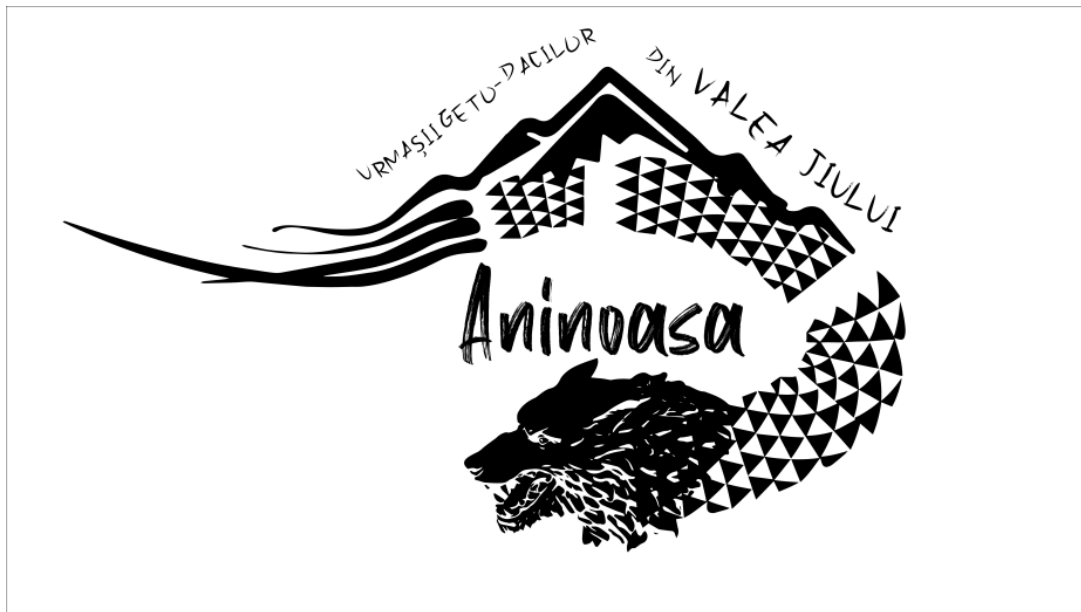


## Sugestii OPTIMIZARE masterplan ADTI. ANINOASA și PETROȘANI.



În structura actuală a Masterplanului pentru turism all season lansat în consultare publică referitor la poarta de intrare în Valea JIULUI, ANINOASA, sunt 91 de mențiuni dintre care majoritatea fac referință la , bancomate, parcări, trotuare inadecvate - planul de mobilitate urbană durabilă - persoane cu dificultăți de deplasare, transportul de călători / transportul rutier, reabilitare/modernizare străzi și drumuri, reabilitare poduri și podețe de-a lungul DJ666B, realizare sistem de supraveghere video în Orașul Aninoasa, structuri de acomodare / cazare existente sau inexistența pe teritoriul administrativ al UAT-ului al cabinetelor medicale și stomatologice, precum și al farmaciilor.

Extinderea iluminatului public în Orașul Aninoasa, regenerarea urbană / amenajarea zonelor verzi, extinderea rețelei de gaz în Orașul Aninoasa și reînființarea unei școli profesionale în cadrul Școlii Gimnaziale Sf. Varvara în Orașul Aninoasa sunt capitolele decisive pentru Tranziție Justă incluse în masterplan.

**Din punctul nostru de vedere aceste mențiuni și proiecte sunt absolut insuficiente pentru o Tranziție Justă în ANINOASA și după cum veți constata în Valea JIULUI / PETROȘANI.**

- 1. Eliminarea tuturor proiectelor de promovare a patrimoniului industrial din masterplan și înlocuirea acestora cu proiecte de conservare a patrimoniului industrial. Amenințare strategică identificată încă din anul 2018 și transmisă CJHD prin documentele aferente aflate la finalul acestei cereri corelată cu **STRATEGIA eronată PWC**, 4 piloni de dezvoltare / 4 direcții strategice (Logical Framework Matrix – PILONUL 3) precum și cu **îndadrarea eronată ADTI în capitolul OPORTUNITĂȚI a promovării patrimoniului industrial.****
- 2. Anulare/ amânare / refacere masterplan - optimizare. Oferim suport GRATUIT / Analiză SWOT 2018 GRATUITĂ - ateliere de strategie.**
- 3. Includerea Vârfului Cândet și a platoului Cândet ca și obiective strategice de dezvoltare a Văii Jiului. ANINOASA și PETROȘANI porți de intrare în Valea JIULUI - Dezvoltarea parcului de aventură Cândet - 107 ha - prima stațiune din România dezvoltată de la ZERO după toate standardele de urbanism aferente turismului sustenabil 12 luni din 12 și pregătirea necesară pentru susținerea unei competiții sportive internaționale - cupă mondială.**
- 4. Includerea drumului forestier 154 D Candet LEȘ Aninoasa în masterplan ca și obiectiv strategic de finanțare al Văii JIULUI.**
- 5. Conectivitatea Orașului ANINOASA cu Orașul Petroșani - Telegondolă GAMBRINUS – Vârful Cândet - Vârful Cârja. Având în vedere accesibilitatea zonei Cândet precum și dificultatea de a dezvolta în viitor Stațiunea Parâng - conform cu standardele occidentale de cazare în oraș și practicarea sporturilor de iarnă în stațiune - se pot rezolva provocările prin **conectivitatea ANINOASA - PETROȘANI** - porți de intrare în Valea JIULUI.**
- 6. Introducerea în master plan a finanțării: Parc de Aventură Cândet LES - GENESYS Dinosaur World Transylvania - interconectivitate Valea Jiului - Hațeg - turism internațional - turism digital – gaming P2E EUROPE GENESYS.**

7. Includerea JOCULUI P2E GENESYS Lupta Titanilor în **categoria de finanțare aferentă digitalizării** / promovării obiectivelor turistice din Valea JIULUI - Sfincșii din piatră.
8. Având în vedere oportunitatea Văii JIULUI de a dezvolta un concept de stațiune turistică de la zero solicităm susținerea finanțării PUZ / PUG - Aninoasa pentru **o dezvoltare sustenabilă și în mod accelerat a porții de intrare în Valea JIULUI**.
9. Includerea Palatului Cultural Aninoasa în **procesul de conservare al patrimoniului cultural istoric**.
10. Includerea în masterplan a semnalizării digitale a obiectivelor turistice din Valea JIULUI prin **panotaje exterioare digitale - panotaje de mari dimensiuni cu semnalistică QR**.
11. **Dezvoltarea de panotaje outdoor digitale** - suport promovare acțiuni B2B Strategy SRL și COMEXIM R - Episoadele 1 și 2 din serialul Geto-Dacii, Episodul 3 - Titanii din Ținutul Momârlanilor - Andra Dospinescu PRO TV Visuri la Cheie, Documentarea procesului de fabricație al Sloiului - Charlie Otley - Flavours of România.
12. Includerea mărcilor Petroșani, Bănița, Petrila, Aninoasa, Uricani, Vulcan - Lupeni Ținutul Momârlanilor pentru fiecare UAT în parte în atenția de finanțare ADTI. Reducerea costurilor administrațiilor locale de 7 ori prin dezvoltarea arhitecturii de marca Valea JIULUI - Ținutul Momârlanilor. **Arhitectura de marcă a Văii JIULUI**.
13. Includerea în masterplan a INFO TRIP-ului anual GENESYS - educație liceeni din Valea JIULUI - **educație prin JOC - gamification**.
14. Includerea platformei de comunicare tinutulmomarlanilor.ro în procesul de finanțare ADTI / **susținerea promovării tradițiilor locale**, a meșteșugarilor și artizanilor precum și a producătorilor autohtoni.

**Bazinul RUHR din Germania într-adevăr a fost Capitală Culturală Europeană în 2010 dar NU AU AVUT MINERIADE.** Valea Jiului nu va mai intra în curând în TOP 3 destinații aferente turismului (TOP of MIND = terminologie de specialitate în marketing) dacă nu este rezolvat acest parametru de marcă numit REPUTAȚIE.

**NU alocați zeci de milioane de euro în direcție diametral opusă strategiei de brand potențială a Văii JIULUI** pentru că acest aspect înseamnă și finalul ei / continuarea procesului de depopulare / eșecul tranziției juste și până la urmă înseamnă eșecul vostru a genera un viitor copiilor Văii. Eșecul vostru prin neimplicare! Practic, masterplanul legiferează alocarea eronată a tuturor fondurilor din programul Tranziției Juste.

**Momentan acest masterplan poziționează programul Tranziției Juste spre programul de tristă amintire "Zonă Defavorizată" - un fel de "Zonă Defavorizată 2".** Cum nu există marcă oficială de comunicare / turism a Văii JIULUI aprobarea masterplanului fără această modificare / ANALIZĂ SWOT înseamnă alocarea eronată a tuturor fondurilor aferente Tranziției Juste. Logica noastră din 2018 și analiza SWOT aferentă le va sugera atât ONG-ului responsabil de întocmai acestui masterplan cât și ADTI decalarea masterplanului până la finalizarea procesului de construcție al Organizației de Management al Destinației Turistice Valea Jiului - entitate responsabilă cu această analiză SWOT detaliată aferentă oficializării mărcii de comunicare a Văii JIULUI.

**Conform cererii Consiliului Județean Hunedoara de a alcătui Strategia De Dezvoltare Turistică a Județului HUNEDOARA** înregistrată sub numărul 4537, 27.03.2018 am alcătuit ANALIZA SWOT aferentă dezvoltării unei mărci regionale de turism și produse tradiționale destinat VĂII JIULUI și am finalizat în iunie 2021 construcția acestei mărci. Marca donată spre folosința gratuită fiecărui UAT din Valea JIULUI în parte.

Tot din anul 2021 Consiliul Județean Hunedoara are înregistrată necesitatea dezvoltării unei Organizații de Management a Destinației în Valea Jiului.

**EXEMPLU Având în vedere adresa comună a S.C. B2B Strategy S.R.L. și S.C. Comexim R S.R.L. înregistrată cu nr. 22571/2021** prin care se propune aderarea U.A.T. Orașul Petrila la inițiativa de dezvoltare "Marca de turism regională și produse tradiționale Ținutul Momârlanilor", analizând proiectul de hotărâre Nr. 93/24.06.2021 și referatul de aprobare nr. 53/93/26.06.2021 întocmit de Primarul Orașului Petrila suprapus de raportul compartimentului juridic nr. 22997/24.06.2021 și în baza avizului comisiei social culturale nr. 51/191/2021 înregistrat în ședința comisiei din dată de 30.06.2021 a Consiliului Local Petrila în temeiul art. 129 din OUG nr. 57/2019 se aprobă propunerea de aderare a Orașului Petrila la inițiativa de dezvoltare a conceptului Ținutul Momârlanilor că marca de turism regional și produse tradiționale a Văii JIULUI.

**Conform petiției înregistrare la Consiliul Județean Hunedoara** cu numărul 20/IP/15.04.2021, și în urmă corelării răspunsului CJHD prin documentul nr. 1 din 27.04.2021 înregistrat de entitatea juridică "Direcția Județeană de Administrare Monumente și Promovare Turistică a Județului Hunedoara" cu Draftul de Strategie al Văii JIULUI dezvoltat în perioada respectivă de compania de consultanță PWC PricewaterhouseCoopers am înaintat o nouă petiție sub incidența aceleiași legi 544 / 2001 petiție în care la punctul numărul 3 se regăsea necesitatea dezvoltării unui OMD - Organizație de Management a Destinației în Valea JIULUI în care Primăriile deveneau parteneri principali.

## DOCUMENTE:

2018 Cerere Strategie Dezvoltare Turistica  
Consiliul Judetean HUNEDOARA <https://povestea-locurilor.ro/wp-content/uploads/2018/09/Strategie-Dezvoltare-HUNEDOARA-Strategie-Turism-HUNEDOARA.jpg>

2020 Strategie ANINOASA  
<http://orasulaninoasa.ro/wp-content/uploads/2022/02/HCL-45-Strategie-ora%C8%99-Aninoasa-1.pdf>

2021 Initiativa Marca Tinutul Momarlanilor  
Exemplu Lupeni <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/%C8%9Ainutul-Mom%C3%A2rlanilor-LUPENI.pdf>

2021 Adoptare Marca Tinutul Momarlanilor  
Exemplu Petrila <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/HCL-88-2021.pdf>

2021 Petitie OMD Valea Jiului CJHD  
<https://povestea-locurilor.ro/wp-content/uploads/2021/05/Petitie-Judet-la-Stapan-@-PwC-PricewaterhouseCoopers.pdf>

2022 SWOT ANINOASA  
<https://tinutulmomarlanilor.ro/wp-content/uploads/2022/12/Proiectul-PHARANX-@-Primaria-ANINOASA.pdf>  
HCL ANINOASA  
<http://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/HCL-108-Consiliul-Local-Aninoasa-2022.pdf>



### Crucile din lespezi de piatră 1435

Biserica Sănonilor Din 1435  
spre anul 1887 Cea mai veche  
construcție din Petroșani care  
a rezistat trecerii timpului...



Scanează codul QR și povestea  
merge mai departe pe telefonul tău.  
[tinutulmomarlanilor.ro/BISERICA-SANONILOR](https://tinutulmomarlanilor.ro/BISERICA-SANONILOR)

2022 HCL ANINOASA <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/HCL-108-Consiliul-Local-Aninoasa-2022.pdf>

2023

Cereri initiale OUG 86 Organizația de Management a Destinației Valea JIULUI. Transferul de la industria grea MINERIT la industria ușoară TURISM, produse tradiționale, artizani & meșteșugărit.

PETROȘANI <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/OG-86-din-2022-Primăria-PETROȘANI.-Transferul-de-la-industria-grea-minerit-spre-industria-ușoară-turism-produse-tradiționale.pdf> VULCAN <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/OG-86-din-2022-Primăria-VULCAN.-Transferul-de-la-industria-grea-minerit-spre-industria-ușoară-turism-produse-tradiționale-artizani-și-meșteșugari.pdf> LUPENI <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/OG-86-din-2022-Primăria-LUPENI.-Transferul-de-la-industria-grea-minerit-spre-industria-ușoară-turism-produse-tradiționale-artizani-și-meșteșugari.pdf> PETRILA <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/OG-86-din-2022-Primăria-PETRILA.-Transferul-de-la-industria-grea-minerit-spre-industria-ușoară-turism-produse-tradiționale.pdf> URICANI <https://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/OG-86-din-2022-Primăria-URICANI.-Transferul-de-la-industria-grea-minerit-spre-industria-ușoară-turism-produse-tradiționale-artizani.pdf>



**Domnița ANNE**  
& Castelul din Carpați

În Aninoasa – Iscroni, actualul cămin cultural își asumă onoarea de a fi amplasat pe vechea locație a Castelului din Carpați. Anne Margarete Maderspach, soția lui Victor, un bogat baron local de la începutul anilor 1800, corespunde cu Jules Verne.



Scanează codul QR și povestea merge mai departe pe telefonul tău.  
[tinutulmomarlanilor.ro/ANINOASA](http://tinutulmomarlanilor.ro/ANINOASA)

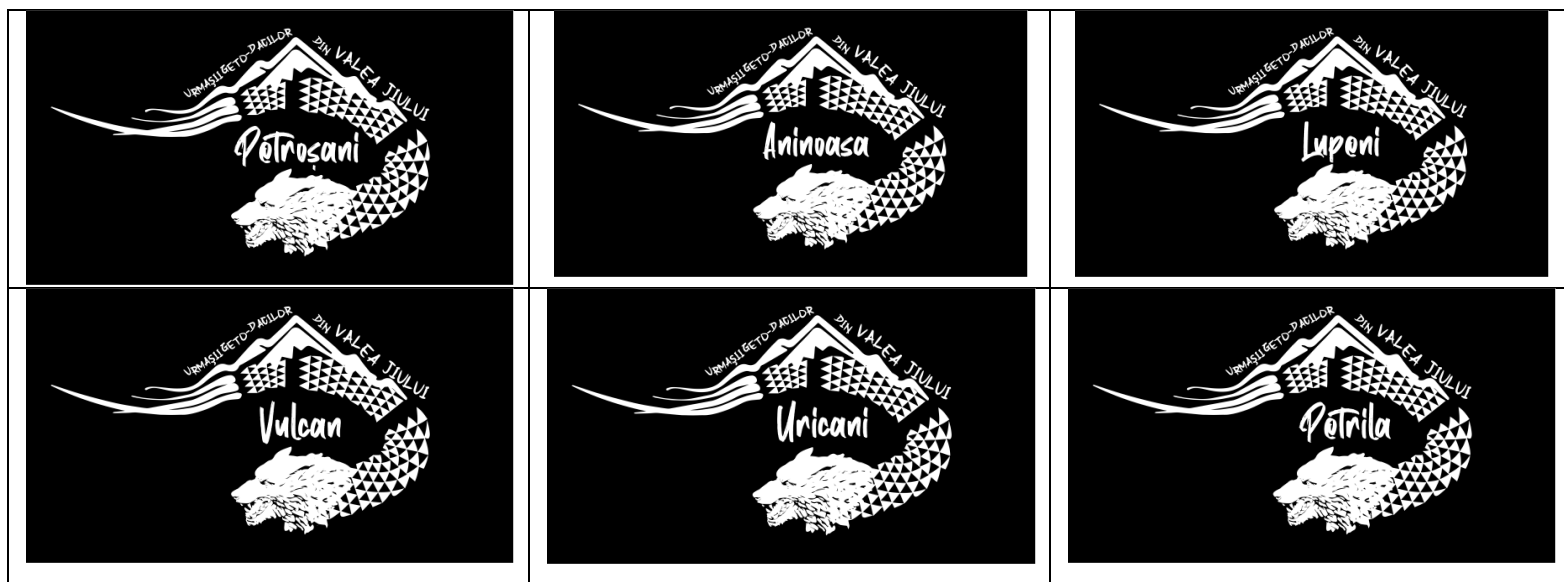


Marca turism Ținutul Momârlanilor PETROȘANI ( PARÂNG) / Transferul de la industria grea minieră la industria ușoară turism, produse tradiționale – artizani și meșteșugari prin promovarea integrată a VĂII JIULUI sub aceeași identitate de grup.


Semnalizare intrări municipiu PETROȘANI / arhitectură de marcă Valea JIULUI Ținutul Momârlanilor.







Eforturi comune de promovare, eficientizarea bugetelor Primăriilor și **transferul de la industria grea minerit spre industria ușoară, turism / produse tradiționale - artizani și meșteșugari.**

<a href="mailto:office@b2b-strategy.ro">office@b2b-strategy.ro</a>	<a href="mailto:letstalk@b2b-strategy.ro">letstalk@b2b-strategy.ro</a>
<p><b>Daniel ROȘCA</b> <b>0758273142</b></p> 	<p><b>Departament JURIDIC</b> <b>Gabriela SÂRB 0740098899</b></p> 