

~ Bucovina ~

Dealurile Moldovei pe care se plimbă Îngerii

Bucovina mea nu e perfectă.

Oare exista perfecțiune? Nu cred.

Bucovina mea e frumoasă, are potențial.

Trebuie, doar, să știm să-l gestionăm.

Bucovina mea are acel "ceva" pe care nu ți-l poate oferi nimeni.



~ PRODUSUL TURISTIC

BUCOVINA ~

"Prin prezența omului, locurile geografice își găsesc un rost, deschizându-și drum spre perenitatea istoriei"

Zona Bucovina, ca unitate turistică, este proiectată ca un model dinamic de dezvoltare și se înscrie în procesul de înnoire calitativă prin preocuparea de punere în valoare, la un nivel din ce în ce mai înalt, a bogatelor resurse de care dispune.

De ce Bucovina?

Poate doar de dragul codrilor de fag care îți umbresc calea, în care te pierzi și te bucuri ca un copil și care tot timpul te îndeamnă să te întorci la bucuriile elementare ale existenței.

Sau...pentru că doar acolo mai poți zări pe câmp un țăran care-și ară ogorul cu calul, acolo poți vedea cum și bunicul tău cosea iarba cu coasa sau cum pe vremuri se legau ciubere. Poți întâlni la tot pasul turme de oi sau care cu fân.

Și fii atent la drum pentru că adesea cerbii și ciutele traversează șoseaua. Ești liber să fotografiezi alaiurile nunților pe care le întâlnești; ele sunt adevărate spectacole artistice cu prezentare de costume tradiționale. Nu te sfii să primești un pahar de rachiu de la un necunoscut, ți-l oferă cu drag, cu bucurie, cu prietenie și cu ospitalitatea caracteristică bucovinenilor.

Acest eseu este menit să scoată în evidență valoarea acestei regiuni.

Au înțeles și operatorii de turism din Romania că, dacă nu vin cu produse și programe originale, străinii vor continua să vină doar pentru afaceri. Așa că unele agenții de turism s-au axat pe o singură temă din bogata ofertă turistică a României. Sunt firme care organizează numai pelerinaje, altele se ocupă cu turismul de pescuit și vânatoare. Mai nou, este exploatată cu succes istoria veche a României, care prinde cel mai bine la străinii care nu au o astfel de istorie. Americanii sunt cei mai pasionați de circuite medievale, și orice piatră mai veche de câteva sute de ani este pentru ei obiectiv turistic.

Produsul trebuie conceput și analizat prin avantajele sau utilitatea pe care o așteaptă cumpărătorul de la el. În realitate, putem afirma că, de fapt, ceea ce cumpără clientul sunt funcțiile produsului, și nu obiectul fizic, în sine.

În ultimii ani o parte din turiștii români și străini ce vizitează Bucovina se orientează spre pensiuni, fie ele pensiuni urbane, rurale sau agroturistice. Explicația se regăsește în multitudinea avantajelor oferite de acest nou concept de recreere și revigorare în condiții optime, cu tarife ieftine, departe de poluarea fonică și stresul lumii civilizate. Importanța aparte au cadrul natural bucovinean și modul de viață rustic, care oferă excepționale condiții potențialului turist. Pensiunea (agro) turistică este cea mai potrivită formă a industriei ospitalității pentru Bucovina, chiar dacă, adesea, în sistemul "pensiune" de aici, întâlnim încă unele forme rudimentare.

Datorită complexității produsului turistic, modului în care se înregistrează în structura sa, atât atracția propriu-zisă, cât și ansamblul de servicii distincte care-l individualizează, piața turistică prezintă o serie de particularități importante, care rezultă din cererea și oferta de pe piață

Bucovina reprezintă o destinație turistică în cadrul macroprodusului turistic România. Astfel, în cazul turiștilor străini care efectuează un voiaj de 10 zile în țara noastră, zonei Bucovina îi sunt alocate, de obicei, 2 zile.

În țările cu tradiție în domeniul industriei ospitalității există programe turistice de 12 zile în care turiștii nu au timp să se plictisească. Un produs turistic care se desfășoară pe parcursul a 10 zile în Bucovina n-ar fi deocamdată posibil, deoarece turistul străin este unul dinamic amator de programe dense. El vrea să "bifeze" cât mai multe obiective, atracții și activități turistice în agenda sa turistică.

În general, în Bucovina, turiștii vin în grupuri organizate, în cadrul unor circuite concepute, distribuite și promovate de agențiile turoperatoare din București. Suceava constituie din păcate numai o zonă de tranzit. Ca urmare, se impune conceperea unor strategii de marketing care să urmărească reținerea turiștilor cel puțin încă o zi în zonă. Pentru a împlini acest deziderat este necesară **elaborarea unei strategii de marketing coerente la nivelul întregii zone turistice a Bucovinei.** În acest sens este nevoie de o colaborare a tuturor celor implicați și interesați de dezvoltarea industriei ospitalității în regiune pentru a stabili conținutul programelor turistice care vor fi promovate sub **brandul Bucovina.**

Turismul în Bucovina poate fi orientat spre mai multe direcții: turism istoric și religios, turism sportiv și turism de agrement.

Despre frumusețea și pitorescul obcinelor Bucovinei poate să depună mărturie un personaj autorizat, precum prințul Charles. Acesta a petrecut câteva zile din prețiosul său timp la Popasul Turistic Bucovina din Sucevița, într-o cabană din bârne, luând masa pe iarbă, la lumina lumânărilor. Au fost câteva dintre cele mai frumoase zile pe care le-a trăit moștenitorul tronului Angliei, și faptul este atestat documentar în cartea de onoare a popasului pe care Constantin Chetraru, patronul originalului așezământ, o păzește ca pe ochii din cap.

Direcțiile de dezvoltare și promovare a turismului în Bucovina vor trebui să țină seama de faptul că județul Suceava va deveni pentru mulți ani de aici înainte județ de graniță al Uniunii Europene și poate deveni un „cap de pod” între țările vest-europene și cele din spațiul ex-sovietic.

Printre organizațiile implicate în promovarea turismului din Bucovina se numără: Centrul Județean de Informare Turistică Infoturism Suceava, Asociația pentru Turism Bucovina, Centrul de informare și marketing turistic Bucovina

Considerăm că se impune conceperea unei oferte unitare personalizate a Bucovinei. Aceasta trebuie să includă programe turistice proprii, care să permită reținerea turiștilor 6 noți în zonă. O astfel de ofertă ar trebui să cuprindă propuneri combinate, o diversitate de programe de vânatoare și pescuit, drumeții, plimbări cu cai, mountain-bike, vizite la stână, alpinism, parapantă etc. În vederea facilitării conceperii unor programe turistice unitare pentru Bucovina este necesară existența unei comunicări eficiente între reprezentanții agențiilor de turism și ai structurilor de primire (hoteluri, vile, pensiuni etc.).

Alături de Delta Dunării, Bucovina este un brand major pentru turismul românesc. Puține alte zone beneficiază de o natură atât de diversă și de spectaculoasă, de oameni pricepuți și cu spirit gospodăresc. Turismul rural, agroturismul, a explodat pur și simplu în ultimii ani și zone ca Moldovița sau Gura Humorului concurează de la egal la egal cu ceea ce se află, comparabil, prin Austria sau Germania. Hotelurile cu grad înalt de confort, cu piscină și centre spa sunt aici mai numeroase ca în oricare altă zonă. Un imbold serios a primit și amenajarea de zone de agrement și de sporturi de iarnă, câteva complexe de acest fel fiind deja în lucru. Bucovina trebuie să devină un brand turistic internațional, dar fără o exploatare agresivă a cadrului natural care dă unicitate acestei zone.

Cel mai eficient mijloc de promovare a turismului, în general în România și în particular în Bucovina, îl constituie publicitatea „din gură în gură” realizată de turiștii care ne-au vizitat zona și care au fost satisfăcuți atât de obiectivele turistice, cât și de calitatea serviciilor de care au beneficiat. Ideal este ca turiștii satisfăcuți să recomande și cunoștințelor vizitarea zonei, respectiv apelarea la acea agenție de turism sau unitate de cazare care s-a ridicat la înălțimea exigențelor acelor clienți.



De ce îmi place Bucovina?

(Casian Balabasciuc)

Nu pentru că m-am născut aici îmi place ținutul dintre obcini și nici pentru că de el mă leagă amintiri de o viață. Sunt multe alte motive, mai adânci decât apartenența la o anume comunitate, decât o anume înțelepciune a locului.

Bucovina îmi place pentru că aici există culori pe care mulți pământenii nu mai pot să le vadă. Pentru că cerul miroase a rășină, pentru că fânețele au flori felurite, pentru că păsările nu conțin să cânte, iar stelele nu cad, ci doar măsoară infinitul.

Îmi place în Bucovina pentru că aici oamenii te privesc în ochi și îți doresc zi bună, chiar dacă nu i-ai mai întâlnit niciodată.

Îmi place pentru că bătrânii ei mai știu să se mire, iar copiii să se rușineze. Pentru că vara e parfumată cu iz de fân proaspăt, iar toamna cu miros de otavă; pentru că merele pot fi roșii sau galbene, iar prunele par brumate. Pentru că laptele are gust de pășune înmiresmată și e păstrat în oale de lut.

Pentru că dacă nu deslușești într-o zi un zvon de buciom sau de fluier, sigur vei auzi clinchet de clopot ori dangăt de talangă. Pentru că în Bucovina ciii sunt frumoși, iar rândunelele mai găsesc streșini sub care să-și lipească măiestrit cuibul.

Pentru că soarele răsare numai dacă sclipește roua, ori scânteiază troienele înghețate. Pentru că norii nu se opresc niciodată.

Pentru că mai există cămeși și bundițe, opinci și sumane. Pentru că fetele și feciorii mai știu să cânte. Pentru că mai vin brazii la veselie sau la jale. Pentru că mai pleacă berzele.

Pentru că bunicile mai pot împleti ciorapi de lână, pentru că femeile mai coc cozonaci. Pentru că nimeni nu se întreabă unde o fi raiul. Pentru că ridicându-se de la masă își fac cruce mulțumind și când au mai mult și când au mai puțin.

Pentru că pădurile cu cât sunt mai adânci cu atât sunt mai tăcute. Pentru că apele cu cât sunt mai zgomotoase, cu atât sunt mai puțin adânci.

Dar cel mai mult îmi place în Bucovina pentru că de aici Dumnezeu nu a plecat niciodată!