UNIVERSITARĂ "DUNĂREA MĂRII NEGRE" (DBSUF) - este o instituție privată (ONG), care se ocupă de economia științifică, cercetare și formare, pentru a promova, a sprijini și a încuraja activități în domeniul învățământului liceal și universitar și să direcționeze tinerii către învățământul superior și cercetare. DBSUF angajează persoane specializate în economie și turism, având o experiență substanțială în certificare profiluri profesionale în sectorul turismului în funcție de Cadrul european al calificărilor (CEC) și cadrul național al calificărilor de certificare. Principalii beneficiari sunt Ministerul Economie, Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei, Academia Națională de Științe și complexele turistice de la stațiuni românești și vecine de pe litoral. În cadrul parteneriatului HERIPRENEURSHIP, DBSUF își propune să acumuleze experiență pozitivă în ceea ce privește dezvoltarea turismului rural de la alți membri ai consorțiului. Geologacații UNESCO din România sunt: 1. Cetatea Enisala; 2. Gospodăria rustică conservată in situl – Enisala; 3. Cetatea Halmyris; 4. Fauna sălbatică (nuferi, pelicani); 5. Centrul Muzeal de Ecoturism; 6. Muzeul Etnografic; 7. Așezare Enisala – Palanca; 8. Pădurea Letea; 9. Mila 23 [23].

Georgia este reprezentată de către UNIVERSITATEA DE STAT IAKOB GOGEBASHVILI TELAVI (TESaU) - este unul dintre cele mai vechi centre educaționale din Georgia. Universitatea este succesor tradițiilor educaționale vechi de secol de Academia Ikalto (secolul al XII-lea) și singura instituție de învățământ de stat autonomă din regiunea Kakheti. Universitatea dispune de toate resursele umane și tehnice pentru a furniza regiunii Kakheti personal calificat. Mai mult de 1400 de studenți sunt înscriși astăzi la Universitatea de Stat din Telavi la cinci facultăți, care oferă mai mult de 50 de predări reînnoite de programe la Universitate la nivel de licență, masterat și doctorat. Există programe de educație cu o afinitate directă față de HERIPRENEURSHIP cum ar fi turismul, managementul afacerilor, managementul ospitalității, jurnalism, vinificație, istorie, arheologie, ecologie. TESaU este situat în regiunea Kakheti, unde potențialul dezvoltării durabile a turismului este ridicat. Acest lucru este în conformitate cu prioritatea Georgiei pentru dezvoltarea turismului în întreaga țară. Geologacații UNESCO din Geogia sunt: 1. Catedrala Svetitskhoveli; 2. Mănăstirea Mtskheta Jvari (Templu); 2. Mănăstirea Samtavro; 3. Strada Meșteșugarilor (numită după Bidzina Cholokashvili) și Amkrebi; 4. Școala de Muzică și cultură muzicală din Telavi; 5. Castelul Batoni" și Muzeul de Istorie Telavi(" batoni", este, "domnul",Castelul este un monument arhitectural din secolele XVII-XVIII din Telavi, principalul oraș din regiunea estică a Georgiei, Kakheti); 6. Muzeul de Istorie Telavi; 7. Sabroso; 8. "Nunta telaviană" și polifonia georgiană; 9. "Dealul Nadikvari"; 10. "Telavi Golgota – Dealul lui Gigo" și Biserica "Sf. Nino" [23].

Republica Moldova este reprezentată de către ASOCIAȚIA NAȚIONALĂ PENTRU TURISM RECEPTOR ȘI INTERN DIN MOLDOVA (ANTRIM) după cum am menționat și la început (vezi

pagina 25). Geologacații UNESCO din Moldova sunt intangibile și fac parte din patrimoniu intangibil UNESCO: 1. Clișova- Nouă, ”Arta Rustică”; 2. Muzeul Național de Etnografie și Istorie Naturală; 3. Muzeul Național de Istorie a Moldovei; 4. Primăria Capitalei; 5. Chișinău, strada pietonală Eugen Doga; 6. Vinăria Chateau Vartely; 7. Restaurantul Epoca de Piatră; 8. Rezervația Cultural-Naturală "Orheiul Vechi"; 9. Mănăstirea Peștera; 10. Casa Țărănească (Muzeul Etnografic) [23].

În acest sens, HERIPRENEURSHIP creează oferte de turism cultural reziliente în destinațiile cu produse și servicii bazate pe patrimoniu, abordând actori de la diferite niveluri administrative și sociale, astfel încât să le consolideze capacitatea de a gestiona eficient patrimoniul pentru turism și de a activa forța de muncă calificată pentru dezvoltarea durabilă. Proiectele de acest fel vor contribui și la dezvoltarea parteneriatelor strategice locale și regionale în Republica Moldova.

Concluzii:

Colaborării internaționale în domeniul turistic sunt esențiale în dezvoltarea și vizibilitatea turistică a echipelor partenere implicate, fie este vorba de o țară, o regiune, o localitate sau un obiectiv turistic. Locul și rolul asociațiilor profesionale fiindul de legătură și gestionare în proiectarea echipelor de colaborarea internațională în domeniul turismului. A.O Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intren din Moldova este organul de implementare și gestionare a colaborărilor internaționale în turism. Scopul acestor colaborări este de a face vizibilă Republica Moldova ca destinație turistică prin prisma proiectului transfronatlier HERIPRENEURSHIP, cât și impactul acestuia asupra dezvoltării durabile naționale.

Cu o experiență bogată de implementare și atragere a granturilor europene și internaționale, ANTRIM și-a atras expertiza în proiectarea echipelor transfrontaliere, fiind implicată în calitatea de echipă partener ce va reprezenta Moldova în proiectul internațional HERIPRENEURSHIP – Stabilirea parteneriatelor de lungă durată pentru modernizare oferte bazate pe patrimoniu și crearea de noi oportunități de investiții în turism și industrii culturale și creative în zonele desemnate UNESCO în Bazin Mării Negre. Această colaborare are un impact pozitiv în dezvoltarea relațiilor bilaterale a Moldovei cu țările participante, cât și crează noi oportunități de investiții în activitatea turistică națională și contribuie la implicarea părților interesate din alte domenii.

Bibliografie:

1. Legea Nr. 352 din 24.11.2006 cu privire la organizarea şi desfăşurarea activităţii turistice în Republica Moldova
Cărți/Articole:
2. Bill Bramwell and Bernard Lane; Tourism Collaboration and Partnerships Politics, Practice and Sustainability; ASPECTS OF TOURISM 2.
3. K.K. Sharma, Tourism and Economic Development
4. Donald V.L. Macleod; Tourism, Globalization and Cultural Change: An Island Community Perspective
5. Dieter K. Müller; Tourism in Transitions
6. Peter E. And ANN E. Murphy; Strategic Management for Tourism Communities.
8. Olesea Vulpe, Conspect Turismul Internațional, Editura Universitatea de Stat.
9. Richard Sharpley and David J. Telfer; Tourism and Development - Concepts and Issues.
10. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ); Project Management of Cross-Border Cooperation: European Experiences.
11. World Tourism Organization; Cooperation and Partnerships in Tourism: A Global Perspective.
12. Daniela Simona Nenciu; Economia Turismului – Manual de Studiu Individual.
13. The International Journal for Rural Development ,,RURAL 21” Tourism – International cooperation perspectives.
14. Elena V. Yudina , Tatiana V. Urinara , Irina V. Bushueva and Natalia T. Pirozhenka; Tourism in a Globalizing World; INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL & SCIENCE EDUCATION; 2016, VOL. 11, NO. 17.

15. T. Studzienki, J. R. R. Soares; INTERREGIONAL TOURISM COOPERATION: A EUROPE CASE STUDY; Gdynia Maritime University, Universidade da Coruña; HOLOS, Año 33, Vol. 04 2017.

16. Alexandr N. Dunets, Valentina N. Ivanova, Andrey L. Poltarykhin; CROSS-BORDER TOURISM COOPERATION AS A BASIS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A CASE STUDY; 2019 Volume 6.

17. Richard Sharpley and David J. Telfer; Tourism and Development Concepts and Issues;
Aspects of Tourism: 5

18. ANTRIM; Manualul Operațional al Asociației Naționale pentru Turism Receptor și Intern Din Moldova

19. ANTRIM; Statutul Asociației Naționale pentru Turism Receptor și Intern Din Moldova

20. ANTRIM; Raport Intern pe perioada anului 2020-2021

21. BSB HERIPRENEURSHIP; Manualul de comunicare al proiectului transfrontalier HERIPRENEURSHIP

22 . BSB HERIPRENEURSHIP; GENERAL DECLARATION BY THE LEAD BENEFICIARY

23. BSB HERIPRENEURSHIP; Geolocations Document.

24. Băltăreţu. A.M. Economia industriei turistice. Editura universitară, Bucureşti, 2016

25. Turcov E. Coordonarea turismului. Editura ASEM, Chișinău, 2006

26. Programul Național de Dezvoltare Turismului „Turism -2025".

27. Glossary of tourism terms | UNWTO

28. Nicolae Platon; Managementul dezvoltării durabile a turismului în Moldova. În: Analele Academiei de Studii Economice din Moldova, 2004.

29. Nicolae Platon, Asigurarea dezvoltării durabile a turismului național prin prisma practicilor internaționale, ASEM, Chișinău 2018.

30. Platon Nicolae; Juraveli Tatiana; Oportunități de internaționalizare a întreprinderii turistice în contextul cooperării internaționale ASEM, 2019.

31. Pike Steven; Destination marketing organisations. Oxford, 2004.

Corresponding author:
HĂMURARU Maria,
ID ORCID: 0000-0002-8197-2973, email: maria.hamuraru@usm.md