

Spre atenția Primăriei PETROȘANI și a Consiliului Local PETROȘANI

Promovare stradală și digitală obiective turistice municipiu PETROȘANI și Stațiune PARÂNG 5 ani de promovare gratuită & Eficientizarea bugetului public al municipiului PETROȘANI. 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 PETROȘANI, marcă adoptată ca și marcă oficială de turism și produse tradiționale prin hotărârea Consiliului Local PETROȘANI 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 PETROȘANI tinutulmomarlanilor.ro/petrosani/ și din Stațiunea PARÂNG tinutulmomarlanilor.ro/parang 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 PETROȘANI din următoarea perioadă.**

Eficientizare promovare

municipiu PETROȘANI și Stațiune PARÂNG

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

- Dezvoltare concept panotaje stradale PETROȘANI Stațiune PARÂNG – design
- Fotografie profesională la rezoluție mare
- Întreținere platformă PETROȘANI tinutulmomarlanilor.ro/petrosani/ și din PARÂNG tinutulmomarlanilor.ro/parang suport informații pentru functionabilitatea codului QR (hosting anual – web designer alocat)
- Costuri operaționale de fotografiere / digitalizare a obiectivelor turistice în teren
- Dezvoltare concept pentru 18 panouri exterioare / stradale
- Punerea informațiilor și la dispoziția administratorului website-ului Primăriei PETROȘANI pentru eficientizarea portalului intern al primăriei.
- Promovare în grupurile / paginile colaterale de facebook Ținutul Momârlanilor și Povestea Văii JIULUI / Promovare WEB.



- Training personal Primărie PETROȘANI utilizare marcă de turism și produse tradiționale PETROȘANI (**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 **PETROȘANI Ținutul Momârlanilor**.
- Reducerea semnificativă a costurilor de promovare a Primăriei PETROȘANI 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 46000 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 tranzitează (vizitează) orașul PETROȘANI / Valea JIULUI spre stațiunile STRAJA & PARÂNG sau spre sudul României prin Defileul JIULUI.

Costul estimativ al investițiilor private déjà efectuate este de 92000 RON.



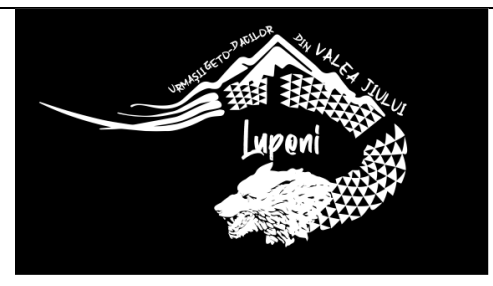


Marca turism OMD PETROȘANI Ținutul Momârlanilor (PARÂNG) / Transferul de la industria grea minerit la industria ușoară turism, produse tradiționale – artizani și meșteșugari prin promovarea integrată a VĂII JIULUI sub aceeași identitate de grup.



Semnalizare intrări municipiu PETROȘANI / 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 PETROȘANI (Ținutul Momârlanilor) în toate evenimentele Primăriei PETROȘANI se pun bazele identității regionale Ținutul Momârlanilor prin elementul vizual comun dispus atât în marca Ținutul Momârlanilor cât și în cea a OMD-ului PETROȘANI 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> 