



**MINISTERUL DEZVOLTĂRII, LUCRĂRILOR PUBLICE ȘI LOCUINTELOR**

**Programul de Vecinătate România - Serbia 2004 - 2006**

Formularul de cerere de finanțare nerambursabilă

Pentru Solicitarea de propuneri de proiecte – 2006

Prioritatea 1

Măsura 1.4

Phare CBC 2006/018.448

Linia bugetară: B 22.0202

**Referință:** 2006/018.448.01.01 (Prioritatea 1)

Termenul limită pentru primirea aplicațiilor: 23 ianuarie 2008

Numele Solicitantului:	Primăria Municipiului Timișoara
------------------------	---------------------------------

Dosar nr.	
-----------	--

(numai pentru uz oficial)

## FORMATUL NOTEI CONCEPTUALE

### 1. Sumarul actiunii

#### **1.1 Scurta descriere a actiunii propuse**

Proiectul *Dezvoltarea serviciilor de informare si promovare turistica din Timisoara, in context regional* isi propune sa contribuie la **promovarea si valorificarea turistica a patrimoniului cultural material si imaterial** din Timisoara ca poarta de intrare in regiune si in tara si nod turistic principal in zona Banatului. Turismul este un element esential atat pentru conservarea/protejarea obiectivelor de patrimoniu cat si pentru dezvoltarea socio-economica si culturala regionala, in context transfrontalier.

Proiectul face parte din **programul Turism Cultural in Banat**, pe care *CULTOURS - Centrul de Turism Cultural* din Timisoara l-a initiat in anul 2006. Primul pas in concretizarea acestui program a fost facut prin demararea, impreuna cu Institutul Intercultural din Timisoara a proiectului *Dezvoltarea Turismului Cultural in Banat - o Provocare Transfrontaliera*, cu ajutorul unei finantari Phare CBC Romania – Serbia 2005, proiect la care Primaria Timisoara este asociat. Proiectul va implica si aportul unei organizatii partener din **Vrset, Serbia – Organizatia Comunala de Turism**.

Proiectul va pune bazele dezvoltarii unui pachet de masuri menite sa creeze o **stransa legatura** intre dezvoltarea turismului si gestionarea patrimoniului cultural din Timisoara. Activitatile propuse vor contribui si la dezvoltarea unui **parteneriat** solid intre actorii publici si privati vizati, care vor fi implicati in realizarea si apoi implementarea unei unui plan de actiune pentru dezvoltarea turismului cultural in Timisoara.

Proiectul este gandit in **doua mari etape**. Prima (incluzand evaluarea initiala si elaborarea participativa a planului de actiune), va duce in mod direct la conceperea si elaborarea *Planului de actiune pentru dezvoltarea turismului cultural in Timisoara*, creat in jurul parteneriatului municipal, pe care il vom promova ca baza pentru initiativele ulterioare menite sa duca la atingerea obiectivelor acestui plan de actiune. Cea de-a doua etapa a proiectului va fi o contributie, credem insemnata, la implementarea unui pachet de masuri prevazute de acest plan de actiune, prin activitati importante: realizarea unor materiale informative turistice complexe si calitative, campania de informare-promovare, dotarea interioara a infocentrului turistic.

Toate concluziile si rezultatele proiectului vor fi **promovate** in mass-media locala cat si in randul reprezentantilor autoritatilor locale si agentilor de turism din Vrset. **Impactul transfrontalier** al proiectului se va concretiza in principal prin schimbul de idei, informatii si experienta intre participantii la actiunile propuse. Mai mult, proiectul va putea fi replicat pe partea sarba a granitei de catre partenerii nostri sarbi, cu sprijinul partenerilor romani.

### 2. Relevanta:

#### **2.1 Cat de relevanta este propunerea dvs. pentru nevoile si constrangerile din tara (tarile) sau din regiunea tinta?**

Proiectul propus a plecat de la urmatoarele **premise** legate de zona tinta:

- Timisoara adaposteste un patrimoniu istoric si cultural deosebit si o larga diversitate etno-culturala, cu un foarte important potential turistic (este orasul cu cel mai extins fond de cladiri de patrimoniu din Romania).
- Turismul ofera multiple posibilitati in cooperarea transfrontaliera, in domeniile economic si cultural.
- Potentialul turismului cultural timisorean este inca slab evaluat si valorificat; aceasta forma de turism este un atu important pe piata turistica europeana.
- Orasul a fost intotdeauna o "poarta" de intrare in Romania si un nod turistic si socio-economic regional.
- Turismul cultural este un mijloc foarte eficient pentru promovarea orasului pe plan local si international, cat si pentru finantarea obiectivelor de patrimoniu imobil, aflate multe intr-o stare de degradare.

- O baza materiala de informare si promovare a obiectivelor turistice este esentiala in promovarea imaginii orasului si in stabilirea statutului sau ca destinatie turistica.

Aceste considerente sunt cuprinse intr-o serie de documente importante pentru regiunea noastra, precum *Planul National (si varianta sa regionala) de Dezvoltare 2007 – 2013*, evaluarea WTC (*World Tourism & Travel Council*) privind *Strategia Nationala de Turism, Master Planul National de Turism, Strategia Culturala a Judetului Timis, Strategia de Dezvoltare a Timisoarei elaborata de catre Primaria Timisoara*.

## **2.2 Care sunt problemele care trebuie rezolvate si nevoile care trebuie avute in vedere?**

Proiectul ofera un pachet de masuri complementare pentru stimularea turismului cultural in Municipiul Timisoara. Principalele **probleme identificate**, pe care se bazeaza planul de masuri propus, sunt:

- lipsa unor studii si analize de detaliu atat asupra starii si potentialului turismului cultural in Timisoara, cat si asupra gestionarii obiectivelor de patrimoniu cultural.
- nevoia unei planificari strategice pentru integrarea gestionarii patrimoniului cultural cu practicarea turismului.
- nevoia unei abordari participative, a stimulării parteneriatelor între profesioniști din domeniul cultural cu cei din turism.
- lipsa constientizării valorii turistice a numeroase obiective culturale (ex: monumente istorice si religioase, valori arhitectonice, traditii etno-culturale, muzee si colectii speciale, case memoriale, s.a.), pe plan local si regional.
- lipsa de oferte "incoming" a operatorilor de turism care lucreaza cu grupuri de turisti straini pe programe turistice in Timisoara.
- slaba receptivitate a oportunitatilor economice oferite de integrarea in circuitele turistice a obiectivelor culturale.
- lipsa pe plan regional a "povestilor de succes" in valorificarea turistica a obiectivelor culturale;
- numarul tot mai mare de turisti care viziteaza Timisoara, atat in scop profesional, de afaceri, dar si in scop recreativ sau educativ-cultural.
- numarul foarte mic al materialelor de informare turistica de calitate atat din punct de vedere al informatiei oferite cat si a aspectului grafic.
- dezvoltarea insuficienta a infrastructurii de care dispune Centrul de Informare Turistica Timisoara, ca centru de resurse turistice cu importanta regionala.

## **2.3 Care sunt actorii implicati (beneficiari finali, grupuri tinta)?**

Principalele grupuri tinta ale proiectului sunt constituite din actori publici si privati implicati in gestionarea patrimoniului cultural si dezvoltarea turismului din Timisoara cu participarea reprezentantilor autoritatilor locale din Vrset. Grupurile tinta principale ale proiectului sunt deci autoritati publice locale, institutii de cultura si gestionare a patrimoniului cultural si operatori de servicii turistice (agentii de turism s.a.). Un grup tinta general este populatia locala din regiunea tinta, careia i se va adresa o buna parte din campania de promovare.

Beneficiar final al rezultatelor proiectului va fi pe termen mediu si lung - comunitatea locala ce va beneficia d.p.d.v. socio-economic si cultural de pe urma valorificării potentialului turistic al obiectivelor culturale locale, cat si turistii, ce vor avea o experienta turistica mai placuta vizitand Timisoara. Subliniem si rolul deosebit pe care mass-media il va avea in campania de promovare a proiectului si rezultatelor acestuia.

## **2.4 Care sunt obiectivele si rezultatele asteptate?**

Obiectivele actiunii propuse se refera la:

1. Evaluarea nevoilor de dezvoltare ale turismului in Timisoara.
2. Consolidarea viziunii locale asupra perspectivelor de dezvoltare ale turismului.

3. Dezvoltarea capacitatii organizationale a Centrului de Informare Turistica Timisoara, ca centru de resurse turistice cu importanta regionala.

Rezultatele asteptate sunt:

- realizarea unui *Plan de actiune pentru dezvoltarea turismului in Timisoara (2009 - 2014)*, intr-o maniera participativa, facilitand dezvoltarea turismului cultural si angajand numerosi actori publici si privati.
- imbunatatirea cunostiintelor asupra serviciilor turistice locale si a oportunitatilor de dezvoltare ale muzeelor timisorene.
- integrarea patrimoniului material si imaterial din Timisoara in produse turistice promovabile in mod coerent si integrat.
- un pachet complex de materiale de promovare a turismului cultural timisorean – produse si distribuite. Pachetul va include in principal o serie de publicatii, expozitie foto, portal web si participare la un targ national de turism. Acestea vor determina si o imbunatatire in vizibilitatea patrimoniului cultural, si a imaginii de ansamblu a Timisoarei, in paralel cu constientizarea comunitatilor locale asupra oportunitatilor oferite de turismul cultural – atat ca beneficiari cat si ca simpli turisti.
- dezvoltarea capacitatii institutionale a Centrului de Informare Turistica Timisoara (CITT), ca institutie menita sa furnizeze in mod eficient turistilor - informatii de interes legate de obiectivele turistice cat si de serviciile turistice locale si regionale.
- conturarea unei imagini cat mai corecte si complete asupra gradului de satisfactie a turistilor privind experienta turistica traita si serviciile primite in Timisoara, pentru a oferi posibilitatea luarii unor decizii informate pentru ameliorarea ofertei turistice locale
- cresterea interesului institutiilor de gestiune a patrimoniului cultural (precum muzee, case memoriale, situri istorice, biserici) de a dezvolta parteneriate cu operatori turistici si autoritati locale, pentru integrarea obiectivelor de patrimoniu in ofertele turistice, cu beneficii reciproce.
- includerea Timisoarei in destinatiile mai multor tur-operatori si cresterea numarului de turisti ce intra in contact cu patrimoniul cultural local, cu un direct impact educational.

## **2.5 Care este valoarea adaugata a actiunii (in ce mod actiunea propusa suplimenteaza sau completeaza actiunile autoritatilor centrale sau locale sau actiunile implementate de actorii non-guvernamentali)?**

Pe plan regional, au fost discutate si implementate o serie de masuri pentru includerea patrimoniului cultural in ofertele turistice. Astfel de initiative au fost incluse in *Planul Regional de Dezvoltare*, in *Strategia Culturala a judetului Timis*, in proiecte culturale adresate anumitor comunitati sau obiective locale, in proiecte educative si chiar in unele oferte ale agentilor de turism. In prima etapa a proiectului vom analiza in detaliu toate aceste initiative si resurse existente.

Proiectul propune insa la nivel local, ideea turismului cultural, ca proiect fezabil pentru integrarea gestiunii patrimoniului cultural intre premisele dezvoltarii socio-economice. Pentru a realiza aceasta, am propus o abordarea participativa, in sensul implicarii unei game largi de actori publici si privati in planificarea strategica si, ulterior in implementarea masurilor identificate. Proprietatea locala asupra rezultatelor proiectului va stimula initiativa si responsabilitatea autoritatilor publice, a operatorilor din turism si a gestionarilor patrimoniului cultural, pentru crearea de parteneriate functionale de-a lungul circuitelor turistice din oras.

Proiectul aduce un aport semnificativ in completarea programului de reabilitare si promovare a patrimoniului cultural din Timisoara initiat de Primaria Timisoara si Societatea Germană pentru Cooperare Tehnică (GTZ), cu sprijinul Ministerului Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (BMZ). Materialele informativ-promotionale propuse de noi vor asigura vizibilitatea acestor obiective culturale, aducandu-le in atentia turistilor si operatorilor din turism.

Nu in ultimul rand, proiectul va sustine fezabilitatea integrarii circuitelor cultural-turistice de o parte si de alta a granitei banatene, pe baza ideii ca brand-ul (turistic) al Timisoarei si Banatului este dat nu de un element cvasi-unitar dominant, ci chiar de diversitatea etno-culturala a regiunii.

### **3. Metodologie si sustenabilitate:**

#### **3.1 Care sunt principalele activitati ale proiectului?**

Etapa 1 - Evaluarea nevoilor de dezvoltare ale turismului in Timisoara: colectarea datelor necesare pentru o planificare durabila a turismului in Timisoara. Activitati principale: realizarea unui inventar al serviciilor turistice in oras, o vizita de studiu in la Varset pentru schimb de experienta in organizarea centrelor info-turistice, evaluarea perceptiei turistilor asupra ofertei turistice locale prin chestionare si interviuri, o evaluare a oportunitatilor de cresterea vizibilitatii si imbunatatirii ofertei celor sapte muzee din Timisoara.

Etapa 2 - Elaborarea Planului de Actiune pentru Dezvoltarea Turismului in Timisoara (2009 - 2014): construirea in maniera participativa a unui plan pentru valorificarea turistica a patrimoniului cultural local, care sa implice actori locali publici si privati. Primul pas va fi elaborarea unei versiuni initiale a planului de actiune care va fi analizata, discutata si completata impreuna cu actorii locali. Mai apoi, o etapa importanta va fi editarea, publicarea si diseminarea planului de actiune pentru a ajunge la un numar cat mai mare dintre cei interesati.

Etapa 3 – Campania de promovare: pe baza evaluarii initiale si a planului de actiune vor fi concepute un numar de patru circuite turistice tematice si generale incluzand cele mai reprezentative obiective materiale si imateriale cu potential turistic din Timisoara; se vor realiza materialele informative ce vor constitui baza materiala a infocentrului: harti, brosure, pliante, pupitru cartografic, ecran multimedia, audio-ghiduri, website, semnalizare stradala, dotari interioare; va fi realizat un material fotografic - baza unei expozitii turistice prezentata in Timisoara si la Vrset; se va asigura vizibilitatea proiectului in mass-media locala si regionala.

#### **3.2 Care vor fi principalii parteneri in implementare, care este amploarea relatiilor cu acestia (de cat timp aveti relatii cu acestia) si cum vor fi implicati in proiect?**

Partenerii *Primariei Municipiului Timisoara* in implementarea acestui proiect sunt *CULTOURS - Centrul de Turism Cultural* si *Organizatia Comunală de Turism din Vrset*.

*Primaria Municipiului Timisoara*, prin natura statutului sau a colaborat in repetate ocazii cu parteneri sarbi (orasul Timisoara este in fratis cu orasul Novi Sad din Serbia) si cu toate institutiile culturale din oras in proiecte privind dezvoltarea mediului cultural sau valorificarea patrimoniului cultural. In ceea ce priveste relatia cu partenerul *CULTOURS – Centrul de Turism Cultural*, exista deja o colaborare cu acesta prin proiectul *Dezvoltarea Turismului Cultural in Banat – o provocare transfrontaliera*, proiect care a initiat un program mai mare de dezvoltare si promovare a turismului cultural in regiune.

Nu exista o colaborare anterioara a *Primariei Municipiului Timisoara* cu *Organizatia Comunală de Turism Vrset*, dar implicarea acestei organizatii in proiecte anterioare de dezvoltare a turismului pe teritoriul Serbiei si al Romaniei ne indreptatesc sa credem ca aportul lor de cunostiinte si experienta este foarte important.

Partenerii implicati vor contribui la implementarea actiunii propuse prin asistenta tehnica si administrativa in organizarea activitatilor, prin cunostiinte de specialitate, prin diferite mijloace de diseminare a produselor realizate, cat si printr-un aport semnificativ material si financiar.

#### **3.3 Cum isi va demonstra proiectul sustenabilitatea (cum va deveni sustenabil)?**

Proiectul se incadreaza foarte bine in programul mai larg privind dezvoltarea turismului cultural in Banat initiat anul trecut de catre cei doi parteneri romani. Aspectele financiare si institutionale ale sustenabilitatii proiectului se bazeaza pe dezvoltarea acestui program pe directiile stabilite prin Planul de actiune propus.

Beneficiarul principal al proiectului – *Centrul de Informare Turistica Timisoara*, este o organizatie permanenta in subordinea *Primariei Timisoara*, care se va dezvolta prin proiect si ulterior acestuia pentru a raspunde in mod eficient – necesitatilor impuse de rolul sau la nivel regional in domeniul informarii si promovarii turistice. Pentru a raspunde mai eficient acestei provocari, vom analiza in decursul proiectului (mai ales in faza elaborarii strategiei) – oportunitatea transformarii acestui info-centru intr-o organizatie de sine statatoare, cu statut juridic, care sa fie sprijinita nu doar de primarie ci si de comunitatea de afaceri in turism si organizatiile non-profit din acest domeniu.

*Centrul de Turism Cultural – CULTOURS*, din Timisoara, va functiona pe plan regional ca un centru de resurse (materiale documentare, expertiza tehnica, contacte de parteneri, centru de evaluare si monitorizare, centru de promovare, s.a.m.d.) in domeniul turismului cultural, preluand si dezvoltand rezultatele acestui proiect.

Planul de actiune propus va fi elaborat prin metoda participativa, este in masura sa "transfere" o buna parte din responsabilitatea si initiativa implementarii sale, actorilor publici si privati locali implicati in elaborarea lui. La nivelul politicilor regionale si sectoriale, proiectul poate oferi un exemplu de succes asupra modului de valorificare reciproca si dezvoltare responsabila, intre gestionarea patrimoniului cultural material si imaterial, si turism. Speram ca problemele identificate in cadrul proiectului sa fie abordate de amendamente la legislatia locala din cele doua domenii – turismul si patrimoniul cultural.

### **3.4 Proiectul va avea efecte multiplicatoare?**

Proiectul propus constituie asadar o continuare la nivel local a unui proiect mai amplu si face parte dintr-un program mai amplu initiat in anul 2006 pentru regiunea Banatului, iar efectul multiplicator sta in primul rand in facilitarea dezvoltarii acestui program, prin: proiecte regionale, precum evaluarea si actualizarea planului de actiune elaborat, o campanie mai larga de promovare sau un pachet mai solid de cursuri de instruire pentru operatorii turistici si gestionarii patrimoniului istoric si cultural, vis-a-vis de valorificarea turistica a obiectivelor culturale; proiecte locale, adresate in mod specific unor trasee turistice sau obiective culturale de interes turistic, dar si cooperarea cu specialisti si autoritati pentru finantarea restaurarii unor obiective si redarea lor in circuitele turistice, organizarea de festivaluri locale, editarea de materiale specifice de promovare, s.a.

Aceste initiative vor avea in comun - apartenenta la obiectivele Strategiei elaborate in proiectul cadru si la Planul de actiune local, la a carei monitorizare, evaluare, actualizare si mai ales implementare – vor contribui, speram, o gama larga de actori publici si privati. Proiectul propus poate constitui si un model ce poate fi replicat ca atare in alte orase ale tarii.

## **4. Expertiza si capacitate operationala:**

### **4.1 Care este experienta organizatiei dvs. in managementul proiectelor?**

Primaria Municipiului Timisoara ...

### **4.2. Care este experienta organizatiei dvs. si a partenerului (partenerilor) in problematica abordata prin proiect(careia proiectul i se adreseaza)?**

*Primaria Municipiului Timisoara*, a utilizat, in diferite proiecte ale sale, multe din elementele care compun proiectul propus, precum: evaluari regionale, planificare strategica (ex. elaborarea *Strategiei de Dezvoltare Economica și Socială a Zonei Timișoara*) si numeroase teme si metode de promovare, informare si educatie. Aportul Primariei la expertiza tehnica ceruta de proiect va include, de asemenea, coordonarea echipei de experti, aspecte legate de relatiile si resursele inter-culturale sau planificarea strategica si financiara in managementul cultural, ca elemente foarte importante pentru gestiunea si valorificarea patrimoniului cultural regional. De asemenea alaturi de Societatea Germană pentru Cooperare Tehnică (GTZ), cu sprijinul Ministerului Federal pentru Cooperare Economica și Dezvoltare (BMZ), *Primaria Municipiului Timisoara* a initiat un program mai larg privind „*Reabilitarea Prudentă și Revitalizarea Economica a Cartierelor Istorice din Timișoara*”.

*CULTOURS - Centrul de Turism Cultural*, cu sediul in Timisoara, este o organizatie non-profit si non-guvernamentala avand ca misiune sustinerea valorificarii turistice a patrimoniului cultural mobil si imobil din Romania. Echipa *CULTOURS* include persoane cu o buna experienta in managementul proiectelor, in evaluarea si promovarea patrimoniului cultural si in dezvoltarea turismului. Alaturi de *Primaria Municipiului Timisoara* si de *Institutul Intercultural* din Timisoara a initiat in 2006 un program extins de valorificare si promovarea a patrimoniului cultural (material si imaterial) din Banat prin turism cultural.

Organizatia Comunală de Turism din Vrset este ...

## **FORMULARUL COMPLET AL APLICATIEI**

### **I. ACTIUNEA**

#### **1. DESCRIERE**

##### **1.1 Titlu**

---

**Dezvoltarea serviciilor de informare si promovare turistica din Timisoara, in context regional**

##### **1.2 Locatia (locatiile)**

---

Proiectul se va concentra asupra municipiului Timisoara, ca oras tinta principala a proiectului propus si asupra orasului Vrset din Serbia (ca oras tinta principala a unui proiect-oglinda viitor)

Costul actiunii si suma solicitata de la Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor:

Costuri totale eligibile ale acțiunii	Suma solicitată de la Ministerul Dezvoltării, Lucrărilor Publice și Locuințelor (Romania)	% din costul eligibil total al acțiunii
EUR 129 623	EUR 116 000	% 89,5

#### 1.4 Sumar

<b>Durata acțiunii</b>	Proiectul propus va fi implementat în decursul a 18 luni, în perioada 2008-2009
<b>Obiectivele acțiunii</b>	<p><u>Obiectivul general</u> Proiectul își propune să contribuie la dezvoltare turismului în Timisoara și împrejurimi, în special a turismului cultural, ca sursă de dezvoltare economică și formă de valorificare a patrimoniului istoric și cultural.</p> <p><u>Obiective specifice</u> 1. Evaluarea nevoilor de dezvoltare ale turismului în Timisoara. 2. Consolidarea viziunii locale asupra perspectivelor de dezvoltare ale turismului. 3. Dezvoltarea capacității organizatorice a Centrului de Informare Turistică Timisoara, ca centru de resurse turistice cu importanță regională.</p>
<b>Parteneri</b>	Primăria Timisoara CULTOURS – Centrul de Turism Cultural Organizația Comunală de Turism din Vrset, Serbia
<b>Grupuri tinta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Institutii de gestiune a patrimoniului cultural</li> <li>▪ Operatori de turism din regiune</li> <li>▪ Turisti</li> </ul>
<b>Beneficiari finali</b>	Comunitatea locală din Timisoara, care va beneficia din punct de vedere socio-economic și cultural ca urmare a valorificării mai bune a potențialului cultural-turistic.
<b>Rezultate estimate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ realizarea unui <i>Plan de acțiune pentru dezvoltarea turismului în Timisoara (2009 - 2014)</i>, într-o manieră participativă, facilitând dezvoltarea turismului cultural și angajând numeroși actori publici și privați.</li> <li>▪ îmbunătățirea cunoștințelor asupra serviciilor turistice locale și a oportunităților de dezvoltare ale muzeelor timisorene.</li> <li>▪ integrarea patrimoniului material și imaterial din Timisoara în produse turistice promovabile în mod coerent și integrat.</li> <li>▪ un pachet complex de materiale de promovare a turismului cultural timisorean – produse și distribuite. Pachetul va include în principal o serie de publicații, expoziție foto, portal web și participare la un targ național de turism. Acestea vor determina și o îmbunătățire în vizibilitatea patrimoniului cultural, și a imaginii de ansamblu a Timisoarei, în paralel cu constientizarea comunităților locale asupra oportunităților oferite de turismul cultural – atât ca beneficiari cât și ca simpli turiști.</li> <li>▪ dezvoltarea capacității instituționale a Centrului de Informare Turistică Timisoara (CITT), ca instituție menită să furnizeze în mod eficient turiștilor - informații de interes legate de obiectivele turistice cât și de serviciile turistice locale și regionale.</li> <li>▪ conturarea unei imagini cât mai corecte și complete asupra gradului de satisfacție a turiștilor privind experiența turistică trăită și serviciile primite în Timisoara, pentru a oferi posibilitatea</li> </ul>



	<p>luarii unor decizii informate pentru ameliorarea ofertei turistice locale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ creșterea interesului instituțiilor de gestiune a patrimoniului cultural (precum muzee, case memoriale, situri istorice, biserici) de a dezvolta parteneriate cu operatori turistici și autorități locale, pentru integrarea obiectivelor de patrimoniu în ofertele turistice, cu beneficii reciproce.</li> <li>▪ includerea Timisoarei în destinațiile mai multor tur-operatori și creșterea numărului de turiști ce intră în contact cu patrimoniul cultural local, cu un direct impact educational.</li> </ul>
<p><b>Activități principale</b></p>	<p><u>Etapa 1 - Evaluarea nevoilor de dezvoltare ale turismului în Timisoara</u>: colectarea datelor necesare pentru o planificare durabilă a turismului în Timisoara. Activități principale: realizarea unui inventar al serviciilor turistice în oraș, o vizită de studiu în la Varșet pentru schimb de experiență în organizarea centrelor info-turistice, evaluarea percepției turiștilor asupra ofertei turistice locale prin chestionare și interviuri, o evaluare a oportunităților de creșterea vizibilității și îmbunătățirii ofertei celor șapte muzee din Timisoara.</p> <p><u>Etapa 2 - Elaborarea Planului de Acțiune pentru Dezvoltarea Turismului în Timisoara (2009 - 2014)</u>: construirea în manieră participativă a unui plan pentru valorificarea turistică a patrimoniului cultural local, care să implice actori locali publici și privați. Primul pas va fi elaborarea unei versiuni inițiale a planului de acțiune care va fi analizată, discutată și completată împreună cu actorii locali. Mai apoi, o etapă importantă va fi editarea, publicarea și diseminarea planului de acțiune pentru a ajunge la un număr cât mai mare dintre cei interesați.</p> <p><u>Etapa 3 – Campania de promovare</u>: pe baza evaluării inițiale și a planului de acțiune vor fi concepute un număr de patru circuite turistice tematice și generale incluzând cele mai reprezentative obiective materiale și imateriale cu potențial turistic din Timisoara; se vor realiza materialele informative ce vor constitui baza materială a infocentrului: hărți, broșuri, pliante, pupitru cartografic, ecran multimedia, audio-ghiduri, website, semnalizare stradală, dotări interioare; va fi realizat un material fotografic - baza unei expoziții turistice prezentată în Timisoara și la Vrșet; se va asigura vizibilitatea proiectului în mass-media locală și regională.</p>

## 1.5 Obiective

### **Obiectivul general:**

Proiectul își propune să contribuie la dezvoltarea turismului în Timisoara și împrejurimi, în special a turismului cultural, ca sursă de dezvoltare economică și formă de valorificare a patrimoniului istoric și cultural.

Considerăm turismul cultural ca având o importanță deosebită pentru dezvoltarea socio-economică și stimularea ofertei culturale și a coeziunii sociale în municipiul Timisoara, fiind considerat de specialiști ca principalul tip de turism pe care România îl poate oferi cu succes pe piața turistică centrală și est europeană.

### **Obiective specifice:**

1. *Evaluarea nevoilor de dezvoltare ale turismului în Timisoara.*
2. *Consolidarea viziunii locale asupra perspectivelor de dezvoltare ale turismului.*

3. Dezvoltarea capacitatii organizationale a Centrului de Informare Turistica Timisoara, ca centru de resurse turistice cu importanta regionala.

## 1.6 Fundamentare

### 1.6.1 Relevanta actiunii pentru obiectivele si prioritatile programului

Obiectivul global al *Programului Phare CBC Romania – Serbia 2004 – 2006* este atingerea unei dezvoltari economico-sociale echilibrata in zona de granita prin aplicarea principiilor cooperarii transfrontaliere. Cele doua tinte strategice care sustin acest obiectiv general sunt:

- Cresterea competitivitatii generale a economiei regionale
- Imbunatatirea calitatii standardului de viata al populatiei din regiunea tinta.

Turismul este considerat la nivel local si regional - un motor al dezvoltarii socio-economice echilibrate, raspunzand in acelasi timp nevoii de protejare si promovare a patrimoniului cultural si natural. Proiectul propus se adreseaza prioritatii nr. 1.4. – *Cooperare in Dezvoltarea Turismului*, raspunzand celor doua obiective ale acestei prioritati:

- Stimularea industriei turismului ca factor major in economia transfrontiera si
- Promovarea valorilor istorice si culturale ale orasului Timisoara.

**Intelegem in cadrul acestui proiect prin:**

- **Turism Cultural:** *acea forma de turism bazata indeosebi pe valorificarea turistica a patrimoniului cultural dintr-o zona.*
- **Patrimoniu Cultural** *(intr-un sens mai larg decat cel prevazut de cadrul legislativ national) – un fond de elemente materiale si imateriale, cu caracter istoric, arheologic, arhitectonic, ecumenic, artistic, industrial sau etnografic, care, prin valoarea lor deosebita, sunt*

### 1.6.2 Identificarea nevoilor si constrangerilor observate in tara/ tarile tinta, in special in regiunea/regiunile vizate.

**Premisele** de la care am plecat in dezvoltarea acestei initiative sunt:

- Timisoara dispune de un patrimoniu cultural material si imaterial deosebit, dat de istoria complexa si melanjul etno-cultural, avand un potential turistic inca foarte putin exploatat.
- Turismul cultural este un mijloc pentru promovarea acestor valori pe plan local si international, cat si pentru finantarea gestionarii acestor obiective, multe aflate intr-o stare deplorabila.
- Turismul cultural este capabil, prin implementarea sa responsabila si eficienta, sa contribuie semnificativ la dezvoltarea socio-economica si culturala a comunitatilor in care se practica, avand un efect catalizator si pentru alte forme de turism si activitati economice conexe.
- Turismul cultural poate diferentia regiunea noastra pe piata turistica europeana fiind de-a lungul timpului un exemplu foarte bun de comuniune si toleranta inter-etnica si inter-religioasa care au marcat aspectul orasului pana in ziua de azi;
- Turismul este un subiect de interes general, capabil sa faciliteze cooperarea transfrontiera in cadrul Euroregiunii Dunare-Cris-Mures-Tisa in alte domenii conexe (dezvoltarea infrastructurii, contacte inter-culturale, dezvoltare institutionala, s.a.).
- Principalele masuri care trebuie aplicate pentru stimularea acestui sector in regiunea vizata sunt: identificarea si evaluarea obiectivelor cu potential, planificarea strategica in valorificarea lor, promovarea patrimoniului cultural cu valoare turistica si amenajarea traseelor cultural turistice.

Aceste premise se regasesc intr-un fel sau altul in cuprinsul analizei SWOT realizata in cadrul Documentului Comun de Programare a Programului de Vecinatate Romania – Serbia, precum si intr-o serie de alte documente importante pentru regiunea noastra, prezentate in continuare.

Turismul cultural este in prezent considerat ca principalul tip de turism pe care il poate oferi Romania la scara europeana. In iunie 2006, organizatia mondiala WTTC (*World Travel & Tourism Council*) a prezentat autoritatilor Romaniei rezultatele evaluarii pe care a realizat-o asupra Strategiei Nationale de Turism. In prezent, arata raportul WTTC, in Romania numai 3,9% din consumul personal este alocat turismului si calatoriilor in scop privat, ceea ce ne plaseaza pe locul 148 dintr-un total de 165 tari.

O data cu cresterea economica, se asteapta insa ca si cheltuielile personale in scopul calatoriilor sau turismului sa se majoreze in urmatorii 10 ani, intr-un ritm peste medie. WTTC plaseaza Romania pe locul sase la acest indicator. Semnificativa este avertizarea WTTC asupra faptului ca actuala orientare a autoritatilor romane centrale – care pun prioritate pe produsele turistice oferite de litoralul Marii Negre si domeniul schiabil din Carpati este gresita, atat timp cat conditiile naturale nu ne ajuta foarte mult in aceasta privinta, comparativ cu destinatii turistice foarte apropiate de Romania, precum Grecia sau Austria. Prioritatea, spune raportul WTTC, trebuie acordata **ofertelor turistice care ne diferentiaza** in Regiunea Europei Centrale – si anume turismul rural si turismul cultural. Timisoara, prin amplasarea sa geografica in zona de campie si nivelul de dezvoltare urbana, nu poate oferi celelalte tipuri de turism, dar este unul dintre poli culturali importanti ai tarii si o resursa majora pentru dezvoltarea turismului cultural.

#### Mesajul proiectului

Orasul Timisoara dispune de un potential turistic a carui promovare si valorificare impune crearea unei infrastructuri de informare moderna si a unui plan de actiune coerent si adaptat

Un alt document de analiza si planificare relevant pentru proiectul propus, este *Strategia Culturala a judetului Timis (2002 - 2006)*. Aceasta atrage atentia asupra **legaturii foarte apropiate** intre dezvoltarea turismului si gestionarea patrimoniului cultural – mobil (colectii muzeale, festivaluri culturale, arta traditionala, s.a.), si imobil (monumente de arhitectura, vestigii istorice si arheologice, monumente ecumenice s.a.). In *Strategia Culturala* se mai constata **lipsa unui parteneriat stabil** cu institutiile educative si cu agentile de turism, care sa duca la cresterea interesului publicului pentru oferta culturala a acestor institutii. Majoritatea muzeelor si punctelor muzeale detin un patrimoniu bogat si interesant, neintegrat insa intr-un circuit de vizitare turistica.

Actualmente, patrimoniul cultural imobil se afla intr-un proces accelerat de degradare, amenintat fiind de influenta mediului fizic si de om - prin neintretinere si degradare voita. Salvarea patrimoniului cultural imobil a devenit o prioritate importanta pentru Primaria Timisoarei, fapt concretizat in parteneriatul pe care l-a initiat in anul 2006 cu Societatea Germană pentru Cooperare Tehnică (GTZ) cu sprijinul Ministerului Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (BMZ) pentru elaborarea si implementarea proiectului "Reabilitarea Prudentă și Revitalizarea Economică a Cartierelor Istorice din Timișoara".

In ce priveste cultura si civilizatia traditionala, Banatul si Timisoara pot fi considerate un model de convietuire interetnica, bazata pe respectarea valorilor si a traditiei proprii fiecarei comunitati. Acest mozaic etnic ofera intr-un spatiu usor accesibil o larga varietate de traditii si obiceiuri cu un potential turistic deosebit.

Planul National de Dezvoltare 2007 – 2013, in cadrul analizei socio-economice, punctul 2.6. Turism,

#### Intrebari relevate pentru impactul proiectului:

- Cum poate turismul cultural sa contribuie in dezvoltarea locala?
- Ce face din turismul cultural – un instrument pentru dezvoltarea destinatiilor si transformarea comunitatilor?
- Care sunt rolurile pe care diferiti actori locali le pot juca intr-o cooperare transfrontiera eficienta pentru dezvoltarea turismului cultural?
- Cum trebuie folosit turismul cultural ca o sursa de alimentare a intelegerii interculturale si a "punctilor" intre culturi si generatii diferite?
- Ce pot face politicile locale pentru sprijinirea dezvoltarii acestui sector?
- Cum putem dezvolta turismul cultural intr-un mod care ia in considerare capacitatea de support si nevoile

identifica pentru prima oara turismul cultural-religios ca principal element al specificului turistic national. Aceasta forma de turism este sustinuta de o capacitate de cazare care reprezinta doar 13,2% din totalul locurilor existente la nivelul intregii tari. Dezvoltarea turismului cultural impune rezolvarea problemelor legate de infrastructura de acces la obiectivele turistice inechita si insuficienta, lipsa de promovare a obiectivului turistic cultural s.a.

### **1.6.3 Descrierea grupului/ grupurilor tinta si a beneficiarilor finali, numarul estimat al acestora**

Principalele grupuri tinta ale proiectului sunt constituite din actori publici si privati implicati in gestionarea patrimoniului cultural si dezvoltarea turismului din Municipiul Timisoara, in special a:

1. Institutii de cultura si gestionare a patrimoniului cultural: pentru o integrare a obiectivelor de patrimoniu cultural in circuite turistice generatoare de venituri.

2. Autoritati si operatori din domeniul turismului: pentru a dezvolta oferte turistice interesante, variate si atractive.

Numarul estimativ al celor vizati de produsele directe ale proiectului (seminarii, publicatii, pagina web, expozitie, targ si pachet video) va fi de peste 20,000 persoane, iar reflectarea rezultatelor proiectului in mass-media locala va adauga inca 30,000, prin articole de presa si emisiuni radio-tv. Una dintre cele mai importante mijloace de diseminare – comunicare – informare ale proiectului si produselor sale va fi internetul. In aceasta privinta, vom asigura ca portalul web realizat are o interfata de calitate, ca e disponibil in mai multe limbi (incepand cu romana, sarba si engleza) si ca vizibilitatea sa pe motoarele de cautare va fi atent optimizata, pentru a avea un maximum impact asupra unui public larg, interesat de turismul cultural din Banat.

Beneficiarii finali ai rezultatelor proiectului vor fi pe termen mediu si lung - comunitatile locale ce se vor angaja in dezvoltarea ofertelor turistice bazate pe diverse elemente locale de patrimoniu cultural, precum cladiri istorice, legende, colectii sau festivaluri. Un alt grup de beneficiari vor fi turistii care vor vizita orasul in viitor si mai ales cei care vor trece pragul infocentrului. Estimam ca in urmatorii 5 ani, vor aparea si alte produse de promovare-informare si care la randul lor vor duce la cresterea beneficiilor economice si sociale (ex. prin servicii de transport si cazare, restaurante, artizani de suveniruri traditionale si contemporane, servicii de ghidaj turistic si alte activitati din lungul lant de furnizori ai industriei turistice).

### **1.6.4 Motivele selectiei grupului/ grupurilor tinta si identificarea nevoilor si constrangerilor acestora. Cum contribuie Actiunea la nevoile grupului (grupurilor) tinta si a beneficiarilor finali?**

Cele 2 grupuri tinta ale proiectului prezentate mai sus, alaturi de mass-media, au fost identificate ca fiind cele responsabile de planificarea si aplicarea masurilor pentru dezvoltarea turismului cultural in regiune. Eterogenitatea lor rezida din specificul activitatilor turistice, un sector prin excelenta complex, atat ca oferta cat si ca public, avand nenumarate legaturi directe cu infrastructura de transport, mijloacele de informare, politicile publice locale si sectoriale, sursele de finantare publice si private, spiritul antreprenorial, mentalitati si obiceiuri, s.a.

Aportul pe care aceste grupuri tinta il pot avea la succesul proiectului este de natura complementara, fiecare dintre ei avand un rol distinct foarte important. Abordarea participativa in elaborarea planului de actiune pentru dezvoltarea turismului cultural se bazeaza tocmai pe aceste considerente, ceea ce face ca proiectul sa poata functiona si ca un model de dialog social si un motor pentru dezvoltarea parteneriatelor la nivel regional.

In ce priveste beneficiarii finali ai proiectului, dezvoltarea turismului cultural va atrage dupa sine dezvoltarea generala a turismului in regiune, ceea ce inseamna o oferta mai bogata pentru turisti, dezvoltarea activitatii micilor intreprinzatori legati de ofertele turistice, cresterea

veniturilor la bugetele locale, cresterea coeziunii sociale in comunitatile respective s.a. In acelasi timp, prin specificul sau, turismul cultural ofera o baza economica viabila pentru gestionarea obiectivelor de patrimoniu cultural. Turistii vor avea posibilitati de informare mai largi, iar imbunatatirea serviciilor de informare vor determina o crestere a satisfactiei acestora si in timp o crestere a numarului de turisti.

## 1.7 Descrierea detaliata a activitatilor

---

### Etapa 1 - Evaluarea nevoilor si modalitatilor de dezvoltare ale turismului in Timisoara

Rezultat: obtinerea datelor esentiale pentru o planificare de succes a dezvoltarii turismului in Timisoara si imprejurimi, oferind posibilitatea luarii unor decizii informate pentru ameliorarea ofertei turistice locale.

#### Descriere activitati:

- Organizarea unei **vizite de studiu in Serbia** a membrilor echipei de proiect din Romania, pentru a schimba informatii si experienta si a discuta diseminarea rezultatelor si produselor proiectului in Serbia.
- Definirea a **4 circuite cultural-turistice** in oras, incluzand diferite aspecte ale patrimoniului cultural
- Realizarea unui **sondaj** privind atractivitatea turistica a orasului, serviciile de transport, cazare si masa, posibilitatile de informare, etc. adresat turistilor romani si straini; chestionarul va fi realizat in limbile romana, engleza, franceza si germana pentru a putea atinge un numar cat mai mare si mai variat de respondenti; estimam un numar minim de 1000 repondenti; chestionarele vor fi distribuite hotelurilor si altor unitati de cazare, urmand a fi completate benevol de turisti la plecarea acestora.
- Pe langa chestionar, se vor realiza si 100 interviuri cu turisti, acestia avand posibilitatea sa isi exprime mai detaliat impresiile legate de oras.
- Rezultatele obtinute prin acest sondaj vor fi centralizate lunar pe perioada a 8 luni (cat va dura realizarea acestuia) si vor fi corelate si interpretate intr-un raport mai amplu, care va aduce informatii foarte utile pentru finalizarea *Planului de Actiune pentru Dezvoltarea Turismului in Timisoara (2009 – 2014)*.
- Aceasta actiune se va finaliza intr-un raport privind nivelul de satisfactie al turistilor care viziteaza Timisoara fata de oferta turistica locala si nivelul serviciilor turistice, dar va oferi puncte de plecare pentru viitoarele actiuni de imbunatatire a serviciilor turistice si de promovare. Chestionarele vor fi implementate atat prin abordare directa in oras, cat si prin intermediul infocentrului si al unor hoteluri pe toata perioada desfasurarii proiectului.
- Elaborarea unui inventar al serviciilor turistice din Timisoara (servicii de informare, cazare, masa, ghidaj, transport, s.a.). Acest inventar va aduce pentru prima data – o imagine completa asupra gradului de dezvoltare a serviciilor turistice timisorene, oferind baza dezvoltarii ulterioare a parteneriatului intre autoritatile publice si comunitatea de afaceri din turism.

#### Responsabilitati:

- Primaria Municipiului Timisoara si CULTOURS – coordonarea sarcinilor si aspectelor financiare; management logistic;
- Echipa tehnica de experti – inputuri tehnice specifice in domeniul turismului, al patrimoniului cultural si in promovarea massmedia.
- Organizatia Comunală de Turism din Zrenianin – organizarea vizitei de studiu in Serbia si schimb de experienta.

## **Etapa 2 - Plan de actiune pentru dezvoltarea turismului in Timisoara (2009 - 2014)**

Rezultat: realizarea unui *Plan de actiune pentru dezvoltarea turismului in Timisoara (2009 - 2014)*.

### Descriere activitati

- Identificarea a 25 de **reprezentanti** ai institutiilor publice, organizatii civile, mediul academic si sectorul de afaceri care vor participa la elaborarea planului; vom cauta posibili participanti in randul unor specialisti in istorie, arheologie, etnografie, manageri de muzee, ghizi si agentii de turism, restauratori, profesori, reprezentanti ai societatii civile, autoritati publice, jurnalisti, s.a.
- Elaborarea unei **versiuni initiale** a planului (structura generala) – pe care se vor purta apoi discutiile de detaliu.
- Organizarea a 3 **seminarii de lucru** pentru elaborarea "*Planului de actiune pentru dezvoltarea turismului in Timisoara*" in mod participativ, pe baza datelor si documentelor deja existente si a experientei participantilor.
- **Finalizarea, editarea, publicarea si diseminarea** planului realizat tuturor participantilor si actorilor publici si privati vizati de aceasta. Cele mai importante concluzii vor fi cuprinse intr-un sumar – distribuit mass-mediei din regiune.

### Responsabilitati:

- Primaria Municipiului Timisoara si CULTOURS – coordonarea sarcinilor si aspectelor financiare; management logistic
- Echipa tehnica de experti – inputuri tehnice specifice in domeniul turismului, al patrimoniului cultural si in promovarea massmedia.
- Organizatia comuna de Turism din Vrset - participare activa la cele trei seminarii pentru elaborarea strategiei, mai ales in aspecte vizand cooperarea transfrontiera regionala (aspect important pentru compatibilitatea acestei strategii cu cea realizata in cadrul proiectului oglinda, in Banatul sarbesc).

## **Etapa 3 – Campania de promovare:**

Rezultat: Dezvoltarea unei baze materiale si logistice adecvate unui centru de informare turistica cu importanta regionala care va contribui substantiaial la promovarea valorilor culturale ale Timisoarei in randul actorilor locali publici si privati, dar mai ales a turistilor.

### Descriere activitati:

- Documentarea celor 4 circuite (posibil Circuitul Revolutiei, Circuitul Industrial, Turul Cetatii si Turul Mare).
- Elaborarea unui material textual, fotografic si cartografic brut – asupra acestor circuite, pentru a fi folosit in materialele info-promotionale.
- Consiliere in domeniul crearii unor produse turistice de promovare de calitate.
- Elaborarea unei harti a Timisoarei (intregul oras), incluzand trasee de transport in comun, sfaturi, telefoane utile si alte informatii ce tin de „logistica” turistului; tiparirea acestor harti se va face sub forma unor topuri A3 cu file detasabile - 20 de topuri a cate 500 de harti (dintre care 10 topuri in limba engleza si 10 topuri in limba romana).
- Realizarea unei harti turistice plianta a zonei centrale a Timisoarei – zona Cetate, in care sa fie indicate majoritatea obiectivelor turistice si informatii de prezentare ale acestora (un tiraj de 5000 de bucati – in limbile romana si engleza); fiecare obiectiv va fi identificat printr-un numar, iar pe verso fiecare din acestea va avea o descriere, iar cele mai importante – mici fotografii sau desene; aceasta harta va fi utilizabila si pentru audio-ghiduri (vezi mai jos).

- Realizarea unei brosure de prezentare si promovare incluzand cele 4 circuite intr-un tiraj de 5000 de bucati fiecare; brosurile vor fi realizate in limbile romana si engleza.
- Realizarea unui pliant de prezentare incluzand cele patru muzee importante din oras: Muzeul Banatului, Muzeul de Arta, Muzeul Satului si Muzeul Revolutiei (intr-un tiraj de 4000 de bucati – in limbile romana si engleza).
- Realizarea unui pupitru cartografic ce va fi amplasat in interiorul infocentrului; acesta va contine doua planse color care se vor putea schimba intre ele in mod automat:
  1. plansa continand harta-aerofotograma a zonei centrale si pericentrale a Timisoarei
  2. plansa continand o harta a regiunii Banatului istoric (depasind granitele Romaniei).

Pupitrul va dispune de iluminare din interior a planselor iar partea exterioara va fi realizata din sticla securizata, pentru ca indicatiile de orientare sa poata fi trasate usor cu o carioca lavabila, de catre ghidul centrului de informare, raspunzand eficient intrebarilor turistilor.

- Realizarea unui audio-ghid, un instrument de informare deosebit de util in turismul cultural, format din: un aparat similar unui telefon mobil, cu butoane pentru selectarea prin numere a obiectivelor de pe harta insotitoare (harta turistica prezentata mai sus) si – eventual – o pereche de casti audio; materialul audio va fi produs pe baza unor texte selectate, in cadrul unui studio de inregistrari, cu ajutorul unor actori profesionisti, vorbitori nativi sau buni vorbitori pentru limbile romana, engleza, franceza si germana; audio-ghidul va putea fi inchiriat de catre turisti de la infocentrul turistic; aceste audioghiduri vor fi achizitionate in numar de 50 de bucati.
- Dezvoltarea unui portal web – exclusiv turistic - al Timisoarei: [www.visit-timisoara.info](http://www.visit-timisoara.info); acest portal va contine informatii despre obiectivele turistice din oras, servicii turistice de cazare si masa, mijloace de transport in comun, inchiriere masini, informatii despre evenimentele culturale etc.; toate materialele folosite pentru pachetul de printuri, vor fi utilizate si pentru dezvoltarea acestui portal; portalul va cuprinde in timp si un sistem de rezervari online; portalul va fi disponibil in cadrul info-centrului direct vizitatorilor – cu ajutorul unui info-point digital, pus deja in functiune.
- Organizarea unei **conferinte finale a proiectului**: 50 participanti, in Timisoara, pe durata unei zile. Acest eveniment va include prezentarea tuturor produselor realizate (incluzand o proiectie video si expunerea unei selectii din materialul fotografic), discutarea rezultatelor si concluziilor proiectului si o dezbatere deschisa privind masurile viitoare care ar trebui luate, in functie si de concluziile sondajului, in viitor pentru a asigura dezvoltarea continua si durabila a turismului cultural in Timisoara, ca factor esential pentru dezvoltarea socio-economica locala.

Acest instrument va deveni o platforma de comunicare virtuala, avand:

**a.** Functii publice – pentru o diseminare eficienta a tuturor materialelor realizate catre un public larg (incluzand versiuni multilingve, legaturi catre alte pagini relevante, blog-uri de calatorie, forum de discutii, FAQ, marturii ale turistilor straini, sfaturi de calatorie, posibil - newsletter etc.).

**b.** Acces controlat (bazat pe un modul Intranet) – ca un instrument facil de comunicare a membrilor retelei create in cadrul proiectului, incluzand mass-media (accent pe cele mai bune practice si povesti de success, studii de caz din Romania, Serbia si alte tari, etc.)

- realizarea unui material fotografic ce va sta la baza unei expozitii fotografice (150 de fotografii) care va fi prezentata in Timisoara dar si la Vrset. O parte dintre aceste fotografii vor incluse in materialele de informare mentionate mai sus, pe baza criteriilor de artistice in functie de relevanta pentru proiect.
- achizitionarea unui televizor LCD cu diagonala mare (106 cm) ce va fi amplasat in interiorul info-centrului si pe care vor rula in permanenta imagini fotografice si video despre Timisoara, filme documentare despre obiective si personalitati locale, etc.;

materialul foto-video care va rula pe acest ecran, va fi compilat pe baza a materialelor existente si disponibile, cat si a celor realizate in cadrul proiectului (un material fotografic).

- Imbunatatirea vizibilitatii biroului CITT (semnalizare exterioara) si a dotarilor interioare (suporturi pentru materiale, echipament ITC si mobilier). Vor fi achizitionat un numar de 3 rafturi pentru expunerea brosurilor si pliantelor cu un design modern, care sa fie in armonie cu cele existente deja, 3 scanune care vor fi folosite atat de personalul infocentrului cat si de turistii care viziteaza centrul.
- Elaborarea, publicarea si distribuirea unui **pliant de promovare** a proiectului, distribuit tuturor participantilor in proiect precum si altor actori din regiune.
- Participarea cu un stand si materiale de promovare – la un **targ de turism**, pentru promovarea proiectului si a turismului cultural in Timisoara.
- Facilitarea publicarii unor articole in **mass-media** locala, si a unui reportaj TV asupra proiectului.
- Realizarea unei **emisiuni** TV si a unei emisiuni radio pe tema proiectului, difuzate pe posturile locale si regionale, prezentand si discutand rezultatele si perspectivele proiectului.
- Diseminarea mai multor comunicate de **presa** si mape de presa; pe parcursul proiectului mass-media locala va fi invitata la principalele evenimente organizate, si va fi sprijinita cu materiale documentare in realizarea de articole si reportaje de calitate asupra atractiilor cultural-turistice din oras.

#### Observatii:

- Vom evalua si discuta, in timpul proiectului, potentialul comercial a publicarii intr-un tiraj mai ridicat a materialelor informative realizate. Acest demers poate genera venituri care sa sustina imbunatatirea materialului elaborate in timpul proiectului si distribuirea intr-un tiraj crescand al acestor materiale. Veniturile obtinute, eventual, in viitor, din comercializarea lor, vor fi folosite de partenerii proiectului exclusiv pentru a sustine editarea si publicarea lor in continuare, intr-un format si design imbunatatite si intr-un tiraj crescut. In acest fel, proiectul poate castiga un foarte important avantaj in ce priveste sustenabilitatea financiara. Un alt mod de a asigura sustenabilitatea proiectului dupa incheierea proiectului, ar fi reeditarea acestor materiale, intr-un tiraj crescut, cu ajutorul unor sponsori locali ceea ce ar asigura in continuare distribuirea gratuita a acestor materiale. Aspectele de baza pe care se vor baza discutiile si decizia luata, vor fi opinia Autoritatii Contractante si a Biroului Phare CBC asupra cerintelor si procedurilor legale, in acord cu regulile nationale si europene aplicabile.
- Portalul web va include, in timp, o serie de pagini individuale sau linkuri catre acestea, reprezentand atractii si circuite turistice din regiune, in special cu specific cultural-turistic.

#### Responsabilitati:

- Primaria Municipiului Timisoara si CULTOURS – coordonarea sarcinilor si aspectelor financiare; management logistic
- Echipa tehnica de experti - inputuri tehnice specifice in domeniul turismului, al patrimoniului cultural si in promovarea massmedia.
- Organizatia Comunală de Turism din Vrset – aport in diseminarea materialelor de promovare;
- Primaria Timisoara – organizarea expozitiilor foto; distribuirea materialelor de promovare si a portalului web.

## 1.8 Metodologie



---

Maximum 4 pagini. O descriere detaliata a urmatoarelor:

### 1.8.1 Metode de implementare si argumente pentru alegerea metodologiei propuse

Proiectul propus va utiliza o serie de metode pentru atingerea obiectivelor sale specifice:

- **Analiza initiala** a potentialului si problemelor pe care le tema propusa le pune in regiunea tinta; aceasta metoda va fundamenta cu date corecte si suficiente etapele ulterioare, fiind o conditie sine-qua-non pentru un impact real pozitiv al proiectului.
- **Planificarea strategica** se bazeaza pe o atitudine pro-activa in gestionarea problemelor identificate, fiind un instrument de baza in alocarea eforturilor la un nivel regional si intr-un sector atat de complex si ce implica o varietate larga de actori precum este turismul.
- **Abordarea participativa** este o metoda direct implicata in etapa construirii *Planului de actiune pentru dezvoltarea turismului cultural* dar va contribui direct si la dezvoltarea parteneriatului regional, pe tema propusa. Turismul interactioneaza cu toate aspectele importante ale unei comunitati (firme, administratie publica, mediu natural si locuitori), iar eforturile de a implica acesti reprezentanti in discutii si a participa la luarea deciziilor vor crea o atitudine pozitiva si va dezvolta turismul in armonie cu valorile comunitatii. Masurile luate vor avea in acest fel un sprijin mai larg si mai concret si va exista o proprietatea locala asupra rezultatelor.
- **Metodele de promovare** propuse tin cont de specificul temei (turismul cultural), de bugetul disponibil, de experienta partenerilor implicati dar si de intentia de a construi si transmite un mesaj unei cat mai largi game de grupuri tinta (autoritati locale, operatori turistici, asociatii civice, turisti). Varietatea mijloacelor de comunicare si promovare propuse (printuri, intalniri, expozitie foto, pagina web, articole in presa, emisiune TV si radio) se bazeaza pe complementaritatea lor dar si pe intentia de a verifica eficienta fiecarei metode in transmiterea informatiilor si mesajului proiectului catre diferite grupuri tinta (concluziile vor fi utile in proiectele viitoare pe aceasta tema). Spre exemplu, turul de studiu si promovare de 1/2 zi va fi o metoda eficienta de promovare in randul agentilor de turism, prin care reprezentantii acestora vor capata o perspectiva regionala pentru includerea acestei destinatii in programe turistice si cataloage, iar pentru jurnalisti va fi o ocazie de a-si dezvolta cunostiintele si de a realizeze reportaje mai complete asupra nevoilor si oportunitatilor turistice regionale.

### 1.8.2 Daca actiunea propusa are la baza (continua) o actiune anterioara, explicati modul in care aceasta se va intemeia pe rezultatele actiunii anterioare.

Proiectul propus vine in completarea proiectului a carui implementare este in desfasurarea in prezent, „*Reabilitarea Prudentă și Revitalizarea Economică a Cartierelor Istorice din Timișoara*” realizat in parteneriat cu Societatea Germană pentru Cooperare Tehnică (GTZ), cu sprijinul Ministerului Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (BMZ). De asemenea reprezinta inca un pas, la nivel local, al programului mai larg initiat in 2006 de catre CULTOURS – Centrul de Turism Cultural si Institutul Intercultural, ambele organizatii din Timisoara, si in care Primaria Timisoara este asociat, program care isi propune sa contribuie la revitalizarea si dezvoltarea socio-economica in Banat prin promovarea turistica a obiectivelor de patrimoniu cultural material si imaterial. Primul pas in acest sens s-a concretizat in obtinerea unei finantari Phare CBC Romania-Serbia 2005 cu proiectul *Dezvoltarea turismului cultural in Banat – o provocare transfrontaliera*. Acest proiect este in desfasurare in prezent.

### 1.8.3 Daca actiunea propusa face parte dintr-un program mai mare, explicati modul in care aceasta se inscrie in cadrul acestuia sau se coordoneaza cu programul in cauza. Specificati eventualele sinergii cu alte initiative, in special cu cele provenite din CE.

Proiectul propus face parte din al programului mai larg inițiat în 2006 de către CULTOURS – Centrul de Turism Cultural și Institutul Intercultural, ambele organizații din Timișoara, și în care Primăria Timișoara este asociat, program care își propune să contribuie la revitalizarea și dezvoltarea socio-economică în Banat prin promovarea turistică a obiectivelor de patrimoniu cultural material și imaterial. Primul pas în acest sens s-a concretizat în obținerea unei finanțări Phare CBC România-Serbia 2005 cu proiectul *Dezvoltarea turismului cultural în Banat – o provocare transfrontalieră*. Acest proiect este în desfășurare în prezent. Conținutul proiectului de față va prelua unele direcții stabilite prin strategia de dezvoltare a turismului cultural propusă în programul menționat mai sus.

De asemenea proiectul propus vine și în completarea parteneriatului pe care Primăria Timișoara l-a stabilit cu Clubul Rotary din oraș cu scopul de a realiza marcarea cu indicatoare și plăcuțe semnalizatoare principalele monumente istorice din oraș, monumente care pot fi valorificate foarte bine prin turismul cultural.

Programul *Turism Cultural în Banat* va continua experiența cooperării transfrontiere și va promova parteneriatul roman-maghiar-sarbesc în contextul Euroregiunii DKMT, înscriindu-se în direcțiile de acțiune ale politicii regionale europene. Pe lângă aportul financiar și material al partenerilor locali, programul se va dezvolta pe instrumentele financiare europene (pentru cooperare inter-regională – INTERREG, pentru managementul patrimoniului cultural – CULTURA 2007, dezvoltare durabilă urbană – URBAN, pentru cercetare-dezvoltare – FP7, cât și programele de mari investiții în infrastructură – pe Fondul de Coeziune și Fondurile Structurale).

Suportul tehnic al programului va fi asigurat prin experiența partenerilor dar și printr-un transfer de know-how în domeniul turismului cultural, facilitat de relația Centrului de Turism Cultural (CULTOURS) cu *European Cultural Tourism Network*, în special în aspecte ce privesc promovarea bunelor practici și a povestilor de succes în cadrul rețelei regionale de turism cultural.

#### **1.8.4 Proceduri de urmat și evaluare internă/externă**

Pentru implementarea cu succes a proiectului, va exista un monitoring permanent al activităților derulate, precedat de o planificare temporară și bugetară atentă. Un management flexibil cu evitarea situațiilor de criză și de risc și promovarea încrederii reciproce, rezolvarea amiabilă a diferendelor de opinie și luarea deciziilor prin consens vor sta la baza relațiilor dintre partenerii și subcontractorii implicați.

O atenție specială vom acorda evaluării impactului activităților proiectului asupra diferitelor grupuri țintă (autorități, mass-media, operatori turistici, alte asociații), pentru a putea sesiza din timp posibilele discordanțe între abordarea pe care o propunem și nevoile/interesele acestor grupuri.

În ce privește campania de promovare, avem în vedere evaluarea atentă a numărului de persoane ce vor fi informate prin diferitele mijloace propuse, cum ar fi numărul celor ce vizitează expoziția foto, tirajul ziarelor în care vor apărea articole asupra proiectului, ratingul emisiunilor radio și TV, numărul de vizitatori ai paginii web, ș.a.m.d.

Managementul financiar al proiectului și achizițiile de produse și servicii realizate, vor respecta procedurile contabile și fiscale naționale și procedurile PRAG ale Uniunii Europene. Auditul financiar al proiectului va fi realizat conform Ghidului Programului (2.6. – *Condiții Aplicabile pentru implementarea acțiunii în urma deciziei Autorității Contractante de acordare a grantului*) și cerințelor contractului de finanțare și anexelor sale.

Toate rezultatele evaluărilor, precum și concluziile și produsele proiectului vor fi incluse în cele două rapoarte – intermediar și final. Totodată, reprezentanții Autorității Contractante vor fi invitați la principalele evenimente organizate în cadrul proiectului (seminariile de lucru pentru elaborarea strategiei, expoziția foto, inaugurarea lucrărilor de amenajare a infrastructurii de informare – promovare a traseului turistic).

Fiecare eveniment și produs al proiectului va purta, de asemenea, însemnele prevăzute în Ghidul privind Vizibilitatea acțiunilor finanțate din bugetul Uniunii Europene.

### 1.8.5 Descrierea rolului si a participarii la actiune a diferitilor actori (parteneri locali, grupuri tinta, autoritati locale, etc.) si motivele pentru care li s-au incredintat aceste sarcini.

#### Partnerii proiectului – motivele implicarii lor:

- **Primaria Timisoara** - coordonarea proiectului: o bogata experienta in managementul proiectelor culturale, in parteneriat cu cele mai importante institutii publice din regiunea Banatului, incluzand unele din Serbia; resursele umane, tehnice si financiare ale organizatiei vor sprijini implementarea cu succes a tuturor activitatilor proiectului, in stransa cooperare cu ceilalti parteneri ai implicati.
- **Cultours – Centrul de Turism Cultural** – asistenta tehnica si administrative: desi o asociatie tanara, membrii sai au o bogata experienta in managementul proiectelor si in domeniul turismului, si au castigat repede sprijinul unor institutii europene importante din domeniul turismului cultural; *Cultours* va avea un rol foarte important in preluarea si dezvoltarea rezultatelor obtinute in acest proiect, pe termen lung.
- **Organizatia Comunala de Turism din Vrset, Serbia**: acesta organizatie va aduce o experienta utila, fiind implicata in fazele principale ale acestui proiect; totodata, va implementa, in cooperare, un proiect similar in Serbia, in orasul Vrset; vor juca un rol important in transferul de know-how in ambele sensuri, in utilizarea eficienta a ideilor si resurselor comune in cadrul retelei regionale si in dezvoltarea de ambele parti ale granitei a circuitelor cultural-turistice.

#### Grupuri tinta:

- **Autoritati locale**: responsabile de coordonarea dezvoltarii socio-economice si catalizatorii programelor de finantare
- **Gestionarii patrimoniului cultural**: o gama larga de responsabili privind conservarea si promovarea obiectivelor patrimoniului cultural.
- **Operatori turistici**: sunt veriga de baza pentru valorificarea economica a potentialului turistic local.

### 1.8.6 Echipa propusa pentru implementarea actiunii (dupa sarcini: nu este necesar sa includeti numele persoanelor aici, cu exceptia celor aflate in pozitii cheie – echipa tehnica - si ale caror CV-uri trebuie atasate)

Echipa propusa pentru implementarea proiectului include persoane cu o experienta solida in gestiunea proiectelor, in promovare multimedia, in patrimoniu cultural si dezvoltarea turismului – toti jucand roluri cheie in scenariul proiectului:

#### Coordonare:

- Coordonator proiect – Aura Junie
- Asistent proiect – Alina Albu, Director *CULTOURS*
- Asistent de proiect - .....

#### Expertii tehnici:

- Expert – dezvoltare turism – comunitatea de afaceri – Ludovic Satmari
- Expert – patrimoniu istoric-cultural – Ioan Hategan
- Expert – patrimoniu artistic architectural (pana la 1850) – Rodica Vartaciu
- Expert sociolog - P.Cengher
- Expert design si promovare - E. Muller

Organizatia partenera din Serbia va fi implicata activ in implementarea proiectului, in mod special prin inputuri tehnice in evaluarea initiala, organizarea vizitei in Serbia, elaborarea planului de actiune, dezvoltarea circuitului integrat si crearea unei retele regionale de turism cultural. Rolul lor principal va fi insa la dezvoltarea si implementarea unui proiect similar in oglinda in Serbia, apropiat de obiectivele actiunii propuse si preluand rezultatele sale.

### 1.8.7 Mijloacele de baza propuse in vederea implementarii actiunii (echipamente, instrumente...)

Pentru implementarea proiectului, echipa sa va dispune de urmatoarele mijloace tehnice:

Mijloace tehnice	Observatii
Mobilier de birou	Partial – contributie in-kind, partial achizitionat prin proiect
1 laptop	Achizitionat prin proiect
1 imprimanta – copiator	Achizitionat prin proiect
1 laptop, 1 scanner, 1 telefon – fax	Contributie in-kind
1 camera foto profesionala	Contributie in-kind
1 autoturism	Contributie in-kind

### 1.9 Durata si planul de actiune

---

Durata actiunii va fi de 18 luni

Notă: Planul de acțiune indicativ nu trebuie să menționeze date exacte, ci numai "luna 1 ", "luna 2" etc. Se recomandă solicitanților să păstreze o marjă de siguranță în calendarul de activități, ca măsură de precauție. Planul de acțiune nu trebuie să includă descrieri detaliate ale activităților, ci numai titlul lor (asigurați-vă că acestea coincid cu titlurile prezentate în secțiunea 1.7). Orice lună în care nu se desfășoară activități trebuie inclusă în planul de acțiune și în durata de derulare a acțiunii.

Planul de acțiune pentru primul an de implementare trebuie sa fie suficient de detaliat incat sa ofere o imagine de ansamblu asupra pregatirii si implementarii fiecărei activități. Planul de actiune pentru fiecare din anii urmasori (in functie de durata actiunii) poate fi mai general si poate enumera doar principalele activitati programate pentru intervalul respectiv. Un plan de actiune mult mai detaliat pentru fiecare din anii care urmeaza va fi depus inainte de primirea noilor transe de finantare, in conformitate cu Articolul 2 (1) din Conditiiile Generale (vezi Anexa F la Ghidul aplicantilor).

Planul de actiune trebuie elaborat în următorul format:

<b>Anul 1</b>													
	Semestrul 1							Semestrul 2					
Activitatea	Luna	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Organismul de implementare
<i>Exemplu</i>	<i>exemplu</i>												<i>Exemplu</i>
Pregătirea Activității 1 (titlu)													Partener local 1
Execuția Activității 1 (titlu)													Partener local 1
Pregătirea Activității 2 (titlu)													Partener local 2
Etc.													

<b>Pentru anii următori:</b>										
Activitatea	Semestrul 3	4	5	6	7	8	9	10		Organismul de implementare
<i>exemplu</i>	<i>exemplu</i>									<i>exemplu</i>
Execuția Activității 1 (titlu)										Partener local 1
Execuția Activității 2 (titlu)										Partener local 2
Pregătirea Activității 3 (titlu)										Partener local 1
Etc.										

## 2. REZULTATE PREVIZIONATE

### 2.1 Impactul anticipat asupra grupurilor tinta/beneficiarilor

Maximum 2 pagini. Indicati modul in care actiunea va imbunatati:

### 2.1.1 Situatia grupurilor tinta/beneficiarilor

Proiectul propune o tema putin abordata pana in prezent la noi in tara si in special in Timisoara. Practicarea turismului cultural este rezervata, pe plan european, anumitor zone si comunitati ce au acumulat si pastrat un patrimoniu cultural valoros. Totusi, consolidarea si recunoasterea sa ca un fenomen in sine si o forma unitara de turism s-a produs in ultimele 2 decenii, o data cu intensificarea contactelor interculturale, cresterea mobilitatii si facilitarea accesului in regiuni altadata izolate.

**Grupurile tinta** ale proiectului propus sunt actori publici si privati implicati in gestionarea Serbiei. Impactul proiectului asupra acestora se refera la o serie de beneficii economice si non-economice, precum imbunatatirea cadrului de cooperare intre partenerii publici si privati, pe un subiect atractiv, de larg interes.

Beneficiile specifice ale proiectului asupra grupurilor tinta se refera la in mod specific la:

- Autoritati publice locale: vor beneficia prin valorificarea potentialului turistic, in acord cu planurile locale de dezvoltare si cresterea veniturilor la bugetele locale, rezultate din dezvoltarea turismului; pe termen mediu si lung, turismul cultural va duce la imbunatatirea imaginii comunitatilor respective pentru investitori si alti parteneri publici si privati.
- Gestionarii patrimoniului cultural local (muzee, case memoriale, vestigii istorice, manastiri, festivaluri populare, s.a.): vor beneficia intr-o prima faza de o cunoastere mai detaliata a problemelor si oportunitatilor legate de gestiunea obiectivelor de patrimoniu cultural si in special de valorificarea lor prin turism; pe termen mediu, proiectul va duce la cresterea veniturilor acestora, prin integrarea obiectivelor culturale in circuitele turistice.
- Operatorii turistici: vor avea posibilitatea de a-si diversifica gama de oferte turistice locale, atat pentru turistii romani cat si straini. Includem in acest grup tinta – atat agentile de turism, cat si operatorii hotelieri, restaurantele, firmele de transport, s.a., care vor putea oferi in parteneriat cu celelalte grupuri tinta implicate – un produs turistic autentic, capabil sa diferentieze si sa creasca competitivitatea ofertei turistice banatene de cele ale regiunilor invecinate.

Alte organizatii civice (organizatii din domenii ca turism - inclusiv patronate, istorie, arta si cultura, dezvoltare economica, dezvoltare rurala, asociatii de artizani populari, s.a.) vor putea de asemenea, participa la procesul de luarea deciziilor, in cadrul parteneriatului pentru elaborarea *Planului de actiune* si vor putea beneficia de efectele pozitive ale dezvoltarii turismului cultural, ca numitor comun intre pastrarea patrimoniului cultural si un turism responsabil cu larg impact social si educational.

**Beneficiarii locali** ai proiectului vor fi comunitatile locale care vor beneficia d.p.d.v. socio-economic si cultural ca urmare a valorificarii mai bune a potentialului turistic al obiectivelor culturale din arealul lor. Principalele beneficii locale se vor referi la : cresterea vizibilitatii patrimoniului cultural, in paralel cu imbunatatirea imaginii regiunii si constientizarea comunitatilor locale cu privire la oportunitatile multiple oferite de turismul cultural ; cresterea calitatii vietii si nivelului de trai in acele comunitati unde turismul cultural va insemna venituri locale si investitii edilitare suplimentare ; si nu in ultimul rand – cresterea coeziunii sociale si a spiritului comunitar, un efect general al turismului dezvoltat in concordanta cu valorile si nevoile locale.

O alta categorie de beneficiari pe termen lung vor fi turistii care viziteaza orasul si care vor avea acces la materiale de informare si promovare de calitate, ceea ce va duce la atragerea unui numar din ce in ce mai mare de turisti

### **2.1.2 Capacitatile tehnice si de management ale grupurilor tinta si/ sau partenerilor (dupa caz)**

Apreciem un impact pozitiv asupra capacitatilor tehnice si manageriale ale grupurilor implicate in proiect atat prin diseminarea materialelor realizate pe perioada derularii proiectului cat si prin participarea lor directa la elaborarea strategiei propuse. Principalele teme vizate de activitatile proiectului – (problemele si oportunitatile oferite de) gestionarea patrimoniului cultural si dezvoltarea turismului - vor fi mai bine cunoscute si analizate la nivel local, dar vor aduce in acelasi timp in discutie o serie de alte subiecte colaterale (evaluare initiala, planificare strategica, construirea parteneriatelor, tehnici de marketing si promovare, tehnici de informare si constientizare publica, atragerea si alocarea fondurilor, comunicare s.a.)

## **2.2 Rezultate concrete – inca nu e complet**

---

Maximum 1 pagina. Fiti specifici si cuantificati rezultatele pe cat de mult posibil. Indicati publicatiile importante preconizate.

Etape	Produsele proiectului	Cantitate
I	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raport privind evaluarea initiala a patrimoniului cultural cu valoare turistica</li> </ul>	va include fise ale obiectivelor de patrimoniu cultural regional si 5 circuite selectate; distribuite in copii tuturor participantilor din proiect si pe internet.
II	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planul de actiune privind dezvoltarea turismului cultural in Timisoara</li> </ul>	200 buc.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seminarii de lucru pentru elaborarea Strategiei; primul va include o scurta pregatire asupra metodologiei de planificare strategica</li> </ul>	3 seminarii a cate 25 participanti
III	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pliant de promovare a proiectului</li> </ul>	400 buc.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Harta turismului cultural in</li> </ul>	300 buc.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poster proiect (A<sub>3</sub>)</li> </ul>	20 buc.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afis expozitie</li> </ul>	20 buc.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expozitie de fotografii cu durata de 1 luna</li> </ul>	peste 150 fotografii si o sectiune concurs, deschisa publicului
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Portal web incluzand toate celelalte materiale elaborate – texte, foto si video</li> </ul>	>3000 vizitatori pe perioada proiectului
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicate si mape de presa</li> </ul>	2 comunicate si 2 mape de presa
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiuni radio si TV</li> </ul>	cel putin o emisiune radio si una TV
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participarea la un targ national de turism</li> </ul>	un stand amenajat; cateva sute de vizitatori
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brosura de promovare a traseului selectat</li> </ul>	300 buc.
V	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tur de promovare a circuitului pentru agentii de turism si mass-media</li> </ul>	40 participanti
	<ul style="list-style-type: none"> <li>O lista de discutii email</li> </ul>	cel putin 50 membrii
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conferinta finala, pentru prezentarea rezultatelor si identificarea cailor de continuare a proiectului</li> </ul>	70 participanti

### 2.3 Efecte multiplicatoare

Maximum 1 pagina. Descrieti posibilitatile de replicare si de extindere a rezultatelor actiunii.

Asa cum am aratat mai sus, proiectul face parte dintr-un unui program mai larg, privind dezvoltarea turismului cultural in regiunea Banatului. Acest program este initiativa *CULTOURS* si *Institutul Intercultural*, in asociere cu *Primaria Timisoara* si va include atat:

- Proiecte regionale (implementate la nivel regional, adresat tuturor actorilor interesati), cum ar fi un proiect de evaluare si actualizare a *Strategiei*



elaborate prin proiectul anterior, o campanie mai larga de promovare sau un pachet de cursuri de instruire pentru operatorii turistici si gestionarii patrimoniului istoric si cultural, vis-a-vis de valorificarea turistica a obiectivelor culturale.

- Proiecte locale, adresate in mod specific unor trasee turistice sau obiective culturale de interes turistic, incluzand activitati de tipul celor cuprinse in ultima etapa a proiectului propus, dar si cooperarea cu specialisti si autoritati pentru restaurarea acestor obiective si redarea lor in circuitele turistice, organizarea de festivaluri locale, editarea de materiale de promovare, s.a.

Rezultatele actiunii propuse vor fi preluate, asadar, de viitoare proiecte initiate de partenerii principali sau de unii dintre beneficiarii locali implicati, avand specific – apartenenta la obiectivele *Strategiei privind Dezvoltarea Turismului Cultural in Banat*, la a carei monitorizare, evaluare, actualizare si mai ales implementare – vor contribui, speram, o gama larga de actori publici si privati.

Proiectul propus poate constitui si un model ce poate fi replicat ca atare si in alte zone ale tarii. In aceasta directie, partenerii proiectului vizeaza o actiune similara adresata zonei de granita romano – ungare, finantabila in urmatorii ani prin programul *INTERREG*.

Avem insa convingerea ferma ca proiectul va duce treptat la dezvoltarea turismului cultural atat in cele doua judete tinta romanesti cat si in districtele sarbesti invecinate, pe baza schimbului de experienta, a intensificarii cooperarii transfrontaliere si a evolutiei ascendente a acestui sector in urmatorii ani. In acest sens, vom pastra si dezvolta in continuare relatiile create cu partenerii sarbi, pentru amenajarea unor trasee turistice comune si alte activitati necesare.

Nu in ultimul rand – amintim faptul ca 2007 este anul in care pentru prima data, un oras din Romania este una din cele doua *Capitale Culturale* anuale ale Europei (alaturi de Luxembourg). Acest program paneuropean a contribuit foarte mult la dezvoltarea turismului cultural si va avea, fara indoiala, un efect pozitiv si asupra interesului actorilor locali in realizarea cu succes a acestui proiect si in continuare acestuia – de ce nu, chiar printr-un lobby regional pentru aducerea *capitalei culturale europene* in Banat, la Timisoara, in urmatorii 10 ani.

## **2.4 Sustenabilitate**

---

Maximum 3 pagini. Faceti diferenta intre urmatoarele trei niveluri ale sustenabilitatii:

### **2.4.1 Aspectul financiar (Cum vor fi finantate activitatile dupa incetarea finantarii nerambursabile?)**

Activitatile initiate sau dezvoltate de proiect vor putea fi implementate dupa finalizarea acestuia atat cu finantare publica (prin programele europene si nationale), cat si privata (la nivelul patronatelor din turism, unor obiective turistice locale, a agentilor de turism, s.a.).

Principalele surse de finantare vizate pentru implementarea proiectelor ulterioare, sunt:

- *Cultura 2007*, pe componentele sale privind patrimoniul cultural
- *Programul Cadru 7 (FP7)*, pentru cercetare - dezvoltare
- *Interreg*, adresat, ca si Phare CBC, dezvoltarii regiunilor de frontiera
- *Urban*, privind reabilitarea unor zone urbane valoroase
- *Fondurile Structurale* si de *Coeziune* adresate investitiilor in infrastructura

- *Fondurile Culturale ale Consiliilor Judetene, s.a.*

Sursele de finantare europene nu vor putea insa fi suficiente pentru nevoile de dezvoltare ale turismului cultural in banat. De aceea, principala provocare pe care vom pune in discutie in cadrul proiectului, in privinta finantarii, va fi integrarea nevoilor de gestionare a obiectivelor din patrimoniul istoric si cultural cu activitatile economice din turism. Aceasta se va putea realiza atat prin deprinderea practicarii turismului de catre gestionarii acestor obiective (atragerea turistilor, oferte integrate la nivel de trasee turistice, vanzarea de suveniruri si servicii de ghidaj, s.a.), dar si prin re-orientarea unui procent din veniturile operatorilor din turism (agentii, hoteluri, pensiuni, s.a.) catre intretinerea si reabilitarea acestor obiective.

Premisa pe care ne bazam in acest sens – este interesul sporind pentru contactele inter-culturale si, de aici - reconsiderarea la adevarata lor valoare, a obiectivelor din patrimoniul cultural, ca atractii turistice autentice, ce diferentiaza si individualizeaza o regiune in mozaicul turistic european.

#### **2.4.2 Aspectul institutional (In ce mod structurile existente vor permite desfasurarea activitatilor dupa incheierea actiunii? Va exista “proprietate locala” asupra rezultatelor actiunii?)**

Cei doi parteneri principali ai proiectului – *Primaria Timisoara* si *CULTOURS*, vor fi in masura sa valorifice si sa continue rezultatele proiectului in viitoare actiuni complementare, la nivel local si regional. Mai mult, *CULTOURS* va functiona pe plan regional ca un centru de resurse (materiale documentare, expertiza tehnica, contacte de parteneri, centru de evaluare si monitorizare, centru de promovare, s.a.m.d.) in domeniul turismului cultural, intr-o prima faza la nivel regional iar ulterior – national.

Planul de actiune elaborat prin metoda participativa in cadrul proiectului propus, este insa in masura sa “transfere” cea mai mare parte din responsabilitatea si initiativa implementarii sale, actorilor publici si privati locali, cei implicati la elaborarea ei, constituind grupurile tinta ale prezentului proiect. Aportul lor la elaborarea Planului va crea premise pozitive pentru aparitia si dezvoltarea parteneriatelor, care constituie si unul dintre obiectivele importante ale proiectului.

Turismul cultural este recunoscut ca un motor pentru dezvoltarea si promovarea identitatilor culturale locale, oferind comunitatilor invecinate sansa conservarii patrimoniului cultural ca resursa pentru dezvoltarea socio-economica locala. Aceasta este probabil cel mai important sens al “proprietatii” locale asupra rezultatelor actiunii propuse.

#### **2.4.3 Aspectul politic, dupa caz (Ce impact structural va avea actiunea – de ex. va conduce la imbunatatirea legislatiei, a normelor de conduita, metodelor, etc.?)**

Tema propusa prin proiect constituie un element central al *Strategiei Nationale de Turism*, fiind cuprinsa si in *Planul National de Dezvoltare 2007 – 2013*, *Planul de Dezvoltare a Regiunii 5 Vest*, in *Strategia Culturala a Judetului Timis*, in *Master Planul National de Turism*, s.a.

Turismul cultural este considerat ca produsul turistic principal pe care Romania il poate oferi la scara Europei Centrale si de Est, dupa cum arata si un raport de evaluare al *World Travel & Tourism Council* asupra strategiei nationale de turism, in conditiile in care turismul litoral, cel montan, cel balnear sau cel de afaceri sunt toate in urma nivelului de dezvoltare din tarile invecinate (Grecia, Austria, Croatia, s.a.).

La nivelul politicilor regionale si sectoriale, proiectul poate oferi un exemplu de succes asupra modului de valorificare reciproca si dezvoltare responsabila, intre

gestionarea patrimoniului cultural material si imaterial, si turismul. Speram ca problemele identificate in cadrul proiectului (legate de situatia juridica si financiara a obiectivelor din patrimoniu, de parteneriatul public-privat in domeniul turismului, de responsabilitatea operatorilor turistici, de capacitatea institutionala a institutiilor in domeniul cultural, s.a.), sa fie analizate in continuare si un pachet de masuri sa fie initiat prin amendamente la legislatia locala, judeteana si nationala din cele doua domenii tinta – patrimoniul cultural si turismul.

O serie de concluzii interesante vor putea fi desprinse in ce priveste posibilitatile de practicare a turismului trans-frontalier, prin integrarea unor oferte si trasee turistice. Dezvoltarea acestui turism, de o parte si de alta a granitei romano-sarbe poate fi facilitata prin initiative legislative, in acord, bineinteles, cu planurile si politicile europene.

Subliniem si contributia locala a proiectului la indeplinirea obiectivelor unor documente programatice importante la nivel european, precum Strategia (Agenda) Lisabona, privind regenerarea sociala si economica a Uniunii Europene, Conventia UNESCO asupra Diversitatii Culturale (2001), Conventiile ONU privind Protejarea Patrimoniului Cultural Mondial (1972), privind Pastrarea Culturii Traditionale si Folclorului (1989), Prezervarea Patrimoniului Arhitectural al Europei (1985), Declaratiile de la Luxembourg si Cardiff (2005) privind turismul cultural, Conventia Europeana privind Protectia Patrimoniului Arheologic (1992), Declaratia Mostar - 2004 (declaratia comuna a ministrilor de cultura din Europa de SE – inclusiv Romania si Serbia, privind valorificarea patrimoniului cultural pentru stabilizarea si dezvoltarea durabila a regiunii), Conventia Internationala privind Conservarea Patrimoniului Cultural Imaterial (2003), Declaratia Varna (2005) privind crearea culoarelor culturale in Europa de SE, Comunicarea Comisiei Europene privind Directiile Generale pentru Asigurarea Sustenabilitatii Turismului European sau Carta Internationala a Turismului Cultural (ICOMOS 1999).

## **2.5. Matricea cadru logic**

---

### **Completati Anexa C<sup>1</sup>**

### **3. BUGETUL ACTIUNII**

Completati Anexa B (foaia de lucru 1) din Ghidul Solicitantului pentru intreaga durata a actiunii si pentru primele 12 luni. Pentru informatii suplimentare consultati Ghidul Solicitantului (Sectiunea 2.1.4).

### **4. SURSELE DE FINANTARE PRECONIZATE**

**Completati Anexa B (foaia de lucru 2) din Pachetul Solicitantului pentru a furniza informatii cu privire la sursele preconizate de finantare a actiunii.**

**Va rugam sa observati ca se vor completa doua foi de lucru diferite.**

Contributii in natura

---

<sup>1</sup> Explicatii pot fi gasite la urmatoarea adresa:  
[http://europa.eu.int/comm/europeaid/qsm/documents/pcm\\_manual\\_2004\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/europeaid/qsm/documents/pcm_manual_2004_en.pdf)

Mentionati aici, daca este cazul, contributiile in natura ale Solicitantului, ale partenerilor sai, sau din alte surse (specificati) (maxim 1 pagina).

<b>Contributii in natura</b>	<b>Contribuant</b>
Mobilier de birou	Partial – contributie in natura a IIT, partial – achizitionata prin proiect
1 laptop	Contributie Cultours
1 scanner	Contributie Cultours
1 camera foto profesionala	Contributie Cultours
1 autoturism	Contributie Cultours

## **II. SOLICITANTUL**

### **1. Partenerul principal (solicitantul)<sup>2</sup>**

#### **1.1 Date de identificare**

Denumirea legala completa (numele organizatiei):	
Acronim (dupa caz)	
Numarul de inregistrare ca platitor de TVA (dupa caz):	

<sup>2</sup> Partenerul principal (Solicitantul) – organizatie, persoana juridica sau unitate administrativa care depune o aplicatie in vederea obtinerii unei finantari nerambursabile si, in cazul in care proiectul sau este selectat de Comitetul Mixt de Evaluare, va primi aceasta finantare nerambursabila in vederea realizarii activitatilor proiectului. Partenerul principal (Solicitantul) este responsabil de coordonarea tuturor partenerilor implicati in proiect. In cazul proiectelor comune aceasta implica, printre altele, armonizarea activitatilor proiectului, stabilirea si mentinerea de contacte regulate cu toti partenerii de proiect din fiecare tara participante si pregatirea de rapoarte comune asupra proiectului, inclusiv rapoartele financiare.

Partenerul principal (solicitantul) din fiecare tara este responsabil de implementarea proiectului in conformitate cu conditiile si modalitatile de implementare specificate in contract. Contractul obliga Partenerul principal (solicitantul) sa asigure folosirea corecta a fondurilor publice de care va beneficia pentru implementarea proiectului, precum si conformitatea cu conditiile si cerintele referitoare la raportare, audit si plata.

Nationalitatea	
Statutul legal (precizati forma de organizare – ONG, etc.)	
Adresa oficiala	
Adresa postala	
<b>Nr. telefon</b> : codul tarii + codul orasului + numarul)	
<b>Nr. fax</b> : codul tarii + codul orasului + numarul	
Adresa de e-mail a organizatiei	
Site –ul organizatiei	
Persoana de contact pentru actiune	
E-mail-ul persoanei de contact	

**Orice modificare in adresa, numere de telefon, numere de fax si mai ales a adresei de e-mail trebuie anuntate in scris Autoritatii Contractante. Autoritatea Contractanta nu va fi responsabila in cazul in care Solicitantul nu poate fi contactat.**

## 2. DATE BANCARE

Incinta de semnarea contractului de finantare nerambursabila, solicitantii selectati vor furniza formularul de identificarea financiara, folosind modelul din Anexa V a Ghidului Solicitantului, certificat de banca prin care se vor efectua platile.

## 3. DESCRIEREA SOLICITANTULUI

**3.1 Cand a fost infiintata si cand si-a inceput activitatea organizatia dvs.?**

---

**3.2. Care sunt principalele activitati pe care le desfasoara in prezent organizatia dvs.?**

---

3.3. Lista cu membrii consiliului/comitetului director al organizatiei dvs.

---

Nume	Profesie	Nationalitate	Functie	Vechime in consiliu
DI				
DI.				

#### 4. CAPACITATEA DE MANAGEMENT SI DE IMPLEMENTARE A ACTIUNILOR

##### 4.1. Experienta in actiuni similare

---

Maximum 1 pagina pentru fiecare actiune. Furnizati o descriere detaliata a actiunilor desfasurate de organizatia dvs. in ultimii 5 ani in domeniile acoperite de acest program, identificand foarte clar, pentru fiecare actiune:

- 4.1.1 Obiectul si localizarea actiunii
- 4.1.2 Rezultatele actiunii
- 4.1.3 Rolul jucat de organizatia dvs. (partener principal / solicitant sau partener) si gradul de implicare in actiune
- 4.1.4 Costul actiunii
- 4.1.5 Finantatori/ sponsori ai actiunii (nume, adresa si e-mail, telefon, suma furnizata)

Aceste informatii vor fi utilizate pentru a evalua daca exista experienta suficienta si temeinica in desfasurarea de actiuni in acelasi sector si comparabile ca amploare cu cea pentru care se solicita finantarea nerambursabila.

##### 4.2 Resurse

---

Maximum 3 pagini. Furnizati o descriere detaliata a resurselor de care dispune organizatia dvs., si in special, a urmatoarelor:

4.2.1. Venitul anual in ultimii 3 ani, mentionand dupa caz, pentru fiecare an, numele principalilor sustinatori financiari si ponderea din venitul anual cu care fiecare dintre acestia a contribuit

4.2.2. Date financiare. Va rugam, furnizati urmatoarele informatii, pe baza contului de profit si pierderi si a balantei organizatiei dvs.

Anul	Cifra de afaceri sau echivalent	Profituri nete sau echivalent	Balanta totala sau bugetul	Contributiile actionarilor sau echivalent	Debite pe termen lung si mediu	Debite pe termen scurt (< 1 an)
N						

N-1						
N-2						

Alte garantii furnizate de terti.

Alti factori care demonstreaza viabilitatea financiara si alte riscuri sau incertitudini cu privire la implementarea proiectului.

Mai mult decat atat, daca finantarea nerambursabila solicitata depaseste 300 000 Euro (75 000 Euro pentru un grant operational) va rugam sa furnizati concluziile raportului de audit extern intocmit de un auditor autorizat<sup>3</sup>. Aceasta obligatie nu este necesara in cazul organizatiilor internationale<sup>4</sup> sau al institutiilor publice<sup>5</sup>.

4.2.3 Numarul de personal angajat cu norma redusa (part-time) sau cu norma intreaga, pe categorii (de ex. numarul managerilor de proiect, contabili, etc.) indicand si locul lor de munca

4.2.4 Birouri si echipamente

4.2.5 Alte resurse relevante (de ex. voluntari, organizatii asociate, retele care pot contribui la implementare)

Aceste informatii vor fi utilizate pentru a evalua gradul in care dispuneti de suficiente resurse pentru implementarea unei actiuni de amploarea celei pentru care solicitati acordarea finantarii nerambursabile.

## **5. ALTE SOLICITARI DE FINANTARE DEPUSE LA INSTUTII EUROPENE, FONDUL EUROPEAN DE DEZVOLTARE SI ALTE STATE MEMBRE ALE UNIUNII EUROPENE**

### **5.1 Finantari nerambursabile, contracte si imprumuturi obtinute in ultimii 3 ani de la institutii ale Uniunii Europene, de la Fondul European de Dezvoltare si de la Statele Membre ale Uniunii Europene**

Tara in care s-a intervenit	Linia bugetara a CE, FED sau a altor State Membre	Suma (EUR)	Anul obtinerii

<sup>3</sup> Mentionati numai daca este cazul, in conformitate cu valoarea finantarilor nerambursabile care vor fi acordate in cadrul acestei Solicitari de propuneri de proiecte.

<sup>4</sup> Mentionati numai in cazul in care organizatiile internationale sunt eligibile in aceasta Solicitare de propuneri de proiecte.

<sup>5</sup> Mentionati numai daca institutiile publice sunt eligibile in aceasta Solicitare de propuneri de proiecte si daca Autoritatea Contractanta, in functie de analiza managementului riscurilor, decide sa le excluda de la aceasta obligatie.


**5.2 Cereri de finantare nerambursabila depuse (sau in curs de a fi depuse) catre institutii ale Uniunii Europene, catre Fondul European de Dezvoltare si Statele Membre ale Uniunii Europene in anul curent.**

---

Tara in care s-a intervenit	Linia bugetara a CE, FED sau a altor State Membre	Suma (EUR)

N.B. Solicitantul va informa fara intarziere departamentul Comisiei la care a fost depusa aplicatia daca aceeasi solicitare de finantare a fost inaintata si aprobata de catre alte departamente sau institutii ale Comisiei DUPA depunerea acestei aplicatii.



III. **PARTENERI AI PARTENERULUI PRINCIPAL (SOLICITANT) CARE PARTICIPA LA ACTIUNE**

**1. DESCRIEREA PARTENERILOR**

Aceasta sectiune trebuie completata **pentru fiecare organizatie partenera**, in conformitate cu sectiunea 2.1.2 din Ghidul Solicitantului. Orice asociati definiti in aceeasi sectiune nu trebuie mentionati. Acest tabel va fi multiplicat astfel incat sa fie completat pentru toti partenerii.

	Partener 1	Partener 2
Denumirea legala completa a organizatiei:		
Nationalitatea		
Statutul juridic		
Adresa oficiala		
Persoana de contact		
Nr. telefon		
Nr. fax		
Adresa de e-mail		
Numarul de angajati		
Alte resurse relevante		
Experienta in actiuni similare, in corelatie cu rolul in implementarea actiunii propuse		
Istoricul cooperarii cu solicitantul		
Rolul si implicarea in pregatirea actiunii propuse		
Rolul si implicarea in implementarea actiunii propuse		

**Important: Acest formular de cerere de finantare nerambursabila trebuie insotit de o declaratie de parteneriat semnata si datata de catre fiecare partener, in conformitate cu modelul furnizat pe pagina urmatoare.**

## 2. DECLARATIE DE PARTENERIAT<sup>6</sup>

**Important:** Aceasta declaratie trebuie furnizata de Solicitant si **fiecare partener**.

Un parteneriat este o relatie efectiva intre doua sau mai multe organizatii, implicand impartirea unor responsabilitati comune in derularea actiunilor finantate de Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania). Pentru a se asigura asupra bunei desfasurari a actiunii, Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania) solicita ca toti partenerii (inclusiv partenerul principal/solicitantul care semneaza contractul) sa-si insuseasca aceasta, prin asumarea respectarii principiilor de bun parteneriat enuntate in continuare.

1. Toti partenerii trebuie sa fi citit formularul de cerere de finantare nerambursabila si sa fi inteles rolul care le revine in derularea actiunii, inainte ca propunerea sa fie inaintata Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania).
2. Toti partenerii trebuie sa fi citit contractul standard de acordare a finantarii nerambursabile si sa fi inteles obligatiile care le revin in conformitate cu acesta. Acestia il autorizeaza pe partenerul principal (solicitant) sa semneze contractul si sa-i reprezinte in relatia cu Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania), pe parcursul si in contextul implementarii actiunii.
3. Solicitantul trebuie sa se consulte cu partenerii sai in mod regulat si sa-i informeze permanent asupra progresului actiunii.
4. Toti partenerii trebuie sa primeasca copii ale rapoartelor – tehnic si financiar – care se transmit catre Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania).
5. Propunerile care modifica in mod substantial proiectul (de ex. activitati, parteneri, etc.) trebuie aprobate de parteneri inainte de a fi inaintate catre Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania). Daca nu poate fi obtinuta aprobarea partenerilor, solicitantul trebuie sa precizeze aceasta in momentul in care inainteaza modificarile spre aprobare catre Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania).
6. Daca Beneficiarul nu are sediul in tara in care se implementeaza actiunea, partenerii trebuie sa convina inainte de finalizarea actiunii asupra distribuirii echitabile a echipamentelor, masinilor si bunurilor aferente actiunii, achizitionate din finantarea nerambursabila acordata de Uniunea Europeana intre partenerii locali sau beneficiarii finali din tarile tinta.

Am citit si suntem de acord cu continutul propunerii inaintate catre Ministerul Dezvoltarii, Lucrarilor Publice si Locuintelor (Romania). Intelegem sa ne conformam principiilor de parteneriat cu buna practica.

Numele:	
Organizatia:	
Functia:	
Semnatura:	
Data si locul:	

<sup>6</sup> Va fi furnizata de catre solicitant si de fiecare partener in toate cazurile in care acest partener exista.

#### IV. ASOCIATI AI SOLICITANTULUI CARE PARTICIPA LA ACTIUNE

##### 3. DESCRIEREA ASOCIATILOR

Aceasta sectiune trebuie completata pentru fiecare organizatie asociata in conformitate cu sectiunea 2.1.2 din Ghidul Solicitantului . Trebuie sa furnizati un numar de copii egal cu numarul intrarilor in tabel.

	Asociatul 1
Numele legal complet	
Nationalitate	
Statutul legal	
Adresa oficiala	
Persoana de contact	
Telefon nr	
Fax nr	
E-mail	
Numar de angajati	
Alte resurse relevante	
Experienta in actiuni similare in corelatie cu rolul in implementarea actiunii propuse	
Istoricul cooperarii cu solicitantul	
Rolul si implicarea in pregatirea actiunii propuse	
Rolul si implicarea in implementarea actiunii propuse	

**V. LISTA DE VERIFICARE**

**NUMARUL DE REFERINTA + TITLUL SOLICITARII DE PROPUNERI DE PROIECTE + LINIA  
BUGETARA**

<b>DATE ADMINISTRATIVE</b>	Se va completa de catre Solicitant
<b>Numele Solicitantului</b>	
<b>Nationalitatea</b>	
Numarul formularului de inregistrare ca persoana juridica <sup>13</sup>	
<b>Statutul legal<sup>14</sup></b>	
<b>Data infiintarii organizatiei</b>	
<b>Partener 1</b>	Nume: Nationalitate: Statut legal:
<b>Partener 2</b>	Nume: Nationalitate: Statut legal:
<b>Partener ...</b> <b>NB:</b> Adaugati un numar de randuri egal cu numarul partenerilor	Nume: Nationalitate: Statut legal:

<sup>13</sup> Daca solicitantulare deja semnat un contract cu Comisia Europeana

<sup>14</sup> De ex. Organizatii non-guvernamentale, non-profit, organizatii internationale

<b>INAINTE DE A EXPEDIA PROPUNEREA, VA RUGAM SA VERIFICATI DACA FIECARE DINTRE URMATOARELE DOCUMENTE A FOST COMPLETAT SI DACA RESPECTA URMATOARELE CRITERII:</b>	<b>Se va completa de catre Solicitant</b>		<b>Se va completa de catre Autoritatea Contractanta</b>	
	<b>Da</b>	<b>Nu</b>	<b>Da</b>	<b>Nu</b>
<b>1. A fost utilizat Formularul corect de cerere pentru finantarea nerambursabila, publicat pentru aceasta Solicitare de propuneri de proiecte</b>				
<b>2. Propunerea este dactilografiata si este in conformitate cu conditiile prevazute in Ghidul Solicitantului aferent solicitarii de propuneri de proiecte lansata</b> - respectiv, in limba romana pentru proiectele simple si complementare – si contine un rezumat in limba engleza (traducerea in engleza a Notei Conceptuale).				
<b>3. Sunt incluse 1 original si 4 copii</b>				
<b>4. Este anexat un floppy-disk sau CD-rom</b>				
<b>5. Fiecare partener a completat si semnat declaratia de parteneriat, iar declaratiile sunt incluse</b>				
<b>6. Bugetul este prezentat in formatul solicitat, este exprimat in Euro si este anexat</b>				
<b>7. Matricea cadru logic a fost completata si este anexata</b>				
<b>8. Durata actiunii este egala sau mai mica decat....(perioada maxima specificata in Ghidul Solicitantului, pentru masura corespunzatoare, vezi sectiunea 2.1.3)</b>				
<b>9. Durata actiunii este egala sau mai mare decat....(perioada minima specificata in Ghidul Solicitantului, pentru masura corespunzatoare, vezi sectiunea 2.1.3)</b>				
<b>10. Contributia solicitata este egala sau mai mare decat.....Euro (suma minima permisa) vezi sectiunea 1.3 din Ghidul Solicitantului</b>				
<b>11. Contributia solicitata este egala sau mai mica decat.....Euro (suma maxima permisa) vezi sectiunea 1.3 din Ghidul Solicitantului</b>				
<b>12. Contributia solicitata este egala sau mai mare decat ....% din totalul costurilor eligibile (procentul minim admis) vezi sectiunea 1.3 din Ghidul Solicitantului</b>				
<b>13. Contributia solicitata este egala sau mai mica decat ....% din totalul costurilor eligibile (procentul maxim admis) vezi sectiunea 1.3 din Ghidul Solicitantului</b>				
<b>14. Declaratia Solicitantului a fost completata si semnata</b>				

Titlul propunerii	
-------------------	--

## VI. DECLARATIA SOLICITANTULUI

A. Solicitantul declara urmatoarele:

- Are sursele de finantare, competenta profesionala si calificarile cerute in sectiunea 2.3 din GhidulSolicitantului;
- Ințelege sa se conformeze principiilor de bun parteneriat mentionate in sectiunea III.2 din formularul de cerere de finantare nerambursabila:
- Este direct responsabil de pregatirea si managementul actiunii impreuna cu partenerii sai si nu va actiona ca intermediar;
- El si partenerii sai nu fac parte din categoriile (a) pana la (f) enumerate in sectiunea 2.1.1 (3) din Ghidul Solicitantului;
- El si partenerii sai sunt constienti ca vor fi exclusi din participarea la solicitarea de propuneri de proiecte daca, la momentul lansarii acesteia, fac parte din una dintre categoriile (g) pana la (i) enumerate in sectiunea 2.1.1 (3) din GhidulSolicitantului;
- El si partenerii sai sunt constienti de faptul ca nu este permisa dubla finantare si vor anunta Autoritatea Contractanta asupra activitatilor care sunt deja finantate sau sunt in curs de a obtine finantarea, sau asupra aplicatiilor depuse in vederea obtinerii de fonduri guvernamentale, UE sau alte surse internationale, si ca se angajeaza sa asigure exploatarea si intretinerea infrastructurii finantate pentru o perioada de cel puțin 10 ani de la finalizarea proiectului;
- Garanteaza propria sa contributie in numerar, cel puțin 10% din totalul costurilor eligibile ale proiectului, numai in numerar<sup>7</sup>;
- In cazul in care ii va fi acordata mai mult decat o finantare nerambursabila, are capacitatea sa furnizeze toate resursele necesare implementarii tuturor proiectelor<sup>8</sup>.
- In cazul in care va fi selectat, este capabil sa furnizeze imediat, la cerere, documentele justificative mentionate in Ghidul Solicitantului

**Mai mult, Solicitantul declara urmatoarele :**

**Se va completa  
de catre  
Solicitant**

**Se va completa  
de catre  
Autoritatea  
Contractanta**

**Da**

**Nu**

**Da**

**Nu**

<sup>7</sup> In cazul autoritatilor administratiei publice, va fi furnizata o Hotarare a Consiliului Local privitoare la asumarea acestui anagajament

<sup>8</sup> Aceasta situatie va fi luata in calcul numai daca Solicitantul depune mai mult decat o singura propunere pentru aceasta Solicitare de propuneri de proiecte

1. Este eligibil (in conformitate cu criteriile mentionate la pct. 2.1.1 din Ghid)				
2. Partenerul 1 este eligibil (in conformitate cu criteriile mentionate la pct. 2.1.1 din Ghid) (daca exista) <sup>9</sup>				
3. Partenerul 2 este eligibil (in conformitate cu criteriile mentionate la pct. 2.1.1 din Ghid) (daca exista) <sup>10</sup>				
4. Partenerul ... este eligibil (in conformitate cu criteriile mentionate la pct. 2.1.1 din Ghid) (daca exista) <sup>11</sup> <b>NB:</b> Adaugati un numar de randuri egal cu numarul de parteneri				
5. Contributia in numerar este de.....EURO				

**B. SEMNATURA:**

Eu, subsemnatul si persoana responsabila cu aceasta propunere de proiect in cadrul organizatiei solicitante, declar ca informatiile furnizate in acesta Declaratie sunt corecte.

Data:

Nume:

Semnatura:

Pozitia/Functia:

**VII. GRILA DE EVALUARE**

**(NUMAI PENTRU UZUL AUTORITATII CONTRACTANTE)**

	<b>DA</b>	<b>NU</b>
--	-----------	-----------

<sup>9</sup> Mentionati "Nu se aplica" (NA) daca nu aveti nici un partener

<sup>10</sup> Mentionati "Nu se aplica" (NA) daca nu aveti nici un partener

<sup>11</sup> Mentionati "Nu se aplica" (NA) daca nu aveti nici un partener



1. Termenul limita a fost respectat		
2. Formularul de Aplicatie indeplineste toate criteriile mentionate in Lista de verificare (Sectiunea V din Formularul de cerere de finantare nerambursabila).		
Verificarea Listei de verificare a fost efectuata de ..... La data de .....		
<b>DECIZIA 1: Comitetul a decis sa recomande Nota Conceptuala in vederea Evaluarii dupa verificarea Conformitatii administrative .</b> (In caz contrar, justificarile se vor mentiona in Grila de verificare administrativa CRIS si in Raportul de verificare administrativa CRIS)		
<b>DECIZIA 2: Comitetul a aprobat Nota Conceptuala si a decis sa evalueze intreaga propunere dupa pre-selectia celor mai bune Note Conceptuale.</b> (In caz contrar, justificarile se vor mentiona in Grila de evaluare a Notelor Conceptuale CRIS – aceasta include evaluari din partea asesorilor si a evaluatorilor, in Raportul de evaluare a Notei Conceptuale si in instiintarile transmise aplicantilor)		
	<b>DA</b>	<b>NU</b>
<b>DECIZIA 3: A. Comitetul a recomandat propunerea in vederea verificarii eligibilitatii dupa selectarea provizorie a acesteia in topul punctajelor acordate si in limita disponibilitatilor financiare.</b> (In caz contrar, justificarile se vor mentiona in Grila de evaluare CRIS – aceasta include evaluari din partea asesorilor si a evaluatorilor, in Raportul de evaluare si in instiintarile transmise aplicantilor.)		
<b>B. Comitetul a recomandat propunerea in vederea verificarii eligibilitatii propunerii dupa includerea acesteia pe lista de rezerva, in cazul in care oricare dintre propunerile temporar selectate nu va indeplini conditiile de eligibilitate in urma verificarii acesteia, in conformitate cu topul punctajelor acordate si in limita disponibilitatilor financiare.</b> (In caz contrar, justificarile se vor mentiona in Grila de evaluare CRIS – aceasta include evaluari din partea asesorilor si a evaluatorilor, in Raportul de evaluare tehnica CRIS si in instiintarile transmise aplicantilor.)		
3. Documentele justificative enumerate mai jos, depuse in conformitate cu Ghidul Solicitantului (sectiunea 2.2.5), indeplinesc criteriile de eligibilitate pentru Solicitant si partenerii sai (daca exista).		

a. Statutul solicitantului.				
b. Statutele si documentele de infiintare ale tuturor partenerilor_.				
c. Raportul de audit extern al Solicitantului (dupa caz) <sup>12</sup>				
d. Formularul de persoana juridica (vezi anexa D) este completat si semnat de Solicitant si este insotit de documentele justificative solicitate.				
e. Formular de identificare financiara in conformitate cu modelul prezentat in Anexa V <sup>13</sup>				
f. Copii dupa cele mai recente extrase de cont ale Solicitantului.				
Verificarea eligibilitatii a fost efectuata de .....La data de .....				
<b>DECIZIA 4: Comitetul a selectat propunerea in vederea finantarii dupa verificarea eligibilitatii in conformitate cu criteriile mentionate in Ghid.</b> (In caz contrar, justificarile se vor mentiona in Grila de evaluare CRIS – aceasta include evaluari din partea asesorilor si a evaluatorilor, in Gila de evaluare a eligibilitatii CRIS si in instiintarile transmise Solicitantilor.)				

<sup>12</sup> Mentionati “Nu se aplica ” (NA) daca prin valoarea grantului solicitat nu este necesara prezentarea raportului de audit extern (Grant < 300 000€ - Grant operational < 75 000€)

<sup>13</sup> Va fi mentionat numai daca Autoritatea Contractanta este un organism al Comisiei Europene