

Radiografia sezonului estival 2008





BEST REISEN

Vacanțe însoțite iarna-vara!

GRECIA/Creta

zbor charter din Cluj

Hotel 2* DP de la **299 eur**+taxe



TUNISIA / Djerba

zbor charter din București

Hotel 3* DP de la **249 eur**+taxe



TUNISIA / Monastir

zbor charter din Cluj și București

Hotel 3* DP de la **209 eur**+taxe



EGIPT/ Hurghada

zbor charter din București

Hotel 3* DP de la **279 eur**+taxe



EGIPT/ Shram el Sheikh

zbor charter din București

Hotel 3* DP de la **269 eur**+taxe



TURCIA/Antalya

zbor charter din Cluj

Hotel 4* AI de la **319 eur**+taxe

Mai multe detalii despre programele, circuitele, excursiile facultative și ofertele speciale sunt prezentate pe pagina www.bestreisen.ro

Contact: rezervari.cluj@bestreisen.ro și rezervari.bucuresti@bestreisen.ro

www.bestreisen.ro

Nevoia de clasamente chiar și în ... travel

OLIMPIADA CARE NE INSPIRĂ



Dr. Petre BALAȘ
Vicepresedinte ANAT
Președintele
Comisiei de Presă



Abia încheiat magnificul summit sportiv de la Beijing, având ca portdrapel medaliații chinezi (numeric) și cei americani (valoric - spectacular), revenind la cotidienele noastre preocupări, remarcăm nevoia constantă de clasamente și ierarhii în tot ce mișcă, deci și în ... travel.

După mega-clasamentele anuale, complicate și contestabile, întocmite de Camerele de Comerț - aceste instituții aflate în stare de compromitere, fiind mai mereu în conflicte juridice și partaje - după alte și alte ierarhizări venite pe linia diverselor organizații, asociații sau publicații, se solicită în continuare clasamente ale agențiilor de turism, după cifra de afaceri, număr de angajați, pe euroregiuni, după capital (român / străin / mixt), pe specializări (chartere, outgoing, incoming, ticketing, croaziere etc.).

Glumind, mult așteptată și râvnită Cupă ANAT la fotbal, poate influența și ea clasamentele!

O remarcă-constatare nu poate fi evitată: dacă la Olimpiadă toți concurenții iau startul competiției în condiții perfect egale, oare cât de egale și echivalente sunt șansele evantaiului de competitori de pe piața turistică, aflați în diverse stadii de dezvoltare, beneficiind de capitaluri importante (unii), sau doar de credite avantajoase ... pentru bănci (cei mai mulți), autoaruncați în marea tulbure și coclită a economiei de piață dâmbovițene. În plus, ar mai fi de adăugat că și în travel sunt unii care ... fură startul!

10 Un serial de acțiune care promovează turismul românesc



11 Totul despre semnătura electronică



15 Toți turiștii români sunt de calitate!

Interviu cu Nikos Diakolios, directorul oficiului din București al Organizației de Turism a Greciei



12 Atenție la Albania! comentariu - Traian Bădulescu



20 România se va putea califica pentru Programul „Visa Waiver”

Interviu cu Bryan W. DALTON, ex-Consulul General al Ambasadei S.U.A.





Sezonul estival 2008, înainte de final

Ne aflăm la încheierea unui sezon estival bun, care a fost caracterizat de o creștere, în special pe segmentul zborurilor charter și pentru litoralul românesc.

I. Turism intern

Fluxul de turiști pe litoralul Mării Negre, la capete de sezon estival, este posibil să crească anul acesta cu 25-30% față de perioadele similare ale anului trecut. În perioada 1 mai-15 iunie a anului acesta a crescut notabil numărul turiștilor sosiți pe litoral, trend ce va fi urmat și în celălalt capăt de sezon, în septembrie. Spre deosebire de anii trecuți, în 2008 hotelierii au fost receptivi la eforturile ANAT în ce privește prelungirea sezonului turistic pe litoral. Comparativ cu anii trecuți, în 2008 mult mai multe hoteluri de pe litoral își vor închide ușile după 1 octombrie, în condițiile în care până acum o făceau la 15 septembrie sau mai devreme.

Mai mult de atât, circa 50 de hoteluri de pe litoral vor participa la programul „Litoralul pentru toți” al Asociației pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului „Litoral”, care se desfășoară în perioada 1 septembrie-15 octombrie. Hotelurile care participă la program au disponibile 6.000 de locuri de cazare, iar tarifele pentru un sejur sunt cuprinse între 159 și 380 lei, în funcție de clasificarea unității de cazare.

În ciuda faptului că hotelurile își încep activitatea mai devreme și se vor închide mai târziu, din păcate, mulți agenți economici (terase, restaurante, magazine, discoteci) nu țin pasul cu extinderea capetelor de sezon. În aceste condiții ar fi necesar ca autoritățile locale să oblige agenții economici să își înceapă activitatea de la startul oficial al sezonului și să-și încheie activitatea odată cu hotelurile.

Deși după 15 septembrie poate că nu va mai fi vreme de plajă, turiștii vor fi atrași de evenimente, entertainment și pentru odihnă la prețuri sensibil mai mici decât în alte locații din România.



Fluxul total de turiști pe litoralul Mării Negre este estimat să crească anul acesta cu circa 15% față de 2007, ajungând la 1,4 milioane de vizitatori.

II. Incoming pe Litoral

Din păcate, pentru Litoralul românesc se înregistrează o scădere față de anul precedent cu circa 20%, în special din cauza diminuării numărului de turiști germani și scandinavi și din cauza faptului că anul trecut TUI a decis retragerea de pe piața românească.

În acest an nu mai există zboruri charter directe, turiștii străini care vin pe Litoralul românesc fiind transferați de pe aeroportul din Varna. Există doar un charter dinspre Rusia.

A fost un an slab pentru incoming, însă, e o realitate, hotelierii preferă turiștii români, care sunt mult mai chelțuitori dar și mai puțin pretențioși, nefiind încă obișnuiți să se plângă. Mulți români aleg turismul de weekend. Dar această tendință nu va rezista mult, în condițiile în care din ce în ce mai mulți români călătoresc peste hotare, de la an la an.

Litoralul Mării Negre va fi concurat și de alte litorale care se vor „trezi”, pe lângă cel bulgăresc. Este vorba de litoralul ucrainean și rusesc al Mării Negre. De asemenea, Muntenegru începe să „fure” din clientela care ar putea constitui ținta României, precum și Albania promite să se dezvolte ca destinație turistică de litoral.

Pentru îmbunătățirea situației este nevoie de coerență în decizii, de asigurarea sezonului între 1 mai și 1 octombrie (risc calculat, dacă nu se întâmplă o dată și o dată, litoralul nostru iese total de pe harta turistică internațională) - deci, toate structurile ar trebui deschise, precum și de un mai bun raport preț-calitate. De asemenea, avem nevoie de o mai puternică promovare internațională.

În acest an, cu tot cu individuali, vor fi cel mult 100.000 de turiști străini pe Litoralul românesc al Mării Negre.

Piețele emitente pentru litoralul românesc:

1. Germania
2. Franța
3. Țările ex-sovietice (Ucraina, Rusia, Belarus, Republica Moldova)
4. Italia



Foto: Dragoș ROBATZCHI



III. Outgoing

Numărul turiștilor care au plecat în străinătate a crescut cu până la 25%, față de anul trecut. Dacă în topul destinațiilor s-a aflat tot Grecia, la fel ca în ultimii ani, de cea mai mare creștere s-a bucurat Turcia, destinația pe care au marșat mulți operatori.

Topul estival al destinațiilor externe

1. Grecia - circa 250.000 turiști
2. Bulgaria - 150.000
3. Turcia - 130.000
4. Spania - 70.000
5. Tunisia - 50.000
6. Egipt - 20.000

Cele mai multe surprize le-a oferit Turcia: s-a vândut excelent, am avut chiar de-a face cu o supralicitare a ofertei, numărul inițial de zboruri charter fiind mult mai mare decât creșterea estimată.

Charterele au avut un grad ridicat de ocupare, au existat chiar și curse suplimentare. Pentru Turcia, mulți dintre turiști au mers în vacanță în această țară în iunie și au revenit la sfârșit de sezon, fiind foarte mulțumiți de serviciile hotelurilor. În plus, în Turcia sezonul estival este destul de lung - începe în aprilie și durează până în octombrie.

Grecia a rămas preferata românilor pentru că oferă situri arheologice, cadru natural, dar și o paletă largă de oferte turistice - insule luxoase, dar și unele cu prețuri moderate. În același timp,

Bulgaria rămâne cea mai accesibilă destinație pentru că este aproape de casă și are cel mai bun raport preț-calitate. Cererea pentru Tunisia a fost mare la sfârșit de vară-început de toamnă, când prețurile sunt mai accesibile.

De asemenea, au existat cereri mari pentru Spania (în special Costa Brava) sau Croația.

Antalya, destinația anului

Dacă anul trecut, în Turcia, și-au petrecut vacanța circa 80.000 de români, anul acesta au ajuns acolo peste 130.000. Turcia a ajuns în top datorită sistemului all-inclusive, cel mai bun de pe piață. Aceasta arată că mulți români sunt atrași de vacanțele statice - plajă, piscină și relaxare. Destinația numărul 1 a Turciei a fost regiunea Antalya.

Topul zborurilor charter pe săptămână (situație înregistrată la 15 august)

Total - 141 curse

1. Turcia - 65
2. Grecia - 39
3. Spania - 14
4. Tunisia - 6
5. Egipt - 4
6. Malta - 4
7. Cipru - 3
8. Italia - 3
9. Franța - 2
10. Portugalia - 1

Top destinații (curse săptămânale)

1. Antalya (Turcia) - 50
2. Creta (Grecia) - 19
3. Corfu (Grecia) - 8
4. Monastir (Tunisia) - 6
5. Barcelona (Spania) - 6
6. Palma de Mallorca (Spania) - 4
7. Hurghada (Egipt) - 4
8. Rhodos (Grecia) - 4
9. Zakynthos (Grecia) - 4



Constanța, un oraș cu card turistic

În luna august, agenția Mistral Voyages a lansat Cardul de atracții și Discount-uri Constanța City Pass, până la ora actuală unicul Card de Oraș din România. „Aceasta marchează un nou succes pe lista de prezentare a Constanței - ca oraș cu adevărat european”, este de părere Corina Martin, președintele Asociației Litoral și inițiatorul proiectului.

În varianta 2008, cardul cuprinde accesul la 5 atracții turistice majore ale Litoralului - Aqua Magic, Acvariu, Delfinariu, Muzeul de Istorie și Arheologie și Estival Tour cu autobuzele supraetajate + 30 de vouchere de discount la magazine, restaurante, cafenele, cluburi etc. În plus, turiștii posesori ai Cardului au Prioritate la acces la fiecare obiectiv turistic!

Constanța Pass poate fi cumpărat din agențiile de turism partenere cu Mistral Tours, recepții de hoteluri, casele de bilete de la Aqua Magic, Acvariu și Delfinariu și din agențiile Mistral Voyages / Mistral Tours. Cardul costă 99 de lei sau 26 de euro!

Toate informațiile despre Cardul Constanța City Pass pot fi găsite pe website-ul dedicat, www.constantapass.ro și pe www.europeancitycards.com.

Geneva: Conferința PAConf între 6 și 7 octombrie

IATA Passenger Agency Conference (PAConf), unde sunt stabilite și revăzute regulile Passenger Agency Programme, se va desfășura la Geneva (Elveția), între 6 și 7 octombrie. Printre subiectele propuse, România dorește o discuție în privința migrării Republicii Moldova sub Rezoluția 818g, deoarece există un singur BSP Romania & Moldova.

Unele avantaje provenite din calitatea de membru ANAT

1. 50% discount la chirie la toate târgurile de turism unde este partener ANAT; dacă o agenție închiriază o singură dată pe an la un târg, standul cel mai mic posibil, de 6 mp, economisește în momentul actual 240 EUR, adică 840 RON.

2. Poate beneficia de infotripuri, cu nenumărate avantaje; fiecare dintre agenții își poate aranja gratuități la transport sau alte avantaje în urma unei colaborări voluminoase cu parteneri străini, dar iată că ANAT nu discriminează și încearcă să ofere șanse egale.

3. Prezența în Catalogul ANAT și pe site, scrisorile de confirmare pentru licitații că sunt membrii ANAT.

4. Răspunsurile pe care le dă ANAT fiecărei agenții care vine și întreabă cum să plătească sau să nu plătească TVA-ul, orice informații financiar-contabile specifice.

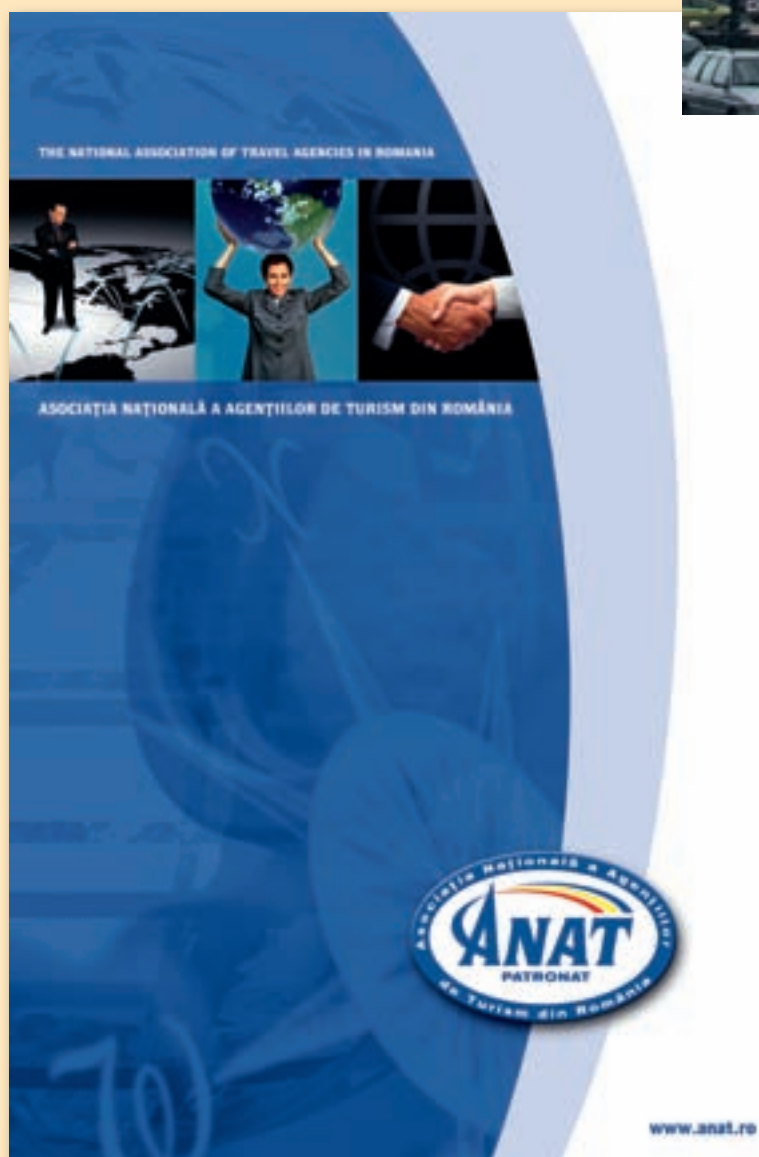
5. Participarea gratuită sau la un preț special de membru la cursuri de pregătire profesională

6. Consultanță juridică pe care o primesc toți cei care o cer

7. Șansa de a intra în parteneriat cu agenții străine, valabilă mai ales pentru micile agenții

8. Informații despre evenimente, târguri, oportunități de afaceri

Sediul ANAT (et. 8, bl. SIF MUNTENIA)



9. Avantajele de a folosi produse speciale de tipul Constanța City Pass - și în viitorul apropiat, cardul ANAT

10. Beneficiile care decurg din apartenența la o asociație profesională - scriem scrisori prin care confirmăm pentru diverși membri care au nevoie în relațiile cu partenerii străini, că sunt membri ANAT

2007: Membrii ANAT totalizează o cifră de afaceri de 4,45 miliarde lei (1,25 miliarde de euro)

Potrivit datelor furnizate de Oficiul Național al Registrului Comerțului, cele peste 700 de firme membre ANAT au avut, pentru 2007, o cifră de afaceri cumulată de 4,45 de miliarde de lei (1,25 miliarde de euro).

Dintre aceștia, peste 2 miliarde de lei reprezintă cifra de afaceri a membrilor asociați (TAROM, Carpatair, Blue Air, Atlassib, Be Proffice).

Cifra de afaceri a agenților de turism membre ANAT este de circa 2,3 miliarde de lei, ceea ce reprezintă circa 650 de milioane de euro.

Cea mai mare cifră de afaceri ca membru asociat este deținută de TAROM. Primele cinci agenții de turism după cifra de afaceri sunt Happy Tour, Eximtur, Sind Romania, Marshal Turism și J'Info Tours. Numărul total de angajați al membrilor ANAT este de 16.035, din care agențiile de turism au peste 11.000.



ANAT TRAINING CENTER



Proiectul ANAT Training Center a luat naștere din încercarea noastră de a vă veni în ajutor cu informații cât mai utile și specializate pentru desfășurarea activității dvs. profesionale și permanenta îmbunătățire a practicilor și cunoștințelor teoretice ale agenților și managerilor din turism.

Cursurile ținute sub egida ATC sunt cursuri cu durată de o zi, în sistem seminar, la care participanții beneficiază de cunoștințele și experiența unor specialiști în domeniu, specialiști absolvenți, la rândul lor, ai unui training intensiv oferit de profesioniști austrieci, ale căror metode și "know-how" constituie baza de transmitere a informațiilor în cadrul cursurilor. Acestea se bazează pe interacțiune permanentă între cursanți, lucru în echipă, exemple concrete, jocuri și scheme.

Cursurile se adresează atât agenților de turism, agenților de ticketing, directorilor de departament, cât și managerilor generali sau reprezentanților hotelieri, fiecare putând alege cursul care i se potrivește cel mai bine dintr-o paletă largă de oferte.

Locațiile în care se țin cursurile sunt București, Brașov, Constanța, Galați, Cluj Napoca și altele, ținându-se cont și de cererea locală.

Trainerii noștri sunt nume cunoscute și oameni de succes în domeniu, care împărtășesc din experiența lor spre beneficiul participanților.

Dragoș ANASTASIU
Președintele Holdingului Eurolines și
Președinte ANAT
Ruxandra NICOLESCU
Manager General al Regional Air Support
Corina MARTIN
Președinte al Regiunii ANAT Sud-Est și
Președinte al Asociației Litoral
Carmen CHASOVSCI
Trainer certificat CEF, coordinator
activități de consultant în Turism
Petre BALAS
Director General Peter Express
Patricia DODU
lector titular Universitatea Româno-
Americană
Ștefania MIHAI
doctor în științe Economice Academia
Româno – Americană
Dora KISS
Manager Eximtur
Mihaela VINTILĂ
Manager BRM Travel
Sorin LUCACI
Quality Assurance Administrator Best
Western Hotels

Dintre temele pe care le abordăm în cadrul cursurilor ATC, menționăm:

**Tehnici de Comunicare și Comportament
pentru șoferii de autocare**

Vânzări Suplimentare

Vânzări la Ghișeu

Managementul Agențiilor de Turism

Air Matters

Geografia Turismului

Managementul Plângerilor și Reclamațiilor

E-Commerce

Manageri de Sucursală/Departament

Customer Care

Comunicarea prin telefon

Vă așteptăm să consultați broșura ATC disponibilă pe site-ul nostru, la adresa www.anat.ro și să vă înscrieți la cursurile noastre, la numărul de telefon: 021.312.68.43, fax: 021.312.19.08 sau la adresa de email maria.boboc@anat.ro

Cipru

ZILE FIERBINȚI DE VARĂ 2008

Vacanțe
de
prestigiu



**PRESTIGE
TOURS**

Prețuri de la
429 euro

PACHETUL INCLUDE:

- bilet de avion BUH-LCA-BUH (Cyprus Air)
- 7 nopți cazare cu tipul de masă ales în funcție de hotel
- transfer aeroport/ hotel/ aeroport
- asistență turistică agenția parteneră



Love Cyprus

Sediu central: Str. George Enescu, nr. 31,
(lângă mag. EVA), sector 1, 010303 București
Tel.: (+4021) 319.77.94/95/96/97;
0747.01.01.50 / 0752.12.17.23
Fax: (+4201) 312.12.55
e-mail: info@prestigetours.ro

Agencia Ploiești: Winmarkt Shopping Center,
subsolul mic, 17-25 Republicii Blvd., Ploiești
Tel.: (+40244) 59.15.85, 0344.80.18.10,
0344.80.18.11; Fax: (+40244) 510.204;
Mobil: 0747.01.01.54
e-mail: victoria@prestigetours.ro

www.prestigetours.ro



Un serial de acțiune care promovează turismul românesc

Un grup de copii din București, pasionați de istorie și de aventură, descoperă jurnalul secret al lui Barbu Petriceicu Hașdeu, un manuscris în care sunt spuse secrete neștiute până astăzi despre civilizația dacilor și care-i poate duce la comoara pierdută a lui Decebal.

Într-o lume a filmului, în care sunt promovate doar subiectele minimaliste, telenovelele și sitcomurile, regizorul Andrei Chiriac și scenaristul Mihai Mănescu propun un serial cu copii care te

ademeneste să cauți

comoara ascunsă a dacilor. Acestui proiect ambițios și costisitor, „Secretul Coifului de Aur”, care se ridică la un milion de euro, s-au alăturat și actori cu nume grele ale filmului românesc, precum Marcel Iureș și Vlad Ivanov. Opt copii obișnuiți din București pleacă în aventura vieții lor.

Practic, acest serial va promova România, istoria și legendele țării noastre. Poate că așa se vor afla mai multe despre Stonehenge-ul românesc - Sarmisegetuza. Filmul va fi difuzat și promovat și în străinătate. Pentru mai multe amănunte puteți accesa site-ul www.secretulcoifuluideaur.ro.



Editura

HOUSE OF GUIDES

Orientează-te cu noi!



Cărțile sunt disponibile în librării sau prin comandă directă pe www.houseofguides.ro
Pentru comenzile online mai mari de 30 RON beneficiați de un discount de 10%.

www.houseofguides.ro

Totul despre semnătura electronică

Maria BOBOC
Consilier ANAT



Camera de Comerț și Industrie a găzduit, în data de 29 iulie, o conferință menită să familiarizeze publicul participant cu caracteristicile și importanța semnăturii electronice. Această formă nouă de a autentifica documentele prin semnătură privată, larg răspândită în alte țări, încă nu este îmbrățișată și înțeleasă în întregime și în România. Uniunea Europeană a finanțat în acest sens proiectul WeSign, al cărui scop este creșterea numărului de întreprinderi mici și mijlocii care utilizează certificate digitale, semnătură electronică și utilizează aplicații de e-business. Reprezentantul proiectului în sală a fost Gela Rotaru. Alături de aceasta s-au aflat Daniel Peștină - Director General al DigiSign România, una dintre cele două firme autorizate să elibereze certificate digitale în România, care a susținut cea mai mare parte a prezentării, și Nicolae Ghibu - directorul general al celei de-a doua firme - CertSign.

În România, cadrul legal pentru utilizarea acestor facilități există încă din 2001, fiind reglementat de Legea 455/2001 cu privire la semnătura electronică, și Legea 451/2001 cu privire la marca temporală, ambele fiind concepute pe baza Directivei Uniunii Europene 99/93.

Ce este semnătura electronică?

Semnătura electronică este varianta în format electronic a semnăturii olografe personale, unice. Ea reprezintă o serie de date ce identifică proprietarul acesteia, și poate fi aplicată aproape oricărui tip de document, de asemenea în format electronic, autentificând că proprietarul este de acord cu înscrisurile. Această semnătură este menită să identifice în mediul virtual posesorul, și este înmagazinată pe un suport magnetic securizat. Acest suport poate fi asemănător unui card bancar - SmartCard sau unui dispozitiv portabil de memorie, cu USB - eToken. Acestea poartă în ele integrată semnătura electronică și o generează de fiecare dată când posesorul o dorește, la introducerea parolei unice.

Care sunt avantajele semnăturii electronice?

Gradul de siguranță pe care îl poartă semnătura electronică este cu mult mai mare decât al celei clasice, olografe. În timp ce aceasta din urmă poate fi chiar falsificată, sau datele asupra cărora s-a căzut de acord la semnarea documentelor pot fi modificate ulterior semnării de mână, semnătura digitală asigură că ulterior aplicării ei niciun detaliu al actului nu a fost modificat, orice modificare ducând automat la dispariția semnăturii digitale deja aplicate...

Este imposibilă fraudarea ei, dat fiind că singurul ce o poate aplica este posesorul tokenului sau cardului unde aceasta este cuprinsă, și care poate fi setat să ceară parola la fiecare utilizare (pentru fiecare document) și să se blocheze chiar și la o singură introducere greșită, fiind astfel inutil altcuiva decât posesorului, în eventualitatea unui furt.

Datorită acestor elemente de siguranță, semnătura este opozabilă în justiție, fiind supusă clauzei juridice de nonrepudiare (adică semnatarul nu poate nega faptul că a semnat

respectivul document), dând un plus de siguranță apartenenței și provenienței documentelor.

Folosind-o, se facilitează în mod evident relațiile de colaborare între parteneri, scutind timpul pierdut cu trimiterea corespondenței sau întâlnirea față în față a semnatarilor, de asemenea timpul pierdut depunerii diferitelor documente oficiale, declarații fiscale etc., administrațiile financiare primind documente electronice semnate astfel.

Cine sunt utilizatorii?

Oricine poate poseda o semnătură digitală. În România, în prezent se acceptă și se recunosc documente semnate digital de către Ministerul de Finanțe, Inspectoratele de Muncă, Casa Națională de Pensii, iar Ministerul Comunicării a promis implementarea acestui sistem în toate instituțiile statului până la sfârșitul acestui an, dat fiind că există cadru legislativ, rămânând de stabilit doar detaliile de metodologie.

În România se estimează existența unui număr de circa 50.000 de utilizatori de semnături digitale.

Ce este certificatul digital?

Certificatul digital este un set de informații electronice furnizate de posesorul semnăturii digitale, și care este legat de aceasta din urmă. El autentifică datele semnatarului, făcând mai sigură tranzacția și comunicarea, fiind o modalitate electronică pentru verificarea unei identități. Între elementele cuprinse în certificat se pot regăsi numele și prenumele persoanei, adresa de email, societatea, funcția, contul utilizatorului de domeniu, codul de țară etc. Orice schimbare a unui element face obligatorie anuntarea acesteia și emiterea unui nou certificat.

Certificatul este eliberat de către un furnizor autorizat de astfel de servicii. În România există doi astfel de furnizori autorizați: DigiSign și CertSign.

Care este perioada de valabilitate a unei semnături digitale?

De obicei, valabilitatea unei semnături digitale expiră după un an, ea putând fi reînnoită. Aplicarea unei semnături expirate pe documente nu mai este recunoscută. Totuși, documentele semnate cu semnături digitale valabile la momentul semnării rămân recunoscute, chiar dacă între timp, semnătura și-a pierdut valabilitatea. Astfel, în instanță de exemplu, va fi recunoscută autenticitatea unui contract semnat electronic acum 3 ani, cu semnături digitale valabile la momentul semnării dar care astăzi nu mai sunt valabile.

Serviciul care face posibilă localizarea în timp a unei semnături electronice și determinării valabilității ei la un anumit moment este marca temporală.

Ce este marca temporală?

Marca temporală este o colecție de date în formă electronică, atașată în mod unic unui document electronic; ea certifică faptul că anumite date în formă electronică au fost prezentate la un moment de timp determinat furnizorului de servicii de marcare temporală. Ea face posibilă determinarea valabilității unei semnături digitale și a unui certificat digital la un anumit moment în timp, și în clipa de față.

Care sunt costurile achiziționării semnăturii digitale?

Costul inițial al achiziționării semnăturii digitale și a dispozitivului de suport a acesteia este de aproximativ 100 de euro, reînnoirea anuală costând în jur de 50 de euro.

Atenție la Albania!



Traian BĂDULESCU
Redactor-șef

Se tot vorbește, de ani de zile, că turismul este șansa de dezvoltare a României. Turism însemnând, în primul rând, incoming... Deoarece, prin incoming, alături de turismul de

afaceri și evenimente, pot veni bani în țară.

Vorbind despre situația incomingului pe Litoralul românesc cu principalii touroperatorii români specializați, am constatat o vizibilă dezamăgire. Dezamăgire generalizată, venită și din partea celor care anii trecuți își păstrau optimismul. Litoralul riscă să iasă de pe harta turistică internațională.

Dar - căci aici apare problema - ce nevoie avem de străini! Când știm cu toții că sunt pretențioși și nu prea mai scot bani în plus din buzunar în afara strictului necesar. Pe când românul... cheltuiește mult, scapă de toți banii pe care îi are. După concediu... potopul!

Poate că nu e nimic rău în asta. Dar dacă e să ne gândim macroeconomic, când un român lasă banii în România este un circuit intern, dar când un străin lasă banii... atunci putem vorbi de export de servicii, de încasări ale țării noastre. Hotelierii români se gândesc doar la cât vor încasa direct, în acest an, pentru 2-3 luni, de la clienții români, unii din ei amatori de week-enduri plătite regește. Pentru că, dacă vorbim de turismul de week-end, o noapte la un hotel de 3 stele poate să depășească 100 de euro în full sezon.

E drept, agențiile de turism se străduiesc să atragă turiștii către sejururi... Dar ce te faci dacă omul nu are concediu dedicat litoralului și dorește să meargă mai multe week-enduri la rând? Marele risc este acela ca românul să își petreacă sejururile în afară - de exemplu, în Antalya sau Creta - și să mai petreacă pe Litoralul nostru acolo, un week-end sau două.

Poate că ar fi bine ca agențiile de turism să creeze și pachete speciale de week-end! Dar în fine, turismul de week-end nu este salvarea Litoralului, dimpotrivă. Outgoing-ul crește de la an la an, așa că ne întrebăm ce se va alege de Litoralul românesc dacă nu... facem ceva!

Alternative există în jur, atât pentru români, cât și pentru străinii ar putea veni aici. Românii pleacă din ce în ce mai mult în Grecia, Bulgaria, Turcia...

Iar străinii... Îngrijorător este că toate țările din jur se dezvoltă turistic. Acum 10 ani era la modă comparația cu Ungaria, care, cu Budapesta, Balaton, o pustă, gastronomie, a ajuns la un moment dat în top 10 al destinațiilor mondiale. Apoi, a răsărit Croația. De Grecia nu vorbim, e destinație de tradiție. Marele șoc a fost vecinul de la sud, Bulgaria, care, folosindu-se de aceeași Mare Neagră, ne-a oferit lecție după lecție.

Atenție! Ucraina și Rusia au un litoral excelent și spectaculos la Marea Neagră! Doar dacă ne gândim la Crimeea. Infrastructura nu este încă pusă la punct, dar încep să se trezească și ei. Muntenegru este o nouă destinație de succes a Balcanilor. Și... din nou atenție! Dacă acum câțiva ani spuneam, mai în glumă, mai în serios, că trebuie să facem ceva și să ne comparăm cu Ungaria sau cu Grecia, că doar nu ne punem pe același plan cu... Albania, țară total neturistică... Iată că și Albania se ridică. Are un litoral de excepție și se pare că din 2010 va intra în cataloage internaționale. Și Fosta Republică Iugoslavă a Macedoniei dezvoltă turismul montan... Republica Moldova se străduiește și ea să dezvolte turismul viniviticol, iar mulți străini care efectuează circuite combinate România - Moldova rămân încântați de ce văd la frații noștri de peste Prut.

Timpul trece... Cu sau fără brand, nu mai e timp! Acum românii au bani, există o aparență de dezvoltare și bunăstare dar va veni și scadența. Scadența creditelor, încetinirea creșterii economice... Vor dispărea la un moment dat fițele care caracterizează parvenitismul. Atunci să vedem pe unde vom scoate cămașa, când am avut și încă mai avem șansa de a încasa bani din afară, și nu de a schimba bani între noi, în familie, cu aparențele unui trai de huzur, fără griji.



ACADEMIA DE VARĂ ATLANTYKRON:

UN CONCEPT ROMÂNESC CARE SE VA EXTINDE PE PLAN INTERNAȚIONAL

Între 1 și 10 august, pe insula dunăreană Atlantykrón (situată la 20 km N de Cernavodă, lângă satul și ruinele cetății antice Capidava) s-a desfășurat cea de-a XIX-a ediție a Academiei de Vară pentru Tineret, Știință, Cultură, Artă și Sport „Atlantykrón”. Manifestarea a fost deschisă tinerilor cu vârste între 14 și 28 de ani. Motto-ul actualei ediții a fost „Next Generation” („Viitoarea generație”).

Au fost circa 400 de participanți, dintre care doar lectorii și organizatorii au fost peste 60.

Țările de proveniență: România, Republica Moldova, Statele Unite ale Americii, Germania, Italia, Marea Britanie, Bulgaria, Franța, Rusia, Nigeria.

„Atlantykrón” reprezintă, de 18 ani, una dintre cele mai importante academii de vară din România, un spațiu de educație non-formală a tinerilor, o școală de vară unică în lume. Manifestarea este organizată de către Centrul pentru Studii Complexe (CSC), Societatea Științifică CYGNUS, Asociația Română pentru Sport și Cultură (ARSC), World Genesis Foundation - SUA și Asociația Americană de Kickboxing (USKBA) în parteneriat cu Autoritatea Națională pentru Tineret și ANSIT. Evenimentul este sprijinit și de Asociația Națională a Agențiilor de Turism (ANAT).

Unul din proiectele importante ale acestui an a fost Sci-Art. Acesta este un nou concept, care îmbină arta cu știința. Pe insulă a fost amplasat, pe o porțiune de circa 10 metri, un dispozitiv format din tuburi care își schimbau culoarea și intensitatea luminii, precum și muzica, în funcție de interacțiunea cu privitorii. Conceptul de Sci-Art, promovat de Heather Caton, David Anderson și Marie-Luise Dengel va fi dezvoltat anul viitor.

Prin intermediul site-ului atlantykrón.org, toți cei interesați vor putea vizualiza, în curând, înregistrările conferințelor și lucrărilor Academiei.

Printre lectori s-au numărat profesorii Florin Munteanu, Dan Milici, Aurel Cărășel, Cristian Pârghie, Cezar Leșanu și Victor Șutac, pictorul Aurel Manole, graficianul Valentin Ionescu, jurnalistul Traian Bădulescu etc.

La această ediție au fost invitate personalități renumite pe plan național și internațional din domeniile științei, SF-ului, sportului și culturii. Oaspeții VIP au fost Peter Moon (scriitor), Joel Castellanos (Universitatea din New Mexico, Department of Computer Science), Sebastian A. Corn (scriitor de SF), Roberto Quaglia (scriitor, vicepreședintele Societății Europene de Science Fiction), Teodor Vasile (doctor în medicină alternativă) și Alexandru Mironov (jurnalist de știință, scriitor).

Printre invitații de marcă s-au numărat David Anderson - vicepreședintele și șeful Departamentului de Știință al Grupului Bosch (SUA), Dan Farcaș - vicepreședintele Asociației pentru Studiul Fenomenelor Aerospațiale Neidentificate, Paul Rosner, președintele Asociației de Kickboxing din Statele Unite, Norman Rosner - responsabil cu programul muzical, Valentin Nicolau (directorul editurii Nemira), Ștefan Ghidoveanu - traducător și promotor, realizatorul emisiunii „Exploratorii lumii de mâine” (Radio „România Cultural”), Irinel Burloiu (corporația Intel), Adriana

Gheorghe (Inspectoratul Școlar Județean Constanța), Casper Werner (Germania) - membru al Asociației Prietenii lui George Marshal, Heather Caton (SUA) - instructor prin terapie prin artă, Marie-Luise Dengel (Germania) - instructor în arta video etc.



Pentru câteva ore, pe insulă s-a aflat și cantautorul Mircea Baniciu. În cadrul programului muzical, au avut loc, în premieră, și concerte ale formațiilor Meanox și Orașul furnicar (Republica Moldova).

Sponsorii oficiali ai manifestării sunt Administrația Națională de Îmbunătățiri Funciare, Orange și SNN Centrala Nuclearo-Electrică. Alți sponsori ai manifestării sunt Direcția de Sănătate Publică Constanța, Regia Națională a Pădurilor - Direcția Silvică Constanța, firmele RTC și Tourist Activ Media. Manifestarea este organizată cu sprijinul Comisiei Naționale pentru Controlul Activității Nucleare, al Regiei Naționale a Pădurilor - Direcția Silvică Constanța și al Inspectoratului Poliției de Frontieră Constanța.

„Intenționăm să extindem acest proiect pe plan internațional. Pentru început, ne gândim la Bulgaria și Republica Moldova.

Conceptul va rămâne unitar: știință, tehnologie, artă și cultură în mijlocul naturii. Atlantykron reprezintă, poate, viitorul societății civile și o microsocietate în sine”, a precizat Sorin Repanovici, coordonatorul programului Atlantykron.

Insula a fost lăsată intactă după plecarea participanților, pe ea având loc trei acțiuni de ecologizare. De altfel, conceptul Atlantykron implică păstrarea intactă a naturii, fără nici o intervenție a omului pe această insulă. Atlantykron a beneficiat de un post de radio, precum și de o revistă proprie.



Pentru alte informații (istoricul manifestării, programe, fotografii), puteți consulta site-ul www.atlantykron.org.

PARTENERI MEDIA



CRONICA ROMÂNĂ

PARTENERI ȘI SPONSORI



Training online și stagiul practic pentru manageri și specialiști în turism

- *Cursul este asigurat în cadrul Grupului Détente Consultants-Paris și urmărește promovarea și dezvoltarea serviciilor auxiliare de ospitalitate în România -*

În urma succesului Conferinței „O nouă viziune pentru turismul românesc” (CCIR, iulie 2008), organizată de EUROLINK-House of Europe cu participarea președintelui - director general al companiei franceze Détente Consultants (www.detente.fr), Joseph Tomatis, a fost lansată inițiativa creării unei rețele naționale în favoarea brandului de țară și a dezvoltării turistice a României, sub egida Platformei „EU-RO Clearing Funds” (www.Portal.StructuralFunds.ro). În cadrul dezbaterii, la care au participat principalii reprezentanți ai asociațiilor profesionale și patronatelor din domeniul turismului și al dezvoltării rurale, a reieșit o puternică nevoie de formare, motivare și fidelizare a personalului cu cât mai înalte competențe și abilități în următoarele domenii:

- experți în formare sau tineri profesioniști în branding și re-branding care să contribuie la formarea sau refacerea brandurilor ca destinație turistică ale României, regiunilor sau zonelor cu potențial de dezvoltare turistică;

- specialiști în marketing / vânzări, asistenți, manageri de proiect și consultanți formați special pentru proiecte de extindere, dezvoltare / promovare a turismului și serviciilor complementare destinate ospitalității;

- animatori și promotori de dezvoltare rurală și turistică, cu accent deosebit pe formarea coordonatorilor și membrilor GAL

(grupurile de acțiune locală ce vor implementa proiectele din cadrul axei LEADER a programului PNDR).

- experți din cadrul ADR (agenții de dezvoltare regională), promotori locali/rurali, agenți de dezvoltare, specialiști în relații publice / promovare în domeniul turistic.

Durata programului este de 3 luni calendaristice, începând din data de 1 octombrie 2008. Întregul suport de curs este tradus în limba română, iar pentru comunicarea cu coordonatorii programului pot fi folosite limbile engleză, franceză sau română. Evaluarea însușirii competențelor și abilităților complexe vizitate de program va avea loc la sfârșitul perioadei de 3 luni, prin rezolvarea unei teme practice și interviu personalizat cu fiecare absolvent.

Participarea se soldează cu următoarele beneficii: îndrumare ghidată de tip mentorship, oferită de specialiștii / trainerii Détente Consultants și EUROLINK-House of Europe; Certificat de Absolvire eliberat în co-tutelă de către Détente Consultants și EUROLINK-House of Europe; Certificarea ca stagiul practic în cadrul companiei Détente Consultants pe perioada de participare la program, urmând ca acordarea calificativului să fie determinată în funcție de rezultatul evaluării; Scrisoare de Recomandare din partea companiei Détente Consultants, care să ateste rezultatele evaluării și competențele / abilitățile dobândite în cursul programului.

Înscrierea se face în limita celor 20 de locuri disponibile, conform principiului primul venit - primul servit, în perioada 1-20 septembrie 2008. Inaugurarea cursurilor se va face în cadru public în săptămâna de deschidere a noului an universitar 2008-2009 (luna octombrie). Informații complete privind curricula generală a programului, condițiile de participare și înscriere, pot fi consultate pe pagina www.StructuralFunds.ro.

Austrian Airlines se privatizează

Compania OeIAG, controlată de statul austriac, care deține 43% din acțiunile Austrian Airlines, a scos la vânzare pachetul de acțiuni, investitorii trebuind să depună ofertele până pe data de 24 august.

Întregul pachet deținut de OeIAG la Austrian Airlines valorează aproximativ 157 milioane de euro. Compania a anunțat că vânzarea depinde de păstrarea unui grup de bază format din acționari austrieci, care să dețină 25% din capitalul operatorului.

Guvernul a aprobat actul normativ privind construcția unui nou aeroport în sudul Bucureștiului

Pe data de 20 august, Executivul a adoptat actul normativ pentru construirea noului aeroport, care va fi amplasat în zona de sud a capitalei, la Adunatii Copaceni. Reprezentanții Ministerului Transporturilor estimează că aerodromul din sudul capitalei ar putea fi gata la finele anului 2010.

Anul trecut, traficul de pasageri pe cele două aeroporturi din capitala, Otopeni și Baneasa, a crescut cu peste 40%.

Potrivit studiilor efectuate de EUROCONTROL - autoritatea europeană de control al traficului, se estimează că în perioada 2008-2014, România va înregistra o creștere medie anuală a traficului aeroportuar de 6,9%, cu o rată de creștere sensibil mai mare în zona municipiului București.

2008: Tarom estimează 2,3 milioane de pasageri

În primul semestru din 2008, compania națională Tarom a înregistrat un profit minim brut de peste 1 milion de euro. Conducerea companiei a precizat că acest rezultat, totuși în scădere față de aceeași perioadă a anului trecut, a fost influențat de prețul carburantului care reprezintă 40% din totalul costurilor, comparativ cu un nivel de 20% în 2007.

Tarom a înregistrat în primele șase luni o cifră de afaceri de 190 milioane de dolari, în creștere cu 20% față de aceeași perioadă a anului trecut, pe fondul atragerii unui număr mai mare de pasageri de până la 900.000, în creștere cu 16% față de anul precedent.

Cheltuielile cu combustibilul reprezintă aproximativ 35-40% din total, a precizat Mădălin Tudor, purtătorul de cuvânt al companiei. Pentru acest an, Tarom a bugetat investiții de aproximativ 20 de milioane de dolari în echipamente și utilaje destinate întreținerii tehnice a aeronavelor, în produse hardware și software, cât și în achiziția unui imobil, având ca destinație sediul central al Tarom.

Tarom estimează pentru 2008 o cifră de afaceri de 437 milioane de dolari, cu 25% mai mare decât în 2007, pe fondul creșterii numărului de pasageri cu aproximativ 20%, până la 2,3 milioane de persoane.

British Airways: creștere de 34% a veniturilor în România

În primul trimestru al anului fiscal, compania aeriană British Airways a înregistrat o creștere de 34% a veniturilor în România, piața locală devansând Ungaria și Cehia și devenind a opta piață din Europa pentru companie.

Compania se așteaptă să mențină trendul de creștere și în lunile de vară, iar pentru tot anul fiscal, care este cuprins între aprilie 2008 și martie 2009, estimează un avans de peste 10% al veniturilor comparativ cu anul trecut.

Emil Delibashev, commercial manager British Airways România, Bulgaria & Moldova, a precizat că în programul de iarnă nu va mai fi menținută a treia cursă zilnică pe ruta București - Londra, deoarece în acea perioadă traficul este mai scăzut. Această cursă va fi reluată în programul de vară următor.

Compania aeriană urmărește în continuare să se dezvolte pe piața românească, iar Clujul rămâne una dintre prioritățile British Airways în momentul în care se va hotărî să deschidă noi rute, a precizat Emil Delibashev.

British Airways obține circa 15% - 20% din vânzările de pe piața locală online, ponderea acestora fiind mai mult decât dublă față de anul trecut.

Carpatair lansează cursa Constanța-Viena

Începând cu 15 septembrie, Carpatair va lansa ruta Constanța - Viena - Constanța. Zborul zilnic va conecta 14 destinații printre care se numără Bacău, București, Cluj, Constanța, Craiova, Iași, Oradea, Sibiu, Suceava și Timișoara din România, Chișinău din Republica Moldova și Lviv, Odessa și Kiev din Ucraina.

Comisia Europeană a reactualizat lista neagră pentru companiile aeriene

Comisia Europeană (CE) a reactualizat lista neagră a companiilor aeriene care nu au dreptul de a opera pe teritoriul Uniunii Europene din motive de siguranță, impunând interdicții transportatorilor aerieni din șapte state: Guineea Ecuatorială, Indonezia, Republica Kârgâzstan, Liberia, Sierra Leone, Swaziland și Republica Democratică Congo. Totodată, CE a ridicat interdicția de exploatare impusă companiei iraniene Mahan Airlines.



Toți turiștii români sunt de calitate!

Interviu cu Nikos Diakolios, directorul oficiului din București al Organizației de Turism a Greciei

Nikos Diakolios lucrează în sectorul public al turismului din 1986. Are 51 de ani și a studiat dreptul și relațiile internaționale la Universitatea din Atena. De asemenea, și-a continuat studiile pentru o perioadă în Marea Britanie. Până de curând, a fost directorul Departamentului de plângeri și protecție a consumatorului în cadrul Ministerului Turismului din Grecia. În timpul Jocurilor Olimpice din Atena, din 2004, a fost directorul Oficiului Central de Informare Turistică din Atena, funcție de responsabilitate care i-a plăcut foarte mult. Din mai 2008, conduce recent inauguratul birou din București al Organizației Naționale de Turism a Greciei. Acesta este cel de-al 23-lea birou de promovare turistică a Greciei peste hotare.



- Domnule Diakolios, care este secretul turistic al Greciei? Țara pe care o reprezentați este o destinație tradițională și care, totuși, "explodează", se reîmprospătează de la an la an...

- Grecia are o tradiție turistică extrem de mare, nu reprezintă ceva nou pe piață... Țara mea își îmbunătățește infrastructura de la an la an iar numărul turiștilor de incoming crește pe măsură. Turismul elen este sprijinit de trecutul bogat, de nenumăratele situri arheologice și de frumusețile naturii. Apa mării are o limpezime ieșită din comun, climatul este blând... Poți merge în Grecia chiar dacă nu este sezon, de exemplu în mai sau octombrie, și te vei simți ca și cum e încă vară. Deja am prelungit sezonul turistic, ceea ce reprezintă una din principalele noastre ținte. Alte atracții care fac ca Grecia să fie dorită sunt oamenii primitivi, gastronomia bogată... Dacă vorbim despre dezvoltarea turistică a Greciei în ultimii 15-20 de ani, putem spune că am început să promovăm forme alternative de turism. Ne face plăcere să transmitem viitorilor noștri turiști că avem din ce în ce mai mult de oferit.

- De ce a ales Ministerul Turismului din Grecia Bucureștiul pentru un nou sediu al Organizației Naționale de Turism? Și... de ce acum?

- În opinia mea și nu numai, am decis să deschidem acum această reprezentanță deoarece era... momentul potrivit. Când iei astfel de decizii, ai grijă ca terenul să fie pregătit. Un alt aspect este locul unde îți stabilești sediul. În ultimii 3-4 ani, numărul turiștilor români care au ales Grecia a crescut foarte mult. Tendința de creștere continuă, chiar și de la o perioadă la alta a aceluiași an. Aveam o anumită estimare, pozitivă, privind numărul de turiști români care vor sosi în Grecia în acest an. Pe măsura trecerii sezonului de vară, pot spune că așteptările noastre sunt chiar... depășite! Românii sunt ca și noi, grecii. Nu ne organizăm vacanțele cu mult timp înainte, precum germanii...

„Am observat o creștere a interesului față de insule”

- E interesant încă un aspect... Comisia Europeană a alcătuit un top al țărilor unde turiștii preferă să își petreacă vacanțele pe plan intern. Numărul 1 este Grecia, dar și România e în top, deși la noi un factor determinant este încă nivelul de trai. Toate țările care conduc în top sunt destinații turistice... Oricum, românii au și început să călătorească din ce în ce mai mult, iar Grecia conduce în topul preferințelor pe outgoing. Care sunt zonele preferate de români în Grecia și ce fel de pachete turistice aleg?

- Principalele regiuni sunt cele din nordul Greciei: Thassos, Kavala, Halkidiki, Thessaloniki și Paralia-Katerini. De asemenea, am observat o creștere a interesului față de insule: Creta, Corfu și Zakynthos. Românii nu se opresc doar la aceste regiuni, dar ele sunt principalele alese. Majoritatea turiștilor din țara dumneavoastră vin cu automobilul personal sau cu autocarul. Sunt de acord cu ei, deoarece așa pot vizita cât de mult doresc. Dacă ar alege avionul, ar pierde anumite lucruri. Apoi, nu suntem așa de departe. Traversezi Bulgaria și gata, ești în Grecia.

Crește și cererea pentru avion, în special pentru insule, dar ponderea e deținută de automobile. Ca pachete turistice, românii optează cam pentru toate tipurile, nu au o anumită preferință. Călătoresc atât individual, cât și în grup. De asemenea, tipurile de cazare alese depind de buget. Media preferă hoteluri de 3 și 4 stele, nu de lux, dar de calitate.

- O statistică realizată de o organizație turistică din Grecia arată că turiștii germani cheltuiesc, în medie, 19 euro pe săptămână extra pachet turistic, iar cei români... 180 de euro pe săptămână! Cum comentați acest aspect?

- Oricum doream să abordăm acest subiect. Românii sunt turiști buni, cheltuitori buni. Ca și grecii. E un alt aspect pe care îl avem în comun. În vacanțe cheltuim totul, nu ne întoarcem cu bani. Acest comportament este întâlnit de la clienții cu cele mai mari bugete, până la



cei mai modești. Comportamentul clienților români este excelent. Tocmai citeam un articol important publicat de un cotidian elen, care aborda tema noilor turiști. Românii erau des amintiți ca fiind clienți de calitate, care întrețin relații foarte bune cu localnicii. Cheltuitori buni, călători educați. Românii nu doresc să stea într-un singur loc. Doresc să viziteze muzee, situri arheologice, să meargă la cumpărături. Acoperă toate tipurile de turism, reprezintă toate tipologiile de turiști.

- *Ce estimări aveți privind numărul de turiști români în acest an?*

- Anul trecut aveam înregistrați în statisticile noastre peste 130.000 de turiști români. Pentru acest an, cifra va depăși 200.000. Dar nu contează doar cifra, ci și calitatea turiștilor, care e ridicată.

- *Chiar, cum ați împărți turiștii români între turismul de masă și cel de calitate?*

- Aici depinde de nivelul bugetului. Cei cu bugete mari sunt mai selectivi, mai pretențioși, iar cei cu bugete mici preferă turismul de masă. Oricum, toți turiștii români sunt de calitate. Respectă locurile pe care le vizitează. Dacă îmi permiteți, aș face o comparație cu alte tipuri de turiști, precum tinerii britanici. Aceștia crează, din păcate, probleme în locurile pe care le vizitează. Una din principalele ținte ale Greciei constă în atragerea turiștilor de calitate. De asemenea, urmărim o îmbunătățire a ofertei noastre.

- *Care sunt elementele de bază ale celei mai recente campanii de promovare turistică a Greciei?*

- Firește, Grecia este văzută ca o destinație de vară. Însă, de acum înainte, nu vom mai promova doar acest aspect. Suntem o destinație turistică pentru tot anul! Vom comunica acest lucru în mai multe feluri. Avem toate tipurile de turism, poate, cu excepția turismului clasic de iarnă. Vorbim aici și de turismul de shopping, din ce în ce mai atractiv, combinat cu alte lucruri. De asemenea, vom promova gastronomia greacă, folosindu-ne de aceasta de fiecare eveniment organizat de noi. Avem turism ecologic și rural, turism arheologic... Oamenii au început să realizeze semnificația acestor domenii. Aici mă refer atât la oamenii de afaceri, cât și la turiști. Avem toate tipurile de sport, de altfel, Grecia fiind patria-mamă a Olimpiadelor. Oferim sporturi marine. Avem 6.000 de insule, unele din ele, foarte mici și nelocuite. Doar 227 din ele sunt locuite.

Vom lucra și ca un centru de informare turistică

- *Grecia „descoperă” în fiecare an o nouă insulă, pe care o promovează pe diverse piețe. De exemplu, vedeta acestui an a fost, pentru România, Zakynthos, o insulă de care aproape nimeni nu auzise în urmă cu doi ani... Ce vă place și ce vă displace în privința manierei în care era promovată Grecia, de către agențiile de turism, la ora venirii dumneavoastră în București?*

- Încă îmi fac o imagine privind piața agențiilor de turism din România, din câte am văzut, extrem de dinamică. De altfel, primele întâlniri oficiale pe care le-am avut aici au fost cu reprezentanți ai ANAT, care mi-au oferit multe informații utile. Din ce am notat, am observat că industria turistică a României, cel puțin, partea care are de-a face cu Grecia, este foarte bine organizată. Dar sunt mult mai multe lucruri de făcut. Ne aflăm aici pentru a vă ajuta! Dorim să oferim clienților informații despre diversele zone ale Greciei și despre infrastructura turistică, despre clasificarea hotelurilor... Sunt multe feluri prin care putem informa touroperatorii și agențiile de turism despre diverse aspecte ale vieții de zi cu zi în Grecia și despre cum se face turism la noi, cum se fac afaceri... Un aspect de bază este acela că vom lucra și ca un centru de informare turistică. Este un lucru important! Vom informa atât turiștii, cât și profesioniștii. Toate materialele vor fi traduse în limba română. Una din primele noastre strategii de promovare și informare

va consta în lansarea unui site, mai ales că internetul este extrem de dezvoltat în România. Conexiunile internet sunt aici ieftine și de calitate. Promovarea prin internet este eficientă și nu costă la fel de mult ca alte modalități de promovare. Dar vom folosi și promovarea clasică, este absolut necesară! Vom alege cotidiene, reviste de specialitate, televiziuni... De asemenea, publicitate outdoor și indoor... Vom investi și în relații publice. Ne vom întâlni cu mulți oameni, vor stabili multe colaborări. În a doua parte a lunii septembrie vom organiza o conferință de presă. Aceștia îi vor urma mai multe seminarii și întâlniri în toată România. Deoarece România nu înseamnă doar București.

- *În final, vă rugăm să transmiteți un mesaj al Greciei pentru cititorii ANAT Media...*

- ...ne bucurăm că suntem aici și dorim să începem cât mai repede o colaborare. Vom sprijini agențiile de turism în tot ce fac în privința destinației Grecia!

A consemnat Traian BĂDULESCU



Jonathan Soper crede în București ca destinație de weekend

Jonathan Soper, directorul general al hotelului de 5 stele InterContinental București, este de părere că Bucureștiul are un potențial foarte mare pentru a deveni o destinație de weekend care să concureze cu orașe precum Budapesta, Praga sau Varșovia. Însă, pentru ca acest lucru să devină realitate, trebuie ca Lipsaniul să fie transformat într-o arteră care să găzduiască restaurante, cafenele și magazine, iar centrul orașului să fie adus la nivelul celor din alte orașe europene.

Din ianuarie 2009, unitatea va demara lucrările de modernizare a camerelor, în prezent 100 de camere fiind închise. Printre lucrările efectuate se numără: schimbarea facilităților din camere, schimbarea lifturilor, modernizarea restaurantelor, recepției și bucătăriei.

Jonathan Soper a precizat că până în prezent nu s-a stabilit costul final al investiției, însă estimează că acesta va depăși 20 milioane EUR.

Autoritățile sunt așteptate să depună solicitările pentru atestarea stațiunilor de interes local sau național

Potrivit unei Hotărâri de Guvern, primăriile și consiliile locale trebuie să depună în 60 de zile, începând cu data de 20 august, fișele prin care solicită atestarea stațiunilor de interes național sau local.

Totodată, sumele colectate din taxa plătită de hotelieri autorităților locale vor fi folosite pentru îmbunătățirea infrastructurii turistice a zonei și pentru promovarea turistică locală, potrivit Ministerului pentru IMM, Comerț, Turism și Profesii Liberale. În prezent, această taxă variază între 0 și 5% din tariful primei nopți de cazare.

Salon de Turism la Craiova

În perioada 29 - 31 august se desfășoară prima ediție a Salonului de Turism de la Craiova, organizat în foaierea Teatrului Național din localitate de către Camera de Comerț și Industrie Oltenia.

„Ne bucură inițiativa Camerei de Comerț și



I n d u s t r i e
Oltenia de a
organiza un
Salon de turism
în Craiova.
Manifestările

expoziționale derulate la nivel regional asigură contactul direct al ofertanților de servicii turistice cu viitorii turiști și le oferă acestora din urmă posibilitatea să compare mai ușor, și implicit, să aleagă mai informați, destinațiile de vacanță”, a declarat Lucia Morariu, secretar de stat pentru Turism în cadrul Ministerului pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale.

La acest Salon, Departamentul pentru Turism are închiriat un spațiu de expunere de 74 mp în care sunt promovate cele mai importante destinații și forme de turism din România.

S-a redeschis hotelul lui... Nea Mărin

- Vega are singura plajă certificată Blue Flag din România -



Pe 11 august,
cel mai mare

hotel de 5 stele
de pe litoralul
r o m â n e s c



a găzduit primii săi clienți, cu ocazia deschiderii oficiale. Amplasat în partea de nord a stațiunii Mamaia, cu o plajă proprie ce se întinde pe aproape 4 ha (singura plajă certificată Blue Flag din România), Vega și-a propus să redefinească calitatea serviciilor hoteliere la nivel național. Această promisiune se concretizează inclusiv prin demararea procedurilor de afiliere atât la Eco-hotel (pe plan internațional), cât și la „Small Luxury Hotels of The World”.

Cele 125 spații de cazare dispuse pe 8 nivele, toate cu vedere la mare, sunt deservite de un număr de 155 de angajați. Realizat în baza principiilor și elementelor Feng Shui, hotelul are etajele compartimentate cromatic astfel: primele trei etaje pe culoarea roșie reprezintă Focul, următoarele două pe culoarea maro,



P ă m â n t u l ,
etajele 6 și 7
Apa, integrate
în verde marin,
iar ultimul etaj
Aerul este în
nuanțe de alb.

Singapore Airlines gestionează sistemele de generație viitoare cu ajutorul soluțiilor Amadeus' Altéa Customer Management

Compania realizează un salt în ceea ce privește sistemul său de vânzare și rezervare, sistemul global de inventariere și îmbarcare pasageri (departure control) cu ajutorul gamei de soluții furnizate de Amadeus.

Singapore Airlines, compania care a primit cele mai multe distincții din lume, va revoluționa sistemul de management al serviciilor pentru pasageri, cu ajutorul platformei de generație viitoare pentru gestionarea clienților, furnizate de Amadeus, lider în ceea ce privește distribuția de tehnologie pentru industria turistică.

Singapore Airlines a ales Amadeus Altéa Customer Management Solution (CMS) în urma unei evaluări minuțioase și detaliate. Prin acest contract, Singapore Airlines va înlocui sistemul pe care îl utilizează în prezent cu gama de soluții oferite de Amadeus, pentru a gestiona toate vânzările și rezervările, precum și pentru a gestiona sistemul de inventariere (inventory) și operațiunile de departure control (îmbarcare pasageri).

Un factor cheie în luarea deciziei de către Singapore Airlines pentru selectarea Altéa CMS a fost siguranța că experiența vastă a Amadeus în ceea ce privește migrarea de la vechile platforme la noile tehnologii va determina un impact minim asupra clienților, chiar dacă transportatorul implementează Altéa CMS în cadrul operațiunilor zilnice complexe și diverse.

Vicepreședintele Executiv de Marketing pentru regiuni al Singapore Airlines, Huang Cheng Eng, a afirmat: „Singapore Airlines se mândrește cu faptul că se concentrează pe angajamentul față de clienții săi. Noi credem că Altéa CMS, cu infrastructura sa puternică, ne va ajuta atât să ne menținem în prezent, cât și să ne îmbunătățim în viitor poziția de lider în industrie în ceea ce privește serviciile către client.”

Conform lui David V. Jones, Vicepreședinte Executiv Comercial al Amadeus, decizia “Singapore Airlines” reprezintă recunoașterea și validarea conceptelor cheie din spatele Altéa CMS. Aceasta înseamnă o platformă de viitor cu rezultate dovedite, care este construită în jurul clienților și oferă funcționalități de neegalat, care permit companiei aeriene să configureze sistemul astfel încât să ofere cu adevărat servicii diferențiate. Alegerea companiei Singapore pentru Altéa subliniază expertiza noastră în furnizarea de soluții IT de înaltă clasă către companiile aeriene.

Amadeus Altéa CMS este astăzi platforma aleasă de 63 de companii aeriene, incluzând membri ai celor trei alianțe globale, Star Alliance, One world și Skyteam. În plus, modulul de Rezervări al Amadeus Altéa CMS este utilizat de peste 150 de companii aeriene, ca proprie platformă de vânzări.

Singapore Airlines este compania aeriană care a primit cele mai multe distincții și premii din lume, și este prima care operează cu cel mai mare avion comercial din lume, noul Airbus A380. Din hub-ul său de la Singapore, aeroportul recent renovat Changi Airport, Singapore Airlines operează o rețea globală de rute, deservind 66 de orașe mari din 35 de țări, cu o flotă de 98 de avioane de pasageri. Singapore Airlines se angajează să furnizeze clienților săi cea mai bună experiență de zbor, prin oferte de produse inovatoare și servicii, precum și prin operarea unei flote avansate de avioane.

Amadeus este partenerul tehnologic ales de furnizorii, vânzătorii și cumpărătorii de servicii turistice. Compania furnizează soluții de distribuție, IT și de vânzare pentru a-și ajuta clienții să se adapteze, să crească și să evolueze în industria călătoriilor aflată într-o rapidă schimbare. Grupurile de clienți includ furnizorii de călătorii (linii aeriene, hoteluri, companii de închirieri auto, companii feroviare, linii de feribot, linii de croazieră, companii de asigurări și tour-operatori), vânzătorii de călătorii (agențiile de turism) și cumpărătorii de călătorii (corporații și turiști). Soluțiile sunt grupate în patru categorii - Distribuție & Conținut, Vânzări & e-Commerce, Administrarea Afacerilor și Servicii & Consultanță.

Amadeus deține birouri în Madrid (birourile centrale & marketing), la Nisa (dezvoltare) și Erding (Operațiuni - centrul de procesare a datelor) și birouri regionale în Miami, Buenos Aires și Bangkok. La nivelul pieței, Amadeus menține operațiuni cu clienții în 76 de țări, acoperind mai mult de 215 piețe.

Compania este deținută de WAM Acquisition, ai cărei acționari sunt BC Partners, Cinven, Air France, Iberia și Lufthansa. Amadeus are peste 7,800 de angajați în toată lumea, aceștia reprezentând 95 de naționalități.



DAVID V. JONES



Bryan W. DALTON, ex-Consulul General al Ambasadei S.U.A.

România se va putea califica pentru Programul „Visa Waiver”

Domnul Bryan W. DALTON, Consul General al Ambasadei S.U.A., a avut amabilitatea de a ne acorda un ultim interviu, înainte de finalul mandatului Domniei Sale în România.

Interviu realizat de Dana VITOMIRESCU

- *Excelență, în primul rând, vă mulțumesc pentru acest interviu. Știu că sunteți foarte ocupat în această perioadă, având în vedere formalitățile pe care le aveți de împlinit acum, la sfârșitul misiunii Dvs. în România. Voi începe prin a vă ruga să ne indicați o sursă validă de obținere a unor date statistice privind vizele turistice acordate românilor în ultimii ani.*

- La adresa <http://www.travel.state.gov/pdf/FY07AnnualReportTableXVIII.pdf> veți găsi informațiile solicitate, atât pentru România, cât și pentru alte țări. Datele sunt afișate în funcție de an și tip de viză, cele turistice spre exemplu intră în categoria: „non-immigrant”. O altă locație pe care vă invit s-o vizitați este: http://www.travel.state.gov/visa/frvi/statistics/statistics_1476.html

- *Acest interviu vine în continuarea unei întâlniri, la care ați fost invitat să participați și în care s-au discutat aspecte legate de procedurile de emiteră a vizelor pentru S.U.A.*

- În acest caz, mă bucur să am șansa de a transmite mai multe informații membrilor A.N.A.T. ...

- *Prima întrebare, în acest sens, face referire la opinia împărțită de mulți dintre membrii noștri, conform cărora*



procedurile de acordare a vizelor par să decurgă mai rapid pentru grupuri decât pentru persoane individuale. Este politica Dvs. să încurajați turismul pentru grupuri?

- Dorim să încurajăm cât de mult cu putință acest tip de călătorii, ca în felul acesta să fie susținut traficul turistic către SUA. Însă, în ceea ce privește procedurile de solicitare a vizelor și interviul, acestea rămân neschimbate fie că vorbim de un grup sau de persoane individuale. Toate programările sunt coordonate de Centrul nostru de Programare. Avantajul de a avea un agent de turism înseamnă accesul la informație: dacă agentul de turism pune la dispoziția viitorului turist date complete și corecte privind procedeele de solicitare a vizei atunci acesta va fi mai bine pregătit în a parcurge acest procedeu. Programarea se face în baza unui număr PIN emis de către Banca Transilvania fiecărui turist în parte. Când va contacta telefonic Centrul de Programare, turistul va transmite acest număr. Dacă aplicanții sunt membri ai aceleiași familii și locuiesc la aceeași adresă, programarea se poate face cu un singur apel, folosind același număr PIN. Agentul de turism poate sugera celui care face programarea grupului, ca acesta să fie programat la interviu în aceeași zi și la aceeași oră, însă rămâne disponibilă și opțiunea ca fiecare turist să parcurgă individual această etapă. Desigur, este mai bine ca totul să fie programat în avans, turismul de grup are în mod deosebit această calitate de a fi planificat riguros. În momentul de față, perioada de stabilire a interviului necesar obținerii vizei este de circa 8 zile - un răstimp scurt pentru sistemul nostru - această perioadă rămânând neschimbată chiar și în timpul aglomeratului sezon estival. Agentul de turism își poate îndruma clienții să folosească, în mod corect, adresa de web a Ambasadei - pentru a accesa opțiunea prin care se permite aplicantului la viză să verifice cât mai este până la stabilirea interviului.

- *O remarcă frecventă a agenților de turism este cea referitoare la locația exclusivă a interviurilor: București. Pentru turiștii din țară drumul către București este o problemă, cu atât mai mult cu cât drumului în sine i se adaugă asigurarea cazării în oraș, câteodată pentru mai mult de o noapte. Este posibilă convocarea la interviu numai pentru turiștii ale căror date trebuie verificate mai amănunțit?*

- După evenimentele din 11 septembrie 2001, Congresul American a reglementat acest interviu ca fiind obligatoriu pentru majoritatea categoriilor de aplicanți. Sunt foarte puține excepții: spre exemplu călătorii peste 80 de ani sau cei sub 14 ani (și care au părinți posesori de vize valide) nu trebuie în general să vină la interviu. Din păcate, pentru toate celelalte categorii interviul este obligatoriu. Înțelegem dificultățile pe care le întâmpină cei care nu locuiesc în București și, pentru a le veni în ajutor, am făcut astfel încât livrarea pașapoartelor - după emiteră vizei - să fie asigurată printr-un serviciu de





curierat. În cazul nostru Cargus. După depunerea formularelor necesare nu mai este nevoie ca aplicantul să rămână în oraș până la eliberarea vizei și a pașaportului. Sunt mulți cei care găsesc această opțiune ca fiind utilă și comodă. Știm că parcurgerea etapelor pe care le presupune solicitarea unei vize poate fi dificilă și obositoare - tocmai acesta este motivul pentru care am încercat să îmbunătățim sistemul pe cât cu puțință. În acest moment, timpul estimativ rezervat derulării întregului proces, de la prezentarea la ambasadă până la sfârșitul interviului, nu depășește o oră - o oră și jumătate. Este mult mai puțin față de estimarea de până acum și, deocamdată, nu ni s-au adus la cunoștință cazuri în care aplicanții au fost nevoiți să stea peste programarea făcută. Sistemul a fost re-organizat în așa fel încât să fie „prietenos” și ușor de parcurs de către aplicanți, suntem însă deschiși sugestiilor de îmbunătățire. Anul viitor vor fi testate o serie de schimbări tehnice care, probabil, vor spori viteza de desfășurare a diverselor etape ale procesului. Este vorba despre o aplicație care va permite completarea (inclusiv atașarea fotografiei solicitantului) și livrarea Cererii de Viză on-line. În acest fel documentele vor ajunge la noi înaintea aplicantului, ceea ce înseamnă că se vor putea evita mai eficient întârzierile și va crește viteza de procesare a solicitărilor.

Sesizez o creștere a numărului de turiști români care aleg destinații de vacanță în SUA

- Vă rog să mă ajutați să lămurim o confuzie care se face atunci când este vorba de conexiunea dintre acordarea vizei și accesul „de facto” pe teritoriul SUA. Pentru publicul larg, obținerea vizei presupune implicit și dreptul de acces pe teritoriul statului care a emis viza. Însă, așa cum știți, se întâmplă uneori ca turiști cu vize valabile să primească refuzul autorităților de Frontieră de a intra în SUA - caz în care persoanele în cauză sunt trimise înapoi în țara de origine. Cum se explică aceste situații?

- Pentru multe țări acordarea vizei și acordarea dreptului de acces pe teritoriu național vin ca urmare a unui singur proces. Sistemul american a divizat acest proces în 2 etape:

- documentarea și emiterea vizei - viza fiind cea care determină durata perioadei în care ai dreptul să te prezinți la graniță și durata fiecărei șederi; această etapă este realizată de Departamentul de Stat, prin intermediul ambasadelor, care evaluează aplicanții și acordă vizele, dacă toate cerințele sunt îndeplinite;

- accesul pe teritoriul SUA - după emiterea vizei procesul este continuat de către Home Land Security Dept., care decide asupra accesului pe teritoriul național și asupra duratei de ședere.

Pentru marea majoritate, procedurile se confirmă fără probleme: se face recunoașterea facială, se iau amprente, se

verifică numele, se revizuiesc datele emise de ambasadă și, în final, călătorul poate intra în SUA. Dar, dacă de la data emiterii vizei până la data călătoriei, apar informații noi despre titularul vizei - o problemă poate - sau, poate, ceva îl face pe Agentul de Frontieră să fie suspicios, atunci persoana în cauză va fi invitată să explice noile circumstanțe. Sunt însă foarte, foarte rare cazurile în care au fost întorși în țara de origine călători cărora li se emisese vize. De obicei, refuzul intervine dacă se descoperă că, într-o vizită anterioară, persoana în cauză a muncit fără să aibă autorizarea necesară sau a depășit perioada de ședere permisă. În concluzie, motivul pentru care i se refuză intrarea pe teritoriul SUA este felul în care a folosit, în trecut, acest drept.

- Cum a decurs până acum colaborarea Dvs. cu agențiile de turism locale?

- Nu am de făcut o remarcă generală în această direcție. Însă vă pot spune că mă bucur să sesizez o creștere a numărului de turiști români care aleg destinații de vacanță în SUA. Consider că faptul în sine spune multe despre actualul nivel de trai al românilor și despre mersul economiei locale.

- Așa cum ați spus, în ultimul timp, preferințele turiștilor români includ din ce în ce mai multe destinații din SUA: ofertele agențiilor de turism vorbesc de la sine, operatorul Delta Airlines și-a făcut remarcată prezența pe piața locală, iar bugetul românului obișnuit este în creștere. În aceste condiții întrevedeți posibilitatea eliminării vizelor pentru turiștii români?

- Dacă ritmul de dezvoltare economică se va menține alert iar procesul de integrare europeană își va păstra cursul de până acum, România se va putea califica pentru Programul „Visa Waiver”. Criteriile de care trebuie să țină seama candidații sunt publice și, din câte știu, guvernul României face eforturi să găsească soluții la cerințele tehnice ale programului în așa fel încât România să fie, în viitor, inclusă în programul menționat.

- Până acum acest discurs nu a depășit stadiul discuțiilor oficiale. Este cunoscut faptul că România a aderat la N.A.T.O. cu mult înainte de a începe procesul de aderare la U.E. Cu toate acestea turistul român este încă tratat cu multă ... precauție.

- Aș vrea să vă contrazic asigurându-vă că, tocmai participarea exemplară a țării Dvs. în operațiunile N.A.T.O. reprezintă principalul motiv pentru care președintele și administrația s-au străduit să revizuiască conținutul programului „Visa Waiver” în așa fel încât acesta să devină mai flexibil și mai compatibil cu realitățile țărilor din această regiune, așa cum este România. Este însă de înțeles nerăbdarea ca acest lucru să se întâmple cât mai curând. Dar, repet, datorită parteneriatului pe care îl avem putem să abordăm acest subiect. De altfel, el a fost dezbătut și în cadrul întâlnirilor găzduite de Summit-ul NATO care a avut loc anul acesta în București (2 - 4 aprilie). Parteneriatul nostru continuă și, dacă dezvoltarea economică va continua la rândul ei, vor exista premisele că România să se alăture, în viitorul apropiat, statelor care beneficiază de programul „Visa Waiver”.

Vă mulțumesc pentru timpul acordat și vă doresc mult succes în următoarea Dvs. misiune!

Destinații turistice în zona Cahul

Correspondență de la Chișinău
de Maria CIOCHINĂ

Despre Republica Moldova se vorbește ca despre o destinație cu un potențial turistic extraordinar, în special, în spațiul rural. Totodată, acest sector rămâne a fi puțin valorificat.

Despre potențialul turistic al raionului Cahul, de exemplu, se spune că nu este valorificat la justa lui valoare. „Turismul rural s-ar bucura de o popularitate deosebită”, consideră Gheorghe Vasilachi, președintele Raionului Cahul. „Mediul rural din raionul Cahul constituie o sursă importantă pentru prestarea serviciilor de cazare tradițională, oferirea unor posibilități pentru vizitatori de a se încadra în activitățile și preocupările rurale, familiarizarea cu folclorul, distracțiile și tradițiile locale, prezentarea meșteșugurilor populare cu posibilitatea de participare la procesul de lucru, oferirea unor posibilități de procurare a produselor meșteșugărești”, afirmă Gh. Vasilachi.



Zona de agrement „La izvoare”

Localitatea: Tartaul de Salcie

Descriere: Zona de agrement „La izvoare” își începe istoria în anul 1999, când locuitorii satului încep să restabilească pădurea pe o suprafață de 23 ha. În prezent, zona de agrement este la balanța unui agent economic din localitate. Aici sunt amenajate construcții ușoare pentru turiști, inclusiv instalații pentru prepararea bucatelor tradiționale. Denumirea zonei de agrement provine de la izvoarele prezente aici. Izvoarele au fost amenajate de săteni. În preajmă este amenajat și un iaz. În perspectivă este prevăzută construcția unei terase de protecție care să prevină alunecările de teren, dar și a unei structuri de cazare a turiștilor.

Stațiunea balneoclimaterică „Nufărul Alb”

Localitatea: orașul Cahul

Descriere: Stațiunea dispune de o bază modernă curativ-diagnostică, inclusiv o policlinică balneologică. De asemenea, pe teritoriul stațiunii este



amplasat un complex hotelier, un bloc de alimentare și obiective cultural-distractive. Dezvoltarea complexului balneologic a fost favorizată de prezența aici a apelor minerale pentru uz extern și consum intern.

Muzeul de etnografie, istorie și natură

Localitatea: orașul Cahul

Descriere: Muzeul este situat într-o clădire istorică a fostei judecătorești, care a fost construită la mijlocul sec. XIX. Expoziția Muzeului prezintă natura regiunii de sud a Moldovei, una din sălile expoziționale este consacrată istoriei orașului Cahul. Specificul Muzeului constă în amplasarea unei case tradiționale chiar în curtea acestuia, dotată cu toate obiectele necesare vieții tradiționale țărănești de la sfârșitul sec. XIX - începutul sec. XX.

Vila „Albasadorf” - perla turismului rural

Localitatea: Albota de Jos, raionul Taraclia

Descriere: Vila a fost deschisă în anul 1998 și face parte din complexul turistic „Codru”. Vila dispune de 36 de locuri de cazare - 6 camere care se încălzesc și 12 camere de vară, amenajate într-un stil rustic. Terasale din fața blocurilor sunt utilizate pentru organizarea diferitor evenimente. Turiștilor care se opresc la Vila „Albasadorf” le sunt puse la dispoziție trasee vitivinicole cu vizitarea întreprinderilor specializate din Taraclia, Ciumai, Biruința și Cazacalia. Clienții principali ai Vilei sunt oaspeții complexului turistic „Codru” - ambasadori, grăniceri, oaspeți din Germania, care vizitează fostele colonii germane, localnicii cu oaspeții lor. Promovarea vilei se face în general prin intermediul complexului turistic „Codru”. Vila „Albasadorf” a fost inclusă în programul național Drumul vinului.



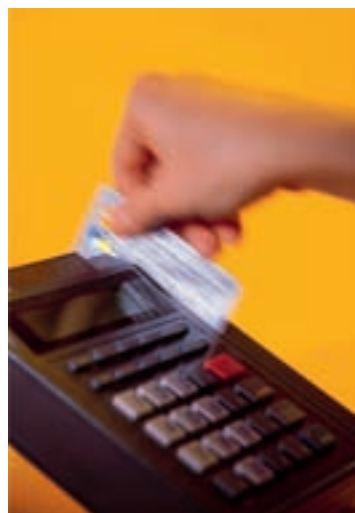
NOI MEMBRI ANAT

ALMA HOLLYDAY



Agenția de
turism ALMA
HOLLYDAY,
înființată anul

acesta în Constanța, cu sediul la intrarea în stațiunea Mamaia, dorește să-și câștige prestigiul pe piața serviciilor turistice prin calitatea și promptitudinea ofertelor. Deși este o agenție tânără, cei care lucrează aici sunt profesioniști în industria turismului, managerul agenției, Diana Gălav, fiind brevetată de altfel pentru această activitate. A condus în ultimii ani unul din cele mai importante hoteluri de 3* din stațiunea Mamaia. Ofertele agenției cuprind atât turismul intern, hotelurile de 3, 4 și 5* de pe litoral, hoteluri de 4* de pe Valea Prahovei, care deja au pregătit ofertele de iarnă, dar și hoteluri de 4 și 5* din stațiuni de pe litoralul bulgăresc. Surpriza pe care ALMA HOLLYDAY a pregătit-o constă într-o gamă de servicii turistice în sistemul apart-hotel, în Mamaia, Eforie Nord și stațiunile Sunny Beach, Nisipurile de Aur și Balcik. De asemenea, sunt pregătite oferte pentru pârtiile de ski din Bulgaria, în hoteluri noi, cu dotări și servicii de înaltă clasă și, în exclusivitate, o ofertă specială în domeniul turismului medical, investigații medicale și tratamente de obstetrică-ginecologie într-o clinică particulară nou înființată în Constanța, condusă de medici renumiți. Echipa Alma Hollyday, oameni cunoscuți în turism, care știu ambele aspecte ale acestei activități și relația hotel - agenție - turist, va face tot ce-i stă în putință ca toți cei care trec pragul agenției să aibă vacanța perfectă, serviciile cele mai bune în timp scurt și cu costuri rezonabile, și așa cum toți avem un prieten adevărat, să avem și o agenție de turism care să ne fie cu adevărat prietenă, și aceasta să fie Alma Hollyday.



AZUR TRAVEL

Agenția de turism Azur Travel din București a fost fondată în anul 2003 ca agenție tour - operatoare și oferă o gamă largă de produse și servicii turistice. Sunt 4 principii cărora echipa noastră le este fidelă: orientarea către client,



integritate, eficiență și profesionalism. Obiectivul nostru este să devenim leader-ul pe piața românească de servicii turistice adresate companiilor. Oferta de servicii a agenției noastre cuprinde: bilete de avion, rezervări hoteluri străinătate, rezervări hoteluri în țară, servicii complete pentru organizarea evenimentelor: asistență specializată, cazare, transport, catering, programe speciale de team building, pachete turistice, închiriere mașini, asistență turistică în vederea obținerii vizei de călătorie, asigurări medicale.



Magda Bîrsaș
Director Azur Travel

În SUA au început să scadă rezervările online

- Clienții consideră că agențiile de turism clasice oferă o încredere mai mare -

Potrivit firmei americane de studii și consultanță eMarketer, numărul călătorilor americani care rezervă pachete turistice online este în scădere, deși valoarea tranzacțiilor crește. Astfel, în acest an, suma tranzacțiilor online este estimată la 105 milioane de dolari, cu 12% mai mult față de anul precedent. Aici includem serviciile companiilor aeriene, ale hotelurilor, rent a car, pachete turistice, trenuri și croaziere. De asemenea, rata anuală de creștere a vânzărilor este estimată, până în 2012, la 11,6%.

„Faptul că mai puțini turiști au rezervat online nu este cauzat de aspecte economice. Clienții care apelează la rezervările online reprezintă un afluent demografic. Motivul îl reprezintă frustrările determinate de capacitățile de planificare și rezervare a agențiilor de turism online”, este de părere Jeff Grau, analist senior la eMarketer. „Clienții simt din ce în ce mai mult nevoia unei expertize și a unor servicii personalizate oferite de agențiile de turism tradiționale”, consideră specialistul american.

Mai precis, site-urile online redau clienții... agențiilor de turism, situație contrară celei întâlnite în ultima decadă. Insatisfacția clienților se referă în special la sistemele de rezervare neprietenoase și la uneltele de navigare.

Allhambra

RAFINAMENTUL MICULUI PARIS

Allhambra este un nou restaurant bucureștean. Unul nou, dar care se va desprinde cu siguranță din multitudinea de localuri apărute în ultimii ani. Deschis pe 9 iunie, localul ne va permite să ne întoarcem în lumea bună și boemă a Bucureștiului interbelic, fiind o reeditare a acestei perioade romantice.

Localul are 100% specific românesc. Produsele sunt autentice, preparate în gospodării țărănești din Bucovina și alte regiuni rurale. Pâinea se coace la fața locului, iar vinurile sunt toate, de asemenea, românești.

Așa cum îi stă bine unui local care dorește să amintească de perioada interbelică, există și un salon dotat cu băuturi fine, trabuce, țigări și... narghilele.

Proprietarul localului este artistul Marian Sârbu, cunoscut interpret de muzică ușoară și de estradă și mare iubitor al perioadei interbelice, lider al trupei Exclusiv. Potrivit acestuia, programul artistic conține, seară de seară, romanțe, muzică de pahar, muzică ușoară și practic toate genurile de muzică



românească. Fiecare seară va propune un moment unic în stilul Alhambra, perioada înfloritoare a teatrului de revistă.

Localul așteaptă grupurile de turiști străini, care vor "degusta" adevărata atmosferă românească. Din păcate, Bucureștiul nu deține încă multe localuri cu specific național, printre acestea menționând Jariștea, Terasa Doamnei sau Pescăruș.

Allhambra este singurul restaurant deschis permanent publicului cu o superbă panoramă asupra Bucureștiului, fiind situat la etajul X al clădirii SIF Muntenia (la 5 minute de Piața Unirii).

Restaurantul are două încăperi, una cu 127 de locuri și alta cu 35. De asemenea, există o cafenea cu 35 de locuri și o terasă cu 80 de locuri, din care 40 acoperite. Allhambra este unul din puținele restaurante unde se dansează pe muzică live, interpretată de trupa Exclusiv, condusă de Marian Sârbu!

Adresa:

Splaiul Unirii nr. 16, Bloc SIF Muntenia, etaj 10, sector 4, București

Tel.: 0746 950 590

email: mcm.officex@gmail.com



Despre noi, transparență și idei...

Laura DRAGU POPESCU
S.C. Gorj Turism S.A.

Ne străduim, facem eforturi să vindem o «stare de bine» turistilor. Ne dorim ca aceștia să trăiască, să simtă această stare de bine. Aceasta este menirea, jobul Agențiilor de Turism! Cred că... este cea mai frumoasă meserie; să se străduiască să ofere, după un an de muncă - turiștilor, bucuria unui concediu reușit, altfel spus, o vacanță atent, atent pregătită - cu alte cuvinte, sigură! Dorim cel mai mult turiștilor să cumpere de la Agențiile de Turism - vacanțe reușite!

... Așteptăm ca anii ce vor veni să aducă mai mare credibilitate Agențiilor de Turism, hotelierii «să alerge» după Agențiile de Turism, după acești cărași - ce le vând serviciile.

Așteptăm ca hotelierii să realizeze că Agențiile de Turism sunt principalul lor vânzător, că fără de Agenții nu se poate, așteptăm să descopere și să aplice fair-play-ul în parteneriatul cu Agențiile.

Ca un cadou oferit turiștilor de Ziua Turismului, în Târgu-Jiu, unul din acționarii firmei Gorj Turism S.A. a extins capacitatea Hotelului Lexi Star 3* existent din 2005 cu încă 50 de locuri la cazare și 200 locuri la restaurant - un loc unde ospitalitatea gazdei și calitatea serviciilor oferite sunt întrecute doar de mulțumirea clientului care revine oricând cu plăcere. Cineva spunea că este diferența între vorbă și cuvânt;

noi nu exprimăm vorbe, ci cuvinte rezultate din starea de bine a turiștilor care vin!...

În Gorj am înființat un O.N.G. - «Asociația Profesională Patronală de Turism Gorjul». În Asociație au intrat, alături de Agențiile de Turism, hoteluri și firme de transport. Am reușit să obținem, al doilea an consecutiv, finanțare

de la Primăria Municipiului Târgu-Jiu pentru participarea firmelor de profil, la Târgul Național de Turism Romexpo 2007/2008.

Ne bucurăm că, cel puțin la noi, în Gorj, autoritatea locală ne sprijină.

Anul acesta s-a desfășurat, la Târgu-Jiu, a treia Ediție a Târgului de Turism pentru Tineret care, spre bucuria noastră, a devenit tradiție!

Avem o țară frumoasă, neasemuită, neprețuită. E timpul să conștientizăm și să recunoaștem acest lucru. E timpul să dăm acestei «țări de glorie» sinceritatea, corectitudinea noastră. Să începem noi, cei ce lucrăm în industria ospitalității, iar apoi sau o dată cu noi, să începă același lucru și autoritățile.

Mulți ar trebui să ceară iertare țării că au primit foarte mult și i-au dat în schimb foarte puțin!

Ne-am gândit noi, A.P.P.T. Gorjul să propunem autorităților locale, în schimbul informațiilor gratis, oferite turiștilor români sau străini de către fiecare agenție de turism din zona noastră - afișând sigla «i» pe geam sau afișier - să ne scutească de taxa de afișaj pentru firmă. Adică, nu doar cerem scutire de o taxă; oferim în plus informații profesionale, reale, prețioase, la un cost nesemnificativ, în comparație cu înființarea și menținerea unui centru sau mai multor centre de informare turistică - care de câțiva ani sunt doar pe hârtie.

Ce-ți dorim noi, ție, dulce Românie?... Agenții bine pregătite, cu servicii sigure, autorități implicate și turiști care să te merite!



CONSILIILE REGIONALE ANAT

Regiunea	Președinte
NORD - EST	Grigore ALECSA
<i>(Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui)</i>	
Str. Gavriil Musicescu nr. 6, bl. 7A, cod 700127, Iași, jud. Iași	
Tel.: 0232/21.55.24; Tel./Fax: 0232/21.55.39;	
Mobil: 0749.050.584; e-mail: regiunea.nordest@anat.ro	
SUD - EST	Corina MARTIN
<i>(Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea, Vrancea)</i>	
Mamaia - stația Telegondolă jud. Constanța	
Tel.: 0241/55.70.07; 55.51.75; 55.57.15; Fax: 0241/51.95.45	
Mobil: 0749.050585; e-mail: regiunea.sudest@anat.ro	
SUD MUNTENIA	Adrian VOICAN
<i>(Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Prahova, Teleorman, Ialomița)</i>	
Bd. Republicii nr. 10, bl. 33, cod 100008, Ploiești, jud. Prahova	
Tel.: 0244/51.47.68; 59.06.31; Fax: 0244/40.73.46;	
Mobil: 0749.050588; e-mail: regiunea.sud@anat.ro	
SUD - VEST	Adrian NACEA
<i>(Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt, Vâlcea)</i>	
Bd. N. Bălcescu nr. 15, bl. 12, sc. C, ap. 1, cod 240190,	
Rm. Vâlcea, jud. Vâlcea	
Tel.: 0250/74.62.98; 0350/40.13.32; Fax: 0250/74.86.78;	
Mobil: 0749.050589; e-mail: regiunea.sudvest@anat.ro	
VEST	Maria PETRAN
<i>(Arad, Caraș-Severin, Hunedoara, Timiș)</i>	
Bd. C. D. Loga nr. 2, cod 300022, Timișoara, jud. Timiș	
Tel.: 0256/49.86.04; Fax 0256/49.40.74;	
Mobil: 0749.050586; e-mail: regiunea.vest@anat.ro	
NORD - VEST	Martin BIKFALVI
<i>(Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Sălaj, Satu-Mare)</i>	
Str. Croitorilor nr. 24, cod 400162, Cluj-Napoca; jud. Cluj	
Tel.: 0264/41.79.91; Fax: 0264/41.79.92;	
e-mail: regiunea.nordvest@anat.ro	
CENTRU	Sorin DENCESCU
<i>(Alba, Brașov, Covasna, Harghita, Mureș, Sibiu)</i>	
Str. Dobrogeanu Ghenea nr. 4B, cod 500003, Brașov, jud. Brașov	
Tel./Fax: 0268/41.44.88; 41.61.63; 41.41.72;	
e-mail: regiunea.centru@anat.ro	
BUCUREȘTI - ILFOV	Mircea VLADU
Str. George Enescu nr. 31, sector 1, București	
Tel.: 312.60.05; 319.74.94-97; Fax: 312.12.55;	
e-mail: regiunea.bucuresti@anat.ro	

„Litoralul pentru toți” se prelungește până în octombrie!

Asociația pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului „Litoral” a lansat cea de-a treia ediție a programului „Litoralul pentru Toți”, cel mai amplu Program dedicat tuturor turiștilor care iubesc Litoralul românesc. Programul începe pe 1 septembrie și are o dată finală estimată pentru 15 octombrie, dar - practic, se va derula până la 15 iunie 2009!

Până în acest moment s-au înscris aproape 50 de hoteluri, totalizând circa 6000 de locuri de cazare.

„Întrucât am primit semnale puternice atât din partea agențiilor de turism, cât și din partea turiștilor pentru ediția din această toamnă a programului, am decis extinderea acestei ediții a programului până pe data de 15 octombrie 2008. Oferta se valorifică numai prin agențiile de turism, Asociația Litoral și Asociația Națională a Agențiilor de Turism din România, care vor asigura și campania de promovare a programului”, a precizat Corina Martin, președintele Asociației de Promovare Turistică Litoral.

Tarifele pentru această ediție sunt următoarele: 159 lei - hotel 2* (fără mic dejun), 189 lei (hotel 3*, fără mic dejun), 380 lei (hotel 4 stele cu mic dejun).

Calendar bogat de evenimente

În septembrie și octombrie vor avea loc mai multe evenimente turistice, în principal burse și târguri. Astfel, în perioada 13-14 septembrie 2008 va avea loc a IV-a ediție a Târgului Național de Turism Rural de la Albac, organizat de Consiliul Județean Alba și Primăria Albac.

De asemenea, Asociația pentru Promovare Litoral împreună cu membrii săi și ANAT vă invită la a doua ediție a Bursei Litoral - 2009. Bursa se desfășoară între 16 și 19 septembrie, la Restaurantul Dorna din stațiunea Mamaia.

Între 1 și 4 octombrie, Brașovul va găzdui, la hotelul Aro Palace, Bursa și Forumul de Turism Balnear. Organizator principal este OPTBR - Organizația Patronatelor din Turismul Balnear. Ultimul eveniment major care va preceda Târgul de Turism al României de la ROMEXPO (23-26 octombrie) este Târgul de Turism al Bucovinei (10-12 octombrie).



Redactor-Şef TRAIAN BĂDULESCU traian.badulescu@anat.ro 0749.050.582	Consiliul coordonator din partea ANAT (Comisia de presă) dr. PETRE BALAŞ președinte MARCEL BĂDESCU membru de onoare dr. ALIN BURCEA membru MARIAN COJOCĂRESCU Membru
Redacție COSMIN IVAN IULIA DAN MARIA BOBOC	Adresa redacției: Splaiul Unirii nr. 16, Blocul SIF Muntenia, et. 8, sect. 4, București Telefon: 021.312.68.43 Fax: 021.312.19.08 e-mail: anatmedia@anat.ro, www.anat.ro ISSN: 1584-0085 Se distribuie GRATUIT!
Correspondent special dr. MIRCEA DRĂGHICI	Tipar, DTP & PrePress: S.C. B.T. Printing Total S.R.L.
Correspondent special de la Chișinău MARIA CIOCHINĂ	BT Printing Culori mai presus de realitate
Foto Arhiva ANAT Media DRAGOȘ ROBATZCHI Arhiva M.I.M.C.T.P.L.	

Editorul nu își asumă responsabilitatea exactității informațiilor din revistă. Aceasta revine, exclusiv, semnatarilor articolelor. Publicăm reclame care interesează, direct, activitatea agențiilor de turism, dar nu răspundem de conținutul acestora. Așteptăm informații și opinii de interes general de la orice membru sau partener ANAT.

Pentru liniștea vacanțelor tale!



City Insurance

Societate de Asigurare-Reasigurare

Str. Lisabona, nr. 8, sector 1, București;
Tel.: +4021-231.00.54; 231.00.79; 231.00.90; Fax: +4021-231.04.42;
<http://www.cityinsurance.ro>; e-mail: office@cityinsurance.ro



O direcție clară pentru viitor

Amadeus Vision

Acoperire globală & asistență pentru a vă deschide lumea

Ca un partener de înaltă clasă și de încredere în ceea ce privește tehnologia în industria turistică, Amadeus are o prezență globală și expertiză locală care vă ajută să vă extindeți pe noi piețe și în noi zone geografice, rapid și eficient. Noi suntem un lider global și oferim soluții IT avansate care sunt gestionate și furnizate cu ajutorul cunoștințelor care provin direct de la sursă, precum și un program remarcabil "follow the sun" pentru customer service în peste 215 țări din întreaga lume.

Printr-o combinație de neegalat între tehnologia inovativă și expertiza solidă, noi avem o direcție clară pentru viitor - și abilitatea de a conduce.

Aflați ceea ce putem face pentru dumneavoastră astăzi,
www.amadeus.com/vision.

amADEUS
Your technology partner