



CENTRUL PENTRU DEZVOLTARE SOCIALĂ CEDES

545400 Loc. Sighișoara, Jud. Mureș
Str. Mihai Viteazu 93/7 ; Tel. 0722.244.004
www.cedes.ro ; e-mail : office@cedes.ro

TURISMUL SIGHIȘOREAN: identitate locală, branding și comunicare

Raportul proiectului

Centrul pentru Dezvoltare Socială CEDES a derulat începând cu data de 1 iulie 2017 proiectul „Turismul sighișorean: identitate locală, branding și comunicare”, proiect finanțat de Municipiul Sighișoara și cofinanțat de Centrul pentru Dezvoltare Socială CEDES.

Obiectivele specifice ale proiectului au fost:

- Creșterea capacității de înțelegere a mecanismului de creare a brandului propriu în turism și a comunicării de către structurile de primire turistică (în principal de mărime mică și medie) din Sighișoara, în decurs de 5 luni, prin crearea unui instrument de diagnoză, participarea la un curs de comunicare și branding și oferirea de consultanță individuală
- Identificarea de noi modalități prin care poate fi dezvoltat turismul sighișorean, în decurs de 5 luni

Grupurile țintă vizate de propunerea de proiect au fost:

- 50 de reprezentanți ai structurilor de primire turistică din municipiul Sighișoara
- 537 de turiști care vizitează Sighișoara
- 10 reprezentanți ai agențiilor de turism care activează în România
- 3 organizații care desfășoară activități în legătură cu turismul din Sighișoara
- 20 de aleși locali din Sighișoara (primarul Municipiului Sighișoara și consilierii locali)

Proiectul propus de Centrul pentru Dezvoltare Socială CEDES a acoperit, mai multe nevoi identificate la nivel local: acțiunile de promovare care pot fi inițiate de cei care activează în structuri de primire turistică (prin dezvoltarea unui curs de branding și comunicare și livrarea acestuia către reprezentanți ai structurilor de primire turistică din Sighișoara), dar și identificarea de direcții noi prin care se poate dezvolta turismul din Sighișoara.

În cadrul proiectului, cercetarea preliminară, diagnoza comunicării structurilor de primire turistică înscrise la curs și consultanța ulterioară au fost etape la fel de importante precum cursul în sine, pentru că ele au dus la personalizarea informațiilor, reflectată în conținutul cursului și, ulterior acestuia, au dus la sprijin individual pentru implementarea informațiilor din timpul cursului.

Activitățile principale ale proiectului au constat în: analiza comunicării structurilor de primire turistică de mărime mică și medie din Municipiul Sighișoara, cercetarea exploratorie privind potențialul de dezvoltare turistică în municipiul Sighișoara, organizarea cursului „Branding și comunicare în turismul sighișorean”, informarea și promovarea.

Sinteza principalelor rezultate obținute pe parcursul proiectului care se va finaliza la data de 30 noiembrie 2017:

Analiza comunicării structurilor de primire turistică de mărime mică și medie din Municipiul Sighișoara

În prima lună a proiectului, am conceput un instrument de cercetare complex, bazat de metodologia analizei de conținut, pentru a identifica specificul activităților de comunicare online a unităților de cazare sighișorene. Am aplicat instrumentul asupra unităților de cazare de mărime medie, dar și asupra unora dintre hoteluri, pentru a identifica dacă există un specific local sau acesta depinde mai degrabă de mărimea unității de cazare (de potența financiară a acesteia).

La final, am redactat raportul de cercetare, în care se regăsesc concluziile noastre și câteva recomandări, referitor la activitățile de comunicare, ca parte a marketingului turistic. Acestea vizează în principal crearea unei comunicări unitare și coerente, actualizarea la timp a instrumentelor de comunicare (fie că vorbim de pagina web, fie de pagina Facebook a structurii de primire turistice) și orientarea pe piața turismului în funcție de cerințele viitorului (care favorizează tot mai tare turismul de nișă și de proiect). Tot parte a concluziilor este și că turismul sighișorean este, în general bine, reprezentat online, chiar dacă uneori paginile sunt realizate cu un efort minimal și fără cunoașterea instrumentelor pe care le oferă platforma Facebook, de exemplu.

Rezultate:

- un instrument de evaluare (diagnoză) a unităților de cazare din Municipiul Sighișoara din perspectiva comunicării și brandingului
- un raport de cercetare

Organizarea cursului „Branding și comunicare în turismul sighișorean”

O altă activitate importantă din proiect a constat în organizarea cursului „Branding și comunicare în turismul sighișorean” care a presupus atât eforturi logistice, cât și eforturi legate de asigurarea unui conținut de calitate, adaptat la realitățile turismului sighișorean, așa cum le-am constatat noi în faza de cercetare preliminară. În etapa de planificare, am creat conținutul cursului, am contactat unitățile de cazare sighișorene și le-am prezentat informațiile despre curs.

Cursul a fost promovat și prin difuzarea de anunțuri la un post de radio local; în acest sens, a fost difuzat câte un anunț pentru fiecare serie a cursului.

Am stabilit împărțirea viitorilor cursanți în două serii, în funcție de disponibilitatea lor de timp. Cele două serii ale cursului s-au desfășurat în Sighișoara, în perioada 25 – 29 septembrie 2017 (prima serie) și în zilele de 9, 10, 11, 16 și 17 octombrie 2017 (a II a serie). La cele două serii ale cursului au participat 25 de reprezentanți ai structurilor de primire turistică din Sighișoara.

Cursul a fost structurat pe 5 module: Branding și comunicare; Logo, nume de marcă și obiecte inscripționate; Elemente de marketing aplicate în turism; Social media: site-ul și comunicarea prin intermediul Facebook; Comunicarea în branșă, cu agențiile și portalurile din turism.

În cadrul cursului, pe lângă activitatea de predare, au fost făcute exerciții: participanții au exersat capacitatea de a scrie texte de prezentare a unității de cazare proprii și de gestionare a paginii de Facebook, exerciții de regândire a mesajului și de poziționare pe piața turismului.

Rezultate :

- 2 anunțuri pentru promovarea cursului (la radio)
- Un suport de curs
- O prezentare în format PowerPoint a cursului
- 2 serii ale cursului „Branding și comunicare în turismul sighișorean”
- 25 de persoane participante la curs
- 25 certificate de participare eliberate
- 30 de rapoarte individuale (prin aplicarea instrumentului de diagnoză)
- Creșterea numărului de persoane din structurile de primire turistică care au înțeles mecanismele comunicării și brandului în turism
- 2 rapoarte întocmite de trainerii

Oferirea de consultanță individuală unităților de cazare participante la curs

Pe parcursul proiectului s-a oferit, la cerere, și consultanță individuală unităților de cazare participante la curs cu privire la conținutul paginii web și a paginii de Facebook. O parte dintre participanți nu a solicitat această consultanță, deși participanții la curs au fost anunțați (prin email și SMS) despre această posibilitate de a primi consultanță.

Cercetarea exploratorie privind potențialul de dezvoltare turistică în municipiul Sighișoara

Cercetarea exploratorie privind potențialul de dezvoltare turistică în municipiul Sighișoara s-a realizat în baza unei metodologii propusă de Centrul pentru Dezvoltare Socială CEDES, prin administrarea a 600 de chestionare mai multor categorii apreciate ca având un rol important în ceea ce privește identificarea unor măsuri prin care se poate dezvolta turismul în Sighișoara:

- reprezentanți ai structurilor de primire turistică din municipiul Sighișoara (50 de chestionare)
- turiști care vizitează Sighișoara (537 de chestionare)
- reprezentanți ai agențiilor de turism care activează în România (10 chestionare)
- 3 organizații care desfășoară activități în legătură cu turismul din Sighișoara (3 chestionare)

Rezultate :

- Un raport de cercetare privind potențialul de dezvoltare turistică în municipiul Sighișoara

În ceea ce privește informațiile care se regăsesc în raportul de cercetare privind potențialul de dezvoltare turistică în municipiul Sighișoara, s-au urmărit mai multe elemente printre care menționăm:

a) Unele aspectele care au plăcut mai puțin turiștilor care au vizitat Sighișoara

Tabel cu aspectele* care au plăcut mai puțin turiștilor (obținute prin răspunsuri la întrebarea "Ce v-a plăcut mai puțin în Sighișoara?")

Nr. crt	Aspecte mai puțin plăcute
1.	Puține lucruri de făcut după vizitarea obiectivelor
2.	Drumuri necorespunzătoare
3.	Cerșetorii
4.	Spații/locuri de vizitat cam mici/puține
5.	Informațiile sunt doar în română
6.	Mirosul de mucegai/umezeală
7.	Puține magazine cu suveniruri
8.	Prețurile cam mari (pentru cazare, servicii, inclusiv mâncare)
9.	Unele clădiri se degradează/nu sunt întreținute/sunt abandonate
10.	Nu sunt destule indicatoare/marcaje turistice
11.	Contrastul dintre Cetate și restul orașului
12.	Mijloacele de transport
13.	Muzeul nu era deschis/se terminase programul
14.	Lucrări de reparații în plină zi
15.	Câinii fără stăpân/vagabonzi
16.	Iluminatul stradal slab
17.	Curățenia orașului necorespunzătoare (inclusiv a scărilor care urcă în Cetate)
18.	Locuri de parcare puține, necorespunzătoare, neamenajate și nedelimitate
19.	Starea necorespunzătoare a Cetății
20.	Lipsa de ospitalitate/politețe/serviabilitate a unor lucrători din turism
21.	Servicii de proastă calitate (de cazare și masă, inclusiv la terase)
22.	Podul de peste râu
23.	Gara/peroanele din gară
24.	Sunt puține pub-uri
25.	Puține magazine care să satisfacă dorința de shop-ing
26.	Lipsa unui mijloc de transport pentru persoanele care se deplasează mai greu sau deloc (în Cetate)
27.	Slaba accesibilitate în oraș/Cetate pentru persoanele cu dizabilități locomotorii
28.	Există puțină implicare din partea autorităților
29.	Afișele/reclamele (obturează vederea)
30.	Sunt puține spații verzi, parcuri
31.	Sunt puține zone de agrement
32.	Nu prea sunt evenimente
33.	Intrarea în oraș (de ex. dinspre Apold)
34.	Mirosul de urină de pe unele alei din Cetate

35.	Prea mult Dracula
36.	Că se închide devreme muzeul/că luni este închis
37.	Că era fum/unii au dat foc
38.	Nu sunt festivaluri mai des
39.	Mașinile din Cetate/circulația lor
40.	Modernizarea clădirilor
41.	Turnul nu e renovat
42.	Tichet pentru toate obiectivele
43.	Pliantele cu explicații
44.	Mijloacele de informare
45.	Nu e corelată navigația cu sensurile unice din oraș
46.	Renovarea făcută fără cap (de ex. culori țipătoare la unele clădiri)
47.	Mâncarea nu prea e tradițională
48.	Magazinele cu suveniruri "gen China"
49.	Nu poți urca ușor în Cetate cu cărucior cu copii

**ordinea este aleatorie*

b) Lipsurile percepute de turiști

Tabel cu lipsurile* percepute de turiști (obținute prin răspunsuri la întrebarea "Ce credeți că îi lipsește turismului din Sighișoara?")

Nr. crt.	Lipsuri percepute de turiști
1.	Mai multă informare
2.	Nu e promovat suficient/corespunzător
3.	Mai multe locuri de agrement/petrecere a timpului liber după vizitarea obiectivelor (inclusiv pentru copii
4.	Pachete turistice (care să includă Cetatea)
5.	Investiții
6.	Nu sunt mai multe hosteluri pe internet/locuri pentru oameni tineri
7.	Seriozitatea
8.	Renovarea zonei istorice și a unor clădiri
9.	Hărți pentru turiști
10.	Investitori
11.	Susținerea financiară
12.	Nu sunt prea des evenimente/activități/festivaluri
13.	Să fie și alte activități (nu doar vizitarea obiectivelor)
14.	Mai multă implicare din partea celor abilitați și a autorităților
15.	O strategie de dezvoltare
16.	Finanțări
17.	Indicații clare de orientare, inclusiv cum se ajunge în Sighișoara
18.	Sunt puține coșuri de gunoi în Cetate
19.	Accentul pe "modelarea" lucrătorilor din turism
20.	Construirea unor parcări

21.	Mai multă organizare
22.	Biroul de informare să fie deschis mai mult timp
23.	Informații oficiale în engleză despre mersul autobuzelor și despre rute
24.	Acces mai bun
25.	Indicatoare (inclusiv cu zonele de vizitat din afara Cetății)
26.	Nu se vând prea multe obiecte cu Sighișoara
27.	Un ghid de vizitare (turistic)
28.	Dorință de lucru
29.	Calitatea serviciilor de cazare și masă ("Nu este peste tot mâncare de calitate, la unele terase angajații au fost nepoliticoși")
30.	Dezvoltarea
31.	Muzeul nu e deschis mai mult timp și în fiecare zi
32.	Lumea nu e tot timpul civilizată
33.	Workshop-uri (de relaxare)
34.	Mai multe obiective/locuri de vizitat
35.	Mai multe trasee turistice marcate (inclusiv pentru drumeții)
36.	Un aqua park
37.	Locuri de campare amenajate
38.	Mai mult interes în a restaura vechile clădiri
39.	Partea comercială să nu fie cu kitsch
40.	Mai multă curățenie
41.	Tururi ghidate
42.	O stradă cu terase (de ex. mai jos de Cetate, ca în Sibiu, Brașov)
43.	Localuri cu muzică medievală
44.	Drumuri corespunzătoare
45.	Chioșcuri mai mici care să comercializeze apă, produse tip fast-food etc.
46.	Ghizi locali
47.	Dezvoltarea turismului și pentru animalele de companie
48.	Legături feroviare mai bune
49.	Activități și evenimente medievale mai dese
50.	Mai multă mâncare tradițională și mai bine prezentată
51.	Feluri de mâncare bine elaborate
52.	Program prelungit de vizitare la obiectivele turistice
53.	Toalete publice
54.	Transport din parcare până în Cetate/Informații despre trenuleț
55.	O descriere mai clară a obiectivelor turistice
56.	Să fie o autostradă în zonă

**ordinea este aleatorie*

c) Unele sugestii privind modul în care s-ar putea dezvolta turismul din Sighișoara propuse de turiști

Tabel cu sugestiile* propuse de turiști pentru dezvoltarea turismului în Sighișoara (obținute prin răspunsuri la întrebarea "Ce sugestii aveți privind modul în care s-ar putea dezvolta turismul din Sighișoara?")

Nr. crt.	Sugestii
1.	Mai multă informare (inclusiv informare privind modalitățile prin care se poate ajunge la Sighișoara, informare din punct de vedere istoric, informare din partea autorităților)
2.	Păstrarea aspectului clădirii la renovare
3.	Investiții în ateliere de creație
4.	Vânzarea de produse cu specific local (autohtone)
5.	Centru de informare turistică la gară
6.	Promovare
7.	Mai multe investiții(în industria hotelieră, în infrastructura orașului, în sistemul de canalizare a orașului, etc.)
8.	Educația/calificarea profesională a lucrătorilor din sectorul turistic
9.	Conservarea monumentelor
10.	Informații oficiale în mai multe limbi (engleză, spaniolă, germană etc.), inclusiv plăcuțe, afișe
11.	Șosele mai bune și mai largi pentru a străbate mai rapid distanțele dintre localități
12.	Mai multe parcări și mai curate
13.	Renovarea/Reabilitarea zonei istorice/turnurilor/a Cetății
14.	Mai puțin kitsch la magazine
15.	Să se găsească/să se realizeze hărți pentru turiști
16.	Să se facă o pagină de facebook în limba engleză, pentru că mulți turiști sunt străini și știu limba engleză
17.	Organizarea și planificarea activităților astfel încât turistul să nu se plictisească
18.	Organizarea de târguri cu vânzare
19.	Concerte, inclusiv in aer liber
20.	Pachete turistice care să includă și alte zone
21.	Să se organizeze mai multe și mai des evenimente/activități pentru turiști, inclusiv culturale, sportive
22.	Restaurarea caselor/clădirilor deteriorate/degradate
23.	Broșuri informative/ghid al obiectivelor de vizitat și de petrecere a timpului liber
24.	Pachete turistice promoționale/accesibile
25.	Oferirea de servicii impecabile ("Turiștii mulțumiți oferă cea mai bună reclamă")
26.	Amenajarea mai multor spații de petrecere a timpului liber/spații de agrement
27.	Construcția de autostrăzi/șosele
28.	Furnizarea de informații privind modalitățile prin care se poate ajunge la Sighișoara
29.	Mai multă implicare din partea celor avizați
30.	Un autobuz turistic care să facă legătura cu zonele turistice

	învecinate
31.	Prelungirea programului la Centrul de Informare
32.	Mai multe indicatoare
33.	Mai multe informații despre clădiri
34.	Respectarea reglementărilor/regulamentelor urbanistice
35.	Încheierea de parteneriate cu localitățile din jur pentru încurajarea activităților turistice
36.	Accesarea de programe de finanțare
37.	Să nu se mai permită accesul auto în Cetate
38.	Animăție stradală
39.	Intrările în oraș să arate mai bine
40.	Să se păstreze originalitatea
41.	Îmbunătățirea traseelor/Creșterea numărului de trasee marcate (inclusiv pentru bicicliști)
42.	Mai multe locuri de cazare autentice
43.	Organizarea de concursuri pe traseele turistice create
44.	Să se facă un film de prezentare în mai multe limbi
45.	Mai multe locuri/obiective de vizitat
46.	Investiții în clădirile abandonate
47.	Centre/activități pentru copii (inclusiv în Cetate)
48.	Amplasarea mai multor coșuri de gunoi
49.	Plăcuțe bilingve
50.	Mai multe festivaluri
51.	Cinema
52.	Extinderea în jurul Cetății
53.	Facilități pentru personale cu dizabilități
54.	Să se construiască parcuri
55.	Tarabele să fie amenajate altfel (atrăgător, dar nu prea vechi)
56.	Să apară investitori
57.	Realizarea de documentare despre Sighișoara
58.	Prelungirea programului teraselor
59.	Mai multe Muzeu
60.	Activități și evenimente medievale mai dese
61.	Accentul pe mâncarea tradițională
62.	Prelungirea programului toaletelor publice ("este dificil fără toalete, mai ales pentru copii")
63.	Mai multă grijă de spațiul verde, mai multe flori
64.	Mai multă flexibilitate în partea de gastronomie
65.	Wi -Fi gratuit
66.	Să rămână la fel/așa cum este
67.	Prelungirea programului la obiective
68.	Mai multă seriozitate din partea celor care lucrează în sectorul turistic
69.	Tururi cu ghidaj

**ordinea este aleatorie*

d) Lipsurile percepute de reprezentanți ai unor structuri de primire turistică din Sighișoara

În partea de lipsuri ale turismului din Sighișoara (răspunsuri libere la întrebarea "Ce credeți că îi lipsește turismului din Sighișoara?") s-au menționat în principal:

- Restaurarea turnurilor/zidurilor Cetății (cu risc de prăbușire/pericol pentru turiști)
- Deschiderea internațională (către țările străine)
- Modernizarea
- Identitatea (funcționează în virtutea inerției)
- O viziune integrată
- "Cap (nu e bine administrat în general)"
- O sală adecvată pentru spectacole, piese de teatru
- Promovarea adecvată și suficientă (la nivel național și internațional)
- Locurile din jur nu sunt promovate suficient
- Un sistem de direcționare a turiștilor către Cetate ("*indicatoarele sunt prost puse sau lipsesc*")/Semnalizarea turistică corespunzătoare
- Buget local insuficient pentru dezvoltarea turismului
- Mai multă publicitate Cetății
- Promovarea culturală
- Turiști în extrasezon ("*Nu prea au ce să facă în extrasezon*")
- Alte puncte de atracție, în afară de Cetate ("*se plimbă o zi, a II a zi se gândesc să plece*", "*turiștii nu prea au ce să facă mai mult de o zi*")
- Nu sunt suficiente locuri de vizitat)
- Unul sau mai multe proiecte zonale care să aducă turiști și în extrasezon
- Lipsa unei broșuri a Cetății
- Structurile formale care să reprezinte interesele structurilor de turism
- Lipsa serviciului de Turul Orașului
- Lipsa unui centru turistic deschis până la o oră prelungită
- Nerezolvarea problemei cerșetoriei
- Nu sunt suficiente coșuri de gunoi în Cetate, fapt care duce la mizerie
- Atracții turistice (pe lângă Cetate)
- Trasee, itinerarii
- Nu sunt destule oportunități/activități pentru petrecerea timpului liber, după vizitarea Cetății (de ex. bowling, vizionare filme, spectacole)
- Oportunități de petrecere a timpului liber pentru turiști (pentru cel puțin 2 zile)
- Nu sunt destule activități în timpul săptămânii (de ex. chiar și karaoke)
- Evenimente puține, chiar și de week-end (ex. piese de teatru, concursuri pentru copii)
- Nu există târguri de Crăciun și de alte sărbători
- Concerte, expoziții (și în timpul săptămânii)
- Divertismentul
- Parcuri
- Locuri de joacă
- O pârtie de schi
- Un ștrand (mai mare)

- Un SPA
- Bazine cu apă caldă
- Un parc acvatic
- Puncte/modalități/locuri/spații de agrement pentru turiști
- Locuri pentru distracții
- Puncte insuficiente de informare turistică (inclusiv la gară)
- Mai multă implicare din partea autorităților locale (de ex. evenimente)
- Actualizarea mai des a rubricii Turism de pe site-ul Municipiului Sighișoara
- Nu se organizează evenimente în Cetate de Crăciun
- Vara nu sunt destule flori
- Se urcă cu mașina în cetate
- Programul GPS dă indicații greșite uneori (îi duce pe turiști la alte adrese)
- Muzeul nu este deschis dimineața și după amiaza
- Organizarea de evenimente și festivaluri în lunile mai puțin solicitate de turiști
- Străjeri la intrarea în Cetate
- Lipsa de activități, mai ales iarna, zone de atracție pentru turiști și în sezonul rece (de ex. o pârtie de schi, pentru săniuș, piscină acoperită)
- Festivaluri pe timp de iarnă
- Pliante
- Inscricționarea mai exactă a obiectivelor turistice
- O scenă permanentă
- Activități gen week-end tematic pentru turiști (deoarece turiștii pot vizita într-o zi cetatea)
- Să fie mijloace de transport spre zonele din împrejurimi (ex. Biertan, Sibiu, Rupea), ca de ex. microbuze cu circuit turistic cu localitățile din zonă
- Dezvoltarea infrastructurii (de ex. sunt străzi neasfaltate aproape chiar de centru, sunt gropi foarte multe, trotuare necorespunzătoare, "să se facă drumul spre Vila Franka, își strică mașina mulți turiști")
- Spații de parcare
- Multe case nu sunt renovate
- Prețurile sunt prea mari pentru turiști (inclusiv unele lanțuri de magazine practică prețuri mai mari decât în alte localități)
- O platformă on-line updatată la zi cu diverse informații (inclusiv cu unitățile de cazare)
- Reclamă
- Nu este mediatizare destulă
- Personal calificat/specializat/Oameni "calzi", bine instruiți: *"forța de muncă calificată lipsește sau e greu de găsit"*
- Servicii mai multe (se axează mai mult pe cazare)
- Concurența nu e loială (sunt oameni care oferă cazare și nu sunt înregistrați)
- Mai multe locuri pentru servirea mesei, cu prețuri accesibile și pentru turiștii cu bani mai puțini
- Ghizi pregătiți în domeniul istoriei

e) Unele sugestii privind modul în care s-ar putea dezvolta turismul din Sighișoara propuse de reprezentanți ai unor structuri de primire turistică din Sighișoara

În ceea ce privește sugestiile pentru dezvoltarea turismului (răspunsuri libere la întrebarea **"Cum credeți că s-ar putea dezvolta turismul în Sighișoara?"**), s-au menționat:

- Prin publicitate (mai bună/mai multă), o promovare mai bună/adekvată
- Prin mediatizare
- Prin investiții, inclusiv care să ajute la dezvoltarea turismului (pentru a-i crește atractivitatea)
- Conservarea și promovarea Cetății Medievale
- Renovarea/Restaurarea turnurilor din Cetate și a zidurilor Cetății/Amenajarea turnurilor din Cetate (*"în afară de Turnul Fierarilor, restul nu se vizitează"*)
- Deschiderea pentru public (pentru vizitare) a tuturor turnurilor din Cetate (cu taxă de vizitare)/ amenajarea turnurilor pentru diverse activități, ca de ex. pentru meșteșugari, cu posibilitatea de a comercializa produsele realizate), organizarea de expoziții în turnuri (cu obiecte/lucruri mai vechi), organizarea de evenimente pentru copii (ex. ateliere meșteșugărești)
- Buget mai mare pentru turism
- Alocarea de fonduri de la bugetul local pentru sectorul turistic
- Înființarea unei asociații turistice (axată pe interese comune)
- Realizarea de achiziții cât mai profitabile pentru turism
- Implicarea celor care lucrează în domeniu
- Promovarea și prezentarea Cetății
- Mai multe puncte de informare turistică (inclusiv la gară)
- Amplasarea unui panou la baza Cetății cu locurile de vizitat și adresele și numerele de telefon ale unităților de cazare
- Realizarea unui sistem de direcționare a turiștilor către Cetate
- Realizarea unei broșuri cu casele principale (ex. Casa cu Cerb, Casa Venețiană etc.) și cu informații despre personalitățile care au locuit în casele respective (în acest mod, oamenii ar petrece mai mult timp în zonă)
- Plimbări cu vaporeșul pe râul Târnava (realizarea de lucrări pentru a permite transformarea acestuia ca navigabil pe unele porțiuni)
- Extinderea zonelor pentru promenadă/pentru terase (de ex. prin acoperirea râului Târnava pe anumite porțiuni)
- Actualizarea materialelor de prezentare și promovare ale municipiului Sighișoara și valorificarea celor existente: film de prezentare, albumul Sighișoara, strandul expozițional achiziționat în anul 2009
- Îmbunătățirea conținutului relevant de pe pagina "Municipiul Sighișoara"
- Crearea unei identități, prin valorificarea potențialului (existent)
- Prin promovarea tradițiilor (mai ales pentru turiștii din străinătate)
- Sighișoara să fie mai atractivă pentru exterior și pentru cei din București
- Actualizarea secțiunii de Turism de pe site-ul Municipiului Sighișoara (să fie cu noutăți, cu evenimente)
- Să se facă trasee și pe lângă cetate (utile mai ales vara, când e foarte cald- de ex. pe la barieră)
- Reediterarea în formă actualizată a hărții Sighișoarei și distribuirea către unitățile de cazare din Sighișoara (cu Cetatea și cu se mai poate vizita în împrejurimi)
- Să se ofere hărți pentru turiști: "hărți gratuite cum fac și marile orașe"

- Accesarea de fonduri pentru dezvoltarea sectorului turistic, dar și pentru dezvoltarea orașului
- Un proiect care să aducă turiști și în extrasezon
- Ajutor din partea Primăriei, eliminarea piedicilor în efectuarea turismului
- Colaborarea unităților de cazare cu Primăria, cu sighișoreni etc.
- Bunăvoința primarului și a consilierilor de a trece peste disensiunile politice și de a se pune în folosul interesului orașului și al comunității
- O mai mare implicare a Primăriei/a aleșilor locali/a autorităților
- Mai multă atenție a autorităților și a celor care lucrează în serviciile turistice la cerințele turiștilor (inclusiv amabilitatea)
- Prelungirea programului de lucru la magazine ("și pe seară")
- Curățenia orașului/ Curățarea aleilor/Creșterea preocupării pentru asigurarea curățeniei (de ex. mai multe coșuri de gunoi în Cetate)
- Îmbunătățirea/modernizarea infrastructurii
- Investiții în locuri de agrement/infrastructură și personal
- Să se întrețină mai bine orașul
- Să se aibă grijă de tot ce este în oraș
- Zidul Cetății să fie reparat, să fie reparate pietrele
- Să se facă semnalizare turistică
- Prelungirea programului de vizitare la toate punctele de vizitare din Cetate (sâmbăta și duminica)
- Să se propună "ceva" pentru ocuparea timpului turiștilor/să nu plece repede
- Organizarea de evenimente la care să poate participa grupuri (ex. tabere)
- Concursuri/Competiții pentru grupuri
- Creșterea oportunităților de petrecere a timpului liber pentru turiști ("să nu fie un oraș mort")
- Organizarea mai multor evenimente pentru turiști, inclusiv cu implicarea celor care dețin structuri de cazare (nu doar festivaluri, ci și concerte), chiar și simple sau de week-end (ex. piese de teatru, concursuri pentru copii cu diverse talente), mai ales iarna (1-2 evenimente pe lună): "peste tot sunt evenimente: ex. Sibiu, Brașov"
- Organizarea mai multor festivaluri (de ex. lunar); festivalurile să nu mai fie manelizate
- Organizarea de târguri de Sărbători (ex. de Crăciun)
- Tarabe cu diferite produse (ex. vin fiert, cozonac)
- Anunțarea din timp a evenimentelor organizate
- Înființarea unui serviciu în cadrul Primăriei care să se ocupe de programe culturale și de festivaluri ("dar nu neapărat academice, de nișă, ci festivaluri mai mari care să atragă mai mulți turiști, ca de ex. cele de la Sibiu sau de la Tg. Mureș")
- Organizarea de activități în aer liber ("turiștii nu se sperie nici de ploaie, nici de frig")
- Respectarea programului afișat la toate punctele de vizitare și de informare
- Extinderea programului la Muzeul de Istorie (inclusiv luni), la Centrul de Promovare și Informare Turistică și la Biblioteca Municipală
- Amenajarea unui magazin de suveniruri la ieșirea din Muzeu cu regândirea accesului și circuitului

- Organizarea activității Centrului Național de Promovare și Informare Turistică în direcția îndeplinirii scopului și obiectivelor pentru care a fost creat (conform cererii de finanțare aferente)
- Funcționarea Centrului de Informare Turistică din strada Morii sau demontarea firmei
- Organizarea de evenimente în mai multe puncte din cetate
- Menținerea teraselor pe durata festivalurilor organizate ("să nu se mai strângă terasele de peste tot, dacă nu încurcă, pentru că turiștii au dorit să mănânce și la terase pe durata festivalurilor, nu doar în interior unde era foarte cald")
- Să nu mai urce nicio mașină în Cetate
- Să se facă o casă de schimb valutar și în Cetate
- Îmbunătățirea serviciilor (hoteliere etc.)
- Susținerea serviciilor pentru turism (de ex. divertisment)
- Să se realizeze o sală adecvată pentru spectacole
- Restaurantele să fie diferențiate (ex. cu mâncare chinezească etc.)
- Crearea unor afaceri/activități în domeniul divertismentului
- Să nu mai fie cerșetori ("năpădesc pe turiști, îi agasează, ne fac de rușine")
- Patrularea mai intensă a Poliției Locale ("ar descuraja actele de huliganism ale unor tineri care aruncă cu pietre și pietricele, fapte care pun în pericol turiștii")
- Microbuze cu circuit turistic cu localitățile din zonă
- Să fie legături la autobuze și la tren (de ex. la Sibiu este un singur tren pe zi)
- Promovarea locațiilor din apropiere astfel încât turiștii să rămână mai mult în Sighișoara (ex. Biertan, Viscri, Mălâncrav etc.)
- Crearea de spații pentru alte activități (pe zone din afara Cetății)
- Să fie mai multe puncte de vizitat/mai multe obiective turistice/atracții turistice (inclusiv pe lângă Cetate)
- Amenajarea de trasee turistice (de ex. până la fosta pădurice se poate face un traseu de aproximativ 2 ore)
- Semnalizarea Zonei Breite
- Să fie ghizi care să le explice turiștilor despre Breite
- Organizarea de excursii pe Breite (cu trasee de mers pe jos și oferirea de explicații despre floră etc.)
- Asigurarea transportului contra-cost la obiectivele turistice din împrejurimi
- Mai multe locuri de joacă pentru copii
- Puncte agroturistice
- Să se facă un parc
- Mai multe puncte/modalități/spații pentru agrement: un ștrand, un bazin de înot ("nu o băltoacă"), sală de bowling, pentru tenis de masă, tenis de câmp, piscină acoperită (pentru perioada rece), piscină descoperită, saună, pârtie de schi, un patinoar, un patinoar artificial în Piața Cetății, parc de distracție (în care să fie implicată municipalitatea sau mediul privat), pârtie de schi (de ex. să se redeschidă pârtia de schi de pe str. Ana Ipătescu și să se asigure transportul cu autobuze sau să se facă pârtie de schi artificială, acoperită sau nu), pârtie pentru săniuș
- Microbuze cu ghid (pentru mai multe direcții din apropierea Sighișoarei)

- Trasee pentru bicicliști (accesibile din Sighișoara), organizarea de concursuri pentru bicicliști
- Un Mall/un centru comercial de dimensiuni mari
- Un fast-food mare

f) Unele măsuri care ar trebui luate pentru a sprijini dezvoltarea turismului în Sighișoara

La nivelul reprezentanților unor organizații care desfășoară activități în legătură cu turismul din Sighișoara s-au menționat (spontan) următoarele măsuri care ar trebui luate pentru a sprijini dezvoltarea turismului în Sighișoara:

- Realizarea unei șosele de centură
- Creșterea implicării administrației publice pentru asigurarea curățeniei, stoparea fenomenului cerșetoriei, dezvoltarea de sisteme eficiente privind parcările
- Realizarea de investiții în comunitate ("dacă comunității îi merge bine, atunci turiștii sunt atrași")
- Inițierea dialogului și încurajarea colaborării între factorii interesați;
- Creșterea dialogului cu operatorii din turism pentru a găsi soluții de creare a unei infrastructuri adecvate pentru turism (SPA, pârtie de schi, patinoar, plajă etc.)
- Susținere și flexibilitate din partea autorităților pentru a încuraja inițiativele locale
- Toaletarea copacilor astfel încât clădirile să fie vizibile
- Extinderea programului la toaletele publice (cel puțin până la orele 20-21)
- Traducerea informațiilor despre evenimente și în limba engleză
- Centralizarea evenimentelor organizate și anunțarea acestora (inclusiv traduse în engleză)
- Mai multă informare (de ex. despre obiectivele existente, unitățile de cazare existente, evenimente etc.)

La nivelul reprezentanților unor agenții de turism s-au menționat (spontan) următoarele măsuri care ar trebui luate pentru a sprijini dezvoltarea turismului în Sighișoara:

- Dezvoltarea infrastructurii turistice și a infrastructurii în general
- Promovarea mai bună/mai consistentă, atât în țară (pentru turiștii din România), cât și în străinătate (inclusiv prin participarea la târguri internaționale de turism)
- Realizarea de pagini de facebook în mai multe limbi (ex. franceză, germană, spaniolă etc.)
- Realizarea unei șosele de centură
- Amenajarea și promovarea de trasee pentru bicicliști
- Mai multă deschidere din partea localnicilor ("unii nu apreciază evenimentele organizate la nivel local, critică orice propunere")
- Introducerea unor restricții cu privire la tipurile de produse care se pot comercializa pe durata festivalurilor ("E harababură, se vinde orice")

- O mai bună prezență a structurilor de primire turistice în sistemele de vânzare on-line
- Construcția de autostrăzi în România (pentru a facilita parcurgerea mai rapidă a distanțelor până la Sighișoara/accesul în zonă)
- Organizarea mai multor evenimente și festivaluri (pentru a atrage turiști)
- Desfășurarea de activități pentru copii și adulți
- Formarea de ghizi locali, care să cunoască și una sau mai multe limbi străine

În ceea ce privește măsurile pentru dezvoltarea turismului în Sighișoara, propuse spre evaluare de echipa de proiect, percepute ca având o importanță mare și foarte mare, distribuția răspunsurilor oferite de reprezentanți ai structurilor de primire turistică din municipiul Sighișoara, reprezentanți ai agențiilor de turism care activează în România și ai unor organizații care desfășoară activități în legătură cu turismul din Sighișoara, se prezintă astfel:

Nr. crt	Măsura	Respondenții care au indicat măsura respectivă ca având o importanță mare și foarte mare (procente)
1.	Cresterea oportunitatilor de recreere pentru adulți si copii (de ex. parc de aventură, zone de pescuit sportiv etc.)	95,2 %
2.	Popularizarea traseelor turistice (inclusiv prin dezvoltarea de aplicații etc.)	93,7 %
3.	Includerea municipiului Sighișoara în rute culturale	92,1 %
4.	Realizarea unui film de prezentare a Municipiului Sighișoara (cu subtitrare sau variante în alte limbi)	90,5 %
5.	Organizarea de evenimente la nivel local, inclusiv în extrasezon	90,5 %
6.	Semnalizarea turistică corespunzătoare	90,5 %
7.	Dezvoltarea infrastructurii la nivel local	90,5 %
8.	Participarea la evenimente în domeniul turistic (de ex. târg național de turism etc.)	87,3 %
9.	Formarea de ghizi locali	87,3 %
10.	Amenajarea mai multor trasee turistice în jurul cetății Sighișoarei	81,0 %
11.	Amenajarea mai multor trasee turistice în pădurile din apropiere	81,0 %
12.	Realizarea unei versiuni în limba	79,4 %

	engleză pentru pagina de facebook a Municipiului Sighișoara	
13.	Publicarea de informații pe secțiunea de Turism de pe site-ul Municipiului Sighișoara	69,8 %
14.	Realizarea de demersuri pentru obținerea statutului de stațiune turistică pentru Sighișoara	66,7 %

Informarea și promovarea

Totodată, am promovat proiectul, tema acestuia, finanțatorul și am creat în acest sens pagina de Facebook a proiectului pe care am postat informații despre proiect (<https://www.facebook.com/BrandingTurismSighisoara>), am actualizat cu date despre proiect secțiunea de pe pagina web a Centrului pentru Dezvoltare Socială CEDES (<http://www.cedes.ro/turismul.html>), am transmis un comunicat de presă despre proiect, am avut o intervenție despre proiect la postul de radio Radio Son Sighișoara, am realizat 30 de afișe despre proiect.

Concluzii

Chiar dacă unitățile de cazare s-au mobilizat mai greu pentru prima serie a cursului de Branding și comunicare în turismul sighișorean, putem aprecia proiectul drept un succes, dat fiind feedback-ul din partea participanților la curs, dar și rezultatele cercetării.

Astfel, s-au conturat câteva linii de acțiune pentru consolidarea poziției Sighișoarei printre destinațiile turistice din România, unele dintre ele vizând colaborarea mai strânsă și comunicarea între unitățile de cazare pe de o parte și administrația publică locală pe de altă parte, iar altele, vizând măsurile directe pe care fiecare dintre părți va trebui să și le asume.

Proiect realizat cu sprijinul Municipiului Sighișoara și al Consiliului Local Sighișoara. Conținutul acestui proiect nu reflectă neapărat poziția Municipiului Sighișoara și nu implică nicio responsabilitate din partea acestuia.