

CULTURAL TOURISM AS A FORM OF CULTURAL HERITAGE VALORISATION

TURISMUL CULTURAL CA FORMĂ DE VALORIFICARE A PATRIMONIULUI CULTURAL

Lilia CHIRIAC, PhD., Assoc.prof.

Technical University of Moldova, Republic of Moldova

Tatiana GRUNZU, PhD., Assoc.prof.

Technical University of Moldova, Republic of Moldova

Abstract: Cultural tourism is a form of tourism, which addresses cultural objectives in urban and rural areas of a region or country. Cultural tourism involves the movement of people/tourists to cultural attractions and aims to assimilate cultural information and experiences. For the development of cultural tourism it is recommended to identify and include cultural heritage in tourist itineraries, to develop and implement marketing strategies related to the specific target segments, which can be achieved through marketing principles and methods.

The article was produced within the framework of the research project no. 20.80009.0807.34 "Enhancing the value of cultural heritage in the Republic of Moldova".

Keywords: cultural tourism, cultural heritage, marketing.

Abstract: Turismul cultural este o formă a turismului, care abordează obiectivele culturale din zonele urbane și rurale a unei regiuni sau țări. Turismul cultural implică mișcarea oamenilor/turiștilor către atracțiile culturale și vizează asimilarea informațiilor și experiențelor culturale. Pentru dezvoltarea turismului cultural se recomandă identificarea și includerea patrimoniului cultural în itinerarii turistice, elaborarea și implementarea strategiilor de marketing corelate cu specificul segmentelor-țintă, activitate posibil de realizat prin intermediul principiilor și metodelor de marketing.

Articolul a fost realizat în cadrul proiectului de cercetare nr. 20.80009.0807.34 „Sporirea valorii patrimoniului cultural din Republica Moldova”.

Cuvinte cheie: turism cultural, patrimoniul cultural, marketing.

JEL: L83, M31

„Bogăția și varietatea patrimoniului cultural
are capacitatea de a contribui la formarea națiunii.”

Nelson Mandela

Conform Legii cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova, turismul cultural este o formă de turism care valorifică obiectivele turistice de ordin cultural ale unei localități, zone sau țări [1]. În sens larg, turismul cultural reunește toate călătoriile al căror scop este satisfacerea nevoilor umane de diversitate, de educare și ridicare a nivelului cultural individual, de obținere și extindere a cunoștințelor și experiențelor. Cu alte cuvinte, turismul cultural se referă la acele călătorii prin intermediul cărora vizitatorii află și învață despre istoria și patrimoniul cultural-istoric al altora sau despre modul contemporan de viață și gândire al altora [2].

După Organizația Mondială a Turismului, turismul cultural include:

- turismul pentru tineret, în care predomină aspectul cultural-educativ, inclusiv călătorii de studii, pentru învățarea unei limbi străine, taberele internaționale pentru tineret;
- schimburi reciproce de artiști, scriitori etc. și manifestările prilejuite de acestea;
- turism rural, sejururi la familiile regiunii sau țării vizitate;
- sejururi în sate de vacanță integrate mediului cultural local;
- participarea la festivaluri regionale, naționale, internaționale;

- circuite cu temă culturală, care include vizitarea de muzee, locuri istorice și participarea la diferite manifestări culturale;
- pelerinaje la locuri și monumente istorice, religioase [3].

Turismul cultural este o formă de turism caracterizată prin trei dimensiuni esențiale:

1. este determinat de dorința de cunoaștere și educare,
2. implică consumul unui produs turistic specific (vizitarea unor monumente, muzee, biserici, mănăstiri, vestigii etc., participarea la diverse spectacole sau manifestări culturale etc.),
3. presupune existența unei persoane (ghid) și/sau a unui material scris, audio sau video, care să pună în valoare (să prezinte) produsul [2].

Dezvoltarea turismului cultural contribuie semnificativ la dezvoltarea turismului și a economiei țării. Astfel, printre avantajele cu conotație economică ale turismului cultural se pot evidenția următoarele:

- sezonabilitate redusă (turiștii au posibilitatea să viziteze obiectivele culturale independent de sezoane),
- dimensiunea spațială (multitudinea obiectivelor culturale oferă posibilitatea acoperirii zonelor geografice, contribuind astfel la valorificarea resurselor turistice),
- segmentele-șintă de vizitatori (diversitatea obiectivelor culturale permite identificarea diferitor categorii de vizitatori).

Pe lângă avantajele menționate mai sus, se conturează și unele dezavantaje ale turismului cultural, precum costul deseori mai ridicat în comparație cu alte forme de turism și orientarea unor forme particulare de turism cultural unui public avizat, ceea ce duce la diminuarea numărului turiștilor potențiali.

La un procent de 7,8%, contribuția turismului cultural poate părea a fi o parte relativ mică din industria turismului global din Europa. Cu toate acestea, este considerat un segment de piață extrem de profitabil, deoarece atrage multe grupuri țintă dintr-un mediu bogat și educat („seniorii”, turiștii de calitate, familiile care călătoresc cu copii etc.) [4].

Turismul cultural este acea formă de turism care presupune deplasarea turistului la distanțe considerabile de la reședința lui, de asemenea vizitarea obiectivelor culturale cu scopul acumulării și sistematizării experienței în corespundere cu sistemul propriu de valori. În acest sens este necesar să fie dezvoltate și promovate itinerarii turistice cu includerea patrimoniului cultural.

În ultimele decenii, patrimoniul cultural a căpătat o accepțiune mai largă, incluzând și patrimoniul intangibil, peisajele naturale, urbane și rurale, patrimoniul digital și cinematografic. Convenția-cadru a Consiliului Europei privind valoarea patrimoniului cultural pentru societate (Faro, 2005) oferă cea mai cuprinzătoare definiție a patrimoniului cultural, definiție care ia în calcul dimensiunile tangibilă, intangibilă și digitală într-o manieră holistică: Patrimoniul cultural constituie un ansamblu de resurse moștenite din trecut, pe care oamenii le consideră, făcând abstracție de regimul de proprietate a bunurilor, drept o reflectare și o expresie a valorilor, credințelor, cunoștințelor și tradițiilor lor, aflate într-o continuă evoluție. El cuprinde toate aspectele mediului rezultate din interacțiunea dintre oameni și locuri de-a lungul timpului (Faro 2005). Convenția subliniază că orice semn sau simbol creat sau căruia i se atribuie semnificație în cadrul unei activități umane, care este protejat, conservat și restaurat în mod intenționat, în loc să fie lăsat să se degradeze natural, să fie dat uitării sau să fie distrus, poate fi considerat patrimoniu cultural. Ea pune accentul pe valorile (culturale, istorice, estetice, arheologice, științifice, etnologice, antropologice etc.), credințele, cunoștințele și tradițiile considerate relevante de către o comunitate sau grup de referință, care are dreptul de a beneficia de pe urma acestei resurse și este responsabilă cu transmiterea ei către generațiile viitoare. După cum subliniază convenția, respectivele valori sunt într-o continuă evoluție [5].

Multitudinea de forme pe care le îmbracă patrimoniul cultural:

- clădiri, monumente, artefacte, arhive, articole vestimentare, opere de artă, cărți, mașini, orașe istorice, situri arheologice etc. – (patrimoniul tangibil);

- practici, reprezentări, cunoștințe, aptitudini, obiecte și expresii culturale pe care oamenii le prețuiesc (de exemplu, festivalurile). Tot aici se regăsesc dialectele și tradițiile orale, arta spectacolului, meșteșugurile tradiționale etc. – (patrimoniul intangibil);
- patrimoniul natural– zone geografice unde resursele naturale evidențiază practicile și tradițiile oamenilor;
- resurse create în formă digitală (de exemplu, arta digitală sau filmele de animație) sau care au fost digitalizate pentru a putea fi păstrate (texte, imagini, materiale video și înregistrări) – (patrimoniul digital) [5].

Republica Moldova dispune de un bogat patrimoniu cultural, care poate fi cu succes valorificat în turism. În total, au fost identificate 140 de monumente ale patrimoniului cultural, care pot fi incluse în circuitul turistic. Cele mai timpurii monumente sunt așezările geto-dacice și fortificațiile romane. O diversitate de atracții pentru turiști oferă vestigiile fortificațiilor medievale, diverse complexe arheologice, în primul rând, Orheiul Vechi, mănăstirile rupestre, conacele boierești și casele țărănești. Și în capitala țării există un număr impunător de monumente, exemple reprezentative ale arhitecturii locale din secolele XIX și XX, capabile să trezească interesul turiștilor. În Republica Moldova funcționează 87 de muzee, ele având bogate colecții de exponate. În plus, cele mai multe din acestea sunt amplasate în clădiri de o deosebită importanță arhitecturală. În temei, muzeele sunt destinate unui contingent special de vizitatori, însă, cel puțin 20 dintre acestea, merită atenția publicului larg [6].

Patrimoniul cultural al Republicii Moldova reprezintă o totalitate de valori și bunuri culturale (materiale și imateriale, mobile și imobile) de importanță locală, națională și mondială, constituit pe parcursul istoriei. Din cele cincisprezece mii de situri cunoscute, doar 5,206 sunt incluse în Registrul monumentelor protejate de stat. Din numărul total al monumentelor circa 8,000 reprezintă situri arheologice, circa 100 din acestea sunt cetăți de pământ, 3 cetăți medievale de zid, 6 orașe medievale (Orhei, Lăpușna, Tighina, Soroca, Căușeni, Chișinău), 788 biserici, 129 conace și mai multe orașe istorice din secolul al XIXlea (Bălți, Cahul, Chișinău, Orhei, Soroca, Tiraspol). Din cele 5,206 monumente incluse în registru, 4,086 monumente sunt de importanță națională și 1,120 de importanță locală. În registrul monumentelor protejate de stat 2,696 sunt situri arheologice, 1,284 – monumente istorice, 1,261 – monumente de arhitectură 225 – monumente de artă. În anul 2005, meridianul geodezic de lângă satul Rudi, raionul Soroca, a fost inclus în Lista Patrimoniului Mondial, gestionată din anul 1978 de UNESCO. Este vorba de unul dintre cele 258 de elemente din „Arcul Struve” (de la numele savantului Wilhelm Struve), care are o lungime de 2820 km și se întinde pe teritoriul a zece țări, din nordul Europei (Hammerfest, Norvegia) până la Marea Neagră (Ismail, Ucraina), obiectiv ce reprezintă una dintre cele mai remarcabile realizări științifice și tehnice în domeniul măsurărilor terestre din sec. XIX [7].

Factorii principali în dezvoltarea turismului cultural sunt creșterea veniturilor și, respectiv, creșterea nivelului de educație și civilizație. Turismul cultural se poate concretiza în principal în:

- vizitarea patrimoniului istoric, clădiri istorice, muzee, monumente istorice, case memoriale etc.;
- participarea la evenimente culturale (spectacole, festivaluri, serbări tradiționale, expoziții culturale etc.);
- turism industrial și tehnic, constând în vizitarea unor construcții industriale sau elemente de infrastructură de amploare, a unor ansambluri arhitectonice urbane etc. [2].

Abordarea de marketing în dezvoltarea itinerariilor turistice are menirea să asigure satisfacerea nevoilor turiștilor. La crearea itinerariilor turistice competitive, originale și atractive, trebuie să se țină cont de motivațiile turiștilor, astfel încât să trezească curiozitatea turiștilor, să ofere turistului satisfacție, confort și servicii turistice de calitate. Politicile și strategiile de marketing eficiente asigură avantaje competitive destinațiilor turistice. În această ordine de idei este important să se studieze problematica marketingului în domeniul turismului cultural, să se abordeze aspectele specifice ale comportamentului consumatorilor de produse și servicii culturale. Intensificarea dezvoltării cererii de produse și servicii culturale, precum și diversitatea acestor tipuri de produse și servicii au favorizat asimilarea principiilor și metodelor de marketing în promovarea turismului cultural. Acest fapt permite armonizarea ofertei turistice cu nevoile culturale ale publicului țință, astfel realizând

obiectivele strategice ale operatorilor turistici. Investigarea pieței turistice, a cererii și ofertei de produse/servicii culturale, studierea structurii și volumului consumului cultural, cercetarea sistematică a nevoilor și așteptărilor beneficiarilor, anticiparea sau crearea nevoilor noi, delimitarea particularităților comportamentale ale turiștilor care apreciază, cultivă și transmit valorile culturale, au favorizat implementarea abordării de marketing în activitatea agențiilor turistice la general și a celor din sfera culturii în particular.

Dincolo de valențele sale identitare în condițiile gestionării adecvate, patrimoniul cultural poate deveni, așa cum arată experiența altor țări, un factor de dezvoltare durabilă și coeziune socială. În contrast cu normele și practicile europene privind patrimoniul cultural, de la independență încoace patrimoniul cultural al Republicii Moldova se află în continuă degradare. Una dintre cele mai nefaste consecințe ale stării deplorabile a patrimoniului cultural și a cunoașterii precare a acestuia este și penuria unor repere identitare certe la mulți cetățeni ai Republicii Moldova [7].

Potrivit „Monitorului Calității Turismului din Germania”, vizitarea muzeelor și a expozițiilor este motivul major al turismului cultural (74%). Al doilea cel mai important motiv este turismul cultural urban, urmat de participarea la evenimente legate de obiceiuri și tradiții (35%). Acesta din urmă subliniază puternic atractivitatea zonelor rurale pentru turismul cultural [4].

Cultura poate fi considerată hotărâtoare pentru a lua o decizie de călătorie, și anume „călătorie culturală”. Cultura Republicii Moldova are rădăcini în diversitatea subculturilor reprezentate în zonele țării. Moldova este o țară cu un amalgam de naționalități care reflectă tradițiile și obiceiurile acestora. Cercetările realizate la nivel internațional au confirmat că cultura și patrimoniul cultural contează mult pentru vizitatori. Istoria și cultura țării influențează puternic asupra alegerii destinației de vacanță. Pentru Republica Moldova, turismul cultural oferă oportunități de penetrare și dezvoltare a unei piețe noi cu tendințe de creștere, și de promovare a imaginii favorabile a țării la nivel național și internațional.

În concluzie, luând în considerare specificul produselor și serviciilor culturale, a patrimoniului cultural, se recomandă identificarea celor mai relevante metode și tehnici de cercetare de marketing. Aceste metode asigură evaluarea calității și dimensiunii ofertei, armonizarea ei cu cererea manifestată, studiul motivației și al gradului de satisfacție a consumatorilor de produse și servicii culturale. Pentru dezvoltarea turismului cultural se recomandă să se elaboreze și implementeze strategii de marketing corelate cu specificul segmentelor țintă identificate. Această experiență va exercita o influență favorabilă asupra promovării politicilor de marketing în domeniul turismului cultural.

Referințe:

1. LEGE Nr. 352 din 24-11-2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova. Publicat: 02-02-2007 în Monitorul Oficial Nr. 14-17 art. 40. Versiune în vigoare din data 26.05.17 în baza modificărilor prin LP80 din 05.05.17, MO162-170/26.05.17 art.284
2. Moisescu Ovidiu Ioan, Economia turismului: suport de curs. Disponibil: <https://www.researchgate.net/publication/327750798> [online]. [accesat 01.10.2021].
3. Turismul cultural: definiție și concept. Disponibil: https://www.academia.edu/12624597/Turismul_cultural_definitie_si_concept [online]. [accesat 11.10.2021].
4. Ghid de utilizare social media pentru turismul cultural din zonele rurale. Disponibil: https://www.europetour.tips/wp-content/uploads/2018/08/Ghid_de_utilizare_Social_Media_RO_compressed.pdf [online]. [accesat 11.10.2021].
5. https://www.etwinning.net/eun-files/eTwinning%20book_RO.pdf [online]. [accesat 31.10.2021].
6. Fondul Culturii din Moldova. Disponibil: <https://fondulculturii.wordpress.com/turism/> [online]. [accesat 01.10.2021].
7. Proiectului Hotărârii Guvernului pentru aprobarea Programului Național de Dezvoltare a Turismului ”Turism 2025” Disponibil: https://cancelaria.gov.md/sites/default/files/document/attachments/proiectul_610_1.pdf [online]. [accesat 01.10.2021].