

Spre atenția Primăriei PETRILA și a Consiliului Local PETRILA

Promovare stradală și digitală obiective
turistice oraș PETRILA

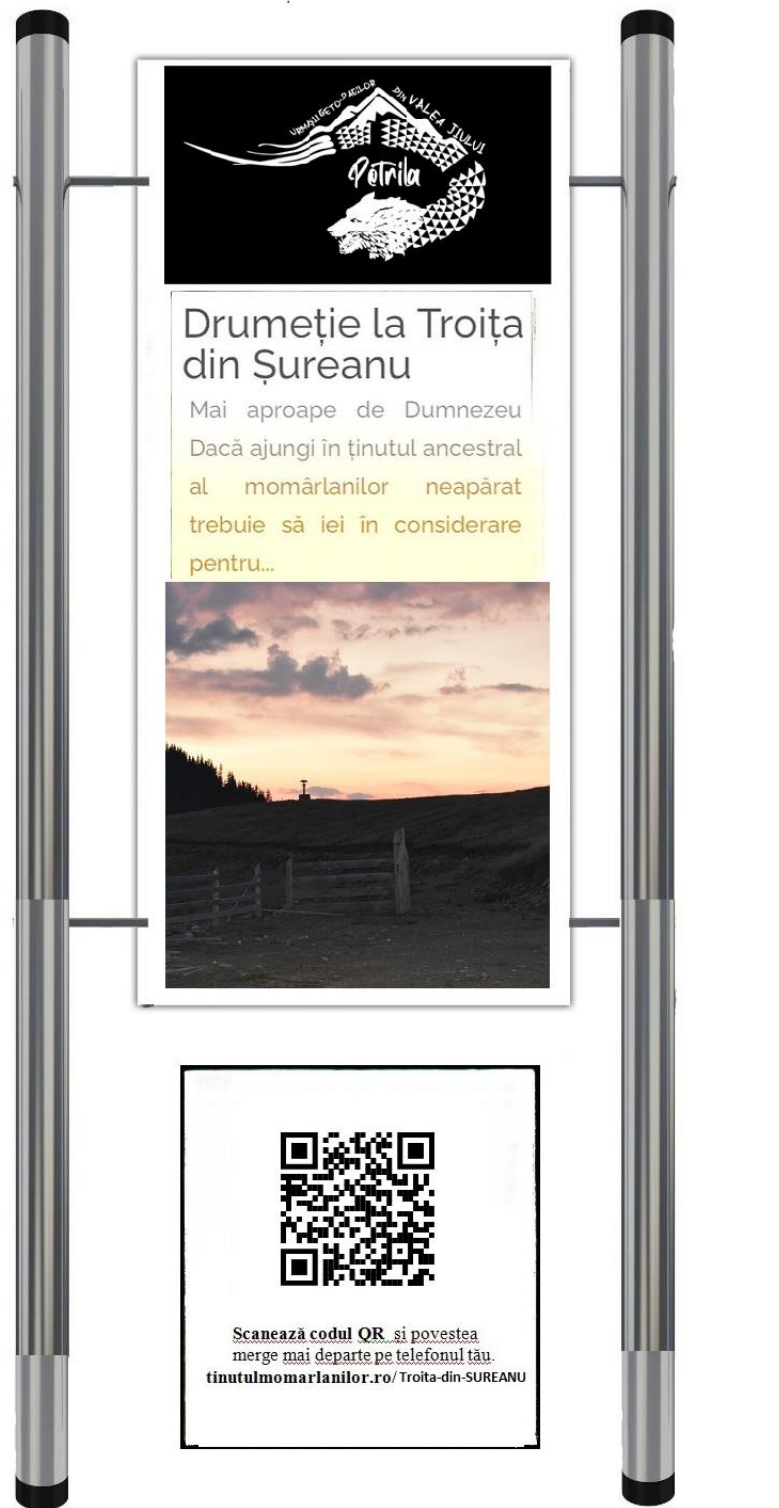
5 ani de promovare gratuită & Eficientizarea bugetului public al orașului PETRILA. Transferul de la industria grea minerit spre industria ușoară, turism / produse tradiționale - artizani și meșteșugari.

Ca urmare a inițiativei din 2021 - dezvoltare marcă de turism și produse tradiționale Ținutul Momârlanilor – oferită cu titlul de folosință gratuit Primăriei PETRILA marcă adoptată ca și marcă oficială de turism și produse tradiționale prin hotărârea Consiliului Local PETRILA precum și a inițiativelor de promovare ale agenției noastre de marketing strategic din ultimii 5 ani de zile orientate spre mediatizarea tradițiilor, legendelor precum, obiectivelor turistice precum și a producătorilor locali, artizanilor și meșteșugarilor din orașul PETRILA <https://tinutulmomarlanilor.ro/petrila/> pe platformele de turism Povestea Locurilor (povestea-locurilor.ro/category/momarlani) și Ținutul Momârlanilor tinutulmomarlanilor.ro pe care le gestionăm, vă supunem atenției **procesul de eficientizare al acestor inițiative cât și a banilor publici / a bugetului Primăriei PETRILA din următoarea perioadă.**

Eficientizare promovare oraș PETRILA

Semnalizare stradală obiective turistice prin panotaj inscripționat cu coduri QR care permit persoanelor care vizitează (tranzitează) orașul PETRILA / Valea JIULUI spre stațiunile STRAJA & PARÂNG sau spre sudul României spre Defileul JIULUI să acceseze digital informațiile și să devină interesați de destinația de turism de vară PETRILA:

- Dezvoltare concept panotaje stradale PETRILA – design
- Fotografie profesională la rezoluție mare
- Întreținere platformă PETRILA
<https://tinutulmomarlanilor.ro/petrila/>
suport informații pentru
functionabilitatea codului QR (hosting
anual – web designer alocat)
- Costuri operaționale de fotografiere /
digitalizare a obiectivelor turistice în
teren
- Dezvoltare concept pentru 12 panouri
exterioare / stradale
- Punerea informațiilor și la dispoziția
administratorului website-ului Primăriei
PETRILA pentru eficientizarea portalului
intern al primăriei.
- Promovare în grupurile / paginile
colaterale de facebook Ținutul
Momârlanilor și Povestea Văii JIULUI /
Promovare WEB.



- Training personal Primărie PETRILA utilizare marcă de turism și produse tradiționale PETRILA (**legislație OMD – Organizație de Management a Destinației** - Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 86/2022) / drept de folosință bi-anual și / sau opțional achiziția mărcii **PETRILA Ținutul Momârlanilor**.
- Reducerea semnificativă a costurilor de promovare a Primăriei PETRILA prin punerea în valoare (implementarea tehnologiei de panotaj QR) a investițiilor private déjà efectuate.

Bugetul necesar pentru acest proiect, costuri operaționale de dezvoltare a materialelor, este de 29000 RON, iar investiția odată efectuată o să aducă beneficii pe termen nelimitat, **fundația pentru dezvoltarea turismului de vară** prin simpla accesare continuă a panotajelor de către toți vizitatorii care care vizitează (tranzitează) orașul PETRILA / Valea JIULUI spre stațiunile STRAJA & PARÂNG sau spre sudul României spre Defileul JIULUI să acceseze digital informațiile și să devină interesați de destinația de turism de vară PETRILA.

Costul estimativ al investițiilor private déjà efectuate este de 58000 RON.



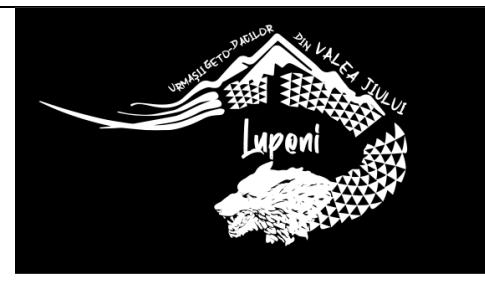


Marca turism OMD PETRILA Ținutul Momârlanilor / Transferul de la industria grea minerit la industria ușoară turism, produse tradiționale – artizani și meșteșugari prin promovarea integrată a VĂII JIULUI sub aceeași identitate de grup.



Semnalizare intrări oraș PETRILA / arhitectură de marcă Ținutul Momârlanilor oferită spre folosință gratuită în 2021.

EXEMPLU de implementare a mărcii de turism / OMD / UAT-uri – stațiuni din Valea JIULUI. Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 86/2022 pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România.





Folosind în comunicare marca OMD PETRILA (Ținutul Momârlanilor) în toate evenimentele Primăriei PETRILA se pun bazele identității regionale Ținutul Momârlanilor prin elementul vizual comun dispus atât în marca Ținutul Momârlanilor cât și în cea a OMD-ului PETRILA precum și la nivelul celorlaltor UAT-uri din Valea JIULUI (cod QR funcțional).




Deasemenea, în urma analizei SWOT a mărcii de turism HUNEDOARA, vă comunicăm în **aceeași direcție de abordare integrată** intenția noastră de re-poziționare a mărcii ENJOY HUNEDOARA @ CJHD prin care vrem să eliminăm erorile care se manifestă în prezent în această identitate vizuală.

ENJOY HUNEDOARA cu sloganul "milioane de ani de povești și legende" – evoluționism – NEW AGE. 5508 î.Hr. Orientul a adoptat era creștină mult mai târziu. Imperiul Bizantin nu a cunoscut-o vreodată, aici fiind folosite mai multe sisteme cronologice, precum anii consulari (Dionisie însuși arătase în lucrările sale că perioada consulatului lui Probus corespundea anului 525 de la Nașterea Mântuitorului), perioadele indictionurilor (cicluri administrative de 15 ani, ce începeau la data de 1 septembrie) ori era bizantină (sau Anno Mundi), ce socotea, pe baza versetelor veterotestamentare privitoare la vârstele patriarhilor, anii de la facerea lumii, al cărei început se considera a fi anul 5508 î.Hr. Acest ultim sistem a fost folosit de majoritatea popoarelor ortodoxe – inclusiv în Țara Românească și Moldova – până în secolul al XVIII-lea, când a fost în cele din urmă înlocuit cu era creștină.



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

office@b2b-strategy.ro	letstalk@b2b-strategy.ro
<p>Daniel ROȘCA</p> <p>0758273142</p> 	<p>Departament JURIDIC</p> <p>Gabriela SÂRB 0740098899</p> 