

GRUPUL TINTA

1. Reprezentantii autoritatilor municipale in districtul Pleven si judetul Dolj vor participa la activitatile proiectului (20 persoane);

Majoritatea siturilor turistice si infrastructura turistica din Dolj si Pleven apartin autoritatilor municipale, prevenirea deprecierei valorilor culturale, protejarea valorilor naturale si implementarea politicilor de dezvoltare depinzand in mare masura de acestea. Din acest motiv autoritatile municipale reprezinta unul dintre grupurile tinta vizate de proiect. Acestia sunt deasemenea aplicanti eligibili (uneori singurii eligibili) in cadrul majoritatii programelor de finantare din fonduri europene pentru dezvoltare regionala (inclusiv in domeniul turismului), fonduri din care se poate finanta dezvoltarea infrastructurii turismului.

2. Reprezentanti ai IMM-urilor din domeniul turismului, operatori de turism si agentii de turism din regiunea vizata vor participa la implementarea proiectului (20 persoane);

Reprezentantii IMM-urilor din domeniul turismului, operatorii de turism si agentiile de turism din regiunea vizata reprezinta cealalta parte interesata in dezvoltarea unui produs turistic integrat. In timp ce autoritatile municipale sunt preocupate de situarile turistice si infrastructura, IMM-urile sunt cele care ofera servicii, cazare si divertisment, operatorii turistici realizeaza intermedierea intre produsele turistice, furnizori si turisti. Implicarea lor in implementarea proiectului garanteaza posibilitatea de a directiona produsul turistic vizat in cadrul proiectului catre operatorii turistici. Pe de alta parte IMM-urile specializate pe servicii se vor regasi in lantul de comercializare a produsului turistic, asigurand integritatea si promovarea acestuia.

3. Reprezentanti ai agentiilor locale de dezvoltare, asociatiilor si altor entitati (20 persoane);

Asociatiile si agentiile de dezvoltare regionala sunt de obicei cele care organizeaza targuri specializate (in acest caz targuri turistice). IMM-urile nu au de obicei posibilitatea si resursele de autopromovare necesare si de aceea aceste organizatii joaca un rol important in promovarea produselor acestora. Implicarea asociatiilor si agentiilor locale de dezvoltare regionala in acest proiect este foarte importanta, acestea oferind cea mai eficienta cale de promovare a produselor turistice.

4. Reprezentanti ai mass-mediei locale si nationale – minimum 10 participanti la conferintele de presa.

Mass-media reprezinta asa-zisul “motor de promovare”. Participarea reprezentantilor mass-media va pune in evidenta evenimentele si rezultatele proiectului si, mai mult, va populariza ideea unui produs turistic integrat.