



**VALORIFICAREA CULTURII RROME DIN ZONA
TRANSFRONTALIERĂ RO (DOLJ, MEHEDINȚI)-BG
(VIDIN, MONTANA) ÎN PRODUSE TURISTICE**

Document elaborat în cadrul proiectului “Descoperă comorile culturii rrome”, e-MS Cod ROBG 410, proiect finanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională prin Programul INTERREG V-A România-Bulgaria

CUPRINS

INTRODUCERE	5
METODOLOGIE	8
1. TURISMUL CULTURAL - GENERALITĂȚI	12
1.1. Turismul cultural - definiții și clasificări	12
1.2. Produsele turistice culturale- caracteristici	19
1.3. Planificarea și managementul turismului cultural durabil	25
2. CULTURA RROMĂ ÎN ZONA TRANSFRONTALIERĂ RO-BG	33
2.1. Turismul etnic - componentă a turismului alternativ	33
2.2. Cultura rromă în zona de studiu- caracteristici	36
2.3. Probleme și recomandări	53
3. PLAN STRATEGIC PENTRU COOPERARE TRANSFRONTALIERĂ (PS CBC)	60
3.1. Structura PS CBC	60
3.2. Principalele caracteristici ale turismului cultural în zona de studiu	61
3.3. Viziune	65
3.4. Obiective generale și principii integrate	66
3.5. Obiective specifice, domeniile de intervenție și acțiuni	69
3.6. Monitorizarea și evaluarea rezultatelor și impactului PS CBC	78
4. DEZVOLTAREA DE PRODUSE TURISTICE DURABILE ÎN ZONA TRANSFRONTALIERĂ RO-BG	81
4.1. Produsele turistice etnico-culturale în zona transfrontalieră RO-BG	81
4.2. Metodologia de realizare a produselor turistice etnico-culturale	83
4.3. Segmentarea turistică	84
4.3. "Comorile culturii rome" - rute turistice în zona transfrontalieră RO-BG	90
4.4. Marketing și promovare	196
5. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	204
BIBLIOGRAFIE	210

LISTĂ FIGURI ȘI TABELE

Figura 1 Tipurile principale de turism (sursa: Cocean și colab., 2002)	13
Figura 2 Implicațiile și resursele dezvoltării unei destinații turistice (sursa: adaptare după Travis, 1989 citat de Witt, Moutinho, 1989)	19
Figura 3 Elementele ofertei turistice dintr-o destinație reflectate și în produsele turistice (sursa: Niță, 2019)	22
Figura 4 Clasificarea atracțiilor turistice	23
Figura 5 Dezvoltarea destinațiilor turistice în funcție de scara temporală, spațială și a formelor de turism (sursa: adaptare Bell și Ward, 2000)	27
Figura 6 Procesul de planificare turistică într-o destinație turistică (sursa: adaptare după Vareiro și colab., 2005)	29
Figura 7 Turismul de masă vs. turismul alternativ- caracteristici.....	34
Figura 8 Zona transfrontalieră cu județele Dolj, Mehedinți (RO) și districtele Vidin, Montana (BG)	38
Figura 9 Indicele de competitivitate - infrastructură și resurse - pentru țările din estul Europei (sursa: The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017).....	61
Figura 10 Principalii indicatori de competitivitate turistică și performanță în 2017 pentru Bulgaria și România (sursa: The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017)	62
Figura 11 Viziunea PS CBC	66
Figura 12 Obiectivele generale ale PS CBC	67
Figura 13 Acțiunile propuse pentru promovarea culturii rome în zona transfrontalieră	197
Tabel 1 Abordarea conceptuală a strategiei	10
Tabel 2 Temele turistice culturale și modalitățile de valorificare în produse turistice	14
Tabel 3 Resursele turistice antropice și atributele acestora.....	16
Tabel 4 Clasificarea produselor turistice pretabile în zona de studiu	24
Tabel 5 Rromii reprezentativi pe ocupații din județul Dolj, România	45
Tabel 6 Rromii reprezentativi pe ocupații din județul Mehedinți, România.....	46
Tabel 7 Rromii reprezentativi pe ocupații din districtul Vidin, Bulgaria	48
Tabel 8 Rromii reprezentativi pe ocupații din districtul Montana, Bulgaria	50
Tabel 9 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specific ale primul obiectiv general al PS CBC.....	71
Tabel 10 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specifice ale celui de-al doilea obiectiv general al PS CBC	73

Tabel 11 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specifice ale celui de-al treilea obiectiv general al PS CBC	75
Tabel 12 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specifice ale celui de-al patrulea obiectiv general al PS CBC	77
Tabel 13 Sistemul de indicatori folosiți pentru monitorizarea implementării PS CBC	79
Tabel 14 Evaluarea PS CBC pe termen scurt-mediu-lung.....	80
Tabel 15 Caracteristicile segmentului turistic - Turiștii motivați din punct de vedere cultural să viziteze o destinație.....	85
Table 16 Caracteristicile segmentului turistic - Turiștii care doresc să fie inspirați din punct de vedere cultural atunci când vizitează o destinație, deși principala lor motivație nu este cea culturală	86
Table 17 Caracteristicile segmentului turistic - Turiștii care sunt motivați din punct de vedere cultural doar întâmplător, principala lor motivație de călătorie nefiind cea culturală	88
Tabel 18 Tipuri de impact socio-cultural ale unei experiențe turistice asupra societății și culturii gazdă	205

INTRODUCERE

Studiul a fost realizat în cadrul proiectului „Descoperiți frumusețea culturii rome” (Cod e-MS ROBG 410), proiect implementat în cadrul Programului Interreg V-A România - Bulgaria, axa prioritară nr. 2 „O regiune verde”, Obiectivul specific 2.1 „Îmbunătățirea utilizării sustenabile a patrimoniului natural și cultural și a resurselor” de către Asociația Transfrontalieră E(q)uilibrum Environment -ATeE, în calitate de Beneficiar Lider, în parteneriat cu Asociația “Parteneriate regionale pentru o dezvoltare durabilă” Vidin Beneficiar 2 și Agenția de Dezvoltare Regională și Centrul de Afaceri 2000 - Montana, Beneficiar 3 .

Turismul reprezintă un fenomen geografic, toate modelele și consecințele relațiilor economice, sociale, culturale și politice dintre oameni sau dintre oameni și locuri, au o legătură strânsă cu deplasarea anuală a milioane de călători în întreaga lume.

Turismul și recreerea sunt inter-relaționate, implicând mișcarea oamenilor și angrenarea resurselor de mediu care încorporează și elemente culturale, economice, fizice și sociale. Conform OMT (2018), turismul reprezintă unul din sectoarele de servicii cu o creștere ridicată la nivel internațional. Reducerea costurilor pentru transportul internațional și creșterea timpului liber în special în societățile moderne precum cele vest europene, au contribuit la creșterea fluxurilor de turiști internaționali cât și la creșterea cererii pentru experiențele recreaționale.

Turismul este considerat în primul rând o formă de recreere în afară de alte activități și formule de a-ți petrece timpul liber (Holloway, 1994) și implică o mișcare temporară de persoane în destinații aflate în afara spațiului de rezidență cât și activități desfășurate în timpul petrecut în destinația respectivă (Witt și colab., 1991), generând și cheltuieli cu impact asupra economiilor locale.

Impactul turismului se resimte asupra mediului natural și antropic, culturii, societății în general. Turismul capătă importanță datorită acestei mișcări de oameni la nivel local, regional, național și internațional. Pe lângă acestea turismul a căpătat o nouă relevanță datorită creării unui stil de viață contemporan sau a unor preferințe diverse. Sociologul John Urry menționa că această mobilitate a devenit esențială în structurarea vieții sociale

și a identității culturale (Urry, 2000 citat de Williams, 2009), iar turismul reprezintă astfel un element esențial în mobilitățile moderne.

Impactul generat de turism se resimte prin crearea de noi locuri de muncă (în toate sectoarele acestuia de la transport, cazare, promovare, agrement, comerț), contribuind la boost-ul economic pentru statele în curs de dezvoltare sau la regenerarea economiilor post-industriale. Mai contribuie astfel la menținerea culturilor locale în fața globalizării, putând contribui și la conservarea mediului.

Cocean și colab. (2002), Ciangă (2001) afirmă că fenomenul turistic surprinde cunoașterea și promovarea resurselor turistice naturale și antropice, prin cunoașterea la scară largă a elementelor de patrimoniu cultural și natural ale diferitelor spații geografice, acestea atrăgând diferite tipologii de turiști (ce se diferențiază după vârstă, motivație, nivel educațional și putere de cumpărare), **potențialul turismului** știindu-se a fi generator de venituri.

Sistemul turistic care ia naștere este modelat în permanență de turiști care la rândul lor își schimbă valorile individuale și culturale în urma deplasărilor efectuate. Sistemul turistic se află într-un contact permanent cu spațiul geografic, având un impact asupra acestuia adeseori ireversibil.

Oferta turistică culturală unică oferită de destinații a devenit un factor motivator de călătorie a turiștilor la nivel global. Crearea de rute culturale cu diverse componente în cadrul unor regiuni transfrontaliere care apar sub forma produselor turistice a deschis noi oportunități pentru a intensifica turismul prin oferirea de experiențe turiștilor și prin înregistrarea de beneficii în sectoarele conexe turismului.

Studiul oferă o abordare a valorificării culturii rome din zona transfrontalieră RO (Dolj, Mehedinți)-BG (Vidin, Montana) prin crearea unor rute turistice culturale cu influență etnică. Acesta mai prezintă totodată situația curentă a comunităților de rome, identifică zonele unde aceștia s-au sedentarizat și în plus ținând cont de trendurile turistice recente privitoare la inovarea prin produse, creionează un plan strategic care vine în întâmpinarea nevoilor teritoriilor studiate, a populației rome cât și a turiștilor. Rromii care au fost identificați în studiile de teren realizate premergător acestui studiu, nu au fost considerați doar păstrători de cultură romă ci și producători și consumatori ai acestei culturi.

În acest context, studiul surprinde oportunitățile care apar pentru dezvoltarea comunităților de romi, parteneriate și colaborări transfrontaliere (considerate elemente cheie în dezvoltarea ofertei turistice) pentru dezvoltarea unui turism durabil atunci când se dorește introducerea unor noi produse turistice pe piața transfrontalieră. Oportunitățile mai vizează promovarea atracțiilor turistice și a furnizorilor de servicii turistice. Astfel teritoriile fără granițe sau revitalizarea destinațiilor existente pot crea o experiență turistică mai atractivă. Interpretarea patrimoniului cultural și dezvoltarea de produse turistice competitive crează o experiență turistică unică și autentică.

Strategia surprinde faptul că implicarea afacerilor mici în creionarea acestor rute etno-culturale și stabilirea de parteneriate între toți stakeholderii vizați asigură în mod cert beneficii economice și culturale, dezvoltarea antreprenoriatului, conservarea produselor culturale materiale și imateriale, înregistrându-se venituri care rămân în cadrul comunității.

METODOLOGIE

Prezenta strategie stă la baza unui proces mai amplu de dezvoltare a noi produse turistice în zona transfrontalieră RO-BG. Turismul a fost identificat cu un potențial semnificativ de dezvoltare, luând în considerare spațiul transfrontalier dar și temele și formele turistice variate care pot fi abordate ținându-se cont și de preferințele și comportamentul turiștilor.

Strategia dorește să ofere un cadru pentru actorii implicați în activitățile turistice din zona transfrontalieră pentru ca aceștia să valorifice numeroasele posibilități și produse create. Prin introducerea unor noi forme, turismul etnic, se pot atrage mai mulți turiști care să dezvolte piața turistică culturală din zonă.

Zona transfrontalieră RO-BG are un bogat patrimoniu cultural care reflectă identitatea turistică a locurilor și care este un element de atractivitate pentru cei care iau decizia de a vizita zonele din studiu. De multe ori cultura are un context larg de înțelegere și este percepută foarte diferit de consumatori. Introducerea unor noi tipuri de produse care vizează turismul etnic trebuie să se adreseze unor categorii foarte bine definite de turiști, de aceea este foarte relevantă și realizarea unei segmentări turistice ample.

Întrebările la care încearcă prezentul studiu să răspundă sunt:

- Care este rolul turismului cultural cu subramura turismului etnic (care poate valorifica cultura rromă) în zona transfrontalieră RO-BG?,
- Cum poate ajuta acest studiu stakeholderii implicați în turism să valorifice produsele turistice culturale mai bine?,
- Care sunt prioritățile și acțiunile cheie de dezvoltare ale ofertei turistice, dezvoltarea de produse turistice ale culturii rrom, poziționarea, marketingul și promovarea acestora?,
- În ceea ce privește dezvoltarea unui turism durabil pe termen mediu, care arii din turismul cultural etnic (piețe, segmente de turiști și oferte de produse) pot reprezenta cele mai bune oportunități pentru zona de studiu?,
- Ce plan de acțiune se poate contura pentru utilizarea resurselor culturii rrom existente pentru a atinge prioritățile și acțiunile vizate în strategie?
- Cât de fezabile pot fi produsele turistice etnice și introducerea lor pe piața transfrontalieră?.

Acestea sunt doar câteva aspecte la care această strategie va răspunde punctual în capitolele următoare.

Turismul cultural are un rol important pe agenda de dezvoltare a regiunii transfrontaliere RO (Dolj, Mehedinți)-BG (Vidin, Montana), iar suprapunerea acestuia cu turismul etnic și transpunerea într-un produs turistic este importantă.

Scopul strategiei este de a dezvolta produse turistice etnice bazate pe cultura rromă din regiunea de studiu și marketingul acestora prin metode inovative, astfel încât vizitatorii să descopere alte fațete ale culturii rrome, dincolo de stigmatul actual al acestei minorități. Managementul destinației transfrontaliere și a produselor introduse nu va fi neglijat, punându-se accent pe coordonarea și dezvoltarea unei cooperări pentru îmbunătățirea performanțelor economice și a durabilității turismului.

Trebuie menționat că strategia nu urmărește realizarea de câștiguri rapide pe termen scurt din turism. Este mai degrabă despre un proces mai complex care cuprinde sensibilizarea opiniei publice cu privire la problemele comunității rrome dar și despre oportunitățile oferite de noi tipuri de produse turistice etnice bazate pe valorile culturii rrome, și despre crearea unei baze de dezvoltare a turismului cultural durabil, autentic, livrat calitativ către turiștii interni cât și către cei externi zonei transfrontaliere.

Printre **obiective** se numără:

- studiul dorește să ofere o perspectivă și o expertiză asupra cererii de turism cultural, prin identificarea oportunităților date de activitățile turistice bazate pe cultura rromă
- să ofere posibilitatea creării unei platforme pentru cooperare și schimb de bune practici între actorii din regiune
- crearea condițiilor adecvate pentru dezvoltarea de produse turistice etnice bazate pe cultura rromă
- îmbunătățirea produselor/serviciilor turistice și experiența vizitatorilor prin inovare și găsirea de noi oportunități în ceea ce privește atragerea de turiști (îmbunătățirea infrastructurii, accesului, furnizarea de informații etc.).
- modalități optime de promovare atât în mod clasic cât și în digital media.

Strategia vizează trei nivele de abordare conceptuală, și s-a încercat trecerea de la perspectivele clasice la cele inovative pe piața turistică, așa cum sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Tabel 1 Abordarea conceptuală a strategiei

Nivel	Abordare clasică	Abordare inovativă
Produs/marketing	<ul style="list-style-type: none"> dezvoltarea și marketingul unor produse individuale 	<ul style="list-style-type: none"> focus asupra dezvoltării de produse turistice integrate bazate pe experiențe turistice
	<ul style="list-style-type: none"> puține produse 	<ul style="list-style-type: none"> mai multe produse-rute turistice printr-un exercițiu dinamic și flexibil
	<ul style="list-style-type: none"> sinergii reduse între produse 	<ul style="list-style-type: none"> mai multe sinergii între produse
	<ul style="list-style-type: none"> necorelarea produselor cu temele și conceptele din teritoriu 	<ul style="list-style-type: none"> crearea unor teme și concepte centrale, comune tuturor produselor (de exemplu Rutele comorilor culturii rrome)
Turiști	<ul style="list-style-type: none"> concentrarea pe segmentele de nișă ale turismului cultural etnic 	<ul style="list-style-type: none"> abordarea mai multor segmente turistice precum turiștii de masă, vizitatorii de nișă și cei care ajung din întâmplare să viziteze zonele
Stakeholderi	<ul style="list-style-type: none"> mai mulți actori care lucrează individual la propriile concepte 	<ul style="list-style-type: none"> crearea unor legături de cooperare și parteneriat cu teme și scopuri comune, furnizarea unor idei și bune practici pentru a corela cererea cu oferta turistică din zonă

Metodele de cercetare utilizate în elaborarea prezentului studiu cuprind parcurgerea unor etape care sunt specifice oricărei cercetării turistice:

- etapa de documentare, care s-a realizat prin consultarea literaturii de specialitate în turism și a documentelor oficiale din țările supuse studiului care să poată constitui o bază teoretică necesară pentru elaborarea ulterioară a unui plan strategic de intervenție (această etapă este surprinsă cu preponderență în cap. 1)

- analiza datelor statistice și a realității comunităților rromă din teritoriu și a avantajelor pentru turism pe baza studiilor elaborate anterior de beneficiarii proiectului. Comunitatea rromă și caracteristicile ei vor sta la baza creionării produselor turistice de tipul rutelor turistice etnico-culturale (cap. 2)

- aplicarea de metode specifice geografice și turistice precum analiza și sinteza, descrierea pentru a prezenta informații relevante, metadate, necesare în procesul conceptual al planului strategic și al rutelor turistice etnico-culturale (cap. 3, 4).

Strategia trebuie să asigure un sprijin stakeholderilor și industriei turistice din zona transfrontalieră prin dezvoltarea de produse și promovarea lor în rândul vizitatorilor de nișă, dar și turiștilor de masă care vin în regiune.

1. TURISMUL CULTURAL - GENERALITĂȚI

1.1. Turismul cultural – definiții și clasificări

Studierea fenomenului turistic care este văzut ca o industrie la nivel global deoarece a avut aceleași rate de creștere ca acest sector secundar al economiei (industria) a fost studiat în detaliu de OMT (Organizația Mondială a Turismului). Organizația este prima care încearcă să definească turismul și turistul începând încă din 1978, ultima definiție fiind concretizată în 2008. Astfel conform OMT turistul este orice persoană aflată în afara reședinței sale curente pentru o durată de cel puțin 24 ore (o noapte) și pentru maximum 1 an, deplasarea sa având la bază disponibilitatea ca timp și existența unui buget alocat călătoriei dar și o serie de motivații precum: agrementul, sănătatea, misiunile, congresele, seminariile și pelerinajele etc. Tot conform OMT, vizitatorii (călătorii care sunt înregistrați ca atare în statistici) sunt împărțiți în excursioniști, care nu fac apel la serviciile turistice propriu-zise și turiștii, cei care petrec cel puțin o noapte în afara domiciliului.

Motivațiile pentru deplasările turistice ale vizitatorilor pot fi extrem de variate, în topul clasamentului situându-se agrementul care de cele mai multe ori este asociat cu vizite culturale, recreere, practicarea sporturilor sau vizite la rude și prieteni; motivațiile profesionale implică reuniuni, colocvii, seminarii, congrese, misiuni oficiale, întâlniri de afaceri, festivaluri și alte motivații (studii, sănătate, tranzit). Astfel se crează diverse destinații care se vor profila pe o formă de turism sau vor încerca să realizeze un mix de forme, însă cu dominanța uneia.

Destinațiile sunt un amestec de produse turistice, care oferă o experiență integrată consumatorilor (Buhalis, 2000).

Destinația este un set de produse, servicii, atracții turistice naturale și antropice, capabile să atragă turiștii într-un anumit loc (Leiper, 2000).

Pentru clasificarea turismului se au în vedere diferite criterii precum motivația călătorilor, potențialul turistic al unei zone, durata șederii etc. Au existat numeroase încercări de clasificare a turismului ca fenomen extrem de complex ce se desfășoară la nivelul unui teritoriu dat. O clasificare ce aparține literaturii de specialitate din România o propun Cocean și colab. (2002), care separă tipurile și formele de turism. În accepțiunea acestora există 4 tipuri principale de turism: de recreere și agrement; de îngrijire a sănătății

(curativ); cultural; polivalent, restul fiind considerate forme ale turismului și au în vedere criteriile legate de spațiul desfășurării fenomenului turistic, tipul de organizare turistică, timpul alocat deplasării etc.

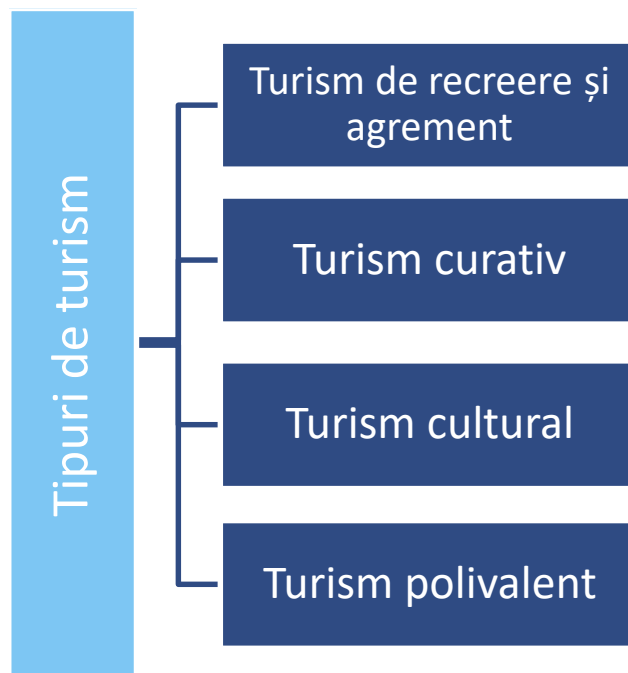


Figura 1 Tipurile principale de turism (sursa: Cocean și colab., 2002)

Astfel aceste tipuri de turism de multe ori se întrepătrund și au la bază motivația determinantă, cea culturală fiind prezentă în toate tipurile menționate mai sus. Se observă așadar că turismul cultural apare clar diferențiat față de celelalte forme sau tipuri de turism mai ales prin motivație.

Conform Micului Dicționar Enciclopedic, cultura reprezintă expresia civilizației materiale și spirituale generate a unui popor, adică cuprinde atât cultura materială (toate bunurile materiale și tehnicile necesare producerii lor), cât și cultura spirituală (creațiile din domeniul științei, literaturii, artelor).

Turismul cultural presupune vizitarea în scopul satisfacerii nevoilor culturale și spirituale și a lărgirii orizontului de cunoștințe, a resurselor turistice culturale, arhitecturale, artistice (monumente de artă și arhitectură, locuri istorice, muzee, galerii de artă) dintr-o zonă. Turismul cultural interferează astfel de cele mai multe ori cu turismul urban/rural, cu cel de recreere și de afaceri.

Turismul cultural este asociat cu noțiunea de patrimoniu care include elementele materiale și imateriale ale unei societăți reprezentând identitatea acesteia, care este transmisă și mereu reactualizată la nivelul teritoriului.

Patrimoniul material cuprinde muzeele, monumentele, ansamblurile arhitectonice, orașele de artă, satele cu tradiții bine păstrate, siturile arheologice, grădinile, edificiile de natură religioasă sau militară. Patrimoniul imaterial include sărbătorile și manifestările culturale, tradițiile și aptitudinile creative acumulate în timp.

Turismul cultural apare ca fiind predominant în Antichitate când se și dezvoltă și mai ales apare sub forma pelerinajului în Evul Mediu. Actualmente el ocupă un loc important alături de turismul de recreere și de agrement.

Principalele teme ale turismului cultural și formele de manifestare turistică ale acestora sunt redată în tabelul de mai jos (du Cluzeau, 2007).

Tabel 2 Temele turistice culturale și modalitățile de valorificare în produse turistice

Tema culturală	Produse turistice pretabile
Religioasă	Pelerinaje
Descoperirea de orașe, regiuni, țări	Circuit, sejur cu excursii
Istorică	Circuit, vizitarea sitului
Amintire	Circuit și excursie
Etnică	Circuit, sejur
Artistică	Circuit, stagi
Artizanat / Industrie	Circuit tematic, excursie în situri industriale
Parcuri și grădini	Circuit, sejur, excursie
Festivaluri, manifestări culturale	Sejur
Gastronomic	Sejur, circuit, stagiul culinar
Cumpărături	Sejur în oraș pentru shopping
Lingvistică	Sejur în școli, familii

Sursa: C. O. du Cluzeau, 2007

Astfel elementele etnice pot fi integrate cu succes în astfel de produse turistice culturale de tipul circuitelor/rutelor sau sejururilor turistice.

Turismul cultural (*turismul de vizitare*, practicarea sa presupune „vizita” la un obiectiv turistic) are diferite **caracteristici** (Cocean și colab., 2002; Muntele, Iașu, 2003; du Cluzeau, 2007):

- Practicarea sa de către anumite categorii ale populației, cu deosebire intelectuali, elevi și studenți;
- Fluxuri turistice specializate într-o anumită tematică (pot parcurge distanțe impresionante) care sunt atrase de tot ce este cultural; majoritatea fluxurilor sunt atrase doar ocazional de partea culturală atunci când sunt aflați în vacanță în scopul odihnei și recreerii și vizitează obiectivele turistice antropice din spațiul în care se află;
- Antrenează atât populație urbană, cât și rurală, predominând însă citadinii, care dispun de mai mult timp liber;
- Durata este limitată în cele mai multe cazuri, majoritatea excursiilor având o durată medie de 3-7 zile;
- Distanța variază în limite foarte largi, în funcție de cererea și poziția în spațiu a produsului turistic;
- Eficiența economică a turismului cultural este cea mai redusă dintre toate tipurile de turism, datorită caracterului de tranzit, turiștii apelând la infrastructura turistică numai în cazuri de excepție. Creșterea ponderii celor care utilizează automobilul și rulotele creează o mare independență față de bazele de cazare în detrimentul funcționalității acestora.
- Dezvoltarea sa prezintă și o serie de avantaje: cererea este stabilă, solidă și nu ține cont de modă, iar extinderea se poate face la scară globală dată fiind modernizarea căilor de comunicație.

Acest tip de turism vizează în principal obiective turistice de proveniență antropică, în forma lor materială (edificii și elemente cu funcție turistică) sau imaterială (activități antropice cu funcție turistică) spre deosebire de turismul de recreere sau refacere a sănătății, pentru care elementele cadrului natural oferă majoritatea motivațiilor. Toate acestea fac parte din cadrul resurselor antropice (care împreună cu resursele turistice naturale formează fondul turistic sau oferta turistică primară).

Conform lui Cocean și colab. (2002) **resursele turistice antropice** reprezintă un ansamblu de elemente cu funcție recreativă, create de om; nu întotdeauna aceste elemente au fost create în scopul valorificării turistice, ci ele au dobândit această funcție după ce au îndeplinit alte atribuții: economice, strategice sau culturale. Aceeași autori au identificat principalele atribute ale obiectivelor de proveniență antropică care le conferă atractivitate turistică: vechime, unicitate, inedit, dimensiune și funcție.

Tabel 3 Resursele turistice antropice și atributele acestora

Atribute ale obiectivelor antropice	Caracteristicile atributelor
Vechimea	<ul style="list-style-type: none"> - uneori singura calitate care atrage vizitatori, chiar dacă dimensiunea, fizionomia, estetica sau funcția obiectivului respectiv nu-l particularizează prin nimic - unelte vechi care continuă să uimească omul contemporan prin faptul că reprezintă o mărturie a unor vremuri despre care se știe foarte puțin - apreciat de turiștii avizați, care prețuiesc, mai mult decât orice, autenticitatea
Unicitatea	<ul style="list-style-type: none"> - element care evidențiază caracteristici unice care uneori provine din distrugerea sau dispariția obiectelor de același gen
Ineditul	<ul style="list-style-type: none"> - de natură fizionomică sau structural-compozițională
Dimensiunea	<ul style="list-style-type: none"> - obiectivul devine atractiv turistic atunci când are manifestări foarte mari sau foarte mici (turnuri cu înălțimi mari, exponate numeroase)
Funcția	<ul style="list-style-type: none"> - constituie singurul element al atractivității uneori care atrage mase imense de turiști

Sursa: prelucrare date Cocean și colab., 2002

Activitățile antropice cu funcție turistică reprezintă forma imaterială a resurselor turistice antropice care pot genera turism cultural. Ele nu reprezintă decât o atracție turistică temporară, pentru că se desfășoară într-o perioadă limitată de timp, dar pot genera fluxuri turistice impresionante. În această categorie se includ carnavalurile, târgurile și expozițiile, festivalurile, hramurile și chiar manifestările sportive:

- ❖ **Carnavalurile** impresionează prin inedit și exuberant
- ❖ **Târgurile și expozițiile** atrag un număr mare de vizitatori mai ales atunci când au caracter internațional și pot determina construcția unor edificii
- ❖ **Festivalurile** de orice gen atrag o clientelă mai puțin numeroasă, dar mai selectată. Uneori pot forma un element important al pachetului turistic cultural pentru că reprezintă un motiv în plus de a vizita o destinație cu regularitate.

Acestea pot avea loc atât în orașe mari cât și în localități mai mici care de cele mai multe ori nu figurează în itinerariul clasic de călătorie al turiștilor, iar aceștia se deplasează în destinații special pentru perioada festivalurilor.

- ❖ **Resursele etnografice** sunt elemente care pot fi valorificate prin turism și îmbină atât elemente ale patrimoniului material (arhitectura și instalațiile tradiționale, tipuri originale de așezări umane, portul popular, etc.) cât mai ales elemente ale patrimoniului imaterial, concretizate în ocupații specifice diverselor popoare, jocuri și cântece populare, diverse obiceiuri, etc.

Alte concepte care sunt utilizate în turism sunt patrimoniul turistic, care poate fi la rândul lui clasificat în natural și antropic.

Patrimoniul turistic cultural-istoric cuprinde conform Cândea și colab. (2012) mai multe categorii de obiective:

- monumente și situ-uri arheologice,
- monumente și ansambluri de arhitectură,
- rezervații de arhitectură și urbanism,
- clădiri, monumente și ansambluri memoriale,
- monumente de artă plastică și comemorativă,
- monumente tehnice,
- locuri istorice, parcuri și grădini.

Activitățile turistice culturale variază foarte mult de la destinație la destinație și sunt concretizate astfel:

- vizitarea muzeelor și monumentelor în scopul cunoașterii efective a patrimoniului cultural
- frecventarea cafenelelor, barurilor și restaurantelor situate în apropierea unui obiectiv de patrimoniu
- artele plastice și de arhitectură, preferate cu predilecție de femei
- siturile tehnico-științifice, tradițiile și artele populare, preferate mai mult de bărbați
- situri culturale în aer liber, ruinele atrăgând mai mulți vizitatori decât multe monumente păstrate intacte
- noi practici precum sejurul lingvistic și turismul gastronomic, care apar datorită exigenței turiștilor și a comunităților locale care vor să obțină tot mai multe beneficii.

S-au identificat în literatura de specialitate dar și în practica turistică diverse **deficiențe** înregistrate în ceea ce privește turismul cultural și extrapolând turismul în general:

- numărul centrelor de informare și promovare turistică este foarte redus
- zone turistice importante nu dispun de servicii turistice
- turismul cultural nu beneficiază de fonduri foarte importante
- promovarea turistică vizează uneori doar obiectivele și regiunile turistice deja foarte cunoscute, lăsând la o parte centre și regiuni la fel de valoroase, dar mai puțin populare
- comunicare deficitară între sectorul public și cel privat în promovarea destinațiilor culturale
- slaba implicare a actorilor din turism în procesele de management și dezvoltare.

Piața turistică actuală este caracterizată de existența a numeroase tipuri și forme de turism care se axează pe valorificarea unor resurse turistice, fie naturale, fie antropice și care evidențiază caracteristici ale cererii turistice. Delimitarea formelor de turism este deosebit de importantă din punct de vedere teoretic și practic și oferă elemente de fundamentare științifică a deciziilor cu privire la dezvoltarea și diversificarea ofertei turistice, alinierea ei la modificările intervenite în structura cererii (Cristureanu, 2006).

Analiza de tipologii turistice ne ajută astfel să determinăm diferite forme de turism (recreativ, de afaceri, cultural etc.), diferite tipuri de turiști (turiști de masă organizați, turiști independenți, exploratori etc.), dar și motivațiile fiecărei categorii în parte atunci când alege să se deplaseze în scop turistic. Toate acestea implică variații ale impactului asupra zonelor vizitate, dar și diferențe în ceea ce privește cerința pentru infrastructura turistică (cazare, transport, agrement). Cert este și faptul că turiștii aleg o destinație din diferite motive și vor combina în general două sau mai multe forme de experiențe în cadrul unei vizite turistice.

Aceste forme de turism s-au delimitat ca o rezultată a preocupării de clasificare, după anumite criterii, a circulației turistice pornind de la complexitatea și eterogenitatea acestora și de la varietatea posibilităților de acces a consumatorilor la produsul turistic. Delimitarea clară a conținutului fiecărei forme de turism prezintă importanță pentru identificarea comportamentului vizitatorului în materie de consum și cheltuieli și a responsabilităților și obligațiilor organizatorilor de vacanțe (agențiile de voiaj și touroperatorii în speță) sau a prestatorilor de servicii cum sunt transportatorii, hotelurile, restaurantele etc.

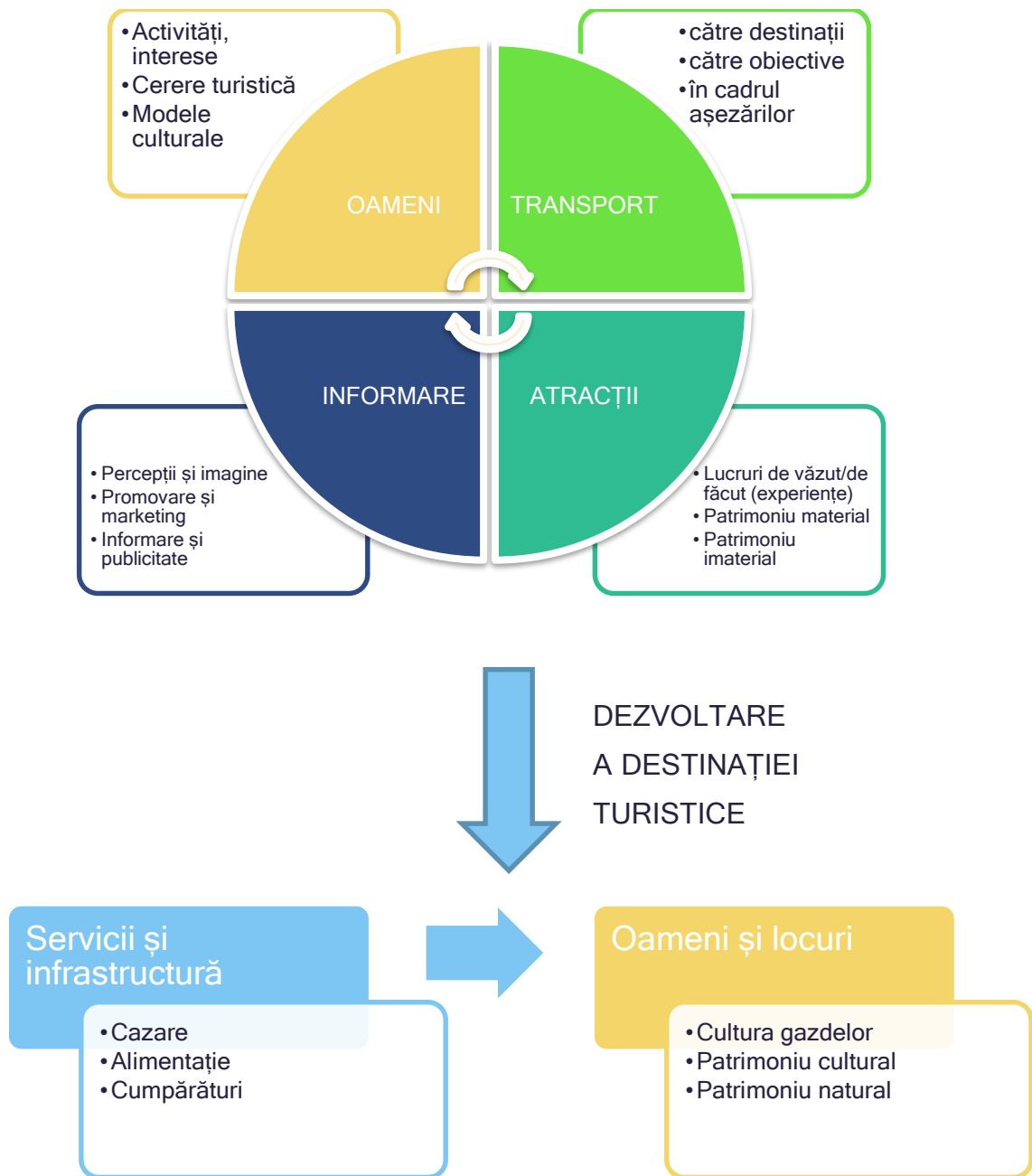


Figura 2 Implicațiile și resursele dezvoltării unei destinații turistice (sursa: adaptare după Travis, 1989 citat de Witt, Moutinho, 1989)

1.2. Produsele turistice culturale- caracteristici

Crearea de produse turistice este o sarcină importantă a fiecări zone de recepție turistică, mai precis a unei destinații turistice, indiferent de poziție geografică, caracteristici ale mediului fizic sau antropic. Furnizorii de servicii turistice din cadrul destinațiilor pot determina o creștere a interesului pentru oferta turistică existentă, care se traduce prin

creșterea cererii, și de cele mai multe ori își pot consolida poziția pe piața regională sau transfrontalieră.

Sistemul care trebuie luat în calcul unește elemente precum motivațiile cumpărătorilor, adică a turiștilor, infrastructura generală de acces și cea turistică create special pentru a dezvolta o zonă din acest punct de vedere și practicile de abordare ale furnizorilor de servicii turistice.

În mod firesc, odată cu dezvoltarea turistică apar și noi tipuri de produse turistice sau cele existente pot deveni mai cerute și la modă.

Produsul turistic a cunoscut multe abordări, de la faptul că acesta reprezintă doar serviciile oferite turiștilor precum cazarea, alimentația până la reprezentarea coerentă a unei destinații turistice, care implică de fapt o formă tangibilă a ofertei turistice, incluzând pe lângă servicii și atracțiile turistice. De fapt aspectul concret pe care îl are asocierea serviciilor de transport, de cazare, alimentație și agrement constituie produsul turistic, la care se adaugă și modalitatea de comercializare a acestuia. Se ține cont de satisfacerea nevoilor dar și a dorințelor turistice în momentul în care se vizitează o destinație turistică.

Caracteristicile produselor turistice sunt prezentate în literatura de specialitate ca un set de caracteristici care se pot aplica pe scară largă indiferent de tipul de produs pus în discuție (Kotler, 2002, Lengyel, 2004). Astfel produsele sunt:

- Intangibile, nu au o formă materială
- Inseparabile, consumate în momentul producerii lor
- Eterogene, calitatea depinde în mod semnificativ de furnizorul de servicii
- Perisabile, serviciile incluse în produsele turistice nu pot fi stocate, inventariate.

Produsul turistic față de orice alt produs este întotdeauna relaționat cu un spațiu și se va baza pe caracteristicile acestuia, mai precis pe identitatea sa. Fiind intangibil, politica de preț va constitui un punct esențial în crearea acestuia și va trebui pus accent pe serviciile oferite.

Dacă în trecut prezentarea produselor turistice se făcea sub formă clasică de broșuri, cataloage, în prezent mediul online constituie principalul instrument de comunicare, prin care se materializează forma intangibilă a produselor turistice.

În plus față de produsele clasice unde consumatorul știe deja caracteristicile acestora, turiștii se așteaptă ca produsul turistic să le satisfacă dorințele individuale care sunt și foarte diversificate. De aceea și planificarea pentru astfel de produse este și mai greu de realizat dat fiind faptul că turiștii au un comportament care se poate schimba foarte des în funcție de modă sau de cerințele tot mai sofisticate ale acestora, constante sau cu schimbări minore rămânând doar elementele ofertei turistice (resurse turistice naturale și antropice, stilul de viață al populației gazdă); elementele infrastructurii de transport și de cazare se schimbă de asemenea mult mai greu pentru că necesită investiții semnificative mai ales pe termen lung.

Actorii implicați în turism (transportatori, hotelieri, restaurante, cultura, comerțul, sporturile) nu pot funcționa individual, deoarece un singur serviciu oferit la calitate scăzută turiștilor poate influența în mod negativ imaginea pe care aceștia o au despre o destinație.

Produsul turistic cultural se constituie prin sinteza a două grupe distincte de elemente: *cele culturale* (dorința de a vizita și a cunoaște obiective culturale) și *cele turistice* (mijloace de transport, de cazare, de alimentație).

Un produs turistic cultural este:

- complex, format din mai multe elemente (resurse turistice antropice, dorința de a cunoaște aceste resurse, transport, cazare, alimentație etc.)
- turistul își poate personaliza propriul produs în funcție de dorințe sau îl poate achiziționa de la un furnizor de astfel de produse sub o formă tangibilă-pachetele turistice (sejururi, circuite), oferite de agenții de turism/tour-operatori
- acesta servește pentru a satisface nevoile turiștilor și de a le oferi acestora amintiri și experiențe inedite pe care să le împărtășească cu alți potențiali turiști
- produsul este legat de consumul turistic, care la rândul său este relaționat cu spațiul și timpul
- apare o interacțiune clară între furnizorul de servicii și client, în speță turistul, calitatea fiind apreciată prin atitudinea și comportamentul turistului.

Produsul turistic cultural ca orice alt produs turistic este format din resurse turistice sau atracții turistice în unele cazuri, infrastructura generală și de turism și sin serviciile turistice. Acestea sunt integrate întotdeauna într-un context politic, socio-economic, iar diverși factori vor acționa asupra lor. În continuare vor fi redate câteva noțiuni teoretice despre aceste concepte conform literaturii de specialitate în turism.

Astfel se consideră ca produsele turistice se bazează pe existența unor **atracții turistice** (acele resurse turistice care în spațiu și timp implică și o latură afectivă din partea turiștilor). Aceste atracții sunt clasificate în naturale și antropice. Dar simpla existență a acestora într-un spațiu nu este suficientă fără prezența unei infrastructuri care să satisfacă nevoile de bază ale turiștilor. Astfel pentru o bună valorificare a atracțiilor turistice, prezența infrastructurii de acces și a celei turistice este obligatorie.

Elementele ofertei turistice trebuie armonizate între ele, astfel tipul de produs turistic se va baza pe o anumită atracție care va determina la rândul său caracteristicile cazării și alimentației, modul de transport și durata șederii.



Figura 3 Elementele ofertei turistice dintr-o destinație reflectate și în produsele turistice (sursa: Niță, 2019)

Produsul turistic cultural va trebuie să integreze cu succes elementele componente ale ofertei turistice de mai sus, iar fiecare element va trebui interrelaționat.

Atracțiile turistice sunt dificil de definit, constituind de fapt principala motivație atunci când un turist dorește să se bucure de o experiență turistică, adică elementul de bază al unui produs turistic. Atracțiile au semnificații diferite în accepțiunea turiștilor și chiar a populației gazdă. De exemplu o atracție pentru populația gazdă poate fi percepută diferit de turiști și invers. Făcând un inventar al elementelor caracteristice unei zone/regiuni, se vor identifica în mod cert elemente care într-un timp dat pot deveni atracții precum un peisaj, puncte de belvedere, vechi rețete, vechi podgorii, tradiții, meșteșuguri, obiceiuri. Tot ce trebuie făcut constă în descoperirea acestor atracții, valorificarea lor și continua dezvoltare a acestora, fiind amenajate și promovate turiștilor. Inițial au fost mai apreciate

atracțiile cadrului natural, urmând ca o dată cu dezvoltarea turismului de masă, în sec. XX, cele antropice să fie din ce în ce mai valorificate.



Figura 4 Clasificarea atracțiilor turistice

Pentru dezvoltarea atracțiilor turistice se va ține cont de importanța la nivel local, regional, național și transfrontalier a acestora, cât de accesibile sunt, costurile pentru dezvoltarea lor și capacitatea suport a mediului natural și a celui socio-cultural. Inventarierea va evidenția dominanța uneia dintre categoriile de atracții (fie naturale, fie antropice), atracțiile primare dar și pe cele secundare, care pot determina extinderea sejurului. Administrațiile publice locale au un rol foarte important pe care trebuie să și-l asume în amenajarea și protejarea acestor atracții.

Infrastructura de transport asigură facilitarea accesului la atracțiile turistice, deoarece cele care sunt inaccesibile nici nu vor putea fi valorificate turistic. Mai mult, această infrastructură este utilizată și de populația gazdă. Cu cât infrastructura de acces este mai dezvoltată, cu atât se vor dezvolta zonele din punct de vedere turistic.

Unitățile de cazare asigură de fapt funcția turistică a unei zone, pentru că un călător devine un turist atunci când se cazează cel puțin o noapte într-o destinație turistică (conform OMT). Acestea au diferite clasificări în funcție de capacitate, încasări, utilizare, prețuri, tipul de proprietate, servicii, conexiuni etc. Evaluarea ține de gradul de confort și de serviciile oferite turiștilor. **Alimentația** este de multe ori în conexiune cu unitățile de

cazare și se individualizează în funcție de încasări, calitatea serviciilor, sortimentul de mâncare, prețul, igiena, confortul sau specialitățile oferite. De multe ori doar aceasta poate genera o nouă formă de turism apreciată din ce în ce mai mult, turismul gastronomic dar care nu poate fi particularizat la nivelul unui teritoriu fără a fi însoțit de alte forme de turism.

Mâncărurile tradiționale dintr-o zonă pot genera fluxuri de turiști dacă sunt însoțite de câteva elemente de unicitate și originalitate precum producerea de gemuri, conserve, prepararea în fața turiștilor a diverselor feluri de mâncare, prezentarea obiceiurilor care însoțesc gătitul, cursuri de gătit, degustări de vinuri sau de alte băuturi (țuică, rachiu).

Experiența turistică va fi întregită de oferirea unor **servicii turistice culturale** care surprind specificitățile culturale ale unei zone (folclor, tradiții), stilul de viață al localnicilor (obiceiuri la nuntă, petreceri, preparate alimentare, arta dansului, a cântecelor), viața culturală a comunității (teatre, muzee, expoziții, concerte). Serviciile complementare întregesc satisfacerea nevoilor turiștilor, precum posibilități de a face cumpărături, servicii financiare, de îngrijire medicală, de informare la destinație sau înainte de a pleca în călătorie.

Contextul în care se desfășoară experiența turistică este foarte important atunci când zona este stabilă din punct de vedere politic, al siguranței și securității personale, al asigurării serviciilor de sănătate. **Resursa umană** închide circuitul desfășurării turismului, asigurând experiență, nivel de pregătire, comunicare bună prin cunoașterea limbilor străine, ospitalitate și amabilitate.

Clasificarea produselor turistice din zona de studiu vizează atât oferta turistică cât și cererea turistică, și anume formele de turism care se pot practica, locurile de desfășurare și atracțiile turistice cât și targetul turistic.

Tabel 4 Clasificarea produselor turistice pretabile în zona de studiu

Produse	Forme de turism valorificate	Zona de desfășurare	Segmentul turistic
Cultural	Turism etnic	Zona urbană Zona rurală	Turiști tineri
	Turism al patrimoniului		Familii
	Turism rural		Turiști vârstnici
	Turism religios		
Gastronomic și oenologic	Turism gastronomic	Zona urbană	Turiști tineri
		Zona rurală	Familii

	Turism oenologic		Turiști vârstnici
Activ	Turism de aventură	Zona montană	Turiști tineri
	Ecoturism	Zona acvatică	Familii
	Turism de vânatoare și pescuit	Zona rurală	Turiști vârstnici
Religios		Zona urbană	Familii
	Turism religios	Zona rurală	Turiști vârstnici

Cererea turistică este dată de turiști, cu individualități, personalități, motivații și alegeri proprii. De aceea înțelegerea acestora și a comportamentului lor turistic va ține de diferite segmente, care în literatura de specialitate turistică poartă denumirea de segmentare turistică.

1.3. Planificarea și managementul turismului cultural durabil

În prezent turismul reprezintă un fenomen semnificativ în societate și nu mai poate fi considerat o simplă ramură a economiei ci mai degrabă este asociat unui fenomen socio-cultural care conturează viața unei comunități.

De la dezvoltarea turismului de masă din anii '50 până în prezent, numărul turiștilor a fost în permanentă creștere; această nouă dinamică oferă posibilități multiple de intrare pe piața națională, transfrontalieră și chiar internațională a numeroase produse turistice care stau sub eticheta durabil, verde, natural, eco-, cultural, etnic. Deși asocierea acestora cu produsele turistice nu este un lucru foarte ușor de realizat, tehnicile moderne de strategie, marketing și promovare se dovedesc a fi instrumente utile în creionarea managementului unor destinații transfrontaliere.

Turismul durabil este un element al turismului și al dezvoltării durabile. Aplicarea conceptului de dezvoltare durabilă la nivelul turismului include efectele sociale, de mediu și economice ale activităților întreprinse în turism. Se pune tot timpul în discuție schimbarea, care poate fi măsurată ca pozitivă sau negativă. Cele trei dimensiuni ale durabilității sunt interdependente, cu efecte clare pozitive sau negative de cele mai multe

ori perceptut diferit în funcție de viziune. De exemplu dimensiunea socio-culturală când interferează cu sfera economică rezultă un impact socio-economic care vizează o schimbare a distribuției veniturilor în sectorul turistic; atunci când prima interferează cu mediul, adică cu resursele naturale ale acestuia apare un impact social și de mediu care indică clar schimbări în peisajele naturale. Interacțiunea între sfera economică și cea de mediu determină un impact economico-de mediu care determină o valorificare a activităților de protejare a mediului într-un mod durabil. Toate cele 3 sfere și subsfere evidențiază o abordare integrată a impactului în turism a elementelor administrative și politice.

Consecințele activităților turistice trebuie înțelese astfel: în mediul natural și antropic se încearcă crearea și producția unor experiențe turistice care sunt realizate de producători, fiind adresate consumatorilor, în speță turiștilor. Acestea au un impact imediat asupra consumului și producției turistice dar și un impact pe termen mai lung care se răsfrânge asupra celorlalți indivizi (populația gazdă, stakeholderi).

Turismul cultural reprezintă relaționarea dintre cultură (identitatea unei societăți) și turism, care prin activitatea de recreere introduce turiștii și îi implică în acea societate.

În activitatea de planificare un rol important îl are organizarea deplasării, făcută în mod individual sau în grup, care va influența managementul folosirii produselor turistice. Spre exemplu organizarea de grup va implica o rezervare cu mult în avans de a sosi, pe când deplasările individuale sunt de cele mai multe ori foarte spontane. Cunoașterea motivațiilor turiștilor în momentul în care vizitează un loc este foarte importantă pentru că inevitabil se va face asocierea cu un produs turistic dorit de vizitator, și toate elementele vor putea fi prevăzute și planificate în avans.

Planificarea unui turism durabil are loc la mai multe nivele și are în vedere următoarele (Hall, 2008):

- formele (dezvoltare infrastructură, utilizarea terenurilor, organizarea resurselor umane, promovare și marketing)
- structurile (guverne, organizații non-guvernamentale)
- scara guvernării (internațional, transfrontalier, național, regional, local)
- scara spațială (internațional, transfrontalier, național, regional, local)
- scara temporală (pentru a putea cuantifica schimbarea, dezvoltarea, implementarea, evaluarea și atingerea obiectivelor propuse în planificare).

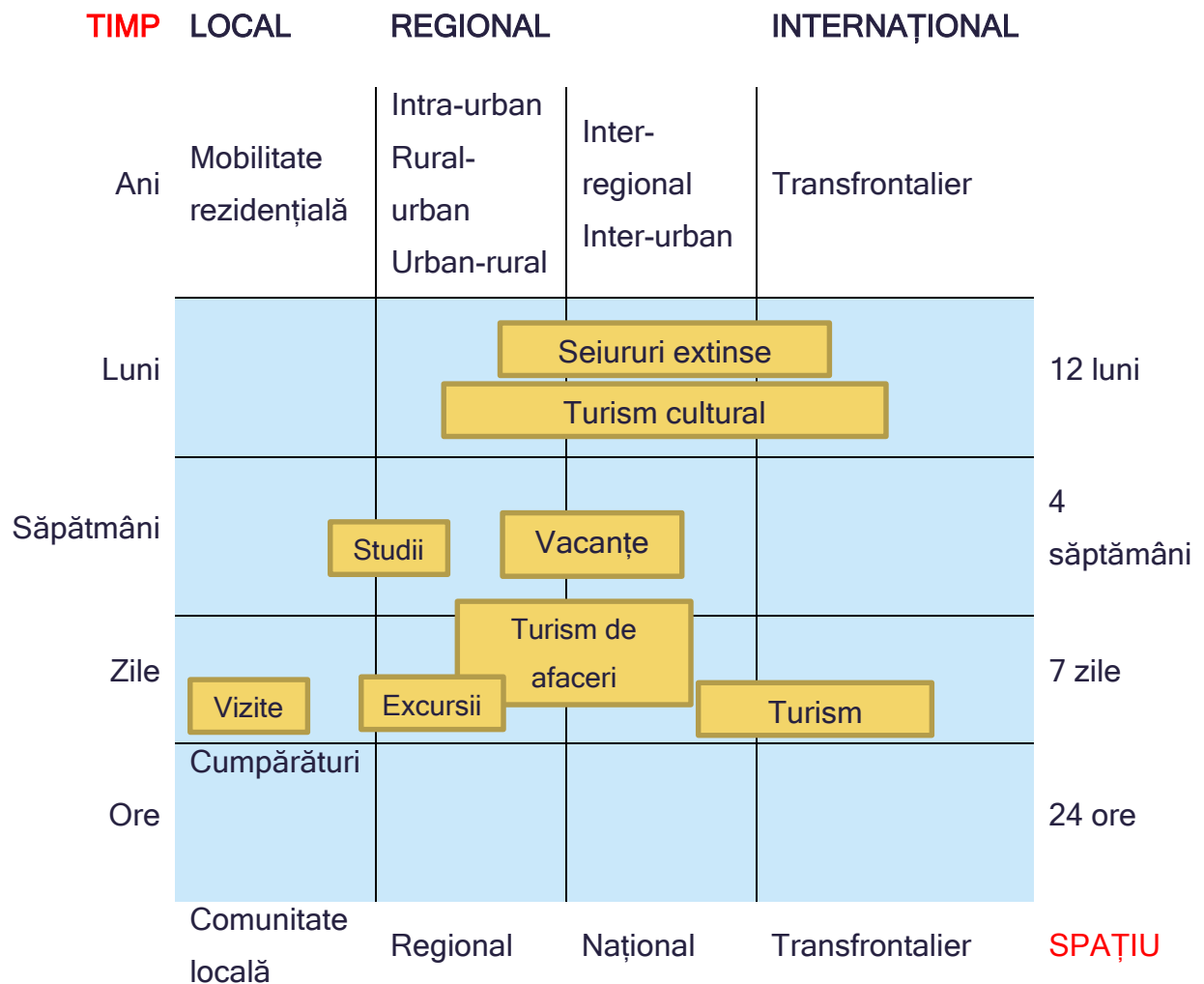


Figura 5 Dezvoltarea destinațiilor turistice în funcție de scara temporală, spațială și a formelor de turism (sursa: adaptare Bell și Ward, 2000)

Mai mult, planificarea în turism tinde să fie un amalgam de elemente economice, sociale, politice și de mediu care trebuie luate în calcul și care reflectă diversitatea factorilor care influențează dezvoltarea turismului (Heeley, 1981, Hall&Page, 2006 citat de Hall, 2008).

Procesul de planificare regională/transfrontalieră în turism include mai multe etape care pornesc de la decizia de a realiza un astfel de proces; urmează setarea viziunii și a obiectivelor, o analiză de potențial, o analiză a pieței și a stakeholderilor, crearea unor scenarii care urmăresc o evaluare detaliată din punct de vedere economic, social și de mediu, dar și a resurselor existente și a infrastructurii. Această primă etapă se finalizează printr-o revizie generală pentru a vedea dacă toate elementele din proces asigură fezabilitatea obiectivelor. Planificarea draft este supusă consultațiilor și urmează revizia

finală. Ulterior acestei etape se va vorbi despre implementare care va avea și un plan de urmărire al rezultatelor.

Astfel procesul de planificare turistică este integrat într-un context, mediu care se poate exprima astfel: macro-mediul, format din dimensiunile socio-culturale, economice, politice și tehnologice, mezo-mediul, format din cultură, valori ale societății și instituțiilor guvernamentale, micro-mediul care la rândul lui este format din interese, instituții, nevoile indivizilor și leadership-ul exercitat de instituții.

Conform lui Hall (2008), **procesul de planificare turistică** strategică trebuie întreprins astfel:

- inițierea procesului datorat cererilor stakeholderilor, a nevoilor identificate în spațiu sau pentru a răspunde la o criză
- se formulează scopul, mai precis, ce se dorește a se obține, de ce se face acest proces, ce limitări există
- se conturează o analiză strategică: a mediului (ce factori afectează zona?), a pieței (cum percep vizitatorii zona?), a competitorilor (ce alte zone vizitează turiștii?), a resurselor (există personal calificat?), a aspirațiilor (ce doresc stakeholderii?), a situației (cât de corectă este viziunea formulată?)
- setarea viziunii și a obiectivelor pe termen scurt, mediu, lung prin decizii de zi cu zi, care fac parte din planuri de acțiune integrate la rândul lor în planuri strategice. Aceste lucruri vor fi realizate folosind metode și tehnici de management turistic: indicatori precum monitorizarea vizitatorilor, marketingul, interpretarea turistică a patrimoniului, consultările cu comunitățile locale, managementul resurselor și a previziunii
- monitorizarea și evaluarea procesului de planificare.

Trebuie menționat că planificarea va implica și anumite probleme ale proceselor turistice, care apar din cauza problemelor de mediu sau ca urmare a aranjamentelor instituționale. Problemele de planificare țin de prioritate, certitudini, specificități, complexitate a actorilor implicați, fie la nivel individual sau de grup, pentru că aceștia au la rândul lor valori și interese proprii, percepții, competențe vocaționale sau non-vocaționale.

Exemple din diverse studii relevă că resursele și atracțiile turistice sunt elemente primare într-o destinație turistică care determină motivarea deplasării turiștilor către aceasta, fiind factori de bază atunci când vizitatorul alege o destinație. Astfel trebuie primele analizate atunci când se vorbește de planificare în turism. Organizarea turistică implică existența unei activități turistice ca mai apoi să poată fi urmați pașii pentru dezvoltarea produselor. Aceste produse sunt legate de existența nu numai a resurselor turistice ci și a ofertei

complementare care constituie cheia pentru implementarea acestora (Torres, 2003 citat de Vareiro și colab., 2005).

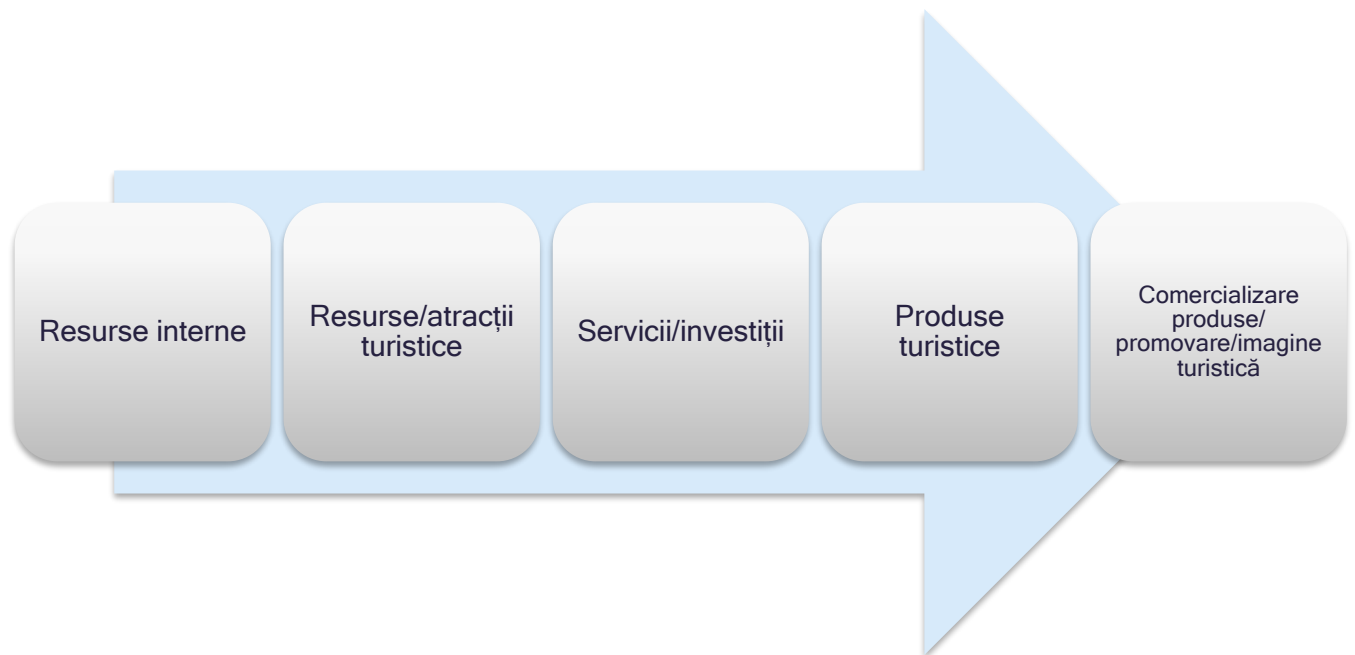


Figura 6 Procesul de planificare turistică într-o destinație turistică (sursa: adaptare după Vareiro și colab., 2005)

Analiza destinațiilor turistice nu trebuie să se concentreze pe unitățile teritoriale neapărat, pentru că acest fapt nu se pliază pe realitatea pieței turistice, persoanele tind să călătorească într-un loc fără să țină cont neapărat de limitele administrative.

Regiunea transfrontalieră RO-BG are un patrimoniu natural comun definit geografic de fluviul Dunărea și totodată și un patrimoniu istoric și cultural bogat. Aceste atribute îi conferă un potențial turistic mare, în special dacă operatorii economici vor avea o abordare comună asupra pieței turistice. Vizitatorii de o parte și de alta a graniței călătoresc frecvent fără a acorda o importanță prea mare acestei frontiere, mai ales o dată cu realizarea podului Calafat-Vidin.

La o simplă analiză a promovării se constată că există broșuri sau informații în mediul online care au un conținut turistic însă abordările sunt individuale pentru fiecare județ/district în parte, neexistând ideea unei promovări comune, cel puțin până în acest moment.

Pentru consolidarea teritoriului transfrontalier ca destinație turistică în regiune este nevoie ca actorii publici sau din mediul privat să acționeze pentru a obține o valorificare mai eficientă a resurselor endogene disponibile. Un pas pe viitor ar fi conturarea unei imagini turistice comune a regiunii transfrontaliere și a promovării acesteia în același mod unitar.

Managementul are o caracteristică universală putându-se aplica organizațiilor publice și private și este un proces prin care se coordonează, planifică, controlează activitățile dintr-o organizație în vederea atingerii scopurilor propuse.

Funcțiile managementului sunt planificarea, organizarea, leadershipul (antrenarea și motivarea) și controlul. Întotdeauna se vor folosi diferite sisteme și metode de management precum managementul prin obiective, proiecte, bugete, excepții, sistemul cost-oră-producție, managementul participativ sau tehnici specifice de management: stimularea creativității personalului, delegarea și diagnosticarea (Sava, 2010).

Activitatea de turism aplică la rândul ei anumite tehnici și metode de management.

Managementul are o importanță mare în toate nivelurile organizaționale ale unei firme de turism sau destinații.

În domeniul serviciilor, în rândul cărora se situează și cele din turism, indiferent de dimensiunea acestora este nevoie de:

- specializare;
- creștere relațiilor;
- preocupare sporită pentru prestații de calitate (raport corect preț- calitate);
- studierea atentă a pieței și respectiv a concurenței (Nistoreanu, 2002).

Pentru **managementul resurselor/atracțiilor turistice**, factorii determinanți sunt cei economici, de mediu, demografici și politici (dezvoltarea economico-socială a zonelor, creșterea timpului liber și cea demografică, frumusețea peisajelor din diferite destinații, creșterea veniturilor/locuitor, stabilitate politică), însă și echilibrarea ofertei turistice cu cererea turistică este esențială. Toate aceste procese sunt înglobate în **strategii de dezvoltare a turismului**.

Ca și în cazul oricăror altor activități, managementul în activitatea de turism implică planificarea, organizarea, coordonarea și controlul resurselor, totul pentru a-și atinge obiectivele stabilite.

Sistemul activității de turism poate fi reprezentat ca un sistem deschis ce face schimb de informații cu alte sisteme și are nevoie de elemente de intrare (inputs) pe care să le poată transforma în ieșiri (rezultate-outputs); este dinamic, autoreglabil și probabilistic. Asupra sistemului acționează de multe ori oportunități și constrângeri. Asemenea elemente de intrare se referă la turiști, capital, tehnologie, resurse umane și turistice. Prin procesul

managerial elementele de intrare devin elemente de ieșire: produse turistice, servicii turistice, satisfacții, integrarea obiectivelor.

Astfel managementul trebuie să cunoască și să urmărească obiectivele firmei/destinației turistice și a solicitanților de turism pentru a vedea care sunt potențialele elemente de intrare și ieșire din cadrul sistemului turistic abordat.

Funcțiunile managementului activității de turism sunt cele caracteristice oricărei firme, adică de cercetare-dezvoltare, producție, comercială, financiar-contabilă, de personal și marketing (Sava, 2010).

Funcția de producție prezintă particularități în sensul că activitățile sunt foarte diverse și sunt efectuate la solicitarea consumatorului și în prezența sa.

Marketingul în turism este un domeniu abordat cu interes de management prin prisma naturii și caracteristicilor produsului turistic. Acesta contribuie la orientarea activității turistice în concordanță cu dinamica și cerințele mediului socio-economic și trebuie să analizeze oportunităților de piață, să studieze și să aleagă piețele țintă, să elaboreze strategii și programe de marketing, să organizeze, să implementeze și să controleze activitățile de marketing.

Eficiența managementului se remarcă prin colectarea, prelucrarea și transmiterea către utilizatori a informațiilor necesare adoptării deciziilor de ordin managerial sau de marketing.

Sistemul informațional de marketing într-o firmă sau într-o destinație cuprinde mai multe aspecte de care trebuie să se țină cont, astfel:

- trebuie studiate condițiile existente pe piața turistică;
- sursele de informații trebuie să fie corecte;
- trebuie utilizate metode adecvate de culegere, prelucrare a datelor;
- informațiilor necesare trebuie colectate, structurate și repartizate în timp;
- deciziile de marketing care trebuie luate de managementul general trebuie să fie strategice (se adoptă la intervale de timp largi) și tactice (privesc activitatea curentă) și trebuie să fie în conformitate cu obiectivele setate de management.

Relația dintre furnizor de servicii și turist stă în centrul oricărei acțiuni de management, respectiv de marketing (Olteanu, 2003).

Dacă o zonă dorește să se dezvolte din punct de vedere turistic și dorește să își atingă obiectivele în acest sens, utilizarea managementului ca proces prin care se planifică, conduce și controlează activitățile este esențială. Un management corect va determina pe termen lung și o dezvoltare economico-socială zonală, mai precis se îmbunătățește

standardul de viață, companiile folosesc eficient resursele existente pentru dezvoltare și creare de noi locuri de muncă.

Pentru un teritoriu, se cunosc teoriile conform cărora poli de creștere, de dezvoltare (de cele mai multe ori centre urbane), locurile centrale, joacă un rol covârșitor în angrenarea în dinamica dezvoltării a zonelor din proximitate, care vor beneficia de avantajele date de această "revărsare" de funcții. În final va conta societatea prin om, punerea în valoare a culturii, tradiției și civilizației, comunicarea și durabilitatea în timp a fenomenelor.

Resurselor turistice dintr-un teritoriu au un puternic caracter de individualitate generând o varietate a ofertei turistice generale. Dezvoltarea turistică se impune a fi competitivă în conformitate cu exigențele piețelor naționale și internaționale punându-se accent pe resurse turistice mai puțin cunoscute sau necunoscute. În trecut se punea accent pe dezvoltarea infrastructurii, iar resursele turistice se depreciau. Apare un dezechilibru între potențial și ofertă care se poate diminua prin management calitativ. Integrarea resurselor într-un circuit turistic duce la schimbări în bine ale proceselor: crearea de noi locuri de muncă, valorificarea produselor proprii pe plan local, modernizarea infrastructurii generale, creșterea economică a zonei și a calității vieții.

Strategiile de creștere sunt cele mai adecvate pentru că se bazează pe obiective ca: concentrarea activității, integrarea pe orizontală și pe verticală, diversificarea activității dezvoltarea produselor și serviciilor. Acest fapt diminuează și distribuie riscurile astfel încât zona să nu fie dependentă de un singur domeniu de activitate și să se poată obține profituri continue.

O schemă a importanței unei strategii pentru dezvoltarea unei zone este dată de previziune, formularea strategiei, care cuprinde o planificare și o programare a acțiunilor (Sava, 2010).

Dezvoltarea unui nou tip de turism poate fi realizată aplicând *strategia specifică* alături de strategii de dezvoltare a infrastructurii generale și turistice, de calificare a forței de muncă. Pentru a pune în valoare resursele turistice existente, acestea trebuie incluse în diverse produse turistice competitive. Strategiile de produs se referă la diversificarea gamei de produse; diferențierea produsului pe piață; perfecționarea produselor turistice; înnoirea gamei de produse; segmentarea corectă a pieței (Sava, 2010).

2. CULTURA RROMĂ ÎN ZONA TRANSFRONTALIERĂ RO-BG

2.1. Turismul etnic – componentă a turismului alternativ

Piața pentru turismul cultural este destul de mare și în continuă expansiune, reprezentând aprox. 40% din piața globală a turismului, cu o rată de creștere de 15%/an (OMT, 2018).

Pentru turismul cultural, tendințele internaționale arată schimbări de paradigmă, atitudinile și comportamentele turiștilor modificându-se în ultima perioadă:

- destinațiile urbane sunt mai preferate față de destinațiile rurale, fenomen datorat și turismului de week-end sau de scurtă durată dar și concentrării de produse culturale cu predilecție în zonele urbane;
- se pune accent mai mare pe activități culturale decât pe relaxare, sau apare o îmbinare a acestora, pentru că turiștii preferă ca în perioada vacanțelor să aloce timp hobby-urilor și intereselor;
- vizitatorii doresc să experimenteze cultura prin interacțiuni cu populația locală, prin învățarea de lucruri noi sau prin practicarea diferitelor activități decât să asiste pasiv la prezentarea formală a culturii;
- autenticitatea este cuvântul cheie pentru turiștii "culturali" care apreciază astfel de aspecte oferite de populația gazdă
- se tinde spre practicarea unui turism cultural soft (mese tradiționale, socializare, interacțiuni cu populația locală, vizionarea de obiceiuri, tradiții etc.), adică ceea ce oamenii fac sau experimentează pe lângă atracțiile culturale hard (doar prezente în spațiu, cu interacțiuni redusă).

Noile tendințe în turism evidențiază o trecere de la turismul de masă la cel alternativ, cu diferențe marcante care țin de trenduri și de mentalități.

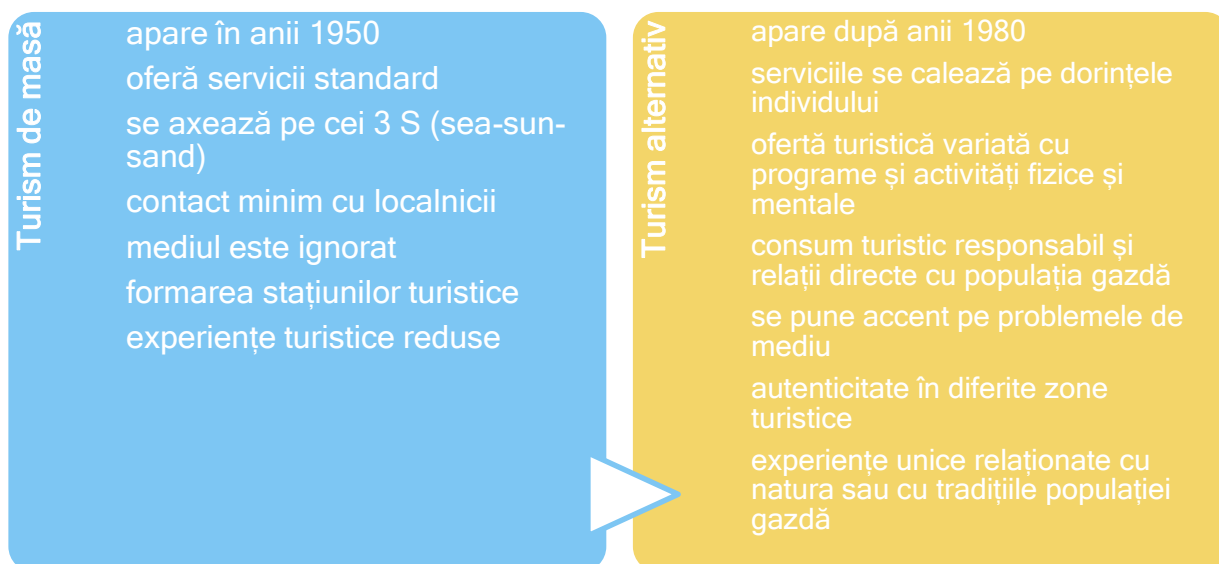


Figura 7 Turismul de masă vs. turismul alternativ- caracteristici

Portofoliul produselor turistice culturale din zona de studiu este bogat și variat, reprezentând dezvoltarea socială și culturală a zonei transfrontaliere din cele mai vechi perioade istorice până în timpurile moderne. Multe dintre aceste produse sunt destul de accesibile. În ceea ce privește calitatea, aceasta variază de la caz la caz, de cele mai multe ori produsele individuale, specializate având un succes mai mare la targetul turistic. Imaginea generală este legată de faptul că zona de studiu are o ofertă turistică mai scăzută în comparație cu alte destinații din proximitate, fiind mai mult legată de prezența Dunării și a reliefului din zonă. Uneori percepțiile evidențiază că existe similarități de o parte și de alta a Dunării, astfel încât căutarea noilor experiențe turistice se face de multe ori în alte destinații turistice decât cele din studiu.

În prezent nu există studii legate de percepția și gradul de satisfacție al turiștilor efectuate în zona transfrontalieră referitoare la oferta turistică culturală. Deși este considerată a fi mai scăzută calitativ decât alte regiuni, zona transfrontalieră RO-BG din studiu are multe de oferit și nu doar consumatorilor de produse culturale clasice. Atunci când combinația dintre obiectiv turistic și crearea unei experiențe turistice este livrată corespunzător, se va crea clar un impact în bine pe piața turistică. Cu toate acestea mai sunt multe îmbunătățiri de realizat pentru dezvoltarea produselor turistice, necesare pentru a face față exigențelor viitoare.

Principalele piețe furnizoare de turiști în zona de studiu sunt România, Bulgaria, Serbia, atât turiștii interni cât și cei externi din cadrul acestora, deși accentul se pune în prezent

pe turiștii interni care să asigure consumul produselor turistice culturale. Și turiștii din piețele țintă europene sunt interesați de cultură și patrimoniu, vizitând cu predilecție locurile istorice și monumentele. Aceștia sunt segmentați de la tineri (20-30 ani) până la adulți (40-60 ani), cu venituri peste medie și cu studii universitare.

Conform www.insse.ro, 2018, în România cei mai mulți turiști sunt cazați în unitățile din București și din principalele orașe- municipii din țară, cu peste 5,5 milioane de turiști, față de alte zone- litoral, stațiuni balneare, care înregistrează sub 1 milion turiști cazați fiecare în parte.

Relația dintre furnizorii din turismul cultural (stakeholderi comerciali, furnizori de artă, asociații non-profit, muzee, teatre), furnizorii de cazare, alimentație, transport și servicii turistice (cu rol indirect în turismul cultural) trebuie corelată cu activitatea distribuitorilor și celor care fac marketingul destinațiilor (agenții de turism, tour-operatori, grupuri și firme de marketing) pentru a ajunge mult mai bine la consumatorii culturali.

Un produs care se poate adapta cu ușurință, fiind flexibil este mai apreciat de multe ori, vehiculându-se ideile că fiecare turist poate trăi și descoperi destinațiile transfrontaliere din zona RO-BG din perspectivă proprie.

Turismul etnic reprezintă dorința turiștilor de a avea experiențe culturale exotice prin interacțiunea cu grupuri minoritare diferite, care la rândul lor doresc să folosească aspecte din cultura lor pentru a crea oportunități economice.

Astfel turiștii au șansa de a experimenta diferite aspecte unice din punct de vedere cultural, al peisajelor și al stilului de viață. În multe țări din lume a fost adoptat pe scară largă și promovat ca o strategie de dezvoltare economică și de protejare a resurselor culturale, deoarece multe grupuri minoritare sunt destul de dezavantajate în comparație cu populația majoritară și cel mai important avantaj al acestora se dovedește a fi propria lor cultură (Yang, Wall, 2009). Diferiți autori au pornit de la dezvoltarea acestei forme de turism care a luat naștere în zonele exotice de pe glob și care s-a extins la locații ce vizează migranții din diverse continente sau populația minoritară din diverse centre urbane. Turismul etnic urban s-a axat pe cartierele și enclavele etnice din marile orașe unde cultura acestora poate fi accesată cu ușurință în cadrul festivalurilor locale sau

restaurantele acestor minorități (a se vedea comunitățile de romi, evrei din orașele europene: Budapesta, Viena, Paris etc.).

Impactul acestei forme a fost văzut mult timp ca fiind unul negativ pentru că submina cultura tradițională cauzând probleme pentru comunitatea gazdă, precum tensiune socială, segregări socio-culturale și o slăbire a identității locurilor (Smith, 1977 citat de Yang, Wall, 2009). De fapt era perceput ca o "poluare" a culturilor autentice în scopuri turistice. Mai târziu a fost însă sesizat și aspectul pozitiv al practicării acestei forme de turism, și anume efectele de natură economică, culturală și politică: crearea de noi locuri de muncă, generarea de venituri, fapt ce duce la creșterea standardului de viață al etniilor. Din punct de vedere social și cultural, s-a remarcat păstrarea și revitalizarea atributelor culturale etnice, creșterea stimei de sine ca minoritate în special în rândul tinerilor și o îmbunătățire în ansamblu a imaginii comunității minoritare percepute de populația majoritară - consolidarea identității etnice prin creșterea mândriei și respectului față de minoritate.

Turismul cultural etnic include toată gama de *experiențe* pe care vizitatorii o pot trăi și experimenta în cadrul destinației- stil de viață, patrimoniu cultural, artă, meșteșuguri, oameni și activități, dar și modalitățile prin care aceste elemente sunt interpretate turistic în produse. Deși aparent se vorbește despre un produs de nișă, se dorește o popularizare mai mare a acestui produs turistic etnic în zona transfrontalieră, fiind în prezent integrat în turismul alternativ și nu în turismul de masă.

Viitorul acestei forme de turism constituie o provocare pentru că până în prezent deciziile și beneficiile turismului etnic nu s-au răsfrânt asupra comunităților etnice ale căror culturi sunt valorificate, ci mai mult asupra guvernelor și antreprenorilor. Cei din urmă nu au consultat minoritățile a căror cultură a fost "vândută" prin turism, însă au beneficiat din plin de ea. Abordările viitoare ale acestei forme de turism trebuie să includă și părerile minorităților a căror cultură este valorificată și să respecte mai mult oamenii din aceste comunități, să-i ajute să beneficieze mai mult de pe urma acestor procese.

2.2. Cultura romă în zona de studiu- caracteristici

În urma realizării studiilor de teren referitoare la cultura tradițională romă din județul Dolj, Mehedinți - România și din districtele Vidin și Montana - Bulgaria, ce fac parte din cadrul

proiectului "Descoperiții comorile culturii rome", s-au identificat numeroase ramuri/bresle rrome care au o răspândire semnificativă la nivelul teritoriului de studiu. Cele mai importante aspecte vor fi redate în continuare în acest subcapitol.

Rromi ca minoritate reprezentativă în cele două țări, România și Bulgaria, au un impact social și cultural asupra teritoriilor unde aceștia sunt localizați. Cultura lor este extrem de diversificată de la localitate la localitate, însă elemente comune predominante s-au regăsit în toate teritoriile analizate. Acest lucru marchează faptul că proveniența acestora în Europa datează din perioada mării migrării din India, cu efecte covârșitoare în teritoriu.

Aspectele cele mai reprezentative despre această cultură rromă surprinse în studii, au fost de natură socială și culturală dezvăluind o adevărată "societate" cu multe cutume și obiceiuri care sunt uneori bine păstrate în multe comunități.

Interesante s-au dovedit a fi meșteșugurile practicate de bărbații rromi care au învățat să confecționeze diferite obiecte din cupru, lemn, răchită etc. de la părinți, bunici și rolul exclusiv al femeii în atribuțiunile casnice și în creșterea copiilor.

În cadrul Bulgariei s-a mai remarcat că împărțirea se face pe nivele, primul este familia, ce de-al doilea neamul (care poartă numele unui lider) și cel de-al treilea este ocupația. Deși rromi au fost la origini nomazi, lucru care se mai întâlnește și astăzi în anumite zone din Europa, în zonele de studiu, respectiv în regiunea transfrontalieră RO-BG, rromii călătoresc doar vara când vizitează târguri, în rest aceștia s-au sedentarizat și de multe ori au fost asimilați teritoriilor.

Din punct de vedere cantitativ, statisticile au relevat diferite procente de reprezentativitate la nivelul teritoriului a acestei minorități, cu procente de minim 5% și chiar peste 10%.

În Dolj, există un procent de 4,5% (29.839 persoane) din populația județului conform recensământului din 2011, însă alte studii arată un procent de 5,5%, un număr semnificativ pentru o etnie minoritară.

În județul Mehedinți din totalul populației, 265 390 locuitori, 10 919 sunt rromi, cu cea mai importantă comunitate în localitatea Strehăia.

În Bulgaria, rromi reprezintă a doua minoritate după turci. În districtul Montana aceștia au o pondere de 12,31% (la care se adaugă rromi turci cu 0,09%), adică 18.228 persoane, cei mai mulți locuind în mediul urban, în zonele periferice.

În districtul Vidin, rromi au totalizat 9 786 persoane, adică 7,523% din totalul populației districtului.

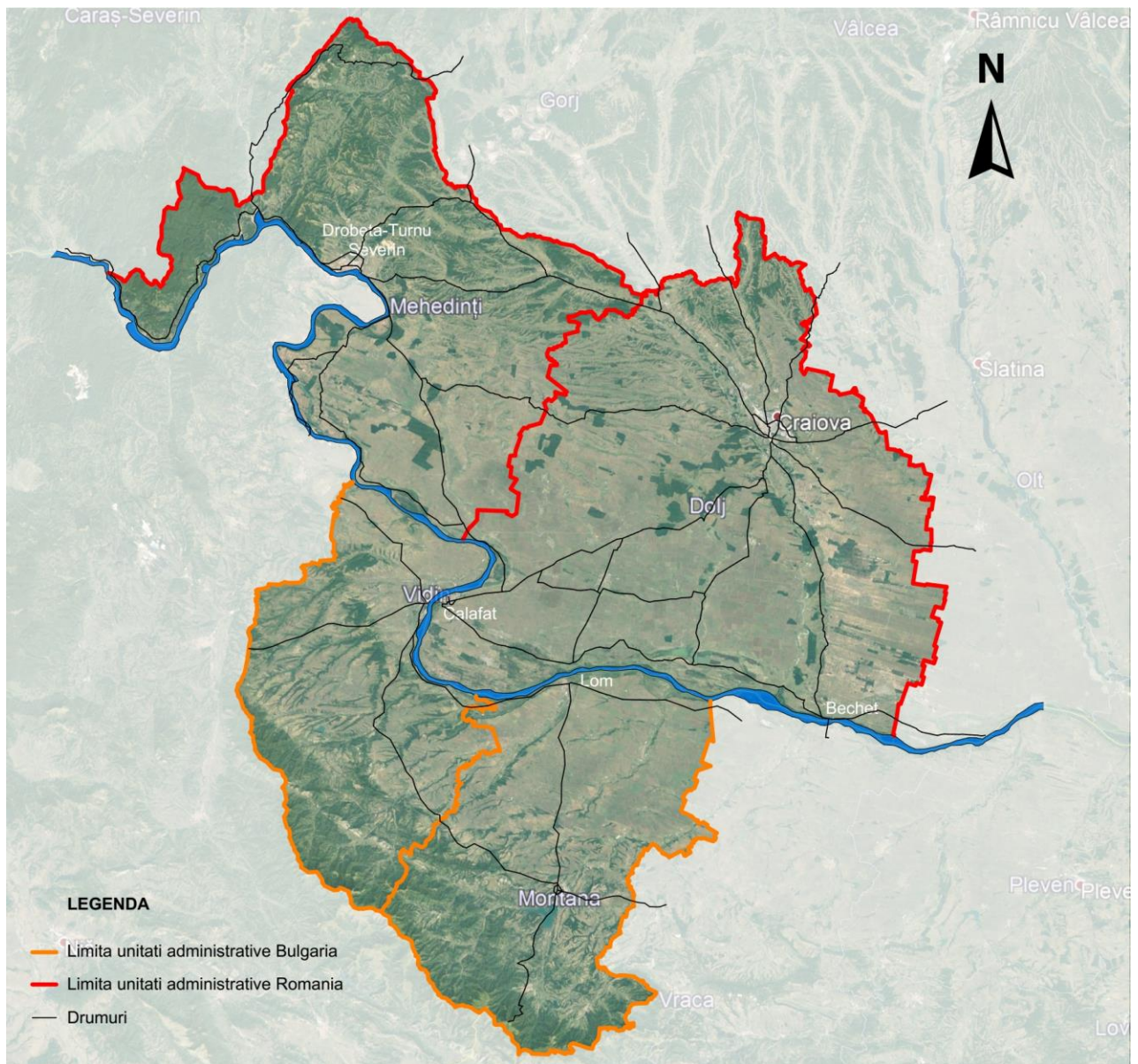


Figura 8 Zona transfrontalieră cu județele Dolj, Mehedinți (RO) și districtele Vidin, Montana (BG)

Istoric vorbind, proveniența acestora pe teritoriile Dolj, Mehedinți, Vidin, Montana este legată de migrația rromă din India spre Europa care s-a desfășurat în mai multe etape, între 800-1300. În România aceștia ar proveni din migrația din perioada anilor 1241-1242, când erau folosiți ca robi în Moldova și Țara Românească, ca mai apoi robia să fie abolită în 1856.

Alte surse istorice arată că migrația s-ar fi produs prin sudul Europei, romei pătrunzând în România prin Bulgaria. În perioada comunistă aceștia lucrează în mine sau ca muncitori necalificați în industrie, nemaipracticând meșteșugurile pe care le știau. De multe ori colectau obiecte vechi și făceau schimb cu alte produse.

În perioada actuală, comerțul este principala ocupație, vând haine vechi sau cumpără fier și cupru. Meșteșugurile mai sunt păstrate, însă sunt zone în care acestea încep să dispară și să fie înlocuite de industrializare și modernizarea adusă de producția în masă.

Ramurile de romei, breslele/neamurile sau ocupațiile relevă o denumire care reflectă ocupația de bază a acelor romei care fac parte integrantă a acestor ramuri.

Deși au denumiri diferite în România și Bulgaria, s-au identificat elemente comune ale acestor ocupații precum cărămidari, rudari, spoitori, lingurari, argintari, etc.

Cei mai mulți dintre ei au fost asimilați, dar își păstrează obiceiurile și tradițiile, chiar dacă nu mai vorbesc limba.

În Bulgaria spre exemplu Yerlii sunt o comunitate intergrup, al cărui nume provine cel mai probabil din cuvântul turc yerli (nativ, om local). În Sofia și în sud-vestul Bulgariei unii dintre romei se identifică ca sedentari, adică Yerlii. Potrivit cercetătorilor, Yerlii sunt oameni cu moralitate și o mentalitate modernă, comparativ cu grupurile nomade de romei.

Mai jos sunt redate principalele ramuri rome și caracteristicile acestora din zona de studiu.

Rromii argintari

- sunt considerați printre cei mai pricepuți meșteșugari, reprezentând partea de elită a neamurilor de romei. Argintarilor li s-a dat această denumire pentru a-i deosebi de aurari, dar mai ales pentru că materialul de bază pe care îl prelucrează este argintul.

- provin din Teleorman în România

- meșteșugul: prelucrează materiale prețioase (aurul, platina și argintul) sau înlocuitoarele acestora din care confecționează bijuterii, obiecte de cult precum și obiecte de artă decorativă în propriile locuințe, lucrând mai mult în perioada de iarnă. Uneori topesc lingurițe, furculițe de argint pentru a confecționa podoabe. Învață de mici meșteșugul, negociază prețul și fac trocuri. Merg în târgurile săptămânale și cele de la marile sărbători din martie până în decembrie unde își fac reclamă prin expunere directă. Se adresează mai mult cumpărătorilor urbani.

- familia: numeroasă 6-12 membri, se menține "judecata țigănească" și căsătoria tradițională se mai păstrează rar doar în unele comunități. Bărbații se ocupă de creare

bijuteriilor, iar femeile de vânzarea lor. Femeile se căsătoresc tinere, sunt casnice și merg rar la școală. Copiii învață de mici meseria, făcând doar 8 clase. Când se căsătoresc locuiesc cu părinții bărbatului.

- cultura: îmbrăcăminte modernă, vorbesc și limba romani dar și românește/bulgară. Își păstrează destul de puțin obiceiurile față de alte bresle, fiind de cele mai multe ori asimilați de populația nerromă. Nu au ritualuri legate de vrăjitorie.

Rromi căldărari

- au păstrat cel mai bine tradițiile și cultura romani, păstrându-și și azi limba, portul și valorile, ei sunt romi „chachipe”, adică romi adevărați, care păstrează tradițiile din bătrâni. Au avut o viață nomadă și au locuit în corturi, fiind întâlniți mai mult la sate unde practică trocul. Reprezintă doar 5% din totalul breslelor existente.

- sunt întâlniți în zona Olteniei în județele: Vâlcea, Dolj, Olt, Gorj și Mehedinți, dar și în zona Transilvaniei, în Sibiu și Alba-Iulia, în Bulgaria, în Asparuhovo, Valchedram, Berkovitsa, Gromshin, Yakimovo.

-meșteșug: confecționează căldări, cazane de țuică, tăvi, tigăi, oale, obiecte de podoabă sau de cult, sfeșnice, ibrice, pahare din tablă de aramă sau alamă, cupru sau inox. Căldărarii își fabrică propriile instrumente pentru făurirea obiectelor din cupru sau alamă, printre care amintim: foarfeca de tablă, nicovala sau ciocanul din lemn. Făurirea unui obiect poate să dureze câteva zile, fiind necesare aproximativ 5.000 de lovituri de ciocan până la finalizare. În prezent fac cazane doar la comandă și se ocupă mai mult cu comerțul de cupru și de mase plastice.

- familia: bărbatul se ocupa de confecționarea obiectelor, iar femeia le vindea. În prezent ea se ocupă mai mult de familie și de copii. Familiile sunt extinse, copiii se căsătoresc la vârste fragede și învață de mici meșteșugul de la părinți, bunici.

- cultura: au un stil de viață tradițional, închis. Limba are influențe slave. Păstrează tradițiile de Sfânta Marie Mică (8 septembrie): pelerinajul la Costești (județul Vâlcea), complex ritualic cu rol de a reazeza ierarhiile de putere în neam și de a reconfirma tradiția de familie, ritual de purificare la biserică, prin rugăciune și închinare, dar și prilej de încuscrire, de arvunire a miresei și de stabilire a unor relații economice între comunități.

Rromi fierari

- confecționează unelte și obiecte din fier. Odată cu industrializarea și modernizarea societății, fierarii romi nu au mai avut de lucru și au devenit agricultori sau muncitori în industrie. După '89 în România, când multe terenuri s-au retrocedat către proprietari, puținii fierari rămași la sate au început să fie căutați pentru a lucra căruțe și unelte. Sunt mai multe meserii care se practică în această breaslă: fierăritul, lăcătușeria, potcovăria,

caretăria și feronerie. Tehnică de lucru veche este așa numita alămirea țigănească (adică ciocănirea aramei).

- meșteșug: s-au sedentarizat timpuriu din prisma necesității obiectelor pe care le confecționau (sape, lopeți, furci, topoare, căruțe) de către comunități. Erau cei mai bogați dintre bresle.

- familia: și-au păstrat tradițiile dar au fost și asimilați de către populația majoritară. Bărbatul este interfața familiei în exterior, fiind șeful familiei cu putere de decizie. Femeia este responsabilă de educația copiilor, treburile gospodărești, inclusiv prepararea hranei și supravegherea membrilor bolnavi sau bătrâni ai familiei. Uneori vinde produsele realizate de bărbat. Meșteșugul este transmis din tată în fiu.

- cultura: nu mai păstrează portul tradițional și nu mai apelează la judecată, bătrânii au un rol foarte important în familie aducând înțelepciune și echilibru. S-au sedentarizat printre primii. Vorbesc limba romani dar și româna, fiind un exemplu clar de aculturalizați.

Rromi cărămidari

- Cărămidăria este ocupația cea mai frecvent întâlnită în rândul romilor sedentarizați, reprezentând 30% dintre romii care au o meserie. Este totuși o ocupație cu un statut social mai redus față de argintari, fierari, fiind mai puțin integrați în comunități, localizarea lor fiind mai mult marginală.

-meșteșug: sezonier, pe timp de vară. Se practică în alternanță cu împletitul răchitei, fabricarea rogojinilor sau produselor din lemn, fierăritul, lăutăria.

- familia: sunt de multe ori asimilați. Bărbatul reprezintă capul familiei și este responsabil pentru întreținerea soției și copiilor lui (are autonomie, atocrație și conduce familia); femeia este responsabilă de educația copiilor, de treburile gospodărești, inclusiv de prepararea hranei și supravegherea membrilor bolnavi sau bătrâni ai familiei. Femeia poate prelua rolul de a aduce bani prin activități de tipul: comerț, practici (ghicit, descântat).

-cultura: vorbesc și limba romani și româna/nulgara. Își manifestă apartenența la neamul rrom.

Rromi corfari și rogojinari

- împletesc și vând corfe sau coșuri din nuiele de alun, de răchită sau de salcie. În aceeași categorie sunt încadrați și cei care fac rogojini (din stuful de pe Dunăre, după data de 1 iulie; aceste rogojini se folosesc în sere, terase, ca și covoare, garduri, ca decor), sau alte obiecte casnice, deși aceștia mai sunt numiți și rogojinari.

- s-au stabilit de regulă pe malul apelor, de unde își procurau materia primă: Negoii, Bistreț, Dunăreni, Băilești, Segarcea, Calopăr și Sadova, Dolno Linevo.

-meșteșug: dacă materia primă este salcia, ea este recoltată de pe malul râului (primăvara, toamna), iar după uscare poate fi folosită. La fel se întâmplă și în cazul papurei sau al răchitei. Dintre obiectele construite de corfari în România, cea mai cunoscută este papornița - un coș împletit din papură, folosit pentru transportul alimentelor. Se practica în trecut în gospodării, în prezent se lucrează individual, în familie.

-familia: are rolul de a asigura adăpostul și hrana membrilor săi, creșterea, educația și căsătoria copiilor, să garanteze securitatea materială și socială a membrilor săi, să țină relații mai strânse cu familia apropiată (între 3 și 5 generații) decât cu familia îndepărtată, să participe la toate evenimentele familiei (nunți, botezuri, înmormântări).

-cultura: etimologic, numele de corfar vine din germană "Korf" (= împletitor de nuiele), iar cel de rogojinar de la ocupația în sine. Sunt semi-acceptați de comunitate, sunt localizați în general marginal în cadrul acesteia.

Rromi lăutari

- sunt cel mai cunoscut neam de rromi, iar existența lor este cel mai bine documentată dintre toate celelalte ramuri. Lăutarii au devenit persoane foarte importante pe lângă curțile domnești și boierești în trecut. Oamenii locurilor în care ajungeau șatrele i-au auzit și au început să îi invite la diverse manifestări. Acolo, țiganii muzicanți au început să își facă public talentul, contracost. Specificul muzicii prestate era cel oriental, de aceea tenta exotică a avut mare succes la auditoriul de pretutindeni. Mai târziu, țiganii ***ursari*** au făcut echipă cu lăutarii, plimbatul ursului pe la târguri, bâlciuri și circuri fiind însoțit de muzică.

- meșteșug: muzica rromani vocală sau instrumentală, este specifică romilor și nu se cântă decât în interiorul comunității. Ea are caracter ritualic (cântecul de nuntă, bocetul etc.) sau neritualic (cântecul de dragoste, cântecul de leagăn etc.). Muzica lăutărească face parte dintre ocupațiile tradiționale ale rromilor, așadar aduce venit și aparține interpreților profesioniști, vocal sau instrumental, inclusiv ai muzicii populare autohtone. De multe ori artiștii rromi preiau motive sau fraze muzicale din muzica rromani sau chiar „stilul” de interpretare al muzicii rromani și le transpun în muzica lăutărească. Acest fenomen este cunoscut sub numele de „manieră romă” de interpretare. Un element aparte al muzicii țigănești tradiționale îl reprezintă cântecul de jale. De multe ori, la priveghi și la înmormântare, romii aduc lăutari. În aceste cazuri, muzica are rolul de a menține vie amintirea celui care pleacă în lumea veșnică și de a menține unitatea neamului. Prin versuri se spune povestea vieții celui trecut în lumea umbrelor. Muzica țigănească de la înmormântări evocă, prin versuri, aspecte pozitive din viața celui trecut la cele veșnice, iar ritmul este unul lent, de jale.

- familia: formațiile de lăutari romi sunt alcătuite din familii, iar ocupația se transmite din tată în fiu. Căsătoria reprezintă o legătură pe viață între cele două familii.

-cultura: lăutarii au fost cel mai devreme supuși unei asimilări culturale aproape totale. Principalul motiv este că ocupația lor presupunea contactul cu toate mediile societății majoritare (țărănesc și boieresc, urban și rural). Ca urmare, ei trăiau cel mai mult răspândiți printre membrii populației majoritare. Astfel, lăutarii și-au pierdut limba și elementele de reprezentativitate identitară. Doar ursarii și-au păstrat în același timp și meseria de lăutar, și și-au conservat limba maternă și valorile propriei culturi. Cele mai folosite instrumente sunt: vioara (inclusiv un tip de vioară improvizată, de fapt o violă cu arcușul în semicerc sau cu șase coarde), lăuta, tamburina (folosită de ursari), țambalul, acordeonul (preluat din muzica germană), basul, cobza, chitara, cimpoiul, fluierul.

Rromi fântânari

- se ocupă cu săparea de fântâni. Odată cu introducerea rețelelor de apă în toate zonele rurale, utilitatea fântânarilor a scăzut, meșteșugul este destul de căutat, în special de către cei care își fac locuințe izolate, în zone greu accesibile, sau unde introducerea rețelelor de apă este imposibilă sau prea scumpă.

- meșteșug: apa cea mai bună e aceea care trece prin strat de piatră, deoarece piatra joacă rolul de filtru, și se folosesc freze speciale pentru a săpa.

-familia: romi sedentarizați, care și-au abandonat limba, dar au păstrat cele mai importante elemente ale tradiției, în special cele legate de familie.

- cultura: meseria fântânarilor a fost mereu însoțită de credințe, ritualuri și obiceiuri (ghicit, descântat, identificarea unei surse de apă curată și suficient de bogat cu o nuiă de alun). Paparuda este un alt obicei care reprezintă un joc și cântec ritualic de invocare a ploii și de alungare a secetei. El este practicat vara, în luna iulie care este nu doar cea mai caldă lună din an, dar și cea în care se înregistrează de obicei perioade mai îndelungate de secetă.

Rromii fântânari fac parte dintre romii care au renunțat la nomadism și care nu mai folosesc limba.

Rromi lingurari

- se ocupă cu prelucrarea lemnului. Aceștia sunt cunoscuți generic sub numele de **rudari**. Numele vine din slavonă („ruda” = minereu) și arată faptul că la început **rudarii** se ocupau cu „spălătul aurului”. S-au reprofilat ulterior pe lemn. Sunt împărțiți în: butnarii (fac obiecte casnice din lemn -blide, scafe, căuce, donițe, maiuri de bătut rufe etc.), covătarii (albierii - fac albi, căpistre și coveți), lingurarii (fac linguri, lingurițe, găvane, cupe, linguroaie,

polonice), fusarii (fac fuse), lădarii (fac mobilier -mese, scaune, dulapuri etc., în special lăzi de zestre, lăcrițe).

- meșteșug: lingurile sunt lucrate din lemn de esență moale. Este folosit, în special lemnul de tei, salcie, plop, paltin, frasin, arin alb, prun, cireș, păr. Sunt mai deosebite lingurile „cu călcâi” (cu o curbură puternică deasupra căușului, care conferă eleganță cozii) și cele „cu cârlig” (cu coada îndoită prin cioplire și îndepărtare de material), de agățat în lingurarul de perete.

- familie: Mama are responsabilitatea pentru creșterea fetelor inclusiv pentru păstrarea virginității lor până la căsătorie. Fetele sunt învățate de mici să își ajute mama în gospodărie, de la curățenie, până la gătit. De asemenea, ele au grijă de frații lor mai mici, încă de la vârste fragede (6-7 ani).

Tatăl are grijă de băieți și, începând tot cu vârste fragede (5-6 ani) începe să îi învețe meșteșugul lucrului în lemn. Băieții învață cum să deosebească diferitele tipuri de lemn și care este bun pentru fabricarea lingurilor. Dacă există un fiu mai mare, tatăl îi încredințează supravegherea fetelor.

- cultură: Rudarii și, implicit, lingurarii fac parte din neamurile de romi care au fost, în mare parte asimilați, nu mai vorbesc limba romani, ci limba populației majoritare. Sunt primii care au fost sedentarizați. Serbează Sf. Gheorghe, unde se pregătesc preparate tradiționale (colaci etc.).

În schimb, însă, și-au păstrat, așa cum se întâmplă și la alți romi sedentarizați, obiceiurile care țin de structura de familie și relațiile între membrii ei.

S-au ocupat și de agricultură.

În Bulgaria au mai fost identificate și alte ramuri rrome, precum:

- ✚ **Rromi crescători de cai (geambași) și alte animale domestice,**
- ✚ **Rromi dresori de urși și maimuțe**

ocupație interzisă în prezent pentru a proteja animalele

- ✚ **Rromi care se ocupă cu adunarea plantelor medicinale și apicultori**

Rromi nu avea încredere în medicina tradițională și optau pentru diverse leacuri pe bază de plante care erau culese de cei care cunoșteau și puteau să le identifice.

Studiile de teren au prezentat comunitățile de rromi pe ocupații în fiecare regiune și au fost identificați rromii reprezentativi în funcție de ocupația realizată.

În Dolj rromii se află la Sadova, Bistreț, Bechet, Ocolna, Ghidici, Malu Mare, Coșoveni, Coțofeni, Cerăt, iar în Craiova în cartierele Fața Luncii, Brestei, Sineasca, Romaneschi, Popoveni, Craiovița Nouă, Bordei.

Tabel 5 Rromii reprezentativi pe ocupații din județul Dolj, România

Județe România	Localități cu populație rromă	Neamuri/bresle/ocupații	Rromi reprezentativi
Dolj	Municipiul Craiova	Rromi căldărari	Mihai Gheorghe are 58 de ani și i se spune Ciocănarul
		Rromi fierari (cartier Romanești)	Pădeanu Feraru Gheorghe, 67 ani
		Rromi lăutari	Taraful Puiu Bucătaru
	Mofleni, Craiova	Judecată rromă- stabori	Gabriel Nedelică, zis Heneric (52 ani)
	Comuna Malu Mare	Rromi argintari	Crăciun Alexandru zis Sandu, în vârstă de 60 de ani
		Gastronomie rromă (led la rotisor, Șah Hai Mas, Supă țigănească cu fasole verde la ceaun, Ciorbă țigănească)	Pătru Mariea, 59 de ani
		Gurbanul, obicei rrom de vindecare a bolnavilor, 6 mai, Sf. Gheorghe- drob țigănesc și mămăligă, berbecuț la proțap	
		Obiceiuri de nuntă	Darius Matache (36 ani)-ursar
	Sat Preajba (Com. Malu Mare)	Rromi fierari	Burtilă Florian, zis nea Florian potcovarul, 64 ani

	Oraș Băilești	Rromi fierari	Bozgan Marcel - 61 ani
		Rromi corfari și rogojinari	Florea Bulacu, zis Bacan, 60 de ani (corfar)
	Comuna Fărcaș	Rromi cărămidari	Dinu Stelică (63 ani)
	Comuna Breasta	Rromi corfari și rogojinari	Căldararu Florian, zis „Teruja”, 58 de ani
	Comuna Plenița	Rromi lăutari	Formația De Dansuri Țigănești KelUSHKA Coordonator Ioana Ștefan
		Rromi fântânari	Ilie Radu, 55 ani
	Comuna Lipov	Rromi lăutari	Ioniță Rodica, 52 ani
	Comuna Cetate	Rromi fântânari	Mihai Bran zis Fântânarul, 70 ani
	Sat Secui, comuna Teasc	Rromi lingurari	Viorel Burtilă, 50 ani
	Oraș Segarcea	Gastronomie rromă (ratui, borândău, varză cu fasole și os afumat)	Guță Lenuța (zisă „baba”), 61 ani

Sursa: Studiu “Cultura tradițională rromă din județul Dolj”, 2019

În Mehedinți, comunități mari se află în Strehaia, Șimian, Tâмна, Comanda, Orșova, Eșelnia, Grupa, Jiana Veche, Cetate.

Tabel 6 Rromii reprezentativi pe ocupații din județul Mehedinți, România

Județe România	Localități cu populație rromă	cu Neamuri/bresle/ocupații	Rromi reprezentativi
Mehedinți	Oraș Orșova	Rromi căldărari	Goman Constantin zis Milan (58 ani)

	Gastronomie rromă (Ratui Corobetul, Rânza, Șah Hai Mas-carne cu varză, Pui cu ardei capia) Goman Mariana Ciorba țigănească, Plăcintă - ruladă cu brânză - Goman Ilonca Nina	Goman Mariana și Goman Ilonca Nina (56 ani)
Comuna Șimian	Rromi căldărari	Ceanghir Nani (45 ani)
Oraș Strehaia	Rromi căldărari	Mihai Ioniță (zis Nini Baro) și Zamfira Mihai(zis Moțu)
Com. Prunișor	Rromi căldărari	Tănase Vasile zis Țiți (74 ani)
Comuna Tâмна	Rromi cărămidari	Hornea Cristian zis Cristi (50 de ani)
Sat Gruia, Comuna Gruia	Rromi cărămidari	Duroi Viorel (55 de ani)
	Rromi fierari	Nedelcu Constantin
Comuna Comanda	Rromi fierari	Dumbrăveanu Gheorghe (84 ani)
Comuna Eșelnița	Rromi lăutari	Antonescu Petre zis Tică Moșa (56 ani)
Sat Danceu (com. Jiana)	Rromi lăutari	Enea Ștefan zis Udilă(50 de ani)
Comuna Vrața	Rromi lăutari	Pătriu Ion, zis Viorel (62 de ani)
Sat Răscolești, Comuna Izvorul Bârzii	Rromi rudari	Dumitru Linguraru
sat Jiana Veche, comuna Jiana	Rromi rudari	Mutu Vasile, zis Melcu

Sursa: Studiu "Cultura tradițională rromă din județul Mehedinți", 2019

În districtul Vidin, o reprezentativitate mare o au rromi din cartierul Drumul Nou, orașul Vidin, cei din orașele Dunavtsi, Makresh, Belogradchik.

Tabel 7 Rromii reprezentativi pe ocupații din districtul Vidin, Bulgaria

Provincii (obștine) Bulgaria	Localități cu populație rromă	Neamuri/ocupații	Rromi reprezentativi
Vidin	Orașul Vidin (Cartierul Drumul Nou)	Lăutari	Frații ANGELOVI Tsvetana Perova Marinova, cunoscută sub numele de REGINA Metodi Filchev - coreograf și președinte de ONG
		Meșteșugari- sobe	Nikolay Spasov Asenov, cunoscut sub numele de Shani Pechkarya (cel care se ocupa cu sobe)
		Tradiții: Miss Vasilitsa, Serbarea tradiției Chiuma	
Vidin	Orașul Dunavtsi	Fierari, produc și, producători de coșuri, femei care produc săpun de acasă și cherepnya (o tavă rotundă de lut folosită în bucătăria balcanică pentru coacerea pâinii și a altor tipuri de mâncare)	Bunica Mara (producător săpun) Mara Kamenova Angelova (producător cherepnya) Krasimira, secretarul Casei de Cultură "Svetlina" din orașul Dunavtsi
		kalaydzhi	Familia Mexicanii

	Orașul Belogradchik-cartier Karlovtsi	Colectarea de plante, ciuperci, măceșe și fructe sălbatice de sezon	
		tsutsumani	
	Satul Archar (municipiul Dimovo)-cartierul vechi Koritarski	Kalaydzhii	se ocupă în principal de colectarea ierburilor sezoniere și în domeniul construcțiilor
		koritari	
	Satul Novo Selo	kalaydzhii	Lyubka Angelova, secretar al Casei de Cultură "Pametnik" în Novo Selo
		tsutsumani	
		valahi	Nu mai sunt meșteșugari, au migrat în străinătate
	Satul Gramada	Nu mai există ramuri rrome Arte în cadrul Centrului comunitar	Nu s-au păstrat tradițiile rrome Populația rromă este integrate în comunitatea satului Nu mai sunt meșteri, au migrat în străinătate
	Satul Pokrayna	layashi (neam de kaldarashi) realizarea și fabricarea cazanelor de rachiu	Sasho (Cazangiu)
	Satul Makresh	Obiceiuri rrome: Sf. Maria Mare (28 august),	

	Ihtimiya-Bashnuvden / Petlyov den= ziua baiatului
--	--

Sursa: Studiul ramurilor culturii tradiționale a romilor din regiunea Vidin, 2019

În Montana localitățile cu un număr semnificativ de rromi sunt Valchedrum, Lom, Varshets și Berkovitsa, iar cu cea mai mică pondere de rromi sunt localitățile Chiprovtsi și Georgi Damyanovo.

Tabel 8 Rromii reprezentativi pe ocupații din districtul Montana, Bulgaria

Provincii (obștine) Bulgaria	Localități cu populație rromă	Neamuri/ocupații	Rromi reprezentativi
Montana	satul Dolno Linevo (municipiul Lom)	Valahi - coșuri și mobilier din salcie și rattan, mături pentru casă și curte	Iliyan Martinov Hristov
	satul Gabrovnița (municipiul Montana)	Vlahi-rudari (mineri)-fierari	Georgi Georgiev
	orașul Vârșeț (municipiul Varshets)	Kopanari, cântăreți de gădulca (instrument muzical), boluri de lemn și linguri	Dimitar Georgiev
	satul Gorno Damyanovo (Municipiul Georgi Damyanovo)	Agriculturi, strângători de plante medicinale și ciuperci	Metodi Kirov
	satul Asparuhovo (Municipiul Medkovet)	Căldărari, apicultori și producători de stupi și împletitori de coșuri	Boril

satul Gorna Kovachița (Municipiul Chiprovți)	Căldărari, dulgheri și pietrari	Radko Vasilev
satul Gromșin (Municipiul Boychinovți)	Căldărari, producători de căruțe și un dulgher	Alexi Trifonov
satul Yakimovo (Municipiul Yakimovo)	Căldărari, geambașiu (cumpără și vinde animale)	Boris Borisov
satul Kriva bara (Municipiul Brusarți)	Valachi, maestru de boluri de lemn, linguri și altele	Ivan Alexiev
Sat Vălchedrăm (Municipiul Vălchedrăm)	Căldărari, om de gurbet, lucrează în străinătate	Grisha
Sat Berkovița (Municipiul Berkovița)	Căldărari, spoitor, lucrează cu vase de cupru Orchestra de alamă din Berkovița	Stefan Kirov

Sursa: Studiarea ramurile culturii tradiționale a romilor din districtul Montana, 2019

Cultura rromă poate oferi experiențe variate turiștilor care sunt interesați și au motivații culturale în momentul în care se deplasează în scop turistic într-o destinație. Ei pot cunoaște tradițiile și obiceiurile acestora, muzica, dansurile, gastronomia.

Dincolo de experiența turistică, cultura rromă este și un studiu de caz de natură socială, unde se pot identifica diverse elemente, obiceiuri și modele culturale tradiționale precum:
- **căsătoria** (28% dinre rromi cu vârste între 15-19 ani sunt căsătoriți) și sarcina timpurie, rolul femeii în comunitate este văzut doar ca mod de concepere a copiilor, aceștia din

urmă fiind considerați o resursă productivă care poate aduce venituri suplimentare familiei, fiind de mici introduși în tainele diferitelor meșteșuguri practicate de familie. Copiii reprezintă uneori 40% din totalul populației rrome.

Obiceiuri ca nașterea, cu ritualul scăldatului bebelușilor, primii pași ai copilului, tunderea băiatului familiei, mersul în clasa I, nunta cu logodna (în Bulgaria mireasa se cumpără de către mire, sau în România în care mireasa trebuie să aibă zestre) sunt foarte populare în comunitățile rrome. Pentru rromii turci din Bulgaria, mireasa va fi vopsită pe mâini și picioare, spălată în hamam și i se vor da bani.

În momentul în care părinții nu sunt de acord cu căsătoria copiilor, se practică furatul fetei sau cuplul fuge pentru a li se accepta căsătoria ulterioară.

Și moartea este surprinsă prin ritualuri specifice de înmormântare.

- **conducătorii** rromilor erau numiți în trecut bulibașă, în prezent se autointitulează baroni, regi, împărați, deși nu sunt întotdeauna recunoscuți de comunitate și nu țin cont de problemele reale ale acesteia.

- **religia** dominantă printre aceștia este creștinismul cu ramura ortodoxă, urmată de cea catolică și cea protestantă în România și Bulgaria. În Bulgaria există și rromi musulmani.

- cele mai mari **sărbători** sunt Paștele și Crăciunul, Ioan Botezătorul (7 ianuarie/20 ianuarie), Sf. Gheorghe (6 mai), Sf. Maria, Sf. Vasile - Vasilița (13,14,15 ianuarie) și Paștele Cailor (prima sâmbătă din postul Paștelui) la bulgari și la musulmani Ramadanul. În orașul Vidin, în cartierul Drumul Nou, se mai practică de Sf. Gheorghe, obiceiul lazarki, când fetele îmbrăcate în costume populare, cu flori în păr, se plimbă în jurul caselor, cântă și dansează. În grup este și o mireasă responsabilă pentru ceaunul plin cu apă și monede. Ei cântă pentru sănătate și urează bunăstare gazdelor. În schimb, primesc bani și dulciuri. Tot aici se mai practică pe 31 ianuarie (Sf. Atanasie), obiceiul gonirii ciumei.

- **limba** romani are origini din sanscrită, făcând parte din ramura limbilor indo-ariene, fiind înrudită cu limbile bengali, kașmiri, hindi, gujarati, marathi, punjabi. Are foarte multe dialecte datorită influențelor suferite de-a lungul migrării rromilor în diverse zone din Asia și Europa: hindi, persană, georgiană, armeană, greacă, turcă, arabă, bulgară, macedoneană, sârbă, română, rusă.

- cu origini nomade, rromi au la bază un întreg sistem simbolistic expus în **mituri și legende** și elemente precum: soarele, calul, focul, soarta/norocul.

- **portul** este reprezentat în cazul bărbaților de elemente identitare precum pălării sau mustăți mari. La evenimentele din comunitate sau la sărbători, bărbații romi poartă un costum nou, deseori viu colorat, cu cămașă albă sau colorată și acordă o atenție

deosebită încălțăminte (de obicei poartă pantofi de lac sau dacă nu pantofi foarte bine lustruiți care strălucesc).

Femeile rrome poartă fustă lungă, din mai multe straturi și bogat colorată, cercei mari, părul lung, împletit și uneori o floare în păr. Potrivit tradiției rrome picioarele unei femei nu trebuie să se vadă; de altfel, întreaga parte inferioară a corpului unei femei este considerată impură. Încălcarea acestui principiu este foarte gravă iar femeia este desconsiderată în comunitatea ei, deci fustele lungi trebuie purtate întotdeauna.

În ceea ce privește culorile întâlnite în hainele romilor, predomină roșul, deoarece această culoare este considerată norocoasă. Nu lipsesc nici celelalte culori primare, în nuanțe foarte intense.

- femeile poartă de obicei **bijuterii** de mare valoare. Bijuteriile nu numai că sunt frumoase, dar au și o valoare pentru că reprezintă tezaurul familiei. În trecut, romii nomazi nu aveau unde să își păstreze aurul și de aceea femeile și-l împleteau în păr sau și-l coseau pe haine.

Considerând obiceiurile și tradițiile rrome ca fiind elementul principal de diferențiere în alcătuirea ofertei turistice, se poate ajunge, în timp și cu implicarea tuturor stakeholderilor locali și nu numai, la o dezvoltare durabilă a turismului și implicit a localităților unde se regăsesc rromii, cu avantaje certe pentru toți cei implicați.

2.3. Probleme și recomandări

Analiza situației curente a rromilor arată că în prezent zonele unde aceștia s-au sedentarizat și unde s-ar putea dezvolta un turism alternativ, prin subramura turismului etnic, nu sunt destinații turistice competitive din acest punct de vedere, predominând mai multe alte atuuri ale acestor zone ce sunt legate de cultură, istorie sau chiar de cadrul natural.

Principalele **probleme** identificate variază de la cele socio-culturale, economice, demografice până la cele turistice astfel:

- asimilarea cu populația autohtonă în multe orașe și chiar zone rurale a dus la **pierderea anumitor tradiții și meșteșuguri**, însă sunt comunități în care acestea încă se mai păstrează. Industrializarea și dezvoltarea societății în ansamblu fac să dispară anumite meșteșuguri. Spre exemplu rromii argintari au probleme din ce în ce mai mari legate de

comercializarea bijuteriilor confecționate, care nu mai sunt cerute pentru că nu mai sunt de actualitate. Și celălalte ramuri se confruntă cu situații similare.

- multe dintre ocupații își pierd din însemnătate în perioada contemporană, rromii fiind nevoiți să caute alte mijloace de obținere a veniturilor. Având rate ale șomajului de 55% în unele zone (Montana, Bulgaria) se remarcă un fenomen de **migrație** către vestul Europei. Astfel aceștia consideră că pot oferi un trai mai bun celor rămași acasă dacă pleacă în străinătate.

- **rolul femeii** rămâne încă cel **tradițional**, se dedică de tinere familiei și merg la școală în cazuri rare. Se căsătoresc la vârste de 13-14 ani când și dau naștere copiilor.

- **nivel scăzut de educație și ridicat de analfabetism**, uneori educația se oprește la 4 sau 8 clase. Abandonul școlar se petrece rapid în ciclul primar sau gimnazial, la băieți, care sunt nevoiți să renunțe pentru a-și ajuta familiile. Prin locurile special create pentru rromi, se încearcă o extindere a școlarizării chiar și la nivelul educației superioare.

- s-a încercat **integrarea rromilor**, mai mult **forțată** însă, ei fiind considerați mereu membrii de rangul doi ai comunității. Conform specialiștilor, *integrarea* reprezintă dezvoltarea unor elemente și trăsături comune între etnia minoritară și grupul majoritar. Acestea pot fi valori sociale, mod de trai, mod de muncă și altele, care conduc la o conviețuire civilizată, fără necesitatea asimilării. Altfel spus, grupul minoritar își păstrează identitatea culturală dar găsește o cale de echilibru între propriile valori și valorile grupului majoritar.

În schimb, *asimilarea* este definită ca fiind preluarea integrală a culturii, obiceiurilor, datinilor, portului și limbii majorității de către un grup minoritar. Prin acest proces, grupul minoritar își pierde trăsăturile inițiale caracteristice.

Asimilarea poate fi naturală (prin conviețuire o perioadă mai lungă de timp) sau forțată (urmărită prin măsuri ale statului, de obicei în regimuri totalitare). Fierarii și rudarii au fost asimilați pe cale naturală. Problema este generată de multe ori de autorități care nu pot realiza un proces corespunzător de integrare a acestor comunități în cadrul teritoriilor guvernate.

- **imaginea negativă** pe care comunitățile rrome și-au creat-o de-a lungul timpului apare din prisma obiceiurilor acestora, de multe ori sunt obișnuiți să ceară și sunt percepuți a nu avea ocupații reale care să fie adaptate la piața muncii. Prejudecățile etnice îi împiedică astfel pe rromi să participe pe deplin la viața publică și fac foarte dificilă integrarea acestora.

- familiile de rromi sunt mai supuse **riscului de sărăcie**, deoarece la nivelul gospodăriilor rrome veniturile din muncă înregistrează o cotă mai scăzută decât cea câștigată de vecinii ce aparțin comunității majoritare. În același timp, sursele alternative de venit sunt deosebit

de limitate. De exemplu, romii dețin mai puține bunuri care i-ar putea ajuta să-și asigure subzistența din agricultură. Majoritatea romilor dețin parcele de teren arabil mai mici de jumătate de hectar; în plus, aceștia declară că, din cauza procedurii discriminatorii de retrocedare, primesc teren de proastă calitate în locuri nefavorabile care nu poate fi folosit pentru culturi agricole decât într-o foarte mică măsură. În perioada comunistă le-a fost interzisă practicarea meșteșugurilor, mulți romi s-au îndreptat către alte activități precum strângerea sticlelor, a hârtiei sau fierului vechi și vânzarea acestora în centrele de colectare sau s-au ocupat cu vânzarea hainelor la mâna a doua, activități care consumă timp, sunt prost plătite și sunt extrem de vulnerabile. De multe ori trăiesc izolat în comunități periferice, unde nu există dotări tehnico-edilitare adecvate.

- romii din comunitățile sărace și-au dezvoltat o strategie proprie de a-și procura resursele financiare, căutând meserii unde nu există competiție cu membrii comunității majoritare (colectarea sticlelor, a fierului, comercializarea de floricele, semințe, porumb, etc.). Această situație generează o **poziție inferioară a romilor pe plan social**, care se poate extinde ca prejudecată și stereotip la nivelul întregii comunități.

- din cauza lipsei accesului la serviciile medicale (nu beneficiază de asigurări medicale) fiind nevoiți de multe ori să apeleze la serviciile de urgență, sau din cauza folosirii tratamentelor tradiționale din plante ca urmare a reticenței față de medicina tradițională, comunitățile de romi înregistrează un **grad de îmbolnăvire ridicat din cauza traiului nefavorabil**, mai ales în rândul tinerilor romi față de restul populației majoritare.

- **zonele/cartierele unde apar comunitățile de romi se confruntă cu anumite probleme și stereotipuri precum:**

- locații nepopulare pentru a se putea dezvolta ca locuri turistice, fiind extrem de puțin cunoscute;
- fenomenul de discriminare față de etnie este foarte evident și reduce comunicarea cu aceștia și dezvoltarea de atitudini pozitive în ceea ce îi privește;
- nivelul ridicat al infracțiunilor comise de romi creează un sentiment de insecuritate și frică atunci când sunt vizitate aceste zone;
- având înțelegere și convingeri etnice specifice care nu sunt înțelese de populația majoritară, sunt percepuți a fi o comunitate foarte închisă;
- pentru că se înregistrează un nivel scăzut de trai dar și de educație în aceste zone/cartiere de romi, apare imposibilitatea dezvoltării unor servicii, fie ele și turistice, a unor afaceri (școli de formare pe meșteșuguri) sau a dezvoltării acestor zone ca obiective turistice;

- din punct de vedere turistic, o abordare la macro-scară, relevă alte câteva probleme care caracterizează zona de studiu, și anume

- o ofertă inadecvată și necompetitivă pe piața turismului alternativ (etnico-cultural) în comparație cu alte destinații europene și extraeuropene care au deja experiență în dezvoltarea acestor produse de nișă;
- infrastructura generală dar și cea turistică are deficiențe din cauza lipsei investițiilor, locurile de cazare nu sunt suficiente, nu sunt conforme,
- raportul calitate-preț al serviciilor nu este echitabil și nu în ultimul rând
- slaba vizibilitate în mediul online a acestor destinații care nu oferă pachete de experiențe turistice pe lângă obiectivele turistice culturale deja consacrate pe plan regional sau național, așa cum și-ar dori turiștii actuali, din ce în ce mai pretențioși și dornici să trăiască ceva nou în momentul vizitării unor destinații.

Cultura rromă este mai puțin cunoscută turiștilor, deoarece majoritatea reprezentanților acestui grup etnic sunt prea săraci pentru a se promova, iar pe de altă parte autoritățile nu sunt interesate de această resursă nedescoperită.

În acest context, este foarte important să se stabilească un plan comun și această resursă din zona transfrontalieră, cultura rromă, să fie prezentată ca un produs turistic pentru a putea fi astfel descoperită. Avantajele acestui proces constau în dezvoltarea turismului și nu numai, vizibilitatea crescută a culturii rrome prin surprinderea părților pozitive pentru turiști dar și pentru locuitorii din zonă, încercându-se astfel să se combată fenomenul discriminării și realizării unei integrări naturale a comunităților de rromi.

Soluțiile care pot fi propuse în urma identificării acestor serii de probleme nu se pot rezuma doar la acțiuni punctuale ci acestea trebuie incluse într-un model mai amplu de dezvoltare, cercetare și integrare a acestor comunități. Sprijinul pentru oferirea de soluții trebuie să fie integrat, atât din partea autorităților, entităților private și publice dar și din partea comunităților majoritare care trebuie să conviețuiască cu etnia rromă.

Câteva **recomandări** însă ar putea spori gradul de succes al acestor procese integrative chiar dacă se vor face cu pași mici în primele faze, rezultatul scontat pe termen lung poate fi foarte vizibil la nivel de comunitate și ulterior la nivel de percepție turistică:

- pentru a combate pierderea tradițiilor și a meșteșugurilor de către populația rromă, se poate apela la o **promovare a acestor meșteșuguri tradiționale**, care poate fi considerată

și una din căile prin care se poate realiza integrarea acestora. Totodată prin practicarea lor într-un cadru organizat de tip turistic se poate îmbunătăți și situația economică a familiilor de romi.

- pentru a lărgi paleta ocupațională și incluziunea lor mai ușoară pe piața muncii, putând astfel să susțină financiar familiile din care provin, o **pregătire profesională** în anumite domenii din afara meșteșugurilor clasice ar reprezenta un important pas al participării rromilor la viața socială și economică a comunității. Această recomandare este impusă în urma statisticilor care arată că puțin peste jumătate din rromi nu au nici o meserie sau practică activități care nu necesită o calificare prealabilă printr-un sistem de pregătire profesională. Cu toate acestea bărbații rromi rezultă a fi mai calificați în diverse meserii decât femeile, care au încă un rol casnic în cadrul familiilor.

De asemenea pe măsură ce rromii tineri pleacă din sânul familiei, aceștia devin mai calificați în meserii mai moderne. Astfel patternul ocupațional suferă schimbări clare de la practicarea meșteșugurilor tradiționale de către bunici către meserii mai noi practicate de rromii tineri (zidar, zugrav, tâmplar, mecanic auto, șofer, sudor etc.) dobândite fie prin participarea la anumite cursuri de formare realizate prin proiecte sau pur și simplu prin practica de zi cu zi. Aceste fenomene sunt însă mai vizibile în mediul urban și mai puțin în cel rural.

- **adaptarea unor ocupații tradiționale la noile cerințe ale pieței** poate fi o soluție care să ducă la păstrarea meșteșugurilor dar și la obținerea de venituri într-un cadru mai organizat de către familiile rrome. Astfel multe dintre produsele realizate de către aceștia își pot găsi utilitatea în viața de zi cu zi precum produsele din fier forjat care pot fi moderne și sunt destul de cerute pe piața actuală, mobilierul din răchită, tâmplăria, apicultura, culegerea plantelor medicinale, producție ecologică de alimente și alte bunuri de uz casnic care pot fi premise de succes pentru integrarea pe piața actuală a muncii.

- nu în ultimul rând, **spiritul antreprenorial, flexibil, adaptabil al meșteșugarilor rromi** care au reușit cu tradiții vechi să poată obține surse de existență pentru familiile lor, poate fi exploatat într-un context mai larg, într-un mod organizat fie turistic, fie doar economic pe plan local, însă doar cu sprijinul autorităților, comunităților majoritare și a turiștilor potențiali. Se va contribui astfel și la promovarea lor și la schimbarea prejudecăților despre această cultură care are în prezent o imagine destul de negativă.

- inițierea unor **campanii de comunicare și promovare** a evenimentelor culturale specifice culturii rrome din zona de studiu, cu desfășurare periodică, în care să se încurajeze recunoașterea identității etnice a acestora și în care comunitatea majoritară și potențialii turiști să descopere această parte pozitivă a culturii rrome:

- evenimente în limba rromani,
 - evenimente pentru promovarea portului tradițional prin vânzare,
 - a personalităților din domeniul muzical prin vânzarea de CD-uri,
 - a obiceiurilor tradiționale de nuntă (jucatul cămășii), botez,
 - a meseriilor tradiționale (prin târguri și parteneriate cu instituții ale statului sau cu ONG-uri de profil),
 - a evenimentelor pentru dezvoltarea de abilități artistice și nu numai a tinerilor rromi;
 - campanii de promovare pentru includerea tinerilor în licee și facultăți pe locurile special create pentru aceștia de ministerele abilitate.
- **consolidarea cooperării și dialogului între rromi și stakeholderi** pentru a-i încuraja pe primii să capete voce în ceea ce privește luarea deciziilor care îi afectează în mod direct; dezvoltarea de parteneriate și agenții transfrontaliere prin investiții în proiectele de dezvoltare comunitară și prin consolidarea capacităților care vor duce la dezvoltarea leadership-ului în rândul comunităților rrome astfel încât aceștia să poată participa la viața publică și la luarea deciziilor. De altfel, în acest fel se va pune accent pe inițiativele durabile pe termen lung.
- îmbunătățirea modalităților de **colectare a datelor** și de realizare a **cercetărilor** despre rromi în zona de studiu și o monitorizare mai bună a implementării politicilor și strategiilor prin implicarea stakeholderilor în monitorizare și prin creșterea capacităților instituționale în acest sector al comunității rrome.
- facilitarea **accesului la educație** și la dezvoltarea politicilor în acest sens și alinierea la unele cerințe din Strategia Europa 2020 precum programe ca Tineretul în Mișcare, Agenda pentru Noi Calificări și Joburi ce au ca obiective clare scăderea abandonului școlar în rândul copiilor rromi, îmbunătățirea integrării pe piața muncii a rromilor și reducerea riscului de sărăcie al acestora.
- **excluziune socială, discriminare și nivel ridicat de sărăcie**- cuvinte cheie care descriu comunitățile rrome vulnerabile. **Turismul** poate constitui un factor favorizant în dezvoltarea comunităților prin creșterea vizibilității și sensibilizarea opiniei publice asupra stării actuale a acestor comunități, prin creșterea nivelului de toleranță și reducerea prejudiciului social. Conceptul de **"pro-poor tourism" (PPT)** poate reprezenta o modalitate de rezolvare a problemelor critice ale comunității rrome. Proiectele care au în centru PPT pun accent pe faptul că sărăcia poate să crească beneficiile nete din turism, cu prosperitate pe termen lung și calitate a vieții crescută (Pénzes, Radics, 2012). Colaborarea dintre guverne și stakeholderi (sectorul privat- operatori de turism, populație locală, ONG-uri și autorități locale) este esențială. Apare mereu în discuție problema că

turismul nu poate oferi locuri de muncă pentru toți din comunitățile marginalizate și nu poate rezolva toate problemele etnice însă poate să amelioreze numeroase situații considerate a fi problematice.

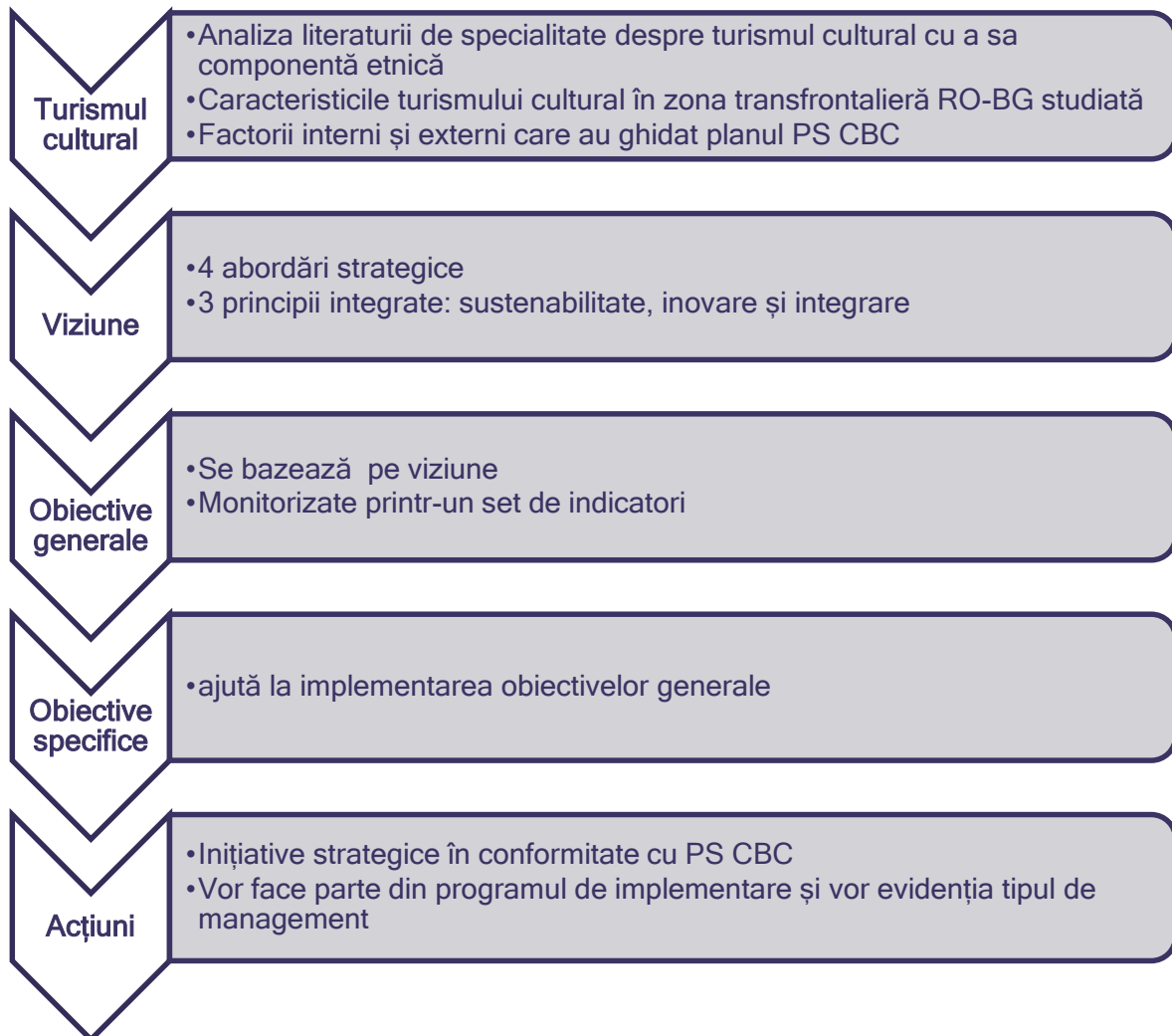
Crearea unor produse turistice etnice de tipul circuite, rute pot servi la o educație culturală, pot produce stimulente pentru conservare, protecție și regenerare a zonelor. Beneficiile economice pentru afacerile locale și antreprenori, oportunitățile sociale și culturale pentru rezidenți și turiști și o reprezentare mai bună a acestor comunități în media și în online ar produce schimbări.

Sentimentul de mândrie apare când cultura, arta, muzica, dansurile și mâncarea sunt apreciate în cadrul evenimentelor și festivalurilor culturale, când se oferă de fapt șansa comunităților de a-și arăta unicitatea și diversitatea. Consecințele transformării prin turism includ la nivel psiho-social înțelegerea sinelui, revizuirea sistemului de convingeri și schimbări în stilul de viață (Clark, 1991).

După realizarea identificării comunităților de romi și a caracteristicilor acestora, apare necesitatea includerii lor în pachete turistice, creionând o ofertă turistică de nișă pentru un turism alternativ, etnico-cultural. Chiar dacă infrastructura generală și turistică în comunitățile de romi nu permite dezvoltarea unui turism de masă, se poate realiza un turism durabil, responsabil, de nișă, respectându-se astfel cerințele și tendințele globale ale dezvoltării durabile a comunităților rurale sau urbane.

3. PLAN STRATEGIC PENTRU COOPERARE TRANSFRONTALIERĂ (PS CBC)

3.1. Structura PS CBC



3.2. Principalele caracteristici ale turismului cultural în zona de studiu

În turism, competitivitatea turistică în funcție de contextul general, de infrastructură și resurse, a evidențiat o clasificare a țărilor din estul Europei, analiză realizată de World Economic Forum în documentul The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017. România și Bulgaria se situează cu valori medii în acest clasament, remarcându-se că Bulgaria deține scoruri mai mari față de România la toate capitolele, în special la aspectele legate de dezvoltare durabilă și la infrastructura pentru servicii turistice, valorile fiind însă foarte apropiate. Cele două țări sunt clasate de Slovenia, Polonia, Slovacia, Ungaria.

Country/Economy	T&T policy and enabling conditions				Infrastructure			Natural and cultural resources	
	Prioritization of T&T	International openness	Price competitiveness	Environmental sustainability	Air transport infrastructure	Ground and port infrastructure	Tourist service infrastructure	Natural resources	Cultural resources & business travel
BALKANS AND EASTERN EUROPE									
Slovenia	4.8	3.7	4.6	5.1	2.5	4.8	5.4	3.8	1.5
Bulgaria	4.3	3.9	5.3	5.0	2.4	3.1	5.8	3.8	2.1
Poland	4.1	4.1	5.5	4.6	2.6	4.3	4.2	3.0	2.8
Hungary	4.9	4.2	4.7	4.7	3.0	4.4	4.4	2.6	2.3
Slovak Republic	4.1	3.9	5.0	4.8	1.7	4.2	4.3	3.4	1.5
Romania	3.8	3.9	4.7	4.4	2.4	2.8	4.4	3.0	2.3
Montenegro	4.6	2.4	4.8	4.3	3.0	3.2	5.4	2.6	1.1
Macedonia, FYR	4.3	2.6	5.2	3.7	2.2	3.3	4.0	2.1	1.4
Serbia	3.6	2.4	4.8	4.2	2.4	2.8	3.9	2.0	1.7
Albania	4.6	2.4	4.7	4.1	2.0	3.1	3.9	2.2	1.1
Bosnia and Herzegovina	3.7	2.4	4.3	3.9	1.8	2.5	3.9	1.8	1.4
Moldova	3.4	2.1	5.4	4.1	2.0	2.5	2.8	1.6	1.2
Balkans and Eastern Europe Average	4.2	3.2	4.9	4.4	2.3	3.4	4.4	2.7	1.7

Figura 9 Indicele de competitivitate - infrastructură și resurse - pentru țările din estul Europei (sursa: The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017)

Același document relevă în detaliu câțiva indicatori economici și de turism care subliniază discrepanțele dintre cele două țări. Astfel Bulgaria primește anual 7 milioane turiști străini, iar România doar 2,2 milioane. Încasările din turism în Bulgaria sunt semnificativ mai mari, de 3,1 milioane \$ față de 1,7 milioane \$ cele ale României, contribuția la PIB fiind de asemenea foarte diferită, de 3,3% în cazul Bulgariei și de 1,3% în cazul României. Populația care lucrează în turism are procente de 3,1% (Bulgaria) și 2,2% (România). Conform raportului, Bulgaria se dovedește a fi foarte competitivă pe prețuri și sustenabilitatea mediului dar și pe infrastructura turistică, resursele culturale având scoruri foarte apropiate în ambele țări.

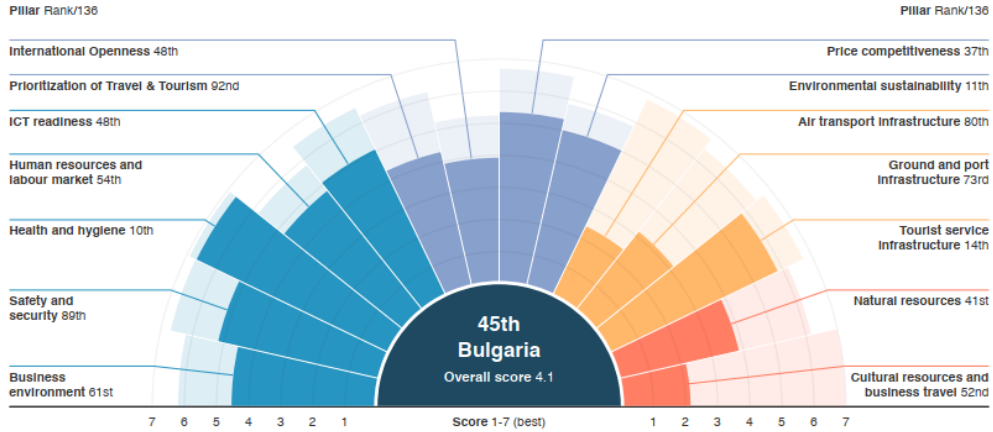
Key Indicators

Sources: World Tourism Organization (UNWTO) and World Travel and Tourism Council (WTTTC)

International tourist arrivals	7,099,000	T&T Industry GDP	US \$1,617.0 million
International tourism Inbound receipts	US \$3,146.2 million	% of total	3.3%
Average receipts per arrival	US \$443.2	T&T Industry employment	92,413 jobs
		% of total	3.1%

Performance Overview

Key Score  Highest score



Past performance

Travel & Tourism Competitiveness Edition	2015	2017
Rank	49 / 141	45 / 136
Score	4.0	4.1

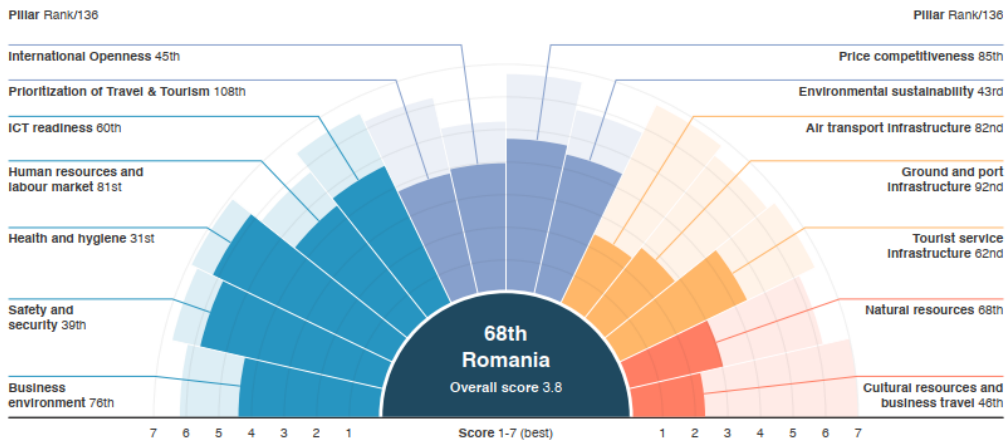
Key Indicators

Sources: World Tourism Organization (UNWTO) and World Travel and Tourism Council (WTTTC)

International tourist arrivals	2,234,520	T&T Industry GDP	US \$2,318.9 million
International tourism Inbound receipts	US \$1,712.0 million	% of total	1.3%
Average receipts per arrival	US \$766.1	T&T Industry employment	189,769 jobs
		% of total	2.2%

Performance Overview

Key Score  Highest score



Past performance

Travel & Tourism Competitiveness Edition	2015	2017
Rank	66 / 141	68 / 136
Score	3.8	3.8

Figura 10 Principali indicatori de competitivitate turistică și performanță în 2017 pentru Bulgaria și România (sursa: The Travel&Tourism Competitiveness Index 2017)

Astfel Bulgaria se află într-un ritm de creștere, iar România înregistrează o stagnare a sectorului turistic. Chiar dacă scorul general este relativ redus și apropiat între cele două destinații, Bulgaria se situează înaintea României în ceea ce privește sectorul turismului.

Raportându-ne strict la zona de studiu, cea transfrontalieră RO-BG, Dolj-Mehedinți-Vidin-Montana, oferta culturală este însemnată în toate cele patru arii supuse studiului, iar gradul de competitivitate este asemănător. Un sumar al acestor resurse culturale va sublinia o diversitate a acestora și posibilități numeroase în ceea ce privește creionarea de produse turistice. Pe lângă cele clasice de masă, apar și resurse de nișă, cum este cultura romă, bine reprezentată în localitățile urbane dar și rurale (vezi cap. 2.2.).

Pentru zona transfrontalieră resursele culturale sunt localizate astfel:

Obiective istorice:

- Județul Mehedinți deține vestigii istorice din perioada Imperiului Roman, în Municipiul Drobeta -Turnu Severin se găsesc ruinele podului lui Traian, Castrul Drobeta, instalația de băi romane. Tot aici pot fi vizitate ruinele Cetății Medievale a Severinului, Castelul de Apă, ruinele Cetății TRIKULE și cele ale Cetății Ada Kaleh.
- În județul Dolj amintim Municipiul Craiova atestat documentar la 1475, aici aflându-se cetatea dacică și romană Pelendava; fostele cetăți de la Bâzdâna, Botoșești-Paia, Brădești; castrul din satul Cioroiu Nou, castrul roman de la Desa, etc.
- în Montana- cetatea Castra ad Montanesium (orașul Montana), situl arheologic antic din satul Asparuhovo
- în Vidin- Cetatea romană Ratsaria (satul Archar), Cetatea Baba Vida (orașul Vidin) Belogradchik, Cetatea Castra Martis (orașul Kula), Cetatea romană Ad marum (satul Koshava)

Edificii religioase:

- Dolj: 12 biserici și mănăstiri situate majoritatea în Craiova și în proximitate
- Mehedinți: 10 biserici și mănăstiri situate în Drobeta- Turnu Severin și în Clisura Dunării
- Vidin: 7 biserici și mănăstiri localizate în orașul Vidin și în zonele rurale din proximitate
- Montana: 9 biserici și mănăstiri situate în orașele Lom, Berkovitsa, Chiprovtsi și în zonele rurale din proximitate

Monumente:

- Dolj: 12 busturi, 3 monumente memoriale, 7 statui în Craiova
- Mehedinți: 4 busturi, 7 monumente memoriale și o statuie în Drobeta- Turnu Severin
- Vidin: Turnul cu ceas din satul Chuprene
- Montana: centrul vechi istoric al orașelor Lom și Berkovitsa

Artă-cultură și sport

- Dolj: 3 teatre, muzee, 11 muzee, 2 biblioteci, o universitate, 2 stadioane, 7 parcuri și zone verzi urbane
- Mehedinți: 1 teatru, 3 muzee, 5 biblioteci, 1 stadion, 5 parcuri
- Vidin: 2 galerii de artă, 6 muzee
- Montana: 1 galerie de artă, 5 muzee

Evenimente

- Dolj: 1 la Plenița, 1 Carpen, obiceiuri de sărbători Paște, Crăciun, Anul Nou, Bobotează
- Mehedinți: 1 Sovarna, 1 Ponoare, 1 Vânu Mare, obiceiuri de sărbători Paște, Crăciun, Anul Nou, Bobotează
- Vidin: obiceiuri de Paște.

Oferta turistică culturală este foarte diversificată în zona de studiu, fiind surprinse doar câteva exemple în acest sens, adaugându-se și segmentul de nișă al culturii rome.

Turismul are de a face în ultima perioadă cu o creștere a cererii turistice care nu se mai centrează exclusiv pe destinație ci pe călătorii unice care să fie transformate în experiențe care pot fi împărtășite și care devin memorabile. Turiștii optează de cele mai multe ori să își rezerve pe cont propriu călătoriile și folosesc rețelele social- media pentru a-și expune experiențele și pentru a face recenzii, influențând la rândul lor alegerile celorlalți turiști. Mediul online capătă o importanță din ce în ce mai mare pentru că turiștii de cele mai multe ori își rezervă pachetele pe internet și folosesc motoare de căutare online pentru a-și planifica vacanțele și mai nou telefonul smart și tableta. În timpul realizării călătoriei, cei mai mulți turiști folosesc sursele online pentru a se informa despre activități și servicii turistice și uneori chiar crează conținut pe social media. Acești turiști, identificați sub denumirea de millenials vor avea o pondere din ce în ce mai mare la nivel european, estimându-se chiar de 50%.

Companiile care practică sharing economy (de tipul AirBnb) din cadrul turismului vor avea rate de profit mai mari până în 2025, de peste 50%/an, iar prezența lor în mediul online este astfel benefică.

Turismul poate fi cheia dezvoltării în aria de studiu, însă numai prin abordări care vizează segmente noi, de nișă, cu experiențe culturale, interactive pentru vizitatori. Cultura minorității rome este de fapt un atuu pentru oferta de turism din zonă care se poate concretiza în diverse produse turistice culturale.

3.3. Viziune

PS CBC este rezultatul unui proces de analiză și sinteză a sectorului turistic. Acest plan este deschis pentru toți stakeholderii care vor să își aducă un aport care va face diferența pe piața turistică transfrontalieră. Se dorește revitalizarea turismului prin introducerea de experiențe noi, care s-au dovedit a fi de succes în alte contexte internaționale, valorificând frumusețile patrimoniului prin evidențierea elementelor de unicitate care să ducă la creșterea competitivității și să atragă mai mulți turiști.

Turismul cultural și cel etnic în particular, considerat motorul acestui PS, poate contribui la managementul durabil al resurselor turistice naturale și antropice, generând avantaje sociale și beneficii economice pentru comunitățile locale.

Viziunea dorește să aibă o nouă abordare față de modelele clasice ale conturării ofertelor turistice într-o destinație, abordare care vizează durabilitatea, inovația prin digitalizare, servicii turistice de calitate și o permanentă adaptare la noile tendințe și cerințe ale potențialilor turiști în zonă. În plus față de destinațiile tradiționale cunoscute și consacrate pe piața turistică, PS dorește să extindă oferta turistică și să includă resurse turistice emergente care să aducă plus-valoare ariei de studiu.

VIZIUNE

Revitalizarea turismului din zona transfrontalieră RO (Dolj, Mehedinți)-BG (Vidin, Montana) prin introducerea de produse turistice de nișă, etnico-culturale, pe piața turistică, care să determine dezvoltarea economico-socială într-o manieră durabilă a acestei zone.

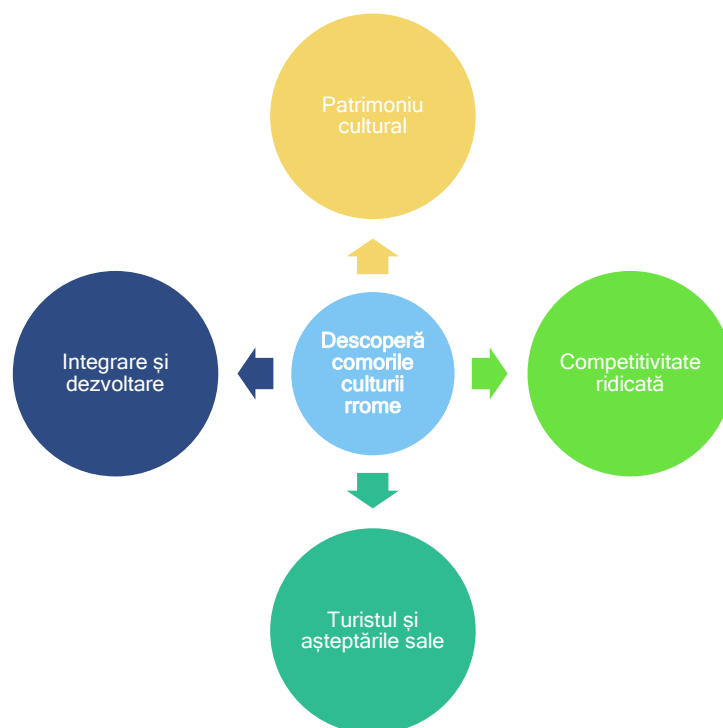


Figura 11 Viziunea PS CBC

Patrimoniu cultural	Competitivitate ridicată
Moștenirea culturală a zonei trans-frontaliere RO-BG trebuie îmbunătățită din punct de vedere al valorificării prin intermediul unui management durabil și prin utilizare inovativă a teritoriului.	Sistemul turistic din zona de studiu trebuie să își crească competitivitatea și să determine o dezvoltare a sectorului prin creșterea numărului de angajați în turism, mai mulți turiști.
Turistul și așteptările sale	Integrare și dezvoltare
Experiența turistică creată trebuie să se adapteze turistului și cerințelor/așteptărilor sale.	Comunitățile rome trebuie pe deplin integrate, cu beneficii nete sociale și economice. Deciziile și responsabilităților trebuie împărțite între stakeholderi și această minoritate.

3.4. Obiective generale și principii integrate

Pentru realizarea viziunii PS CBC, au fost stabilite 4 obiective generale care au la bază 3 principii ce se vor regăsi la nivelul fiecărui obiectiv general în parte.



Figura 12 Obiectivele generale ale PS CBC

Principiile integrate identificate în cadrul PS CBC se vor intersecta cu toate obiectivele generale, specifice și chiar cu acțiunile propuse, acestea fiind sustenabilitatea integrarea și inovarea.

Sustenabilitate

Sustenabilitatea din PS CBC se referă la o paletă mai vastă de domenii de intervenție: în afară de cele de mediu, dorește să includă și sfera economică, patrimoniul cultural, mobilitatea și accesibilitatea în zona transfrontalieră, utilizarea resurselor financiare și creionarea identității turistice a zonei pe baza noilor produse turistice etno-culturale propuse.

În sens general, sustenabilitatea este un element de bază al competitivității și ajută la conservarea resurselor naturale și culturale, a peisajelor și la atragerea investițiilor în această conservare. Viziunea sustenabilă implică oferirea de oportunități tuturor zonelor indiferent că sunt urbane sau rurale, crescând rata de ocupare a forței de muncă în turism și în comunitățile rome.

Integrare

Integrarea comunităților rrome și a culturii acestora în cadrul comunităților majoritare și pe piața turistică înseamnă:

- un mai bun acces la aceste comunități marginalizate de cele mai multe ori, prin integrarea lor pe o piață sustenabilă a turismului
- oferirea de oportunități comunităților rrome pentru a obține avantaje din turism indiferent de breaslă/neam, proveniență (urban-rural)
- potențialii turiști motivați din punct de vedere cultural să viziteze această destinație transfrontalieră să aibă șansa de a conștientiza frumusețea și unicitatea acestui patrimoniu cultural etnic.

Inovare

Inovarea vizează destinația turistică, profilurile economice și sociale ale destinațiilor, marketingul și comunicarea, calitatea produselor turistice și a serviciilor conexe acestora și strategia de preț.

O provocare a prezentului, inovarea este sinonimă cu digitalizarea, prezența constantă în mediul online și social media printr-un marketing digitalizat, prezența pe telefoanele smart prin optimizarea website-urilor la diferite sisteme de operare ale telefoanelor inteligente.

Succesul se obține prin distribuția virală a unor informații turistice, în care turiștii sunt direct implicați și utilizarea acestor informații pe scară largă.

Informația și mijloacele disponibile de diseminare ale acesteia sunt în număr mare și pot contura imaginea pieței turistice, tehnicile de marketing putându-se utiliza pentru a obține beneficii economico-sociale.

În zona de studiu, experiența turistică trebuie să integreze cultura bogată, peisajele dunărene, artele și tradițiile rrome. Pentru ca aceste resurse să fie pe deplin valorificate, este necesară o integrare pe piață a produselor turistice care să aibă un grad de accesibilitate ridicat.

3.5. Obiective specifice, domenii de intervenție și acțiuni

I. Inovare și integrare a produselor turistice etnico-culturale pe piața turistică

PS CBC dorește să extindă oferta turistică a zonei transfrontaliere RO-BG și să devină mai durabilă și mai competitivă.

Pornind de la inventarierea atracțiilor turistice și de la caracteristicile cererii turistice:

- se va pune accent și pe obiectivele culturale etnice nu doar din zonele urbane cunoscute ci și pe cele din zone mai greu accesibile, de cele mai multe ori rurale
- se vor crea noi rute turistice cu tematică etnică ca instrumente care să îmbine cultura tradițională rromă cu obiectivele turistice culturale clasice cu valențe deja consacrate
- se va încuraja creșterea promovării atât a orașelor cu obiective culturale cunoscute cât și a zonelor rurale (cartiere de rromi)
- pentru a avea o ofertă turistică diversificată se vor include și alte atracții turistice din zonele vizate, fiind incluse pe lângă resursele turistice culturale și cele naturale.

PS dorește să formeze o ofertă turistică complementară, integrată prin propunerea de noi destinații și produse pentru un turism alternativ, care să surprindă cultura rromă în ipostaze cât mai autentice. Acțiunile vor îmbogăți oferta turistică existentă prin diseminarea și informarea cu privire la această cultură care va fi inclusă în noile pachete turistice.

Acest obiectiv general se bazează pe 3 obiective specifice.

Obiective specifice

I.1. Conservarea obiectivelor turistice existente și îmbunătățirea produselor turistice conexe printr-o abordare integrată:

- În zonele cu atracții turistice care sunt deja cunoscute, principalele obiective vizează creșterea cooperării transfrontaliere între stakeholderi, realizarea de parteneriate public-privat pentru a obține o ofertă turistică mai durabilă, inovativă și diversificată.
- O reabilitare a zonelor care au fost supuse degradării de-a lungul timpului și care au afectat mediul, peisajul și patrimoniul cultural.

- Oferirea de suport zonelor care vor să-și dezvolte produsele prin activități de promovare ce se bazează pe cercetări și studii ale cererii turistice existente.

I.2. Sprijinirea zonelor turistice emergente prin turism de nișă:

- Destinațiile cu un potențial de dezvoltare dar care nu sunt pe deplin cunoscute, așa numitele zone emergente, pot avea beneficii din atragerea fluxurilor de turiști prin extinderea ofertei turistice cu noi experiențe turistice autentice.
- Orașele mici care au zone sau cartiere cu o comunitate de rromi reprezentativă pot dezvolta produse turistice de nișă, le pot promova și pot duce astfel la creșterea calității de viață a întregii comunități.
- Prin promovarea acestor zone mici care de cele mai multe ori se confruntă cu multe probleme de natură economică, socială, se poate revitaliza economia și se poate preveni depopularea și migrațiile.
- Trebuie identificate zonele emergente care se bazează pe resurse locale și care pot fi valorificate prin turism; pentru a se obține sustenabilitatea, este necesară și aplicarea unor metode de cuantificare a acestei sustenabilități.

I.3. Diversificarea ofertei prin crearea de noi produse etnico-culturale în zona de studiu:

- dezvoltarea de noi produse prin conturarea unor rute turistice comune între județele/districtele RO-BG vor fi considerate de fapt o punte între diferite forme de turism și experiențe turistice, se vor conecta zone cu notorietate turistică (centre urbane mari) cu areale mai puțin dezvoltate (orașe mici sau sate unde există comunități rrome). Acestea vor permite și dezvoltarea diverselor activități precum demonstrații de meșteșuguri, artă, participarea la evenimente, gastronomie.
- Prin noile produse turistice se urmărește consumul dar și generarea de cultură.
- Inovația va fi dată de integrarea în oferta turistică nouă a industriilor creative (meșteșuguri, artă, film, muzică, cercetare-dezvoltare), lucru care nu a mai fost abordat până acum în zona transfrontalieră.

Acțiunile corespunzătoare acestor obiective specifice pentru primul obiectiv general din PS CBC este redat în continuare:

Tabel 9 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specific ale primul obiectiv general al PS CBC

ACȚIUNI

I.1.	I.2.	I.3.
1.1. Analiza și evaluarea continuă a destinațiilor și a produselor tradiționale și a celor noi, de nișă	2.1. Analiza și evaluarea continuă a destinațiilor și a produselor tradiționale și a celor noi, de nișă	3.1. Analiza și evaluarea continuă a destinațiilor și a produselor tradiționale și a celor noi, de nișă
1.2. Sprijin pentru cooperare transfrontalieră pentru dezvoltarea destinațiilor și produselor turistice	2.2. Intensificarea intervențiilor la nivel de județ/provincie în zonele emergente turistice	3.2. Crearea unor rute comune transfrontaliere între cele 4 zone de studiu
1.3. Sprijin pentru conservarea resurselor turistice din destinațiile deja consacrate și cunoscute de turiști, cu accent pe sustenabilitate	2.3. Sprijin pentru dezvoltarea destinațiilor turistice emergente, precum satele cu comunități de rromi sau cartierele marginale ale marilor orașe	3.3. Armonizarea informațiilor transmise și prezentărilor despre produsele turistice nou create în centrele de informare turistică și la unitățile unde se oferă servicii turistice
		3.4. Sprijinirea industriilor creative și a meșterilor, artiștilor rromi pentru a participa

		la conturarea acestor noi produse turistice identificate în zona de studiu
--	--	--

II. Creșterea competitivității turistice a zonei transfrontaliere

Obiectivul general 2 își propune să creeze condiții favorabile pentru revitalizarea zonei turistice transfrontaliere prin:

- introducerea inovației, digitalizarea informației și accentul pus pe creativitate
- îmbunătățire infrastructurii de acces și turistică
- creșterea locurilor de muncă în turism
- consolidarea rețelelor de afaceri în turism

Obiective specifice

II.1. Digitalizarea sistemului turistic din zona de studiu

- Este necesară crearea unei platforme online (website) de turism și cultură în zona transfrontalieră în care să fie prezentate noile produse turistice dar și serviciile acestora. Acest obiectiv va implica cât mai mulți stakeholderi din zonă prin dezvoltarea unor rețele de cooperare.
- Colectarea datelor din turism și gestionarea lor într-o bază de date comună care să poate fi accesată cu transparență și ușurință.
- Prezența online, pe rețelele social media prin crearea de conținut și postarea de informații turistice
- Dezvoltarea unei aplicații pentru smartphonuri care să prezinte rutele turistice, planuri.

II.2. Îmbunătățirea infrastructurii de acces și a celei turistice din zona transfrontalieră

- Îmbunătățirea accesului se poate face și prin optarea pentru sistemele soft mobility (trasee biciclete, cărări, drumuri pe care se poate merge pe jos)

- Îmbunătățirea conexiunilor între mijloacele de transport între localități deoarece multe zone nu sunt accesibile prin alte mijloace în afară de cele rutiere (nu au acces la tren sau au un acces public deficitar)
- Oferirea de informații cu privire la transport și conexiuni între mijloace de acces mai coerente pentru turiștii străini care vin în zonă.

II.3. Pregătirea personalului din turism și crearea de bune practici

- Cererea turistică care se află în permanentă schimbare impune dezvoltarea pentru personalul din turism a unor noi calificări.
- Abordările recente din sectorul turistic trebuie prezentate și personalului din turism pentru a trece peste vechile stigmate și abordări față de clienți
- Percepția despre locurile de muncă din turism în prezent este destul de negativă (sunt prost plătite și sezoniere), iar acest lucru trebuie schimbat prin noi abordări de atragere a tinerilor și incentive care să le sporească interesul în domeniu.

II.4. Sprijinirea și dezvoltarea afacerilor cu profil turistic

- Aprecierea calității serviciilor în turism prin sisteme de compensare și reduceri de taxe
- Integrarea tuturor furnizorilor de servicii turistice din zona de studiu (cazare, alimentație, recreere) pe o singură platformă și diseminarea lor prin tour-operatori externi astfel poziționându-se zona de studiu pe harta turismului.

Tabel 10 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specifice ale celui de-al doilea obiectiv general al PS CBC

ACȚIUNI

II.1.	II.2.	II.3.	II.4.
1.1. Crearea unui sistem digital pentru cultură și turism	2.1. Plan de Mobilitate turistică	3.1. Creșterea numărului locurilor de muncă în turism prin dezvoltarea de noi abilități profesionale	4.1. Susținerea afacerilor mici de turism prin incentive, reduceri de taxe, pentru a

			putea reinvesti profiturile
1.2. Infrastructura pentru servicii de internet și wi-fi disponibile pe scară largă în locațiile din zona de studiu	2.2. Proiecte strategice de mobilitate: rute de biciclete, trasee, cărări, slow mobility	3.2. Dezvoltarea unor noi module de training-uri interactive și actuale	4.2. Conectarea furnizorilor de servicii turistice într-o rețea de afaceri pe o singură platformă
	2.3. Mobilitate cu focus pe sustenabilitate	3.3. Abilitățile noi dobândite care vor determina o promovare word-of-mouth mai mare a destinației transfrontaliere	4.3. Dezvoltarea parteneriatelor public-privat pentru a îmbunătăți și a extinde produsele turistice
			4.4. Stimulente pentru afacerile din turism de a dezvolta anumite segmente ale cererii turistice

III. Crearea unui marketing inovativ al destinației transfrontaliere

PS CBC propune un plan standardizat de a folosi instrumentele online pentru a atrage un număr mai mare de turiști. Este încurajat un management dinamic adresat diferit pentru piețe și pentru produse. Marketingul trebuie să fie diferențiat și specializat, produsele create trebuie să se adreseze unui segment de turiști foarte clar creionat. Analizele turistice și colectarea de date turistice trebuie să fie procese continue.

Obiective specifice

III.1. Consolidarea poziționării și atractivității destinației transfrontaliere și promovarea adecvată a acesteia pe piețele interne și externe

- Consolidarea pe piață se va face prin procesul de branding comun ce se va realiza printr-o cooperare transfrontalieră

- Promovarea se va face apelând la mediul online cu diferențiere în funcție de segmentarea turistică (3 segmente identificate de turiști), atât pentru piața internațională cât și pentru piața internă.

III.2. Diversificarea ofertei turistice pentru atragerea unui segment mai larg de turiști

- Produsele create trebuie să aibă un potențial bun pentru dezvoltare pe termen mediu și lung, să reducă sezonalitatea și să determine o extindere a cererii turistice și în spații care nu sunt foarte cunoscute din punct de vedere turistic.
- Stabilirea de parteneriate inter-instituționale va permite aplicarea de activități și măsuri comune.

III.3. Implementarea unui marketing digital

- Managementul destinației transfrontaliere va avea o abordare digitalizată a marketingului. Turiștii trebuie să ajungă să cunoască noile zone propuse în rute, să le înțeleagă, să le viziteze și să le recomande și altor turiști. Internetul va servi ca instrument pentru a se atinge acest obiectiv.
- Procese ca SEO (Search Engine Optimization), dezvoltarea de conținut pe social media (facebook, Instagram, Youtube) și email marketing vor fi utilizate frecvent.
- Se vor folosi Analiza Datelor (Data Analytics) și Testarea și Optimizarea (Testing & Optimization) pentru a găsi în permanență modalități de vânzare și promovare online cu rezultate cât mai eficiente.

Tabel 11 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specifice ale celui de-al treilea obiectiv general al PS CBC

ACȚIUNI		
III.1.	III.2.	III.3.
1.1. Promovare standard și coordonare imagine turistică	2.1. Sistem de monitorizare a cererii și ofertei	3.1. Ghiduri comune cu reguli de promovare și dezvoltare de

	turistice prin studii de piață	conținut pentru destinația transfrontalieră
1.2. Promovare integrată a culturii rromne prin meșteșuguri, evenimente	2.2. Promovarea produselor turistice în conformitate cu obiectivul general I	3.2. Utilizarea diferențiată a instrumentelor de marketing în funcție de piețele targetate
1.3. Accent pe promovarea patrimoniului cultural imaterial	2.3. Promovarea culturii rromne în online și prin experiențe turistice	3.3. Coordonare a strategiilor de social media la nivel local și transfrontalier
1.4. Crearea DMO (Destination Marketing Organization)		

IV. Cooperare eficientă prin implicarea tuturor stakeholderilor în activitățile PS CBC

- Cooperarea la nivel transfrontalier se va realiza eficient prin implicarea tuturor stakeholderilor care vor avea puncte comune pe agenda de dezvoltare a zonelor sau afacerilor lor.
- Dezvoltarea unui dialog eficient între furnizorii de servicii, autorități, populația locală, populația minoritară, potențiali turiști.

Obiective specifice

IV.1. Promovarea unui management participativ și încurajarea stakeholderilor să ia decizii sub semnul sustenabilității și inovării

Colaborarea eficientă între stakeholderi este necesară încă din momentul conturării PS CBC și pe durata implementării și monitorizării planului pentru a asigura calitatea turistică.

IV.2. Colectarea, analiza datelor și transparența diseminării acestora în zona transfrontalieră

- Pentru a se realiza o analiză obiectivă ce stă la baza luării deciziilor sunt necesare date statistice, care de cele mai multe ori nu sunt disponibile pe platformele naționale de statistică
- Calcularea indicatorilor de competitivitate și performanță în turism trebuie să se bazeze pe o colectare adecvată de date, cu o periodicitate bine stabilită și care să fie transparentă între arealele din regiunea transfrontalieră.

IV.3. Monitorizarea planurilor și politicilor de dezvoltare turistică

- Monitorizarea se poate face doar după o schemă bine stabilită la anumite intervale de timp, cu indicatori de performanță care să evalueze eficacitatea și eficiența acțiunilor implementate din plan.
- Raportul de evaluare poate fi util pentru stakeholderi sau chiar populația locală.

Tabel 12 Acțiunile necesare pentru atingerea obiectivelor specifice ale celui de-al patrulea obiectiv general al PS CBC

ACȚIUNI		
IV.1.	IV.2.	IV.3.
1.1. Forumuri periodice ale stakeholderilor	2.1. Dezvoltarea de sisteme care să producă și să disemineze datele colectate	3.1. Crearea unui sistem de monitorizare a PS CBC și a impactului activităților propuse de acesta
1.2. Crearea de documente comune între cele 4 zone de studiu	2.2. Implementarea unui sistem relevant de indicatori	
1.3. Comunicare digitală și schimb de bune practici		

pentru a putea oferi
informații în timp
util

3.6. Monitorizarea și evaluarea rezultatelor și impactului PS CBC

Implementarea PS CBC va avea la bază *criteriile de succes* pentru evaluarea proiectului, exprimate în viziunea și obiectivele studiului și în rezultatele sale. Acestea se vor rezuma în principal prin:

- implicarea activă a stakeholderilor în luarea de decizii
- sensibilizarea opiniei publice cu privire la problemele comunităților române din zonele de studiu
- accesarea informațiilor din studiu și a planului strategic propus
- aplicarea anumitor măsuri de îmbunătățire.

Monitorizarea înseamnă a verifica în mod constant dacă punerea în aplicare a viziunii și a obiectivelor din PS CBC este realizată în mod corespunzător și dacă s-au înregistrat efectele scontate.

Monitorizarea rezultatelor acestuia ar trebui să contribuie la formarea deciziilor privind modul în care planul ar trebui să fie gestionat în viitor.

O monitorizare și o evaluare clară trebuie să fie întreprinsă de toți stakeholderii implicați în acest proces:

- reprezentanții autorităților publice
- sectorul de afaceri din turism din zona transfrontalieră RO-BG
- instituțiile și organizațiile care activează în domeniul turismului și în cel al romilor
- specialiștii care se ocupă de turismul durabil și sectoarele conexe
- locuitorii din cele patru zone.

La acestea se adaugă și un set de indicatori turistici care vor fi utili în analizele viitoare întreprinse după implementarea PS CBC:

Tabel 13 Sistemul de indicatori folosiți pentru monitorizarea implementării PS CBC

Indicatori pentru monitorizare comună a PS CBC	
1. Indicatori turistici (ai cererii turistice)	<ul style="list-style-type: none"> ● Consumul cultural al produselor turistice propuse ● Durata sejurului ● Numărul vizitatorilor ● Rata de ocupare turistică ● Nivelul de satisfacție ● Percepția turistică a imaginii rutelor turistice propuse pentru valorificarea culturii rome din zona transfrontalieră
2. Indicatori economici	<ul style="list-style-type: none"> ● Cheltuieli/turist ● Total cheltuieli/ an ● Încasări din turism ● Număr SMEs înființate care au activitate turistică cu implicarea comunităților de rome ● Numărul estimativ de locuri de muncă create
3. Indicatori de dezvoltare	<ul style="list-style-type: none"> ● Numărul de acțiuni de dezvoltare ● Numărul de centre meșteșugărești create
4. Indicatori de sustenabilitate	<ul style="list-style-type: none"> ● Numărul de obiective turistice culturale expuse riscului ● Impactul fluxului turistic asupra diferitelor zone culturale ● Evaluarea vizuală a calității zonelor cu comunități rome

Evaluarea planului strategic trebuie individualizat în cadrul unui context cu termene clare temporale.

Tabel 14 Evaluarea PS CBC pe termen scurt-mediu-lung

Timp	Evaluare	Raportare
1 an (termen scurt)	Implementare PS CBC	Raport anual
1-5 ani (termen mediu)	Atingerea obiectivelor propuse prin cuantificarea rezultatelor	Raport anual și final la 5
5-10 ani (termen lung)	Efecte pozitive/ negative ale PS CBC în regiune	Raport la 10 ani

Evaluarea pe termen mediu și lung a eficienței planului strategic se va face în mod vizibil prin:

- creșterea numărului de turiști în zona de studiu care să aibă și un consum al produselor culturale etnice,
- implicarea autorităților care vin să sprijine demersurile propuse cu scopul final de a dezvolta economic și social comunitățile rome din zonele de studiu
- studii și cercetări ulterioare acestui plan strategic prin care se vor identifica noi rute turistice propuse ca produse etnico-culturale viabile în zonă.

4. DEZVOLTAREA DE PRODUSE TURISTICE DURABILE ÎN ZONA TRANSFRONTALIERĂ RO-BG

4.1. Produsele turistice etnico-culturale în zona transfrontalieră RO-BG

Produsul turistic înglobează totalitatea bunurilor și serviciilor (transport, cazare, masă, agrement etc.) indispensabile bunei desfășurări a activităților de turism. Din sfera produsului turistic fac parte doar acele elemente care „se consumă și se reciclează” prin aportul economiei turismului sau al ramurilor care o servesc și întotdeauna produsul turistic trebuie să aibă un corespondent financiar.

Reciclarea produsului turistic reprezintă de fapt diversificarea și adaptarea sa permanentă la cererea turistică.

Pentru crearea unor produse etnico-culturale în zona de studiu trebuie avute în vedere caracteristicile produselor culturale în ansamblu detaliate în cap. 1.2.

De multe ori considerate sinonime cu oferta turistică, aceste produse turistice nu trebuie confundate cu elementele atractive ale fondului turistic, natural sau antropoc, cele din urmă reprezentând mai degrabă motivația fundamentală pentru realizarea unei călătorii. Produsul turistic este deci o comercializare a ofertei turistice sub formă de pachet turistic sau elemente luate separat. Între componentele produsului turistic există o relație de interdependență, fiecare dintre acestea având un rol important în satisfacerea nevoilor turiștilor.

Produsul turistic etnico-cultural este astfel o combinație în variante multiple a:

- *elementelor de atractivitate* (fond turistic= resurse turistice naturale și antropice) pe care le oferă zona de studiu;
- *serviciilor specifice și nespecifice* turismului (rezultate ale acțiunii forței de muncă asupra bazei materiale generale și specifice).

În cadrul produsului turistic ponderea elementelor de atractivitate și a serviciilor diferă în funcție de motivația și particularitățile turiștilor, de sezonabilitate. De exemplu, la produsele turistice etnice primează elementele de atractivitate (componenta culturală este pregnantă) și mai puțin serviciile (există alte forme de turism, precum cel de afaceri, unde serviciile sunt foarte importante pentru desfășurarea călătoriei).

Pentru că există numeroase posibilități de a combina fondul turistic atractiv cu serviciile turistice, produsele turistice se pot diferenția pe piață și se pot crea diferite produse cu tematici proprii chiar în cadrul aceleiași destinații transfrontaliere sau chiar în cadrul formei de turism cultural, așa cum se dorește în cazul de față crearea unor produse culturale cu accent pe dimensiunea etnică, și anume cultura rromă.

Principalele caracteristici ale produselor turistice etnico-culturale sunt:

- produsele sunt *eterogene* - rezultat al dependenței serviciilor de dotările materiale și de furnizorii de servicii;
- produsele sunt *complexe* - rezultat al combinării în variante multiple a elementelor componente;
- produsele sunt *nestocabile* - elementele care le compun nu pot fi stocate;
- acestea se produc pe măsură ce se manifestă consumul;
- produsele încearcă să extindă sezonabilitatea existentă în zona transfrontalieră.

Produsele etnico-culturale trebuie să aibă o specificitate și originalitate prin care să își asigure o viață proprie legată îndeosebi de aria de proveniență, și anume de meșteșugurile și tradițiile culturii rromă din zona de studiu.

Turismul cultural devine astfel un produs ce conține:

- aspecte materiale (directe - crearea de locuri de muncă și beneficii materiale; indirecte - impact social, accesibilitate, imagine)
- aspecte imateriale, simbolice ce includ crearea și promovarea unor atracții turistice etnico-culturale "autentice" sub forma unor imagini turistice care să ocupe un loc în conștiința vizitatorului.

Pentru dezvoltarea unor astfel de produse etnice în zona transfrontalieră de studiu este necesară o coordonare integrată pe orizontală a următoarelor activități care constituie de fapt etapele acestei dezvoltări:

- crearea și dezvoltarea unor produse turistice coerente, care au la bază elementele culturale etnice existente și care trebuie însă corelate cu așteptările potențialilor turiști (etapă care implică o cunoaștere a turiștilor printr-o segmentară adecvată)(Boniface, 1995)
- crearea unui grup dinamic de stakeholderi care pot influența zona transfrontalieră prin informațiile și profesionalismul lor;

- utilizarea eficientă a spațiului turistic atât de populația locală cât și de turiști (printr-o mai bună informare și semnalizare a locurilor turistice, printr-un transport public mai eficient și prietenos cu mediul-soft mobility);
- elaborarea unei strategii, unui plan care trebuie să se bazeze pe identitatea culturii rromice și care să integreze acțiuni din diferite domenii de intervenție pentru a avea succes;
- promovarea și marketingul produselor turistice create care va duce la îmbunătățirea imaginii comunității rromilor prin turismul desfășurat, precum evenimente (festivaluri, sărbători), ce se dovedesc a fi instrumente foarte utile pentru că îmbină partea economică cu cea etnico-culturală, actorii locali cu cei externi, rezidenții cu turiștii, și ajută la revitalizarea spațiului transfrontalier.

Triada planificare turistică-management-marketing turistic ajută la cercetarea permanentă și la cunoașterea zonei, dar și la o adaptare la cerințele schimbătoare ale pieței și la segmentele de turiști.

Planificarea turistică vizează o dezvoltare a mediului natural și socio-economic pentru piețele turistice interne/internaționale a atracțiilor, infrastructurii turistice (cazare, transport) și a serviciilor turistice, dar și o utilizarea a acestei infrastructuri turistice și generale de către populația locală (Page și Connell, 2001).

Marketingul turistic reprezintă studiul în mod constant asupra cererii turistice și evoluția ei, dorind ca prin metode specifice să adapteze în permanență oferta turistică la aceste cerințe turistice pentru a le satisface și pentru a realiza activități economice profitabile în condițiile oferite de piață (Tigu, 2001).

Marketingul produselor etnico-culturale se află în centrul dezvoltării strategiei și asigură analiza, planificarea, punerea în practică și controlul acțiunilor propuse pe domenii de intervenție (Obiectiv general II, cap. 3.4.), care răspund pe de o parte așteptărilor comunității rromice și pe de altă parte ameliorează calitatea și competitivitatea zonei de studiu.

4.2. Metodologia de realizare a produselor turistice etnico-culturale

Pentru conceperea acestor produse turistice centrate pe cultura rromă, pe diversitatea și complexitatea ei, s-au conturat rute turistice și au fost parcurse mai multe etape astfel:

1. Analiza și sinteza informațiilor despre:

- propria ofertă turistică culturală și etnică din zona transfrontalieră RO-BG
- oferte turistice similare în alte destinații turistice și succesul acestora;

- cererea turistică pentru astfel de produse turistice similare din alte destinații turistice
- creionarea segmentelor de turiști cărora se adresează produsele din zona de studiu, așa numita segmentarea turistică, ținând cont de motivații de călătorie: venituri, vârstă, categorie socio-profesională, preferințe turistice etc.;
- componentele care vor fi incluse în propriile produse turistice: elementele de cultură română: meșteșuguri, obiceiuri, muzică, gastronomie, alte obiective turistice culturale din zona de studiu, baza tehnico-materială specifică (infrastructura turistică) și serviciile oferite, accesibilitatea în diferitele zone cu reprezentanță a culturii române.

2. Selectarea atracțiilor turistice, unităților infrastructurii turistice și serviciilor oferite în funcție de tipologia și particularitățile segmentării turistice creionate în etapa anterioară.

3. Combinarea (pornind de la rezultatele studierii ofertei și cererii pentru turismul etno-cultural din zona de studiu) și **asamblarea componentelor produsului turistic** - alegerea locațiilor turistice (zone urbane sau rurale), mijlocul de transport- distanță și timp de parcurgere, unitățile de cazare și alimentație, alte servicii turistice și informarea turistică prin centrele de informare turistică.

4. Marketingul și promovarea produselor turistice:

- acțiuni prin care se propune realizarea și distribuirea broșurilor, pliantelor, afișelor turistice, catalog promoțional etc.;
- realizare poze și film de promovare
- organizarea de evenimente: caravane tematice, festivaluri, workshop-uri
- participare la târguri de turism
- marketing digital: creare website, aplicație pentru mobil
- publicitate prin mass-media.

4.3. Segmentarea turistică

Segmentarea turistică se face în general ținând cont de mai multe elemente:

- Motivația călătoriei: recreere, cultură
- Proveniența turiștilor: mediu urban-rural, intern-extern-transfrontalier
- Elemente demografice: vârstă, gen, venit, ocupație, nivel de educație, stare civilă, religie
- Elemente psiho-comportamentale: valori, stil de viață, comportament, preferințe
- Produse turistice: turism cultural, etnic, activ.

În urma analizelor efectuate s-a concluzionat că segmentarea turistică pretabilă pentru produsele turismului etnico-cultural din zona de studiu se poate împărți în trei grupe care trebuie abordate ținând cont de elemente ale produselor turistice specifice, astfel:

1. turiștii **motivați** din punct de vedere cultural să viziteze o destinație- vacanța acestora stă sub semnul culturalului, având un interes specializat în cultură, cu atenție deosebită acordată elementelor de arhitectură, artă sau festivaluri (fac parte din turismul de nișă)
2. turiștii care doresc să fie **atrași** de elemente culturale atunci când vizitează o destinație, deși principala lor motivație nu este cea culturală, au o motivație și un interes destul de mare pentru cultură și formele asociate ale acesteia din cadrul unei destinații, fiind atrași de oportunitățile culturale pe care le cunosc în timpul vizitării destinației
3. turiștii care sunt motivați din punct de vedere cultural doar **întâmplător**, principala lor motivație de călătorie nefiind cea culturală - aceștia au la bază o altă motivație de vizitare a unei destinații (recreere, vizite la rude și prieteni etc.), participând la astfel de activități culturale doar dacă se intersectează cu itinerariul lor de vacanță (fac parte din turismul de masă) (Fáilte, National Tourism Development Authority).

În continuare fiecare segment de turiști va fi detaliat, evidențiind preferințele lor și ce componente din produsele etnico-turistice li se potrivesc:

Tabel 15 Caracteristicile segmentului turistic - Turiștii motivați din punct de vedere cultural să viziteze o destinație

1. Turiștii motivați din punct de vedere cultural să viziteze o destinație		
Segmentare	Preferințe	Componente ale produselor turistice
1.1. Grupuri organizate de turiști		
1.1.1. Grupuri din afara ariei de studiu, cu interes cultural, acesta fiind principala motivație de a vizita destinația	Pachete turistice preferențiale cu acces special la anumite locații și informații despre atracții	- patrimoniu cultural - formații rrom de muzică - arhitectură - întâlniri cu populația rromă pentru a le observa obiceiurile
1.1.2. Grupuri din aria de studiu	Rute și circuite complexe- cu elemente geografice, istorice, culturale, etnice	Rute care evidențiază cultura rromă și zile tematice

1.2. Călători neorganizați în grupuri, care călătoresc individual		
1.2.1. Turiști interesați de patrimoniul cultural și cel etnic	Doresc acces special și cunoașterea detaliilor despre ariile lor de interes, precum turismul cultural etnic	Rute tematice ale patrimoniului antropic
1.2.2. Turiștii interesați de evenimente, inclusiv cele cu scop educativ (tabere, școli de vară, cursuri, workshop-uri, team-building-uri)		Pachete la festivaluri sau diferite evenimente complexe (caravane) care includ cazare, masă, transport, bilete de acces
1.2.3. Turiștii interesați de gastronomie		Cazare cu restaurante de calitate care oferă diverse preparate, implicarea în activități de pregătire a preparatelor culinare române, cu degustare de vinuri
1.2.4. Turiștii interesați de patrimoniul natural și cultural		Tururi cu prezentarea florei, faunei în cadrul ariilor naturale protejate și a zonelor cu patrimoniu cultural imobil

Sursa: adaptare după Făilte, National Tourism Development Authority

Table 16 Caracteristicile segmentului turistic - Turiștii care doresc să fie inspirați din punct de vedere cultural atunci când vizitează o destinație, deși principala lor motivație nu este cea culturală

2. Turiștii care doresc să fie atrași din punct de vedere cultural atunci când vizitează o destinație, deși principala lor motivație nu este cea culturală		
Segmentare	Preferințe	Componente ale produselor turistice
2.1. Cupluri sau grupuri de prieteni care călătoresc cu mașina în diverse regiuni	Caută să stabilească o conexiune cu oamenii și cultura din zona vizitată. Le place varietatea atracțiilor turistice și să aibă diferite activități de realizat.	Rute itinerante cu mașina care să includă diverse activități culturale pentru toate bugetele. Fără viață de noapte

<p>2.2. Cupluri sau grupuri de prieteni din categoria tânără care vizitează zona doar în week-end sau au vizite scurte</p>	<p>Caută zonele urbane cu viață de noapte</p>	<p>Teatru, muzică, dans cu pachete speciale pentru seri tematice, inclusiv muzică tradițională romă Folosesc transportul local și mijloacele de informare de la atracții Rute tematice cu discount-uri dacă sunt rezervate în avans și detalii despre posibilități de a face cumpărături, baruri, muzică, dans</p>
<p>2.3. Grupuri de turiști, adulți, care rezervă în avans pachetele turistice</p>	<p>Vizitează cele mai multe atracții turistice culturale și caută să descopere stilul de viață din destinație. Patrimoniul cultural și etnic ocupă un loc important în cadrul călătoriei, trebuie să aibă o varietate a atracțiilor și activităților.</p>	<p>Rute tematice sau non-tematice Oferirea de recreere și distracție prin evenimente (nu include neapărat viață de noapte).</p>
<p>2.4. Turiști tineri de tip "hoinari"-excursioniști</p>	<p>Turiști aventuroși care caută experiențe turistice care relevă viața de zi cu zi a localnicilor și principalele obiective turistice. Se cazează în hosteluri sau hoteluri cu buget redus. Folosesc foarte frecvent transportul public</p>	<p>Rute itinerante și uneori cu activități necostisitoare sau gratuite</p>

<p>2.5. Familii cu copii</p>	<p>Caută să facă lucruri noi dar în locuri nu foarte îndepărtate de zona de reședință.</p> <p>Sunt atrași de obiectivele culturale, evenimente, spații verzi.</p> <p>Preferă orașele mici, liniștite, mai ales în week-end-uri.</p>	<p>Activități relaxante de familie, practicate împreună cu copiii.</p> <p>Oferirea de confort și varietate pentru a-i fideliza.</p>
-------------------------------------	---	---

Sursa: adaptare după Fálte, National Tourism Development Authority

Table 17 Caracteristicile segmentului turistic - Turiștii care sunt motivați din punct de vedere cultural doar întâmplător, principala lor motivație de călătorie nefiind cea culturală

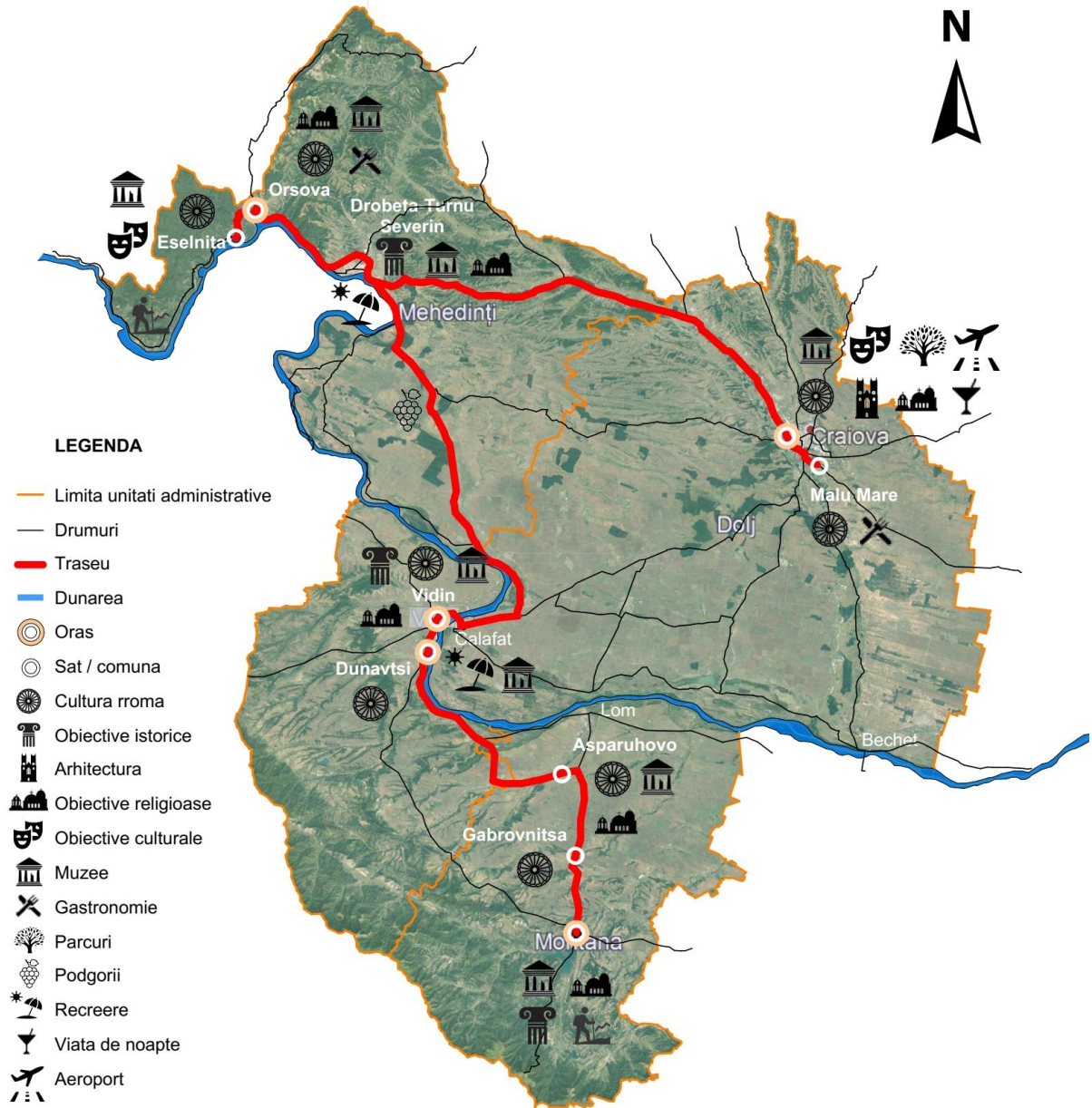
3. Turiștii care sunt motivați din punct de vedere cultural doar întâmplător, principala lor motivație de călătorie nefiind cea culturală		
Segmentare	Preferințe	Componente ale produselor turistice
<p>3.1. Turiști "aventurieri", căsătoriți fără copii care călătoresc pentru a cunoaște regiunea și oamenii ei</p>	<p>Caută punctele de atracție locale și doresc să înțeleagă cultura regiunii prin experiențe turistice legate de muzică, sport, activități rurale</p> <p>Caută interpretarea turistică a patrimoniului cultural</p>	<p>Rute cu mașina</p> <p>Rute tematice cu unități de cazare autentice</p> <p>Preferă să călătorească în mai multe locații, plictisindu-se repede doar de o destinație</p>
<p>3.2. Grupuri de elevi și studenți care vin în mod organizat în cadrul unor evenimente cu scop educativ</p>	<p>Grupurile de tineri vizitează cele mai importante atracții turistice într-un mod organizat, toate</p>	<p>Atracții cu reduceri pentru elevi/studenți</p> <p>Rute care includ muzică, activități culturale, care se îmbină cu timp</p>

	<p>activitățile la care participă având un scop clar educativ</p> <p>Studentii pot petrece timpul liber în baruri, restaurante, unități de agrement</p>	<p>liber în diverse unități de agrement</p> <p>Folosesc pe scară largă smartphonurile și aplicațiile</p>
<p>3.3. Turiștii activi care preferă natura prin activități specifice (hiking, biking), îmbinând și elemente culturale</p>	<p>Sunt turiști cu educație superioară care doresc să fie activi în natură prin practicarea unor activități specifice (de aventură, recreere), cultura fiind pe loc secundar în motivația lor de călătorie.</p> <p>Vizitează și astfel de obiective culturale doar dacă se intersectează cu itinerariul lor sau sunt în apropierea locațiilor unde aceștia își desfășoară activitățile.</p>	<p>Divertisment seara</p> <p>Rute active cu elemente de istorie-cultură, parcurse pe jos</p> <p>Gastronomie locală și patrimoniu cultural local</p> <p>Activități alternative, indoor, pentru zilele în care vremea nu le permite să fie activi în natură</p>

Sursa: adaptare după Fáiilte, National Tourism Development Authority

4.3. "Comorile culturii rome" – rute turistice în zona transfrontalieră RO-BG

RUTA 1. CRAIOVA-MALU MARE-ORȘOVA-EȘELNIȚA-VIDIN-DUNAVTSI-ASPARUHOVO-GABROVNITSA-MONTANA



Craiova-Montana



424 km



6 h 52 min

DESCRIERE RUTĂ

Ruta pornește din municipiul Craiova, reședința județului Dolj, care are un bogat patrimoniu cultural și are și reprezentanți meșteșugari și ai artelor culturii rrome în cartierele sale. Din oraș se merge în comuna Malu Mare, ce face parte din zona metropolitană Craiova, unde se pot găsi tradiții rrome de nuntă și de Gurban, dar și rromi argintari și gastronomie specifică. Pornind pe drumul E79 se traversează orașele Filiași, Strehaia, Drobeta- Turnu Severin și se ajunge la Orșova, oraș strămutat de pe malurile Dunării cu numeroase obiective turistice naturale dar și antropice. La Orșova se regăsesc rromi căldărari dar și gastronomie specific rromă. Pe DN 57 se continuă drumul către Eșelnița, unde se poate admira Clisura Dunării, se pot face plimbări cu barca și se pot asculta rromii lăutari din zonă.

Din Eșelnița se va parcurge drumul înapoi spre Drobeta-Turnu Severin și pe DN 56A se va străbate Hinova, Vânju Mare, Cetate, Maglavit, Calafat, unde se va traversa Podul Calafat-Vidin către orașul omonim. Pe lângă obiectivele culturale tradiționale, aici se regăsesc numeroase tradiții rrome în cartierul Drumul Nou, lăutari și meșteșugari de sobe. Continuând pe drumul E79 se ajunge în orașul Dunavtsi, unde se pot vedea diverși meșteșugari: fierari, producători de șei, producători de coșuri, femeii care fac săpun de casă și cherepnia. Mergând pe drumurile 11 și 112, 114 se ajunge în districtul Montana, în satul Asparuhovo unde se regăsesc căldărari, apicultori și producători de stupi și coșuri de răchită. Continuând pe drumul 81 se ajunge în satul Gabrovnitsa cu meșteri fierari și apoi în orașul Montana. Întreg districtul are un bogat patrimoniu cultural și etnic al culturii rrome, dar și forme alternative de turism și recreere.



ACCESIBILITATE (TRANSPORT)

Infrastructură rutieră

RO: E79, E70, DN 57, 56A, E79, Pod Calafat Vidin,

BG: E79 (Vidin - Dimovo - Ruzhintsi - Montana - Vratsa - ok.p. Sofia - ok.p. Blagoevgrad - frontiera cu Grecia), Drum 11 ("(ok. p. Vidin-Dimovo) - Simeonovo - Botevo - Archar - Lom - Kozloduy - Oryahovo - Gigen - Brest - Gulyantsi - (Debovo-Nikopol)" de-a lungul fluviului Dunărea), Drum 112, 114, Drum 81

Transport public

La Malu Mare se poate ajunge cu transportul în comun din Autogara Nord Craiova existând curse regulate la intervale de 30 minute.

La Orșova se poate ajunge de la Drobeta-Turnu Severin cu autobuzul de unde circulă 21 autobuze cu plecare din stațiile Drobeta-Turnu Severin - Autogara Transport Public Urban

Drobeta SA, Drobeta-Turnu Severin - Statie Drobeta-Turnu Severin, Drobeta-Turnu Severin - Parcare Interex, Drobeta-Turnu Severin - AGENTIA „DROBETA„DR.TR.SEV., Drobeta-Turnu Severin - Generala nr.2 și sosire în stațiile Orșova - Gara CFR Orșova, Orșova - Stație Orșova, Orșova - Autogara Real Construct Management SRL, Orșova - AUTOGARA DROBETA ORȘOVA, Orșova - Parcare Hotel Dierna. Primul autobuz pleacă la 06:00. Ultimul este la 19:00. Călătoria durează peste 20'.

În comuna Eșelnița se poate ajunge pe E 70 până la Orșova, apoi pe DN 57 până la destinație, cu autobuze din Orșova cu frecvență de 1 oră.

În Asparuhovo (din Montana 39 min)

Stația de autobuze Montana: orașul Montana, bul. „Hristo Botev”(vizavi de gara);

tel: +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00.

Stația de autobuze și gara - gara Medkoveț - tel 0882244793 - satul Medkoveț

Stația de autobuze - satul Asparuhovo.

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46; Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300, Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg, www.portlom.bg

În Gabrovnitsa (drum 81 către Montana, 20`)

Stație de autobuze și gara - satul Gabrovnitsa, Montana Bus station: Adresă: orașul Montana, bul. „Hristo Botev” (vizavi de gara); tel : +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru: 06:00 - 20:00

Infrastructură feroviară

Gară CFR Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Bulgaria - Sofia și Serbia-Belgrad)

Gară CFR Drobeta-Turnu Severin (magistrala București-Timișoara) și Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Calafat și Transilvania - Cluj Napoca)

District Vidin BDZH - Transport pasageri" EOOD, cale ferată nr. 7 Vidin-Sofia (Ruzhintsi, Dimovo, Makresh, Gramada și Vidin) <https://vidin.government.bg/oblastna-transportna-schema>

Infrastructură fluvială (opțional)

RO: Port Bechet - ferryboat Bechet- BG: Oreahovo (prin districtul Vrața)

Infrastructură aeriană

Aeroportul internațional Craiova cu următoarele destinații și căi de intrare ale turiștilor:

Curse regulate: Anglia: Londra - Luton, Italia: Bologna - Guglielmo Marconi, Milano Bergamo aeroport Orio al Serio, Roma Ciampino, Spania: Barcelona El Prat, Madrid

Barajas, Franta: Paris - Beauvais, Germania: Koln - Koln-Bonn, Israel: Tel-Aviv - Ben Gurion, Belgia: Bruxelles- Charleroi, Curse charter: Antalya.



CULTURA RROMĂ

CRAIOVA

MEȘTEȘUGURI

Rromi căldărari

Mihai Gheorghe, strada Râului, Craiova

Mihai Gheorghe are 58 de ani și i se spune Ciocănarul. El spune că familia lui "se trage" (are origini) de la Băilești, Dolj și de 20 de ani și-au făcut casă la marginea Craiovei, pe strada Râului.



Mihai Gheorghe "Ciocănarul" spune că până în anii '70 stătea în șatră cu tot neamul lui și vara o petreceau în peregrinări prin sate. Când se mutau cu șatra în comunele mai bogate, luau comenzi și nu plecau până nu umpleau gospodăriile de cazane de țuică și găleți din aluminiu sau cupru sau până nu le reparau pe cele făcute în anii trecuți. Cât era timpul

frumos călătoreau prin țară, cu căruța și calul în care se urcau toți membrii familiei, cortul și uneltele de lucru. Se așezau de obicei la intrarea și ieșirea din sate, unde aveau sursă de apă, în jurul fântânilor. Nea Mihai povestește că romii căldărari erau acceptați de populația majoritară din satele unde își așezau corturile, dar bulibașa anunța întotdeauna autoritățile, pentru mai multă siguranță.

Meșterul căldărar a învățat meseria din bătrâni, de la bunicul și tatăl lui. El povestește că tatăl său era foarte priceput, avea o echipă de meșteri, se îngrijea să găsească de lucru, pentru mai mulți oameni. Știa să negocieze cu oamenii importanți din localitățile unde se așezau cu șatra, pentru a nu avea probleme cu localnicii.

Ca studii are 4 clase dar ca meserie știe să facă cazane de țuică, tigăi, căldări, ibrice, farfurii, încastrate cu diverse modele (cel mai adesea biblice) pe care le vinde în Târgul de la Romanești din Craiova, sau la comandă în toată țara. De 2-3 ani meșterul colaborează la București cu cei de la Romano Butiq, care l-au invitat la expoziții și l-au ajutat să aibă mai multe comenzi. Mihai Gheorghe Cicanarul confecționează obiecte din mai multe materiale: aluminiu, aramă, inox, cupru, dar și din tablă de fier. Plata pentru acestea o negociază cu clientul, uneori face și troc. Dacă oamenii nu au bani, meșterul primește și produse: găini, porci sau alte animale din curte. De exemplu un cazan de cupru îl face în 5 zile și îl vinde cu 35-40 de milioane (3500-4000 lei).



Farfurie artizanală lucrată manual



Cazan de țuică



Ceea ce se face manual, este foarte greu de realizat, spune meșterul și munca aceasta nu este foarte bine plătită la adevărata ei valoare. Acum este mai ușor ca înainte, deoarece nu mai face îmbinările ca înainte în coadă de rândunică, să înroșească materialul la foale și apoi să-l bată. Acum face sudură în autogen.

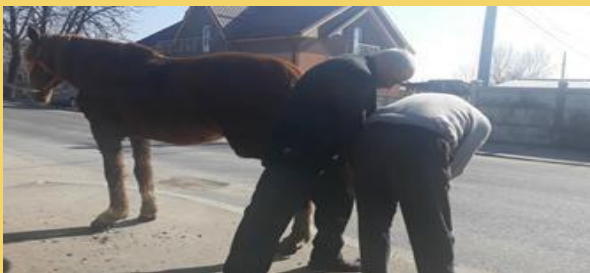
Găleți de tablă lucrate manual

Mihai Gheorghe Cicanarul are 4 copii, 2 fete și 2 băieți, fiecare la casele lor. Nevasta lui-Mihai Elena (Oja i se spune în familie) este de origine de la Dăbuleni, Dolj, tot din neam de căldărari. Copiii lui nu se mai ocupă de confecționatul cazanelor, au afacerile lor. Nea Mihai spune că știu și ei să lucreze, dar nu fac toate operațiunile de la cap la cap. Totuși îl ajută atunci când are mult de lucru și îi solicită.

Rromi fierari **Pădeanu Feraru Gheorghe, 67 ani - cartier Romanesti-Craiova**

Pădeanu Feraru Gheorghe s-a născut într-o familie de romi fierari. Părinții lui, Vasile și Maria nu știau limba romani, ei se numeau țigani românizați. Tatăl său era cunoscut sub numele de Vasilache potcovarul. Pădeanu Gheorghe a schimbat mai multe meserii, până a deveni fierar. El nu a învățat meșteșugul de la tatăl său, deoarece a rămas orfan de mic.

Meșteșugul



Până a învăța fierăria, Gheorghe Feraru avea calificare de electrician și a lucrat la Combinatul de la Pitești și la Uzina Electroputere de la Craiova. Meseria a învățat-o de la socrul său, fierar din tată în fiu care avea atelier de fierărie la Romanesti. Făcea căruțe, porți de fier, ascuțea unelte agricole și

Potcovirea cailor la marginea Craiovei

potcovea zilnic. În urmă cu 20 de ani, împreună cu socrul său vindeau în târgul de la Romanesti căruțe confecționate de ei și aveau multe comenzi de porți, iar zilnic potcoveau cel puțin 2 cai.



În perioada comunistă, dar și în prezent, romii costorari și mulți români de la marginea Craiovei și din comunele învecinate au cal și căruță și au mare nevoie de meșteri fierari. În cartierul Romanesti este o comunitate compactă de romi costorari. Aproape fiecare familie are nevoie de cal și căruță, și de aceea Gheorghe Feraru are frecvent de lucru. El are atelierul de fierărie moștenit de la socrul său și se folosește de aceleași scule, vechi de 15- 20 de ani. Azi nu mai face căruțe, ci doar ascute unelte pentru oamenii din cartier sau din împrejurimi și potcovește cai.

Curățarea copitei înainte de potcovire

Gheorghe Feraru spune că în atelier folosește mult forja electrică, care merge cu ajutorul unui motorăș, menghina, bancul de lucru, nicovala și mai multe modele de ciocane (baros, ciocan special pentru șanțuri ale potcovei, ciocan pentru paițer, dorn, bormașină adaptată special pentru a

face găuri la potcoave, aparat de sudură, polizor de ascuțit, flex, clește, patent, chisăr și multe alte scule necesare în atelier).

Pentru potcoave, Gheorghe Feraru folosește fierul striat sau platbanda de 10 mm. Incinge bine cărbunii de cox în forjă, apoi ține fierul în foc până se înroșește pentru a putea fi modelat. De obicei, el mai are nevoie de o persoană care să bată cu barosul. Acela poate fi un învățacel, care mai târziu poate fi un bun meseriaș. Gheorghe Feraru spune că băiatul lui a învățat această meserie, dar nu o practică, pentru că și-a dorit ca cei 2 copii să învețe carte, și-au făcut amândoi facultate pentru a nu mai munci ca el, din greu.

După ce fierul s-a înroșit, se bate cu barosul, până ce capătă încet, încet, forma unei potcoave. Apoi se bate șanțul cu un ciocan special. Gheorghe Feraru ține acest ciocan pe potcoavă, iar ciocănarul bate cu barosul pentru a se face șanțul. Apoi se pune pașterul (un ciocan cu o formă specială la vârful) pentru a se imprima pe șant, locurile unde vor fi date găurile, apoi cu bormașina se dau găuri. Acolo va intra gămălia cuiului până la nivelul potcoavei (socotit nivelul potcoavei, după ce se atașează la copita calului).



La potcoavă se fac caie, prin bătaia de ciocan, ce apar ca niște anumite adaosuri din fier care vin așezate pe partea din spate a potcoavei. Aceste caie se încastrează în pământ, atunci când este cazul, pe un teren alunecos pentru ca animalul de tracțiune să nu alunece. Meșterul atașează în partea din față a potcoavei un grif, o bucată de fier de 10, pentru a fi la nivel cu caiele, care sunt așezate în partea din spate a potcoavei, astfel încât animalul să se poată suci uniform, și să aibă aderență la sol.

Înroșirea fierului pentru potcoavă

Gheorghe Feraru face o potcoavă cam în 10 minute, și ca să potcovească un cal, îi ia cam maxim 30 de minute pentru cele 4 potcoave. Apoi, să execute manopera de potcovit îi ia cam 40 de minute, deoarece calul trebuie curățat bine la fiecare copită (cu un cuțătoaie i se taie ușor unghia), inclusiv la furcuță (zona din mijlocul copitei, care este ca o piele mai tare). Deci cam într-o oră și un pic potcovește un cal, cu tot cu făcutul potcoavelor. Pentru potcovitul unui cal, omul plătește 50 lei. Dacă oamenii nu au bani, Gheorghe Feraru mai negociază cu ei și le face și cu 40 de lei, sau cere la schimb produse: brânză, păsări, făină, grâu sau porumb, depinde ce poate să ofere fiecare.

Familia

Tatăl său era originar din Salcuța de Pădure, bunicii din partea tatălui erau din comuna Padea iar cei din partea mamei din comuna Belot. Gheorghe Feraru a fost ultimul copil din cei 8 frați. În familie erau 4 copii din prima căsătorie a tatălui și alți patru copii din a doua căsătorie cu mama lui Gheorghe Feraru. Cu toate acestea, nu s-a făcut deosebire între ei și a fost înțelegere între frați. Tatăl său avea 56 de ani când s-a născut Gheorghe Feraru, iar 13 ani mai târziu, a murit.

Tatăl său a fost fierar și lemnar, meserii învățate din moși strămoși. El făcea care de lemn și era renumit în comună. A avut foarte mulți ucenici, care au învățat meserie de la el.

După ce a terminat armata, Pădeanu Feraru Gheorghe s-a căsătorit și s-a mutat la Craiova, în cartierul Romanești, unde locuiește și azi. În prezent are 2 copii, un băiat și o fată, și 3 nepoți.

ARTE (MUZICĂ, DANS)

Rromi lăutari

TARAFUL PUIU BUCĂTARU - Craiova

Taraful Puiu Bucătaru ocupă un loc de cinste în lumea lăutărească din Craiova. „*Atmosfera de bine la petreceri și la nunți este întreținută pe ritmul muzicii lăutărești de membrii tarafului, romi de-ai mei, având în sânge muzica lăutărească, moștenită de la înaintași. Cartierul Dorobănție, un vechi cartier al Craiovei, a găzduit de secole o academie informală de lăutărie*”, povestește Puiu Bucătaru, conducătorul tarafului.



Puiu Bucătaru și solista Mona Idolu

El mărturisește : ”Cântecul meu transmite starea pozitivă la lumea întreagă din preajma mea. Noi, romii, spunem că oamenii cu suflet mare știu să se distreze și să privească viața cu optimism, știu să aprecieze omul la adevărata valoare și să se mulțumească cu cât le dă Dumnezeu. Deseori, noi lăutarii, valorizăm în cântecul nostru calitățile sufletești care mișcă omul la nechez și la bucurie.”

Povestea clarinetistului PUIU BUCĂTARU și formarea TARAFULUI

Puiu Bucătaru spune că în copilăria lui era fascinat să asculte lăutarii „cântând la rece”, lăutari care se strâneau de obicei la poarta casei lor din Dorobănție. Tot stând pe lângă aceștia a început să aprecieze și să-și dea seama de calitatea muzicii cântată la instrumente.



Lăutarul povestește: ”Și-atunci, cu țigani din Dorobănție, mă duceam și eu și învățam cu ei. Unii dintre ei, mai în vârstă, ne ziceau: ‘uite, tatică, cânta-șa, fă așa, drege-așa, ne mai puneau să cântăm și cu gura... alții cu chitara... ne strâneau cu toții în țigănie și cântam cum dădea Dumnezeu”.

Crescând printre lăutari și ascultând muzica de mic, Puiu Bucătaru a cântat pentru prima oară în fanfara Liceului Electroputere, unde era elev. Mai târziu, unchiul lui, lăutarul Nelu Boată l-a înscris la Școala

Populară de Artă, unde a învățat să cânte la clarinet. Ulterior, a fost cooptat în Ansamblul Folcloric „Mugurelul” al uzinei Electroputere și în orchestra „Ansamblului Maria Tănase”. A făcut parte din Orchestra profesionistă Nicolae Bălcescu, condusă de maestrul Ionel Budișteanu și a cântat alături de nume sonore ale muzicii, Ileana Ciuculete, Constantin Chisăr, Ionică Minune (acordeon), George Udilă care l-a inspirat toată viața, l-a îndrumat și i-a arătat anumite secrete ale clarinetului.

Nicu Bucătaru a cântat la nunți de la 19 ani împreună cu mulți alți lăutari valoroși ai Craiovei. El vorbește cu emoție despre generația veche de lăutari pe care o numește Generația de Aur a muzicii lăutărești din Craiova compusă din Anghel de la Craiova-solist vocal, Viorel Tudorache-viorist, Florica Roșioru-solist vocal, Nicu de la Romanești- toboșar, Mitică Gorocilă-acordeonist, Marian Purcelan-saxofon, Ion Cicea-chitarist.

În 1995 s-a constituit taraful Puiu Bucătaru. În prezent, taraful se compune din 4 instrumentiști și doi soliști vocali: Andruș - țambal, George Cioacă-contrabas, Cristi Pârlea-vioară, Răzvan-orgă, Puiu-clarinet și voce și Mona Idolu-solistă.

Nicu Bucătaru participă la evenimente cu taraful și își dorește pe viitor să formeze și o trupă de dans țigănesc. Dincolo de participarea la evenimente, este preocupat de a duce mai departe această meserie, inițiind mai mulți tineri în tainele clarinetului. Nicu Bucătaru spune că e

nevoie de studiu individual, de 3-4 ore pe zi, ca după minim un an un tânăr să ajungă să își câștige existența din lăutărie.

Conducătorul tarafului consideră că „În lăutărie succesul este asigurat de foarte mult studiu individual...de foarte multă muncă, nu numai de talent. Eu mi-am asigurat existența familiei din lăutărie și pentru a fi chemat la cât mai multe evenimente trebuie să fii o persoană de caracter, să te ții de cuvânt”.

Puiu Bucătaru provine dintr-o familie de romi romanizați, care nu vorbesc limba romani și care s-au așezat în Craiova în 1965. El povestește că bunicii din partea mamei erau vestiți lăutari, din comuna Izvoare, fosta comuna Rudari de lângă Calafat, bunicul său fiind cobzar. Părinții tatălui nu erau lăutari, dar se înrudeau cu vestitul viorist Florea Cioacă. Tatăl lui a fost zidar de meserie și era foarte priceput în recondiționarea de ornamente.

Puiu Bucătaru spune că în spiritul muzicii și al bunului simț a crescut trei copii, doi băieți și o fată. Băieții s-au orientat și ei către muzică, unul dintre ei fiind membru al Tarafului Puiu Bucatarul.

OBICEIURI, TRADIȚII

“Judecători” Rromi

Gabriel Nedelică, zis Heneric (52 ani) - Mofleni, judetul Dolj



Gabriel Nedelică, Heneric, cum îl știu cei din etnia romă, este din neamul ursarilor, are 52 ani și 4 copii. A absolvit facultatea de geografie și este profesor de limba romani și mediator școlar la Școala din Mofleni. El este judecător al țiganilor și împarte dreptatea după legi învățate de sute de ani și respectate cu sfințenie.

El povestește unde se face judecata țigănească și după ce reguli se desfășoară.

În cazul conflictelor familiale, când există copii, se va urmări numai și numai protejarea copiilor (se evită cât se poate de mult despărțirea). Judecătorii vor insista ca familia să se reunească. Când despărțirea este iminentă și de neevitat, copiii vor fi încredințați mamei sau, în cazuri speciale, bunicii care au o bună reputație.

În caz de conflicte și scandaluri părțile vinovate despăgubesc pe cei care sunt victime. Trebuie să existe un echilibru între posibilitățile celui amendat și gravitatea faptei comise, în unele cazuri apelându-se la clemența părții vătămate. Numai când se dă verdictul se reia cursul firesc al familiilor care au dorit judecata.

MALU MARE

MEȘTEȘUGURI

Rromi Argintari

Crăciun Alexandru, comuna Malu Mare

Crăciun Alexandru zis Sandu, în vârstă de 60 de ani, este originar din Caracal, fiind rudă cu argintarii din Alexandria și București. Părinții lui s-au stabilit în Caracal în urmă cu mai mulți ani (aproximativ 40 de ani). În prezent s-a mutat în comuna Malu Mare din județul Dolj, împreună cu soția sa Lămâia (în familie i se spune Gina), alături de fiica lui pentru a o ajuta în creșterea și educarea copiilor, a celor 3 nepoți.

Meșterul Sandu se întoarce frecvent și în localitatea natală Caracal. În piața din localitate are o tarabă unde își practică meșteșugul și unde face și comerț cu “antichități”. Deasemenea, de câte ori se fac târguri și bâlciuri în județul Dolj sau în vecinătăți (Olt, Gorj, Mehedinți, București) el merge cu taraba și practică meșteșugul îndrăgit din copilărie, fiind specialist în confecționarea și repararea bijuteriilor din argint.

Meșterul Sandu a povestit despre tainele meseriei sale, despre familia sa, despre obiceiurile care se respectă în familie.



Prima etapă este cea a procurării materiei prime care poate fi argint, alamă, cupru, de la târgurile din țară, precum și de la clienți, sau de la obiecte vechi. Apoi, materia primă se topește la o forjă, se încălzește cu borax la o lampă cu benzină și fitil, se ajustează, se bate cu ciocanul, se întinde, se decupează, se lustruiește, se gravează și se obține produsul în formă finală. Meșterul Sandu spune că durează aproximativ 35 de minute realizarea unei verighete simple de argint, sub privirea clientului.

Uneltele folosite de el sunt: nicovala, ciocanul, foarfeca, cleștele, penseta, lampa de sudat, pila. Meșterul mai spune că știe meseria asta de mulți ani și a învățat-o de la un unchi de-al lui. El își aduce aminte că mai întâi a învățat sculele, și apoi unchiul lui i-a arătat tot ce știa,

așa încât până la vreo 15 ani a deprins meșteșugul. *„Eu am și diplomă de bijutier, cu toate că m-am născut cu meseria asta, dar am zis să fac și o școală ca să îmi obțin o diplomă și am și diplomă de bijutier”*, spune meșterul Sandu.

El consideră că atelierul stradal este la mare căutare. Atunci când execută lucrarea direct în fața clientului, acesta îl apreciază, iar el ca meșter are credibilitate și persoanele din jurul tarabei admiră valoarea obiectului făcut manual. Obiectele cu tentă decorativă le face mai mult la comandă. Meșterul mai spune că este bine să ai marfa expusă pe un panou, ca și cum clientul alege marfa dintr-un catalog, dar asta înseamnă să ai marfă multă și diversă, care să atragă privirea clientului, ca acesta să te recomande.

În opinia lui, în această meserie seriozitatea te recomandă și este bine că poți să negociezi prețul cu clientul. Sunt situații când omul are produsul finit, dar necesită doar o lipitură și atunci se plătește doar manopera. Când vine clientul, inițial se uită la meșter și îi apreciază îndemânarea. Meșterul Sandu spune că intră în vorbă cu clientul, spune câte o glumă, îl invită să-și aleagă ceva din ce are expus, încearcă să-l convingă să cumpere și nu îl lasă pe client să plece fără să facă o tranzacție. Meșterul crede că nu există un anumit tip de clienți, cei care cumpără pot fi bogați sau săraci, români sau țigani, americani sau localnici din zonă.

Meșterul se ocupă și de prelucrare și de vânzare. Lucrează singur. Când merge cu taraba în localitatea natală, Caracal, se ajută reciproc cu un văr de-al lui. El spune că la Caracal, clienții îl știu bine și vin la sigur să-și repare ceva, exact cum vin la un meseriaș să-și rezolve problema (să repare îmbrăcămintea la croitor sau încălțăminte la cizmar).

„Sunt meșter argintar, practic meseria de când mă știu, e o sursă de trai și îmi place ceea ce fac” spune meșterul. El mărturisește că veniturile nu sunt mari din acest meșteșug și variază în funcție de perioadă sau anotimp. Meșterul Sandu crede că argintarii sunt capabili *„să scoată un produs din nimic, este o mare artă”*.

Familia

Meșterul spune că, în prezent, nu se mai respectă tradiția prin care căsătoria se făcea doar cu înțelegerea între părinți și la vârste foarte fragede. În familia lui nu s-a ținut cont niciodată de asta, băiatul lui cel mare și fata cea mică s-au căsătorit la 20 de ani.

Soția lui provine dintr-un alt neam de romi, mama ei se ocupa de comercializarea penelor prin sat. În tinerețe, mergeau la bâlciuri împreună. Ea făcea înghețată și o vindea iar el lucra argint. Câștigau bani frumoși, dar aveau și 9 copii în grijă. S-a căsătorit la 20 ani și consideră că argintarii sunt mai cizelați.

El și-a dorit pentru copiii lui o calificare. Ei nu practică această meserie, deși unul din băieți a învățat când era mic, dar acum lucrează în construcții. Mai toți copiii sunt plecați la muncă în străinătate.

Acum trăiește și lucrează argintărie la Malu Mare, unde locuiește cu fata și ginerele lui. Împreună cu soția lui au grijă de cei 3 nepoți.

OBICEIURI, TRADIȚII

NUNTA

Darius Matache (36 ani) - comuna Malu Mare

Darius Matache face parte din neamul ursarilor, un neam din care se trag multe alte neamuri de romi (lăutari, cărămizari, florari). El provine dintr-o familie de romi cărămidari cu 4 copii, care colindau țara pentru a face și vinde cărămidă. Ulterior s-au stabilit la Malu Mare iar tatăl său a început să cânte pe la nunți. Darius Matache s-a căsătorit în 2007 și acum are 3 copii, 2 fete și un băiat de 10 ani.



După petrecere a urmat dovedirea fecioriei/virginității, respectiv făcutul cămășii, care trebuie să se facă în familia băiatului. A doua zi a fost a doua petrecere cu ritualuri. S-a jucat cămașa la familia fetei și a băiatului, cu precizarea că, înainte de jucatul cămășii (la intrarea în curtea familiei fetei) se face un jurământ din partea socrilor mari, adică a părinților băiatului, că nora lor a fost cum trebuia să fie (fată mare), pentru ca pe viitor să nu fie lăsate interpretări cum că fata nu a fost virgină. Soacra este vopsită și joacă cu cămașa. În vremea bunicilor era obiceiul ca la nuntă neamurile miresei să primească pantofi noi din partea familiei ginereului pentru a juca

până se rupeau.

GASTRONOMIE

Pătru Mariea, 59 de ani - comuna Malu Mare

Mariea Pătru s-a căsătorit de la 15 ani și are 4 copii. Acum familia este și mai numeroasă, cei 4 copii dăruindu-i 14 nepoți. Trei dintre copii sunt plecați în străinătate iar când vin acasă Mariea Pătru le pregătește mâncăruri tradiționale. Femeia spune că specialitatea casei este iedul la rotisor.



Rețete tradiționale țigănești

Iedul la rotisor

Iedul care se prepară trebuie să fie ”de lapte”, adică nu trebuie să fi mâncat iarbă ci doar să fi fost hrănit cu lapte. Se pune aproape întreg la rotisor, iar în interior se pun măruntaiele (mașele și burta iedului) și se lasă la foc aproximativ 5-6 ore. Între timp se prepară salată verde cu ceapă verde și câteva felii de ridichi. Apoi se pune niște ardei capia la copt, care se adaugă într-o saramură cu sare și usturoi. Iedul se servește cu mămăligă caldă, răsturnată din ceaur și tăiată cu ața.

Mariea Pătru, pregătind masa în curte - miel

Șah Hai Mas

Este cea mai cunoscută mâncare tradițională țigănească și datează din perioada nomadă a romilor. Pentru că nu aveau bucătărie și nu puteau găti foarte des, atunci când se opreau undeva făceau în ceaune preparatul extrem de consistent și hrănitor din care, dacă mâncau o dată, se săturau.

Se pune la fiert apa, și când clocotește se adăugă un ciolan de porc și două aripi de curcan. Separat, se călesc timp de câteva minute o ceapă și câțiva morcovi. În oala în care fierbe carnea se adăugă apoi câteva linguri de ghiveci de legume, iar după ce a fiert carnea se pun morcovii și ceapa călită, plus 300 de grame de varză murată și 200 de grame de varză dulce tăiată fideluță. La 10 minute după aceea se adăugă 150 de grame de orez. Se lasă pe foc până când mâncarea scade și, la final, se condimentează cu 2-3 foi de dafin și câteva crenguțe de cimbru, după gust.

Separat se amestecă 7 ouă întregi cu brânză telemea veche, mai grasă, nu foarte sărată, dată pe răzătoare și se adaugă zahăr. Se întind foi de aluat și se așează în tavă o foaie de aluat, un strat de umplutură, până când se termină ambele compoziții. Peste brânză se toarnă, de fiecare dată, câteva picături de ulei. Foaia de deasupra se unge cu gălbenuș de ou, cu o pensulă, și se înțepă cu furculița. Se lasă la cuptor, la foc mediu, 25-30 de minute.

Se curăță 2 legături de ceapă verde, se spală, se taie mărunț și se pun într-o tigaie, cu puțin ulei, să se călească. După ce a devenit sticloasă, se adaugă 800 g carne tocată (pulpă de porc). După ce s-a călit carnea, se adaugă pastă de ardei capia (200 g) și 600 g roșii tăiate cubulețe. Se condimentează, după gust, cu sare, piper măcinat și boabe și cimbru măcinat. Se bagă pentru câteva minute în cuptorul încins. După ce a scăzut, se adaugă cimbru și ardei iute pe deasupra. Se servește cu mămăligă sau cu pâine caldă. Se ornează cu verdeață și frunzulițe de cimbru.

Supă țigănească cu fasole verde la ceaun

Se pun 100 gr slănină afumată în tigaie, se prăjesc până se topesc, apoi se adaugă 1 ceapă roșie mare mărunțită și se căleşte. După ce s-a rumenit ceapa, se adaugă 200 gr ceafă afumată tăiată cubulețe, o roșie tăiată felii, un ardei verde și unul roșu. Se presară boia, se adaugă 2 litri de apă și se fierbe la foc mic. Când carnea aproape s-a fiert, se adaugă fasolea verde și 150 gr cus-cus. Se mai lasă la fiert câteva minute, după care se îngroașă cu smântână amestecată cu făină și se presară pătrunjelul. Mâncarea trebuie fiartă încă o dată înainte de servire.

Ciorbă țigănească

Se curăță 4 cartofi, 1 ceapă, 2 morcovi, 1 rădăcina pătrunjel, 1 păstârnac, 200g țelină, 2 dovlecei mici, se spală și se taie cubulețe. În oală se pun la călit ceapa împreună cu morcovii și uleiul. Când sunt morcovii mai moi, se adaugă rădăcina de pătrunjel, păstârnacul și țelina și se mai lasă aproximativ 3 minute, amestecând să nu se lipească. Se adaugă cartofii tăiați cuburi mai mari și se adaugă apa, atât cât este nevoie pentru a arată mâncarea a ciorbă. Se mai adaugă sarea și 2 lingurițe de vegeta și se lasă la fiert până ce toate legumele sunt fierte. Cu 10 minute înainte de a se stinge focul se adaugă dovleceii și roșiile în bulion mărunțite, iar după ce se stinge focul se presară pătrunjel tocat mărunț.

OBICEIURI

Gurbanul, comuna Malu Mare

În comuna Malu Mare, în neamul romilor rudari se mai păstrează o tradiție numită Gurbanul.

Pe timpuri, pentru persoanele care erau bolnave din neamul rudarilor, existau diferite leacuri băbești făcute din ierburi. Gurbanul se făcea pentru persoanele bolnave care de regulă nu se vindecau prin leacurile băbești.

În acest sens, persoanei bolnave, înainte cu două săptămâni de Gurban i se puna după ureche o frunză verde de stejar sau plop. Bătrânii satului îl sfătuiau pe cel suferind să adoarmă cu gândul la mielul care urma să fie sacrificat ca jertfă pentru boala acestuia. În cazul în care mielul era visat fiert sau copt, așa era sacrificat și jertfit în ziua Gurbanului.

Gurbanul se sărbătorește și în prezent pe data de 6 mai când romii îl cinstesc pe “SF.Gheorghe” dar mai sunt și rudari care îl sărbătoresc cu alte ocazii.



Unii îl fac pentru persoanele bolnave pe care le au în casă, alții îl fac de drag, cert este că la această sărbătoare se ia un berbecuț care trebuie să fie neapărat mascul, se merge la iarbă verde unde se aprinde focul și se prepară în funcție de cum este visat de către persoana pentru care se sărbătorește (fiert sau copt).

Drob țigănesc și mămăligă

În seara care precede sărbătoarea, femeile ce urmează să jertfească mieii împletesc coronițe din crengi de salcie și flori și fac așa-numitul brad al mieilor. Coronitețele sunt așezate pe capetele mieilor de sacrificat, copiii țin în mâini câte două lumânări, iar mieii sunt puși să bea vin dintr-o farfurie (formă de împărtașanie). Miei sunt stropiți cu vinul rămas în farfurie și li se iau coronițele de pe cap. A doua zi, înainte de sacrificiu, mieilor li se pun înapoi coronițele pe cap, copiii încăleacă pe miei și țin în mâini lumânări. În timpul sacrificiului cântă lăutarii, iar bărbații care sacrifică mieii se închină cu față către Răsărit. Femeile care au făcut bradul colectează în farfuriile sângele mieilor sacrificați și fac cu acest sânge un punct pe fruntea copiilor, punct care va purta noroc și va proteja copiii de rău pe parcursul întregului an. Pentru ca sacrificiul să aibă efect, sângele mieilor este strâns de femei în vase noi, direct de la gâtul tăiat al mieilor și nici o picătură de sânge care curge din gâtul mieilor nu trebuie să atingă pământul pentru a nu impurifica sacrificiul. Organele mielului se fierb împreună cu intestinalele, se toacă mărunt, se amestecă cu verdeață și se prepară așa numitul drob țigănesc care se împarte copiilor de pe stradă.



Se curăță locul unde va fi preparat berbecuțul după care se aprinde focul în același loc unde urmează să fie preparat (copt sau fiert), se înconjoară locul cu frunză de plop sau de stejar, se pune berbecuțul la copt sau fiert și nu va mânca nimeni altceva până când nu va fi gata. Toți cei prezenți trebuie să fie curați în sensul de a nu fi întreținut raporturi sexuale cu două săptămâni înaintea acestui eveniment iar *Berbecuț la proțap pregătit de Gurban*

dacă cineva nu este curat înseamnă că nu are voie să se apropie de locul unde este preparat berbecuțul.

Berbecuțul sau berbecuții după caz, trebuie să fie neapărat albi să reprezinte curățenia și inocența iar înainte de a se trece la masă este făcută o urare, de obicei cel mai bătrân din neam urează mielul pentru persoana pentru care s-a preparat, fiind o urare specifică pe care o știu doar bătrânii și se transmite din generație în generație.

MEȘTEȘUGURI

Căldărari

Goman Constantin zis Milan (58 ani), oraș Orșova

Constantin Goman spune că și bunicii lui au fost căldărari. Primele amintiri le are de la 6 ani când se uita la bunicii lui cum fac cazaneși apoi a învățat și el. Ulterior, a lucrat în domeniul energetic și de-a lungul timpului a cochetat și cu lăutăria, cântând la clarinet. Acum este consilier local la Primăria din Orșova dar nu a uitat meseria de la bunici și confecționează, ajutat de un nepot cazane din aramă.



Meșterul Milan și nepotul său finalizând un cazan la comandă



Meșterul Milan povestește cum iau naștere cazanele ”Avem vase speciale în care facem topitura pentru material. Uneori executăm și cu materialul clientului. Ceva ce nu reușesc să facă decât căldărarii în manoperă este îmbinarea în „coada de rândunică”. Pentru lipitură se folosește un aliaj special, care se încălzește la o temperatură foarte mare. Cazanele sunt grele, noi solicităm plata în funcție de cat cântărește cazanul. Eu și nepotul mei muncim cam o săptămână sa facem un cazan”



Forja, ciocanele și nicovala folosite la prelucrarea metalului

Constantin Goman spune că inițial bunicii lui au locuit în vechea Orșovă, în cătunul Jupalnic, care acum este sub ape, acoperit de Dunăre. În 1968 regimul comunist de atunci a mărit forțat debitul Dunării, în zona Portilor de Fier II și au acoperit cătunul Jupalnic. Constantin Goman spune că în acel cătun erau 100 de familii. Străbunicii lui erau corturari și se ocupau de confecționarea cazanelor. Mama lui era din Zvinița, iar tatăl din Lugoj, din partea Banatului. În familie sunt 4 frați (o fată și 3 băieți).

Acum locuiește în Orșova împreună cu aproximativ 100 de familii de romiși sunt așezați unii lângă alții, majoritatea fiind rude. El spune că dintre aceștia, 30 de familii sunt vorbitori de limba romani. Constantin Goman mai povestește că are o familie frumoasă, cu 4 fete, o nepoțică și un nepot. Acum el locuiește cu una dintre fete și cu familia ei. El se laudă că soția și fiica cu care locuiește sunt bune gospodine. Familia lui ține toate sărbătorile romilor dar în special se pregătește foarte mult pentru 2 praznicuri.

GASTRONOMIE

Rețete tradiționale țigănești de la Goman Mariana (30 de ani)



Ratui (se aseamăna cu salamul de Sibiu) se face în intestin subțire de porc. Se amestec bine carnea macră de porc proaspăt sacrificat cu grăsime și condimente. Se pune la afumat, se face o împletitură specială cu sfoară și se pune agățat în tindă . Se păstrează așa și 3 ani de zile.

Corobetul – are o umplutură asemănătoare cu cea de la rătui, numai că se umple într-un maț de vită mai gros.

Rânza- umplutura se pune în burta de porc (în limba romani la burtă se spune rânza). La fel ca la ratui se agață în tindă și se poate consuma chiar și după 3 ani.

Șah Hai Mas (carne cu varză) se prepară din timpuri străvechi, din perioadele în care aceștia trăiau în corturi și se mutau dintr-o localitate în alta. Pentru că nu aveau bucătărie și nu puteau găti foarte des, atunci când se opreau undeva făceau în ceaune preparatul extrem de consistent și hrănitor.

Pentru a obține o porție pentru 6 persoane, se pun la fiert 3 litri de apă, iar atunci când clocotește se adăugă un ciolan de porc mai mare și două aripi de curcan sau de găină. Separat, se călește timp de câteva minute o ceapă și un morcov. În oala în care fierbe carnea se adaugă apoi câteva linguri de ghiveci de legume, iar după ce a fiert carnea se pune morcovul și ceapa călită, plus plus 300 de grame de varză murată și 200 de grame de varză dulce tăiată fideluță. La 10 minute după ce a fost pusă varza, se adaugă 150 de grame de orez. Se lasă pe foc până când sunt fierte, trebuie să fie o mâncare scăzută. La final, se condimentează cu 2-3 foi de dafin și câteva crenguțe de cimbru, după gust.

Pui cu ardei capia. Preparatul se poate face și în cuptor, însă cel mai bine iese atunci când ingredientele sunt pregătite pe grătar. Se folosește un pui întreg, care se taie și se rumenește apoi fie pe grătar fie în cuptor. La fel, pe grătar sau în cuptor, se coc ardei capia, care apoi se curăță. După aceea se pisează usturoi, două căpățâni mari, și se face un fel de mujdei cu sare, piper, condimente și jumătate de litru de apă. După ce s-au copt carnea și legumele se pun într-un vas mare, în mujdeiul de usturoi. Se poate adăuga peste și un pic de ulei

Rețete tradiționale țigănești de la Goman Ilonca Nina – 56 ani

Ciorba țigănească. In acesta ciorba se pun 3 feluri de preparate din carne si anume: (carne de găină de țară, ficăței de pui, inveliti in galusca de faina si ratui pregatit de noi). Restul se adauga ca la o cirba normala cu zarzavat.

Se pune la fiert o găină de țară întreagă în aproximativ 5 l de apă. După ce a fiert găina, aproape de 3 sferturi, se adaugă în acea fiertură zarzavatul tocat și ușor călit (2 cepe de mărime medie, tocate mărunt, 2 ardei grași tocați mărunt).



În etapa următoare se pregătesc găluștele de ficăței. Se pisează 1 Kg de ficăței de pui, se amestecă cu faină și se fierb având aspectul unor găluște.

Găina, gata fiartă se îndepartează din ciorbă și se adaugă găluștele. Acestea se lasă la fiert aproximativ 20 de minute, apoi se potrivește cu sare și oțet. Se servește caldă ca primul fel pentru

un meniu complet. Se obișnuiește să se servească la nunți sau diferite evenimente.

Plăcintă – ruladă cu brânză, o plăcintă delicioasă cu brânză telemea. Într-un vas mai larg se pune făină peste care se pune un litru de apă caldută în care s-a adăugat sare grunjoasă după gust. Se frământă până când se obține un aluat consistent, apoi se acoperă cu un prosop și se lasă aproximativ 10 minute. Separat, se amestecă 7 ouă întregi cu brânză telemea veche, mai grasă, nu foarte sărată, dată pe răzătoare. Se adaugă 100 de grame de zahăr. Apoi, se întind foi de aluat și se așează în tavă o foaie de aluat, un strat de umplutură, până când se termină ambele compoziții. Peste brânză se toarnă, de fiecare dată, câteva picături de ulei. Foaia de deasupra se unge cu gălbenuș de ou, cu o pensulă, și se înțepă cu furculița. Se lasă la cuptor, la foc mediu, 25-30 de minute.

EȘELNIȚA

ARTE (MUZICĂ, DANS)

Rromi
lăutari

Antonescu Petre zis Tică Moșa (56 ani) - comuna Eșelnița



Petre Antonescu spune cu mândrie că are 47 de ani de când cântă și că s-a apucat singur de cântat când avea 9 ani. El crede că a fost dăruit de Dumnezeu cu un asemenea har. Primul instrument i l-a cumpărat tatăl său și a fost un fluiet, apoi i-a cumpărat un saxofon.

El povestește că la 12 ani știa să cânte foarte bine și la acea vârstă a cântat cu Gheorghe Zamfir, cu Ion Drăgoi și cu Luca Novac. A fost totuși chinuitor să învețe singur, nu i-a fost ușor și a muncit foarte mult. ”Pe timpul lui Ceaușescu plecam pe jos, sau cu autobuzul, dormeam prin gară ca să ajung la cântări. Când veneam acasă, repetam foarte mult, făceam note lungi cu un verișor al meu, pe care noi îl strigam Ministerul. El a murit foarte tânăr, la 47 de ani. Aveam stiluri diferite la cântat. Dar era bine...Eu furam de la el și el de la mine. Aici, la mine acasă, se făceau repetiții :veneau Nicoară, Dumitru Stănescu, Puiu Codreanu. Pe lângă mine mulți au câștigat o pâine”, povestește el.

Tică Moșa spune că a fost mentor pentru mulți muzicanți și întotdeauna a avut stilul lui de interpretare. El poate aborda toate stilurile de muzică, inclusiv jazz și muzica ușoară și de aceea a cântat cu ansambluri sau formații diferite. O perioadă bună de timp a cântat în Ansamblul Maramureș, din Baia Mare, unde era dirijor Valeriu Buciu, soțul cunoscutei cântărețe Angela Buciu.

Saxofonistul Tică Moșa spune că talentul său i-a fost apreciat și în străinătate: în 2007, a câștigat locul III la Festivalul Internațional de Jazz de la Mont de Marsan din Franța, unde au fost prezenți 40.000 de oameni. A cântat la rece ca să demonstreze autenticitatea și a concurat cu frații Gipsy King care au câștigat locul II. ”Acum cânt cu un solist consacrat de la Târgu Jiu, cu Nicu Fâciu. Mai am niște preferați ai mei cu care cânt acum: copiii de la Armenișși cu Mircea- mare acordeonist, cu un elev de-al meu, copilul lui Dragan Pirvulovici, cu un clăpar din Iugoslavia, un violonist de la Beograd . Am mulți prieteni, pe care îi apreciez, și-mi place cum cântă, mai ales suflători, cum ar fi Dorel de la Craiova sau Puiu Bucataru” spune el.

Împreună cu saxofonul lui, Tică Moșa a colindat lumea: a cântat în Franța, Austria, Germania, Norvegia, chiar și în Australia. Își aduce aminte că la Oslo, în Norvegia, a mâncat carne de ren. În Austria, la Viena a cântat foarte mult timp , aproape 20 de ani, cu instrumentiști sârbi. Plecărilor de lângă familie le-a considerat un “chin” și de aceea acum acum nu mai pleacă din țară. Merge la evenimente, dar în apropiere de casă, în Timișoara, Craiova, Severin.

În lumea lăutarilor el este cunoscut ca Tică Moșa, nu ca Petre Andreescu. La o deplasare în Italia, în Perugia cu un grup de 10 vreo muzicanți a fost trecut în listele de călătorie cu numele de scenă și a trebuit să dea explicații în aeroport.

Tică Moșa este pasionat de pălării, mașini și saxofoane. În prezent are 5 saxofoane, pe care le consideră printre lucrurile cele mai de preț.



Tatăl său era fierar. Tică Moșa povestește că atunci când era copil, tatăl său îl prindea la scăldat și îl puneă să sufle la foale și să îl ajute în atelier de dimineața până seara. El mai păstrează și acum "Foiul" (fierăria) tatălui său cu toate sculele iar despre nicovala din atelier spune că are o vechime de sute de ani. Tică Moșa spune că aceste unelte sunt foarte căutate de străini și că avut oferte bune de la italieni pentru ele dar nu a vrut să le dea.,,S-au cam dus tradițiile, însă ceea ce a mai rămas le păstrăm și suntem conștienți de valoarea lor" spune el.

Mama lui nu știa țigănește, deși era tot din neam de romi. În schimb tatăl său vorbea bine țigănește. Acum are 5 nepoți, care stau la el și vrea să aibă grijă de ei.

VIDIN

MEȘTEȘUGURI

Rromi sobari

Nikolay Spasov Asenov, zis Shani Pechkarya (cel care se ocupă de sobe), orașul Vidin



„Meșter bogat nu există, dar portofelul lui nu rămâne gol“.

Povestea originii familiei este foarte interesantă. În familia sa există fierari, brutari și kalaydzhii. Străbunicul său Bekir este din Belogradchik. A fost fierar, a confecționat instrumente de muncă pentru întreaga zonă. Mai târziu, fiul său, bunicul Shanko, locuia în Archar. Și el era meșteșugar. Nikolay Shani s-a ocupat cu această meserie timp de 30 de ani. Confeționează și repară sobe, grătare și alte structuri din tablă. Se străduiește să fie conștient de noile tendințe din acest domeniu. Regretă faptul că tinerii nu sunt interesați de meserii, ei nu doresc să le studieze.

Crescători de cai

OBICEIURI ȘI TRADIȚII

În cartierul rom "Drumul nou" din Vidin, pe lângă ritualurile asociate cu mielul, se poate vedea de Ziua Sfântului Gheorghe și lazarki. Fetele îmbrăcate în costume populare, cu flori în păr, se plimbă în jurul caselor, cântă și dansează. În grup este și o mireasă responsabilă pentru ciauul plin cu apă și monede. Ei cântă pentru sănătate și urează bunăstare gazdelor. În schimb, primesc bani și dulciuri. Acest obicei a fost îndeplinit de-a lungul timpurilor, de generațiile anterioare.



*Lazarka în cartierul Drumul nou, oraș Vidin

La celebrarea Zilei Sfântului Gheorghe, poate fi văzut în cea mai mare măsură similitudinea ritualului festiv al bulgarilor și romilor. Decorarea festivă a casei, realizarea unei coroane de flori cu lumânări pentru miel, colectarea sângelui și deversarea în apă curgătoare, legarea leagănului, îmbăierea băieților, cântatul inelelor și aproape toate celelalte elemente le întâlnim sau mai precis s-au întâlnit în tradiția bulgară de unde au fost probabil împrumutate. Acestea sunt descrise în detaliu în cartea menționată de Dimitar Marinov. Desigur, există și elemente specifice romilor - decorarea mielului copt și vânzarea capului nu se regăsesc în tradiția bulgară. Dar aceste elemente nu diminuează impresia generală a apropierii în ambele moduri de a sărbători și de a fi aproape de tradițiile generale. De obicei, Sfântul Gheorghe este asociat cu foarte multă distracție și bună dispoziție exprimată într-o varietate de moduri.



Gonirea ciumei

În data de 31 ianuarie pe stil vechi este Atanasovden (ziua Sf. Atanasie). Sărbătoarea în cartierul rom din Vidin este unică. Aici, sărbătoarea se numește "gonirea ciumei" (Bibiyaki, adică sărbătoare "mătușii", de Bibiya, Bibi-mătușa). Atât populația bulgară, cât și romii cred că din această zi iarna se transformă în vară și acesta este începutul sezonului nomad pentru țigani. Obiceiul Bibiyaki este făcut pentru sănătate - ciurma este gonită,

se aruncă sorcova (de exemplu, bolile specifice de iarnă), care sunt ținute de Sf. Vasile și sunt încărcate într-o căruță cu cai și aruncate.



Alegere Miss Vasilitsa

ARTE (MUZICĂ, DANSURI)

Rromi lăutari Formația Frații Angelovi- Drumul Nou, orașul Vidin



Șeful orchestrei este Gogo Trompeta. Interesant este că Gogo are un frate geamăn. Orchestra este formată din 12 persoane, toți sunt rude - frați, veri și nepoți. Începutul familiei muzicale a fost făcut de bunicul Angel, care este cunoscut în nord-vestul Bulgariei ca muzicianul Balchi, care a transmis talentul fiului său Bairam și el fiilor săi și astfel pentru patru generații.

Sunt absolvenți ai Gimnaziului Profesional "Vasil Levski" din Bregovo, au locuit în căminele de elevi. Ei sunt mulțumiți de stilul lor de viață, muzica este o parte integrantă a acesteia. Ei călătoresc mult pentru a face fericiți oamenii din zonă. Cele mai multe angajamente le au în sezonul de vară pentru că vin cei din străinătate, sunt multe nunți în cartierul de romi. De asemenea, călătoresc în străinătate, Germania, Italia

și Spania. Ei oferă mulțumiri sincere întregii echipe a Show-ului lui Slavi, pentru că i-a făcut populari, le-a făcut publicitate și i-a ajutat să devină celebri în întreaga țară. Au angajamente de care sunt mândri de ani de zile, susținând că sunt de încredere și, prin urmare, căutați. Spun cu regret că au ratat o oportunitate incredibilă de a lucra la Viena, cu muzicieni importanți, cum ar fi Teodosi Spasov și Ivo Papazov, dar atunci când le-a oferit colaborarea aveau deja acceptate angajamente în Vidin. Cu toate acestea, nu au ratat să facă spectacole mari pe o navă de croazieră unde au cântat muzică balcanică. În ciuda popularității sale, Orchestra Fraților Angelovi este accesibilă și reală. Ei stabilesc tariful în funcție de posibilitățile oamenilor care îi caută, astfel încât ambele părți să fie mulțumite.

Rromi lăutari Tsvetana Perova Marinova (REGINA), orașul Vidin



Tsvetana s-a născut și a crescut în Vidin. Mama sa este un descendent al țiganilor turci, iar tatăl al tsutsumanilor locali. Talentele ambelor familii se împletesc. Ea spune că tatăl ei se bucura de vocea ei încă de mică și o făcea să-i cântă ori de câte ori era în compania prietenilor, la nunți, cântece asemănătoare cu cântecele vechi și grele ale lui Shaban Shaulic. Cu o ureche muzicală și muzicalitate foarte bine dezvoltate, copilul talentat îi înveselea pe cei dragi. Toată lumea a admirat fetița, ea cânta ca o regină și au început să o numească pe Tsetsa Regina. Tsetsa avea

doar 13 ani când prima orchestră a apărut în casa părinților ei, cerându-i Reginei să cânte alături de ei. Convingerile și mentalitatea tradițională stricte nu au permis. Pentru el era mai important ca fiica lui să se căsătorească cu un bărbat bun, să creeze o casă și o familie. Eșecul personal a influențat succesul. Din acel moment, ea a început să accepte angajamente, să cânte, să participe la diverse petreceri și să câștige popularitate. Pe parcursul anului 1995/1996 participă la „Festivalului Țigănesc Național de muzică romă” din Stara Zagora, împreună cu orchestra "Naslada“, alături de muzicieni importanți, cum ar fi Lolo chitaristul și solistul Rami, iar premiile au fost acordate de Vili Kazasyan. Eveniment exclusiv în viața cântăreței. "Show-ul lui Slavi" a fost important pentru Regina, unde a avut cinci apariții. A câștigat popularitate și devenit cunoscută în întreaga țară și în afara ei. De asemenea, a lucrat în Elveția, Germania, Spania și altele. În cei 30 de ani de experiență și cu bogatul ei repertoriu de cântece țigănești, sârbești și bulgărești, regina și-a captivat ascultătorii. Mulți oameni se bucură, dar și plâng foarte mult la baladele pe care le interpretează.

Rromi dansatori Metodi Filchev - coreograf și președinte de ONG, orașul Vidin



A crescut în orfelinat și case de copii, mama este țigancă din Mihaylovgrad (Montana), iar tatăl său este de origine turcă și este definit ca țigan. A început să danseze la vârsta de 7 ani la Casa de Cultură a Sindicatelor Regionale. El crede că talentul său se datorează originii rrom - o întruchipare a temperamentului fierbinte, a muzicalității, a emoției și luptei. Recomandat de profesorul său Ilia Mihaylov, el a mers să studieze în Berkovitsa, unde a absolvit un curs de formare de trei luni pentru coreografi. Dobândește o diplomă de coreograf și profesor de dans. A studiat

coregrafie, regie și actorie într-una dintre cele mai prestigioase școli din lume - la Leningrad, alături de mari artiști ai timpului său ca Igor Moiseevich, șef al ansamblului rus, de asemenea, de origine romă. Filchev a spus că, în anul 1989, la un festival de BSG „Alioșa“ în Rusia, el a făcut un dans unic „Gypsy Love“, cu care a câștigat premiul întâi. El s-a întors în Bulgaria și a început să lucreze la școala „Episcop Sofroniy Vrachanski,“ din cartier, în calitate de coordonator de ansamblu. Sub conducerea sa, în urmă cu aproximativ zece ani, ansamblul a câștigat o medalie de aur la festivalul național din Vratsa. El crede că munca sa contribuie la integrarea comunității prin dezvoltarea și promovarea culturii romilor. Sub conducerea sa se desfășoară concursul anual "Miss Vasilitsa" din Vidin. Cu ajutorul Primăriei din Vidin, Administrația districtului Vidin și alți sponsori la data de 17 mai se desfășoară festivalul etno-rom de muzică și dans, cu mulți invitați din toată țara, care în acest an coincide cu celebrarea a 55 de ani de carieră artistică a domnului Filchev. În această perioadă lungă, Filchev se poate lăuda cu multe premii câștigate, dintre care unul acordat de Președintele Georgi Parvanov, ordinul „Kiril I Metodi“, onorul „Antim I“ și multe altele.

DUNAVTSI

MEȘTEȘUGURI

Producători de săpun

Mara Kamenova Angelova zisă Bunica Mara, orașul Dunavtsi



Este născută în orașul Dunavtsi, a crescut în mahalaua din satul Gurkovo. Părinții ei erau oameni foarte cinștiți și harnici, în acest spirit și-au crescut copiii. Deși vremurile au fost dificile, cei patru copii din familie nu au fost privați de nimic. A învățat să facă vasul specific pentru coacerea pâinii numit cherepnya de la mama ei. Este un maestru al pâinii de la vârsta de 14 ani. A absolvit liceul, apoi s-a căsătorit. Își aduce aminte de petrecerile de nuntă ale copiilor ei.



Acestea se celebrează într-o singură zi, la fel ca în cartierul de romi din Vidin - bogat, cu mulți oaspeți din întregul cartier. Cu mândrie și zâmbete, ea declară că a crescut și a educat copii și nepoți, opt dintre ei cu studii superioare.

ASPARUHOVO

MEȘTEȘUGURI

Meșteșugar cu ramuri de salcie
 Apicultor

Boril din satul Asparuhovo, municipiul Medkoveț

Unii dintre acești maeștri predau meșteșugul copiilor sale, iar întreaga familie este implicată în producție. Moștenind meseria de la tatăl său, el continuă să extragă miere de la albinele sălbatice, practicând apicultura în travni, pe care le face singur. Împărtășește dificultățile și problemele din profesia sa și nevoia de a cumpăra albine de către apicultori, pe măsură ce numărul albinele sălbatice a scăzut brusc. Apicultorul este mulțumit de meșteșugul său și spune că albinele dau miere bună și nu cer prea multă grijă. Produsul său are o piață de desfacere deoarece astăzi produsele ecologice pure sunt foarte populare și au prețuri mai mari.

GABROVNITSA

MEȘTEȘUGURI

Rromi fierari Georgi Georgiev din satul Gabrovnitza, municipiul Montana

A studiat meșteșugul în Boychinovți cu Maestrul Emil, începând ca un ucenic, până a învățat și a devenit maestru. El a subliniat că principalul motiv pentru care a învățat meșteșugul este faptul că era dintr-o familie mare și nu avea din ce trăi într-un sat. Circumstanțele interne i-au forțat să depășească dificultățile și de a stăpâni fierăritul și de a accepta această profesie pentru viață.



ALTE ATRACȚII TURISTICE

CRAIOVA

Vestigii istorice	Muzee
Ruinele hanului Hurez Ruine cetatea Pelendava (Mănăstirea Coșuna, Mofleni, Craiova)	Muzeul de Artă, Craiova Muzeul Olteniei, Craiova Muzeul <i>Sf. Nicodim</i> al Centrului de Restaurare, Conservare Patrimoniu și Vizualizare al Arhiepiscopiei Craiovei Casa Băniei
Obiective religioase	Obiective culturale
Catedrala Sfântul Dumitru Biserica romano-catolică Sfântul Anton Biserica Protestantă Evanghelică, Catedrala Episcopală <i>Madona Dudu</i> , Sinagoga Craiova	Teatrul Național Marin Sorescu Filarmonica Oltenia
Arhitectură	Parcuri
Centrul vechi al Craiovei Casa Glogoveanu Palatul Banca Comerțului Primăria Craiova Hotel și Casino Minerva Liceul Carol I Palatul Jean Mihail Casa Jean Negulescu Casa Nicolae Romanescu Palatul Vorvoreanu (Palatul Mitropoliei Olteniei) Ansamblul Minerva Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei și Mitropoliei Olteniei	Grădina Botanică din Craiova Parcul Romanescu din Craiova Parcul Tineretului
Case memoriale	

Casa memorială Elena Farago
Evenimente și festivaluri
Festivalul internațional de teatru Shakespeare - aprilie (la fiecare 2 ani)
Craiova Muzicală - august-septembrie
Elena Teodorini - octombrie-noiembrie
Festivalul Maria Tănase - octombrie (la fiecare 2 ani)
29 mai - 04 iunie, zilele orașului Craiova
23 iunie- Craiova se îmbracă în ie
26 octombrie- Sărbătoarea sfântului protector al orașului Craiova - Sfântul Dumitru

ORȘOVA

Obiective religioase	Obiective culturale
<p>- Catedrala catolică Orșova - construită între anii 1972-1976, a fost prima biserică catolică ridicată în timpul regimului comunist. Este considerată o capodoperă arhitecturală a secolului XX. Arhitectul Hans Fackelmann a proiectat catedrala Catolică din Orșova sub forma unui cort și acoperișul privit de sus are forma unei cruci, concepție unică în Europa.</p> <p>-Mănăstirea Sfânta Ana - amplasată pe Dealul Moșului, Orșova. A fost ctitorită de către ziaristul interbelic Pamfil Șeicaru, care a luptat în zona Orșovei în calitate de sublocotenent în I. Război Mondial. Mănăstirea a fost construită între anii 1936-39 și poartă hramul Sfânta Ana, după numele mamei ctitorului său.</p>	<p>Chipul lui Decebal - Chipul lui Decebal este o sculptură în stâncă pe malul Dunării, localizată între Eșelnița și Dubova, în apropiere de Orșova. Statuia cu chipul lui Decebal a fost sculptată în stâncă de un grup de sculptori alpiniști finanțați de istoricul Iosif Constantin Drăgan. Realizarea sculpturii a durat 10 ani, din anul 1994 până în 2004. Ca înălțime, această statuie măsoară 55 metri și este a șasea din lume, fiind cu doar 6 metri mai mică decât celebra statuie a Mântuitorului Isus Hristos din Rio de Janeiro.</p>
Evenimente și festivaluri	
Festivalul Mihai Eminescu, 15 ianuarie	
Zilele Orșovei - 14-15 august	
Festivalul Toamnei, octombrie	
Festivalul Perla Dunării	

LÂNGĂ ORȘOVA

Vestigii istorice	Muzee
<p>-Situl arheologic Str. Independenței și Schela Cladovei din Drobeta- Turnu Severin - în zonă a fost descoperită cea mai veche așezare umană stabilă din Europa unde s-au descoperit și artefacte mai vechi de 10.000-11.000 de ani,</p> <p>- Ruinele Cetății Severinului-care includ mai multe construcții cu turnuri și curți interioare, descoperite în urma săpăturilor succesive.</p> <p>- Ruinele castrului roman de la Hinova, aflate la o distanță de 16 kilometri de Drobeta- Turnu</p>	<p>-Muzeul de Artă Drobeta-Turnu Severin - este găzduit într-o clădire-monument de artă, construit în stil eclectic, datând din 1890 și adăpostește lucrări de artă feudală, din secolele XIX și XX și lucrări de artă contemporană.</p> <p>-Muzeul Regiunii Porțile de Fier - Științe ale Naturii este găzduit într-o clădire ridicată în perioada 1923-1926 și are secții de Științele Naturii,</p>

<p>Severin. Este un punct arheologic deosebit de important, aici descoperindu-se cel mai mare tezaur de aur din țară, de proveniență tracică.</p> <p>-Bălăcița - limes Brazda lui Novac, este o frontieră întărită cu un val de pământ, construit în secolul IV, în vremea împăratului Constantin cel Mare. Brazda lui Novac pornea de la gura Topolniței (județul Mehedinți), traversa Oltenia și Muntenia pe sub dealuri până la Mizil, urmele sale văzându-se și astăzi.</p>	<p>Arheologie-Istorie și Etnografie-Artă Populară, deținând în patrimoniu aproximativ 4.000 de piese,</p> <p>-Muzeul Hidrocentralei Porțile de Fier I s-a deschis în 1976, prezentând caracteristicile generale ale Dunării, datele hidrologice, mărturii materiale ale așezărilor umane din zonă.</p>
<p>Obiective religioase</p>	
<p>-Biserica „Sfântul Ioan Botezatorul”, cunoscută și cu numele ctitorilor ei - „Grecescu”, este situată în partea de Sud-Vest a municipiului Drobeta -Turnu Severin</p> <p>-Biserica „Maioreasa” cu hramul „Adormirea Maicii Domnului” din Drobeta-Turnu Severin, s-a zidit din temelie între anii 1842 - 1846, din inițiativa maiorului Ion Ciupagea și a soției sale Dumitrana Ciupagea, în timpul domniei lui Gheorghe Bibescu</p>	
<p>Evenimente și festivaluri</p>	
<p>Drobeta-Turnu Severin</p> <ul style="list-style-type: none"> -Severin International Guitar Festival, mai -Toamna severineană, octombrie -Valurile Dunării - Festival international de șah - mai <p>-Vânju Mare - Festivalul viei și vinului (Septembrie)</p> <p>-Isverna - Măsuratul oilor - sfârșitul lunii mai</p> <p>-Ilovăț - Sărbătoarea Coșuștei - luna mai</p> <p>-Sărbătoarea Liliacului din comuna Ponoarele - organizată anual în prima parte a lunii mai, la care participă ansambluri artistice profesionale și de amatori, soliști de muzică populară consacrați; se organizează și o horă a satului și un foc de tabără;</p> <p>-Festivalul de muzică populară: Ponoare, Ponoare! (4-6 august) - la care participă tineri interpreți de muzică populară (soliști vocali și soliști instrumentiști);</p> <p>-Festivalul național de folclor: Munte, munte, brad frumos! - Baia de Aramă (4-5-6 septembrie) - este un concurs de interpretare vocală și instrumentală și urmărește conservarea și promovarea patrimoniului cultural tradițional românesc;</p>	
<p>Zone și arii protejate</p>	
<p>-SCI Pădurea Stârmina -Pădurea Stârmina este o arie protejată de interes național, situată pe teritoriul administrativ al comunei Hinova. Este o arie cu o suprafață de 123 de hectare care conservă habitate naturale și specii importante sub aspect forestier. Valoarea acestei rezervații se datorează suprafețelor compacte cu ghimpe și amestec de diferite foioase.</p> <p>-Parcul Național Porțile de Fier este situat pe malul stâng al Dunării, între localitățile Baziaș și Gura Văii. În perimetrul său intră și prelungirile sudice ale Munților Banatului (Locvei și Amăjului) și Munților Mehedinți, precum și o parte din podișul Mehedinți și fâșia de lac ce aparține teritoriului național</p> <p>-Rezervația naturală din satul Lunca Banului, lângă Strehaia este o pădure de stejar și frasin în care apare și mărgăritarul</p>	

EȘELNIȚA

Muzee
Colecția de Etnografie Doina Olimpia și Teodor Grigore - piese de mobilier, ocupații tradiționale, port tradițional, ceramică, icoane, fotografii din satele Eșelnița, Dubova, Ogradena Colecția preot Sever Negrescu (muzeu parohial fondat în anii 1990-1996) - carte veche, obiecte de cult, icoane, provenind din localitățile din defileu: Tisovița, Ogradena, Plavișevița, Mraconia, Dubova, Eșelnița
Obiective culturale
Monumentul dedicat eroilor locali din cele două războaie mondiale din comuna Eșelnița
Evenimente și festivaluri
Zilele comunei Eșelnița, de Sfânta Maria -15 august

VIDIN

Vestigii istorice	Muzee
Cetatea Baba Vida, adresă: Parcul Dunării, oraș Vidin tel. 094/ 601705 Cazarma cruciformă, adresa: str. Knyaz Boris I nr. 26, cartier Kaleto, oraș Vidin tel. 094/ 601709	Muzeul Konak , adresa: str. Obshtinska nr. 2 oraș Vidin; tel. 094/ 601713
Obiective religioase	
Muschea Osman Pazvantoglu, adresa: Parcul Dunării, oraș Vidin Catedrala "Sf. Dimitrie", oraș Vidin	

ASPARUHOVO

Vestigii istorice	Muzee
Turnul de Foc - Observatorul Monumentele lui Krastyo Pishurka și Tseko Voyvoda, orașul Lom; Necropolis, satul Orsoya	
Obiective religioase	
Mănăstirea Brusarski "St.Archangel Mihael " Biserica „St.Petka“, oraș Brusartsi biserica „Sf. Nicolae cel Vechi " (Borunska biserica) biserica „Sf. Nicolae cel Nou " Templul Catedralei "Adormirea Maicii Domnului", orașul Lom biserica„Sf. Paraskeva", satul Medkoveț	Muzeul Istoric, Cetatea Antică "Almus", Colecția muzeală, satul Medkoveț
Zone și arii protejate/atracții naturale	
Zone protejate: râul Lom, "Tsibarsko blato", "Mominbrodsko blato", "Orsoya", "Pescuitul Orsoya" Zonă protejată - pescuitul Orsoya Râuri: Dunăre, Lom Insula Dobrina	

GABROVNITSA ȘI MONTANA

Vestigii istorice	Muzee
Cetatea antică "Kastra ad Montanesium", Montana	Muzeul Regional de Istorie, Montana Expoziția arheologică lapidarium, orașul Montana
Obiective religioase	
Biserici: „Sft.Sf. Cyril si Methodie” Biserica baptistă evanghelică, orașul Montana Sf. Nicholae, 1866 (satul Belotinți) „Sf. Nikolae" (satul Gorna Verenița - monument național de cultură) „Sf. Arhanghelul Mihail", satul Virov Bisericile medievale: "Sf. Nicola" (Dolna Verenița) și "Sf. Patruzeci de mucenici" (satul Lipen)	
Zone și arii protejate/atracții naturale	
Zone protejate „Kitkata”; „Sto ovtsi”; peșteri - satul Dolno Belotintsi („Imaneto“, „Lisicha dupka“, „Mecha dupka“, „Mechi dupki“, „Yamata“) <i>Baraje</i> - „Osogovo“, „Chernila“, „Dobri dol“, „Lipoveț“, „Yagodnik“, „Lipen“, „Doctor Yosifovo“, „Dolna Voda“, „Klisurița“ <i>Râuri</i> - Ogosta, Vinishka bara, Botunya, Shugavița, Rikoshka bara	



CAZARE

CRAIOVA

Hoteluri în municipiul Craiova

*Rixo`s Guest House 5**

Adresa: Str. Henry Ford (E70), Strada Doljului Nr.8, 207206 Craiova, România, telefon: 0040 734 632 129, e-mail: rezervari@rixosguesthouse.ro, adresă web: <http://rixosguesthouse.ro/>

Hotel Splendid 1900

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza 4C, 200734 Craiova, România, telefon: 0040.737.023.921, e-mail: <https://splendid1900.ro/>

*Hotel Helin Central 3**

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, 200396 Craiova, România, telefon: 0040.757.666.999, e-mail: hotel@helincentral.ro, adresă web: <http://www.helincentral.ro/>

Hotel Craiovița

Adresa: Calea Severinului, 222111 Craiova, adresă web: <http://www.hotelcraiovita.ro/>

Ramada Plaza

***** Calea Bucuresti 1 www.ramadaplazacraiova.ro, 0351.100.201 | 0351.101.500,
reservations@ramadaplazacraiova.ro

Rexton

**** Bulevardul Carol I 49 www.hotelrextion.ro, +40 (0) 351 462 451,
office@hotelrextion.ro

Oltenia

**** Str. Caracal Nr. 176 www.olteniahotel.ro, +40 351 411 411,
receptie@olteniahotel.ro

Golden House **** Strada Brestei, nr. 18 www.goldenhouse.ro, (+40) 251
406271, Email: receptie@goldenhouse.ro

Emma West

**** Str. Calea Severinului, nr. 3B, www.hotel-emmawest.ro, +40 0251.480.150,
receptie@hotel-emmawest.ro,

Relax

*** Calea Severinului nr. 48 www.en.hotel-relax.ro, 0351.409.744, office@hotel-relax.ro

Plus

*** Malu Mare, str.Caracal, nr.254, www.plushotel.ro, +40.733.100.200,
plushotel@plushotel.ro

Emma Est

*** Str. Calea Bucuresti, Nr.82A, www.hotel-emma.ro, +40 0251.406.288,
receptie@hotel-emma.ro

Bavaria

**** Str. Caracal, Nr. 3 <http://www.hotel-bavaria.ro>, 0251/414.449,
office@hotelbavaria.ro

La Rocca Hotel Boutique, Str. Pelendava nr.39A, www.hotellarocca.ro, 0351
413 570, office@hotellarocca.ro

Parc, *** Str. Bibescu, nr. 12 www.hotel-parc-craiova.ro, 0251.417.257,
office@hotel-parc-craiova.ro

Europeca **** Str. Pietății, nr. 9-11-13 www.hoteleuropeca.ro, 0751224794,
hotel@hoteleuropeca.ro

Plaza **** Str. Aries, nr. 16 www.hotelplaza.ro, +40 (0) 251 430410,
office@hotelplaza.ro

Helin Central, *** Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, www.helincentral.ro, +40 351
808 708, hotel@helincentral.ro

Euphoria, ** Str. Iancu Jianu, Nr. 6 www.hoteleuphoria.ro, 0728.196.173,
office@hoteleuphoria.ro

Flormang, *** Calea Severinului 7B, www.flormang.ro, +40 769 251 832,
hotel@flormang.ro

Green House, *** Str. Fratii Buzesti, Nr. 25 www.green-house.ro, 0745 071 498,
greenhousecraiova@yahoo.com

Casa David-hotel boutique, **** Str. Stefan Cel Mare 18A, www.casadavid.ro,
+4 0755 463 464 receptie@casadavid.ro

Moteluri

Hanul Doctorului, ** Strada Viitorului 1, 0351 444 422

Hosteluri

Sport, *** Str. Brestei, Nr. 25 www.hotel-sport.ro, 0251-412022,

Pensiuni

Villa Carmelita *** Str. Împăratul Traian, nr. 41, www.carmelita.ro,
rezervari@carmelita.ro,

0728 033 339

La Favorita, Guesthouse Boutique, *** Str. Madona Dudu www.lafavorita.ro, 0351 408
098

Flormang 1 *** Str. Dezrobirii, nr. 134 <http://pensiunea1.flormang.ro/>, 0769.251.815

Bruxelles Guesthouse, **** Str. Zorilor, nr. 8 <http://bruxelleshouse.ro/>, 0351 469

254 / 0756 02 50 70, rezervari@bruxelleshouse.ro

Luisa *** Str. Caracal, nr. 12, 0724 119 388

Hanul Andriței **** Str. Viitorului, nr. 34 www.hanulandritei.ro,
office@hanulandritei.ro, 0351 431 056

ORȘOVA

Pensiunea Casa Verde

Adresa: Orșova, str. Gratca nr. 100, telefoane: +40252 360.132, +40744 954.191,
e-mail: casaverde_orsova@yahoo.com, adresă web: <http://casaverde-orsova.ro>;

Pensiunea Taka

Adresă: Str. Tufari Nr. 12 lângă port pe E70, telefon: +40722 498 110;

Pensiunea Decebal 4*

Adresă: DN57 Orșova - Moldova Nouă, prin Eșelnița spre Dubova, la aproximativ
25 km Dubova;

Telefon: 004 0252 368 032, 004 0747 808 585, e-mail:
rezervari@pensiuneadecebal.ro, adresă web:
<http://www.pensiuneadecebal.ro>.

VIDIN

"Anna -Kristina" Oraș Vidin 3700 str. Baba Vida 2, tel: +359 94 / 606 037
www.annakristinahotel.com

"Rovno" Oraș Vidin 3700, str. Tsar Aleksandar II nr. 70 3700 Vidin, Bulgaria, tel .
+359 94 690 990, fax + 359 94 690 999, info@hotelrovno.com, www.hotelrovno.com

"Avramov" Oraș Vidin 3700 str. Tsar Aleksandar II nr. 63, tel./fax 094/ 60 66 80
GSM 0885 287766, www.hotel-avramov.domino.bg, e-mail: hotel_avramov@mail.bg

Neptun Oraș Vidin Str. Dunavska № 8, 094/ 680 039, 0884 850 139; 0897 850 139
E- mail: hotel_neptun_vidin@abv.bg, Web: www.hotelneptunvidin.com

«Dunav» Oraș Vidin 3700, Str. Edelvays №3, tel./fax: +359 94 600 174

GSM.: +359 893 326 411, E-mail: hotel_dunav@abv.bg; website: <http://hoteldunav.eu/>
"Zora" Oraş Vidin 3700, str. Naycho Tsanov" 3 A, Tel.: +359 94 600290; 606 700
website: www.hotelzora.hit.bg, e-mail : hotelzoravidin@abv.bg
"Zora" 2 Oraş Vidin 3700, str. Gorazd 2, Tel.: +359 94 601171
"Bononia" 3700 Vidin, str."Bdin" No.2, +359 94 60 60 31 ,+359 94 60 60 32
website: www.hotelbononia.net, email: office@hotelbononia.net
"Stariyat grad" (Oraşul vechi) 3700 Vidin, str. Knyaz Boris nr. 2, +359 94 600023
website: www.oldtownhotel.dir.bg; email: oldtown_vd@abv.bg
"Vidin"3700 Vidin, str. Knyaz Dondukov No15, +359 94 606 938, www.hotelvidin.com,
office@hotelvidin.com
"Mix"3700 Vidin, str. Geo Milev nr. 1, tel contact: Lyudmil Slavchev GSM - 0888742054
Email :lusi_62_@abv.bg; website: www.hotel-mix.com
"Fanti"Oraş Vidin 3700, str. Dunavska 28, +359 - (0)94 / 600402
"Vida char" Vidin 3700, str. Tsar Ivan Sratsimir nr. 9, Telefon: 0896564456
E-mail: vidachar@abv.bg, website: www.vidachar.com
„TangRa” Oraş Vidin, Str. Tsar Aleksandar II №89, tel. mobil: + 359 883 38 10 90
email: tangrahotel@abv.bg, website: <http://www.tangrahotel.com>
Vival Oraş Vidin, str. Hadzhi Spasov nr. 20 (Complex Bononiya lângă bloc 6)
Telefon/fax: +359 (0)94 620940; email:vival_vd@abv.bg, web:
<http://vival.vidin.net/indexEN.html>
Casa PalomaOraş Vidin, str. Ribaritsa № 8, tel.: +359 (0)94 606503; +359 (0)887 94 39
08; +359 (0)888 966 431, email:galaanto@abv.bg, www.paloma-house.com
COMPLEX PONTI Oraş Vidin, complex Kr. Bachvarov cartier 5, tel. (094) 606 449

ASPARUHOVO

Hotel „Ogosta“: adresă: Bul „Peyo Yavorov“, 1, 3400 Montana Centru, Montana;
tel.: 096 306 310

Hotel de familie „Ring“: pe malul barajului „Ogosta”, la 2 km din oraş;

Park-hotel „Zhitomir“; adresă : piaţa „Zheravitsa“ 1, 3400 Montana Centru, Montana
Tel: 096 306 176

Hotel „Montana“: oraşul Montana, Bul. „3-Mart“ 120, tel. 096300404

Hotel „Vesta“: adresă : strada „Tsar Simeon“ nr.10, 3400 Montana Centru, Montana
tel: 096 305 720

GABROVNITSA

Hotel de familie „Ring“: pe malul barajului „Ogosta”, la 2 km de le oraş;

Park-hotel „Zhitomir“; adresă: piaţa „Zheravitsa“ nr.1, 3400 Montana Centru, oraşul Montana

tel: 096 306 176

Hotel „Montana“: oraşul Montana, Bul. „3-Mart“ nr. 120, tel. 096300404

Hotel „Vesta“: adresă: strada „Tsar Simeon“ 10, 3400 Montana Centru, oraşul Montana, tel: 096 305 720



ALIMENTAȚIE

CRAIOVA

Restaurante (primele 5 conform tripadvisor)

1. **Epoca, European** Str. Alexandru Macedonski, Nr.51, www.epocarestaurant.ro, 0725 059 333 office@epocarestaurant.ro
2. **Bulevard, Italian** Str. Lipscani, nr. 1 www.bulevardcraiova.ro, 0351416062, receptie@bulevardcraiova.ro
3. **Big Ben, European** Str. Mircea Voda, Nr. 1 +40 764 527 738
4. **Oxygen Bistro, Internațional** Str. 13 Septembrie, nr. 7, www.oxygenbistro.ro, 0735230663
5. **El Greco, Mediteranean** Calea Bucuresti, Bl M7-M8, www.elgreco.ro, 0351 442 442

DROBETA- TURNU SEVERIN

Restaurant&Lounge	European, Asiatic,	str.Traian nr.50	www.1650.ro 0774-431991 office@1650.ro
16,50	Mediteranean		
Taverna Sârbului	Est European	E 70	www.drobeta.tavernasarbului.ro 0727 223 300; 0727 600 688; 0727 300 449; drobeta@tavernasarbului.ro
Kripton	Club	Pizza, Pub, Grill	Str. Crişan 8 www.kripton.ro 0753 241 035
Pub&Grill			
Marco Pollo	Italian	Str. Theodor Costescu	www.facebook.com/pages/Marco Pollo 0352800880, 0746575951



RECREERE

Craiova - centrul istoric, viață de noapte, zbor cu balonul cu aer cald:

www.balloonadventure.eu

Calafat - plajă, pescuit

Segarcea - degustări vinuri

satul Medkoveț Stadion, sala de fitness și tenis

Orașul Montana

Complexul sportiv Ogosta (stadion și sală de sport mare), orașul Montana;

Sala de sport "Mladost", oraș Montana;

Spațiile de joacă sportive din vecinătate pentru baschet și fotbal, precum și loc de joacă pentru șah în Grădina orașului central, orașul Montana;

Centrul de fitness "Spartak", orașul Montana;

Teren de golf și teren de tenis, orașul Montana;

Platformă de skateboard în "Sunny Garden", orașul Montana;

Complexul sportiv Augusta, Barajul Ogosta, lângă Montana.



CENTRE DE INFORMARE ȘI VIZITARE TURISTICĂ

DROBETA- TURNU SEVERIN - Centrul De Informare Turistică

BD. CAROL I NR. 4

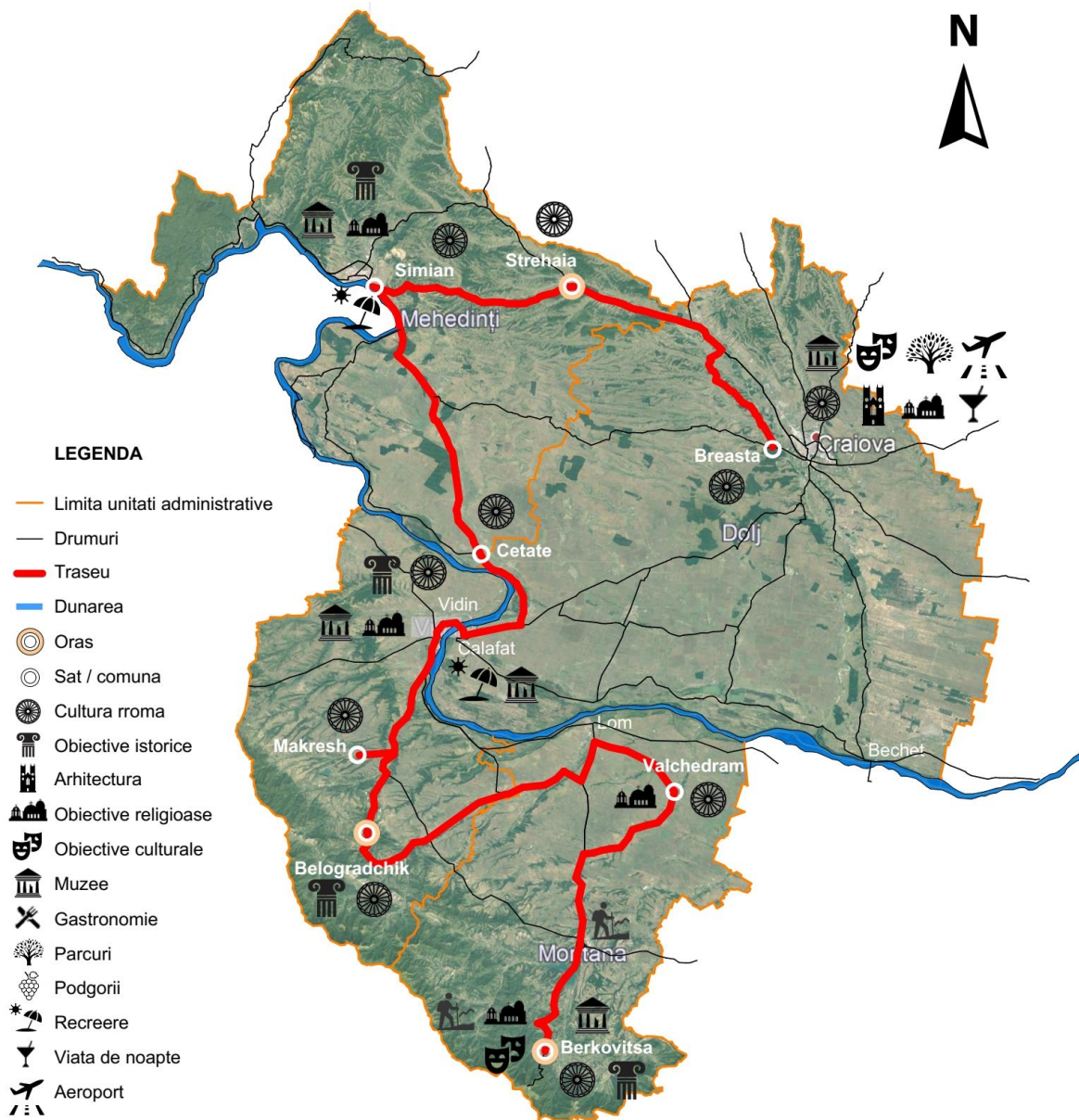
VIDIN - Centrul de Informare Turistică

3700 Vidin, str. Dunavska nr. 1, tel.: +359 094 990 739; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, de Luni până la Vineri

MONTANA - Centru De Informare Turistic

Orașul Montana 3400, strada „Tsar Boris III” 2 (aproape de piață), în clădirea Muzeului Istoric - orașul Montana, tel: 096 / 30-74-81, tel: 096 / 30-51-56

RUTA 2. BREASTA-STREHAIA-ȘIMIAN-CETATE-MAKRESH-BELOGRADCHIK-VALCHEDRAM-BERKOVITSA



Breasta-Berkovitsa



432 km



6 h 36 min

DESCRIERE RUTĂ

Ruta pornește din localitatea Breasta, unde se găsește o comunitate de rromi corfari și rogojinari și se continuă pe drumul E 79 către Craiova, Filiași și apoi pe E70 la Strehaia unde apare o localitate cu o bună reprezentativitate a culturii rrome prin amenajări și arhitectură specifică acestei comunități dar unde apar și meșteșugari căldărari. Lângă Strehaia, în localitatea Comanda apare o comunitate de rromi fierari. Ruta continuă pe drumul E70 până la Șimian, înainte de Drobeta- Turnu Severin, unde de asemenea sunt localități rromi căldărari. Se va continua parcursul pe DN 56A pe direcția Hinova, Vânu Mare, Cetate, un port cultural în zonă cu o reprezentativitate de rromi fântânari. Până la Maglavit se va merge în continuare pe DN 56A, parcurgându-se apoi pe E79 drumul către Calafat, unde se va trece podul Calafat-Vidin. Se va continua pe E79 în districtul Vidin până la Dunavtsi și apoi pe drumul 1 și 1403 la Makresh unde se va putea asista la obiceiuri și tradiții rrome. Returul pe drumul 1 până la Dimovo va continua pe 102 la Belogradchik, o localitate cu un bogat patrimoniu natural și cultural dar și cu rromi care au continuat tradiția de a colecta plante medicinale de-a lungul generațiilor ca un răspuns la reticența față de medicina tradițională. Pe drumul 102 și apoi 114 ruta va ajunge la Lom, continuând pe 133 la Valchedram, localitate cu rromi căldărari, însă cu o diminuare considerabilă a acestora din cauza migrației către Europa vestică. Ruta se continuă pe drumurile 818 și 81 către Montana apoi către Berkovitsa, localitate cu rromi căldărari, spoitori dar și cu o orchestră de muzică rromă.



ACCESIBILITATE (TRANSPORT)

Infrastructură rutieră

RO: E79, E70, DN 56A, E79, Pod Calafat Vidin,

BG: E79 (Vidin - Dimovo - Ruzhintsi - Montana - Vratsa - ok.p. Sofia - ok.p. Blagoevgrad - frontiera cu Grecia), Drum 1, Drum 102, 114, 133, Drum 818 și Drum 81

Transport public

Comuna Breasta este situată la 5 km de municipiul Craiova iar accesul se face cu microbuze din Autogara Nord Craiova care circulă la o frecvență de 30 minute.

În comuna Șimian se poate ajunge cu mașina pe DN6 Calafat -Drobeta- Turnu Severin, pe E70 Craiova -Drobeta- Turnu Severin sau cu transportul în comun, cu autobuze ce circulă în intervalul 7.00-20.00 din Drobeta -Turnu Severin ce circulă regulat la intervale de 15-20 de minute (informații suplimentare pe www.autogari.ro).

Comuna Cetate se află situată la limita dintre județele Mehedinți și Dolj, pe DN 56 Calafat - Drobeta -Turnu Severin, la km 25 și DJ Craiova-Cetate la km 72.

Orașul Valchedram - 43 km / aprox. 49 min (spre nord) de orașul Montana
Stația de autobuze Montana: adresă: Montana, bul. „Hristo Botev“ (vizavi de gara);
Tel: +359 (0) 96 306 770;
Gară Montana - tel. 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00; Stația de autobuze - oraș Vălchedrăm,
Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46;
Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30
Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300,
Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg; www.portlom.bg

Orașul Berkovița - 24.8 km / aprox 27 min din Montana
Stația de autobuze Berkovița: tel: +359 (0) 953 3574;
Gară Berkovița: tel 095 33 014
Stația de autobuze Montana: oraș Montana, bul. „Hristo Botev“ (vizaci de gara);
Tel .: +359 (0) 96 306 770;
Gara Montana - tel. 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00

Infrastructură feroviară

Gară CFR Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Bulgaria - Sofia și Serbia-Belgrad)
Gară CFR Drobeta-Turnu Severin (magistrala București-Timișoara) și Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Calafat și Transilvania - Cluj Napoca)
District Vidin BDZH - Transport pasageri" EOOD, cale ferată nr. 7 Vidin-Sofia (Ruzhintsi, Dimovo, Makresh, Gramada și Vidin) <https://vidin.government.bg/oblastna-transportna-shema>

Infrastructură fluvială (opțional)

RO: Port Bechet - ferryboat Bechet- BG: Oreahovo (prin districtul Vrața)
Port Drobeta-Turnu Severin, Orșova, Cetate

Infrastructură aeriană

Aeroportul internațional Craiova cu următoarele destinații și căi de intrare ale turiștilor:
Curse regulate: Anglia: Londra - Luton, Italia: Bologna - Guglielmo Marconi, Milano Bergamo aeroport Orio al Serio, Roma Ciampino, Spania: Barcelona El Prat, Madrid Barajas, Franta: Paris - Beauvais, Germania: Koln - Koln Bonn, Israel: Tel-Aviv - Ben Gurion, Belgia: Bruxelles- Charleroi, Curse charter: Antalya.



CULTURA RROMĂ

BREASTA

MEȘTEȘUGARI

Căldăraru Florian, zis „Teruja”, 58 de ani, localitatea

Rromi corfari

Breasta

Florin Căldăraru spune că inițial, familia lui se ocupa cu cărămida, dar ușor, ușor a învățat de la oamenii din sat să împletească și coșuri din nuiele. În tinerețe a lucrat în Breasta la cooperativă, la secția de împletituri, dar aceasta s-a desființat de 20 de ani.



Nuiele culese de pe malul Jiului, puse la uscat

”Înainte făceam coșurile din răchită. Acum le facem din nuiele. Nuielele le procurăm de la Jiu. Iarna fierb nuielele, iar vara le jupoi. Unele nuiele le decojim. Depinde cum dorim să facem coșul. Mai întâi se face fundul, apoi se ridică în picioare scheletul principal, apoi începe împletitura. Îmi ia cam 3 ore să fac un coș” povestește meșterul Teruja.

Florin Căldăraru își vinde marfa în târguri. El merge la târgul din Făcăi, unde femeile cumpără coșuri pentru pomeni. Toamna țărani au nevoie de coșuri mari pentru căratul porumbului care se numesc ”târne”. Meșterul spune că execută coșuri și la comandă pentru străini. ”De exemplu acum am comandă de 100 de coșuri pe care ei le folosesc la portocale” spune el.



Obiectele pe care le vinde în piețe și târguri din Craiova și împrejurimi



Florian Căldăraru s-a născut în satul Cotu, lângă comuna Breasta. Satul este amplasat lângă un cot al Jiului și casele de aici erau frecvent inundate, când râul ieșea din matcă. Inițial aici trăiau laolaltă atât români cât și romi, erau 40 de case și 200 de locuitori, dar după anii '70, românii s-au mutat mai aproape de comuna Breasta. Din cauza inundațiilor frecvente

și a faptului că în sat nu exista școală, biserică, dispensar sau nici măcar un magazin, locuitorii s-au mutat cu timpul la periferia comunei Breasta.

Are 7 copii și 6 nepoți. 3 dintre copii sunt în străinătate iar ceilalți 4 locuiesc cu el. Florian Căldăraru spune că doar doi dintre băieți îl ajută la coșuri, restul nu știu acest meșteșug.

STREHAIA

MEȘTEȘUGURI

Rromi

căldărari

Mihai Ioniță (zis Nini Baro) și Zamfira Mihai (zis Moțu),

oraș Strehaia



Nini Baro și nepotul său, Zamfira Mihai zis Moțu își câștigă existența din loviturile de ciocan la nicovalele de diverse mărimi realizând în final cazane. Ei spun că realizează la comandă, după dorința clienților, diferite mărimi.

Nini Baro și nepotul său

Se duc și cu marfa în târguri dar în ultima perioadă nu se mai caută pentru că mulți oameni s-au modernizat și nu mai folosesc cazanele sau tuciurile. În paralel colectează metale, în special cupru, care se vinde foarte bine.



Mihai Ioniță zis Nini Baro, în vârstă de 75 ani, a prins o perioadă din viața nomadă, s-a născut, a copilărit la cort și căruță, și vorbește cu mult patos de viața căldărarilor din anii 50. Știe deasemenea multe lucruri despre deportarea romilor.

“Obișnuiam să stăm câte o săptămână, două în comune, când aveam de lucru. Când ne simțeam amenințați și cineva voia să ne gonească, vorbeam cu milițianul din sat și îi făceam câte ceva...și apoi ne mai păsuia. Din anii '70 toți ne-am facut case și nu am mai plecat cu cortul dintr-o parte în alta” povestește el. Nini Baro s-a stabilit la Strehăia. Nepotul sau Zamfir Mihai zis Moțu spune că ei sunt foarte diferiți de alte neamuri de romi, pentru că sunt singurii care mai păstrează portul țigănesc și că își mărită fetele tot cu unul care le ține tradiția lor.

ȘIMIAN

MEȘTEȘUGARI

Rromi căldărari Ceanghir Nani (45 ani), comuna Șimian

Nani Ceanghir spune că a moștenit meseria de căldărar din tată în fiu. El confecționează cazane, tăvi, căldări, fârașe, ibrice, vase, oale de muls, obiecte de uz gospodăresc. El are propriul atelier unde își petrece majoritatea timpului. Ca scule le folosește în principal pe cele clasice, ciocanul și nicovala dar acumși-a achiziționat și unele moderne (bormașina cu care dau găuri electric și nu mai folosesc dornul) care le ușurează munca și le-o face mai eficientă.



Obiecte produse în atelierul propriu

Meșterul Ceanghir povestește care sunt principalele etape pentru realizarea unui obiect: ”Sunt multe operatii pe care le fac pentru a finaliza un produs. De exemplu pentru a face o galeata din inox “ de muls”, (găleata în care se colectează laptele, care are o formă specifică, fiind mai ușor de utilizat în timpul operației de muls) durează 3 ore. Eu ca material folosesc aluminiul. Foaia de aluminiu se așează pe banc, se croiește, se taie fundul găleții, apoi se îndoaie tabla, se rotunjește pentru pereții găleții, se face faltul dublu pentru îmbinare, la gura găleții se rotunjește pentru spațiul unde se va atașa mânerul. Apoi se dau găuri, unde se pun urechiușele și se nituiesc, și se atașează mânerul. Îmbinările se lipesc cu cositor (în măiestria cu care se face lipitura, stă tot secretul unui obiect). Dacă vasul este bine lipit, este foarte bine lucrat, deoarece nu permite lichidului sa se scurgă”.

Pentru o găleata „de muls” Nani Ceanghir cere 70 de lei. Obiectele pe care le confecționează



le vinde la bâlciuri sau târgurile din Craiova, Strehaia sau Broșteni. Uneori are comenzi și vinde marfa direct de acasă.

În atelier meșterul Ceanghir îl are ca ajutor pe fiul său, pe care l-a luat de mic pe lângă el să deprindă meseria. El spune că îi calcă pe urme, dar mai are câte ceva de învățat. În doi spune că treaba merge mai repede și pot confecționa mai multe obiecte.

Nani Ceanghir spune că părinții lui sunt de loc din comuna Bistrița, județul Mehedinți, dar s-au mutat în Șimian, când el era foarte mic. Are trei copii, 2 fete și un băiat. Fetele s-au măritat și au plecat din casa părintească, iar el a rămas cu baiatul și familia acestuia.

CETATE

MEȘTEȘUGARI

Rromi fântânari

Mihai Bran, 70 ani - comuna Cetate, județul Dolj



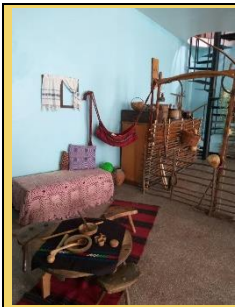
Mihai Bran spune că a învățat meserie de mic și a devenit un bun meseriaș. Oamenii îi spuneau simplu „fântânarul”. Mihai Bran a făcut fântâni fie zidite în piatră, fie cu tuburi din beton. De câțiva ani nu mai lucrează, că a avut probleme de sănătate. El spune că a avut în echipă 2-3 oameni, împreună cu care săpa la cazma. Când înainta cu săpătura punea în gaura respectivă, un scripete cu găleată, deoarece procedeul devenea din ce în ce mai greu. Ușor, ușor, pământul din ce în ce mai galben, ieșea la suprafață.

Meșterul fântânar povestește că oamenii săpau cam până la 7,5 m și montau scânduri de lemn pentru a nu se surpa malul de pământ. Spre final, când apărea apa se folosea o pompă specială pentru evacuare și abia după aceea se considera ca săpătura era bine făcută. Apoi, cu ajutorul unui scripete se așezau tuburile de beton și erau fixate în exterior cu pietriș. Puțul de apă se golea de câteva ori pentru ca apa să fie bună de folosit.

Mihai Bran și soția lui fac parte din neamul romilor ursari, și părinții și bunicii lor confecționau pieptăne, iglițe, vătraie, fărșe și mergeau cu ele prin sate să le vândă, primind în schimb fie bani, fie produse. Are 2 copii, un băiat și o fată, pentru care a muncit din greu să îi țină la școală, să aibă o viață mai ușoară ca a lui.

MAKRESH

OBICEIURI ȘI TRADIȚII



Populația din Makresh este de aproximativ 1400 de persoane. Majoritatea este de origine romă. Pentru romii din Makresh, Sf. Maria Mare este sărbătorită pe 28 august cu kurban de oaie, fiert, fără coacere, iar celebrarea durează trei zile. Ihtimiya-Bashnuvden / Petlyov den/ este ziua băiatului. De dimineață, în fiecare casă de romi, unde există un băiat, se încep pregătirile pentru serbare. Se pregătesc pâine de casă și

dulciuri. Dacă este fată, pentru sănătatea ei se pregătesc în casă gogoși cu miere. Cel mai târziu la ora 12 la prânz trebuie să fie sacrificat un cocoș special pregătit pentru ocazie. Dacă sunt doi băieți în casă, sunt sacrificați doi cocoși. În această zi, romii sacrifică la fel de mulți cocoși ca și numărul de băieți pe care îi au. Din sângele cocoșului se face un punct pe fruntea băiatului. Romii cred că acest lucru aduce sănătate. De asemenea, din sângele cocoșului se face o cruce pe ușa exterioară, iar capul cocoșului atârână peste talie. Acest lucru este făcut pentru a aminti că cocoșul a salvat familia țiganilor. Apoi cocoșul este fiert și începe sărbătoarea. Carnea cocoșului este împărțită și la vecini.

În Makresh s-a reușit reunirea simbolurilor, tradițiilor și meșteșugurilor practicate de localnici de-a lungul veacurilor.

BELOGRADCHIK

MEȘTEȘUGURI

Colectarea de plante, ciuperci, măceșe și fructe sălbatice de sezon

Familia Mexicanii

Aproape 6800 de romi sunt înregistrați în Belogradchik. O mare parte a romilor este concentrată în cartierul Karlovtsi din oraș. Aproximativ 90% dintre copiii minoritari participă la grupuri speciale. La Școala primară "Vasil Levski" învață 225 de elevi, dintre care 143 sunt de origine romă. În cartierul Karlovtsi există angajați asistenți medicali în centrul municipiului, furnizând consultanță medicală adecvată, efectuând operațiunile necesare. În cadrul populației de etnie romă, problema șomajului este una de vârf, deci direcția Biroului Muncii elaborează măsuri pentru asigurarea de locuri de muncă.

Mijlocul de bază pentru a obține venituri în rândul populației de romi din vecinătate este culegerea plantelor medicinale. Colectarea de plante, ciuperci, măceșe și fructe sălbatice de sezon a fost un stil de viață de generații. Oamenii cunosc ierburile, cunosc proprietățile lor vindecătoare și le pot folosi pentru a se vindeca. Majoritatea romilor se identifică ca kalaydzhi, mai puțini sunt tsutsumani. În trecut, în cartier au locuit și horehane-roma dar, ca urmare a căsătoriilor mixte, nu există nici unul dintre ei care să păstreze tradițiile, obiceiurile sau particularitățile lingvistice. Diviziunea familiilor este de natură generică, cea mai mare fiind familia care se numește mexicanii. Începuturile acestei denumiri interesante

merge cu mulți ani în urmă când un bărbat se îmbrăca ca un mexican și purta o pălărie sombrero tipic mexicană. De atunci, descendenții lui au fost numiți mexicani.

VALCHEDRAM

MEȘTEȘUGURI

Dulgher emigrat în Germania, om de gurbet **Grișa, Valchedram**

Lucrează ca dulgher călător (constructor) în Germania. Un om întreprinzător cu inițiativă, deschis lumii, el spune că a fost foarte dificil la început, dar apoi a avut un curs în limba germană și a învățat limba. Locuiește în Germania cu toată familia și are ambiția de a-și școlariza copiii acolo și apoi să se întoarcă în Bulgaria.

BERKOVITSA

MEȘTEȘUGARI

Rromi căldărari, spoitori **Ștefan Kirov, Berkovitsha**

ARTE (MUZICĂ, DANSURI)

Orchestra de alamă din Berkovița

Orchestra a fost înființată în anul 1902. Constă în principal din reprezentanți ai comunității rome. Instrumentele sunt achiziționate de la Viena. De-a lungul anilor, Orchestra de alamă a avut un statut diferit - urban, militar, comunal. Participă la diferite evenimente precum: divertisment, concerte, mitinguri, muzică în aer liber și în sala de concerte. Din 1970 aparține Centrului Comunitar Ivan Vazov din Berkovița. Numărul său variază de la 25 la 30 de membri. Orchestra are un repertoriu bogat - uverture, marșuri, valsuri, polkas, mazurci, muzică clasică.

În 1995, a fost formată orchestra de alamă Berkovska, condusă de Krassimir Tsvetkov - compozitor, trompetist și dirijor. Tradiția este ca muzicienii să fie în principal de origine romă. Repertoriul include folclor autentic și prelucrat, marșuri și altele. Orchestra este populară și căutată pe întregu teritoriul Bulgariei. Televiziunea națională bulgară a realizat trei documentare despre formația de alamă de la Berkovița.

Orchestra de alamă Berkovska are apariții de succes la primul și al doilea Festival Internațional al orchestrelor de alamă din Veria - Grecia, concerte comune cu orchestrele lui Goran Bregovic și Boban Markovic, precum și cu cele mai bune orchestre din SUA, Franța, India, Serbia, Turcia, Macedonia, România.

Orchestra de alamă Berbecska a lansat trei albume solo cu dansuri horo, răchenitsa și muzică populară din toate regiunile Bulgariei.



ALTE ATRACȚII TURISTICE

CRAIOVA

Vestigii istorice	Muzee
Ruinele hanului Hurez Ruine cetatea Pelendava (Mănăstirea Coșuna, Mofleni, Craiova)	Muzeul de Artă, Craiova Muzeul Olteniei, Craiova

	Muzeul Sf. Nicodim al Centrului de Restaurare, Conservare Patrimoniu și Vizualizare al Arhiepiscopiei Craiovei Casa Băniei
Obiective religioase	Obiective culturale
Catedrala Sfântul Dumitru Biserica romano-catolică Sfântul Anton Biserica Protestantă Evanghelică, Catedrala Episcopală Madona Dudu, Sinagoga Craiova	Teatrul Național Marin Sorescu Filarmonica Oltenia
Arhitectură	Parcuri
Centrul vechi al Craiovei Casa Glogoveanu, Palatul Banca Comerțului Primăria Craiova Hotel și Casino Minerva Liceul Carol I Palatul Jean Mihail Casa Jean Negulescu Casa Nicolae Romanescu Palatul Vorvoreanu (Palatul Mitropoliei Olteniei) Ansamblul Minerva Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei și Mitropoliei Olteniei	Grădina Botanică din Craiova Parcul Romanescu din Craiova Parcul Tineretului
Case memoriale	
Casa memorială Elena Farago	
Evenimente și festivaluri	
Festivalul internațional de teatru Shakespeare - aprilie (la fiecare 2 ani) Craiova Muzicală - august-septembrie Elena Teodorini - octombrie-noiembrie Festivalul Maria Tănase - octombrie (la fiecare 2 ani) 29 mai - 04 iunie, zilele orașului Craiova 23 iunie- Craiova se îmbracă în ie 26 octombrie- Sărbătoarea sfântului protector al orașului Craiova - Sfântul Dumitru	

DROBETA- TURNU SEVERIN și ÎN PROXIMITATE

Vestigii istorice	Muzeu
<p>-Situl arheologic Str. Independenței și Schela Cladovei din Drobeta- Turnu Severin - în zonă a fost descoperită cea mai veche așezare umană stabilă din Europa unde s-au descoperit și artefacte mai vechi de 10.000-11.000 de ani,</p> <p>- Ruinele Cetății Severinului-care includ mai multe construcții cu turnuri și curți interioare, descoperite în urma săpăturilor succesive.</p> <p>- Ruinele castrului roman de la Hinova, aflate la o distanță de 16 kilometri de Drobeta-Turnu Severin. Este un punct arheologic deosebit de important, aici descoperindu-se cel mai mare tezaur de aur din țară, de proveniență tracică.</p> <p>-Bălăcița - limes Brazda lui Novac, este o frontieră întărită cu un val de pământ, construit în secolul IV, în vremea împăratului Constantin cel Mare. Brazda lui Novac pornea de la gura Topolniței (județul Mehedinți), traversa Oltenia și Muntenia pe sub dealuri până la Mizil, urmele sale văzându-se și astăzi.</p>	<p>-Muzeul de Artă Drobeta- Turnu Severin - este găzduit într-o clădire-monument de artă, construit în stil eclectic, datând din 1890 și adăpostește lucrări de artă feudală, din secolele XIX și XX și lucrări de artă contemporană</p> <p>-Muzeul Regiunii Porțile de Fier - Științe ale Naturii este găzduit într-o clădire ridicată în perioada 1923-1926 și are secții de Științele Naturii, Arheologie-Istorie și Etnografie-Artă Populară, deținând în patrimoniu aproximativ 4.000 de piese</p> <p>-Muzeul Hidrocentralei Porțile de Fier I s-a deschis în 1976, prezentând caracteristicile generale ale Dunării, datele hidrologice, măturii materiale ale așezărilor umane din zonă</p>
Obiective religioase	
<p>-Biserica „Sfantul Ioan Botezatorul ”, cunoscuta și cu numele ctitorilor ei - „Grecescu”, este situată în partea de Sud-Vest a municipiului Drobeta-Turnu Severin</p> <p>-Biserica „Maioreasa” cu hramul „Adormirea Maicii Domnului” din Drobeta- Turnu Severin, s-a zidit din temelie între anii 1842 - 1846, din inițiativa maiorului Ion Ciupagea și a soției sale Dumitrana Ciupagea, în timpul domniei lui Gheorghe Bibescu</p> <p>- Mănăstirea Strehaia a fost construită de Mihai Viteazul și rezidită în 1645 la ordinul lui Matei Basarab.Construită din piatră, biserica acestei mănăstiri din orașul mehedințean Strehaia prezintă o ciudățenie. Spre deosebire de toate celelalte lăcașuri de cult ortodoxe, care-și au altarul la răsărit, este singura mănăstire din țară cu altarul orientat spre sud.</p>	
Evenimente și festivaluri	

Drobeta- Turnu Severin

- Severin International Guitar Festival, mai
- Toamna severineană octombrie
- Valurile Dunării - Festival internațional de șah - mai

-Vânju Mare - Festivalul viei și vinului (septembrie)

-Isverna - Măsuratul oilor - sfârșitul luni mai

-Ilovăț - Sărbătoarea Cosuștei - luna mai

-Sărbătoarea Liliacului din comuna Ponoarele - organizată anual în prima parte a lunii mai, la care participă ansambluri artistice profesioniste și de amatori, soliști de muzică populară consacrați; se organizează și o horă a satului și un foc de tabără

-Festivalul de muzică populară: Ponoare, Ponoare! (4-6 august) - la care participă tineri interpreți de muzică populară (soliști vocali și soliști instrumentiști)

-Festivalul național de folclor: Munte, munte, brad frumos! - Baia de Aramă (4-5-6 septembrie) - este un concurs de interpretare vocală și instrumentală și urmărește conservarea și promovarea patrimoniului cultural tradițional românesc

Zone și arii protejate

-SCI Pădurea Stârmina -Pădurea Stârmina este o arie protejată de interes național, situată pe teritoriul administrativ al comunei Hinova. Este o arie cu o suprafață de 123 de hectare care conservă habitate naturale și specii importante sub aspect forestier. Valoarea acestei rezervații se datorează suprafețelor compacte cu ghimpe și amestec de diferite foioase

-Parcul Național Porțile de Fier este situat pe malul stâng al Dunării, între localitățile Baziaș și Gura Văii. În perimetrul său intră și prelungirile sudice ale Munților Banatului (Locvei și Amăjului) și Munților Mehedinți, precum și o parte din podișul Mehedinți și fâșia de lac ce aparține teritoriului național

-Rezervația naturală din satul Lunca Banului, lângă Strehaia este o pădure de stejar și frasin în care apare și mărgăritarul

ȘIMIAN

Sărbătoarea comunei Șimian, 15 august

CALAFAT

Calafat - Muzeul de Artă și Etnografie

Festivalul internațional de Poezie și Muzică Folk - august

Roadele toamnei - octombrie

SPA Calafat- Ciuperceni-Dunăre

VIDIN

Vestigii istorice	Muzee
Cetatea Baba Vida, adresă: Parcul Dunării, oraș Vidin tel. 094/ 601705 Cazarma cruciformă, adresa: str. Knyaz Boris I nr. 26, cartier Kaleto, oraș Vidin tel. 094/ 601709.	Muzeul Konak , adresa: str. Obshtinska nr. 2 oraș Vidin; tel. 094/ 601713
Obiective religioase	
Muschea Osman Pazvantoglu, adresa: Parcul Dunării, oraș Vidin Catedrala "Sf. Dimitrie", oraș Vidin	

BELOGRADCHIK

Cetatea romană Kaleto - Belogratchik, oraș Belogradchik, tel.: +359 936 53022

Atracția naturală "Stâncile Belogradchik", oraș Belogradchik

VALCHEDRAM

Situri religioase: "Sf. Parascheva (1936) și Biserica Adventistă de Ziua a Șaptea, Vălchedrăm; Biserica creștină "Isus este Domnul ", Dolni Țibar

Zone protejate: „Tsibarsko blato”, „Zlatiyata”, „Țibritsa”

Spații protejate: Rezervația „Ibisha“ barajul „Lipnița“; insula Țibar; râul Țibritsa

Situri arheologice: Cetatea antică românească "Cebrus" (secolul I d.Hr.) și fabrica de caramida antică, satul Dolni Țibar

BERKOVITSA

Vestigii istorice	Muzee
Cetatea antică și medievală "Kaleto", orașul Berkovița Turnul cu ceas, orașul Berkovița Kaleto, zona Kuriite - rămășițe ale cetății medievale	Muzeul Etnografic, orașul Berkovița
Obiective religioase	Obiective culturale
Mănăstirea Clisurski "Sf. Sf. Chiril și Metodie" Biserici: „Nașterea Fecioarei" și "Sfântul Nicolae Lucrătorul de Minuni", orașul Berkovița	Galeria de Artă, orașul Berkovița
Zone și arii protejate/atracții naturale	
Haidushki vodopadi (cascade), orașul Berkovița Vârful Kom; Vârful Todorini kukli Zone: Ashiklar, Sinia vir, Prashkovița, Lekovito kladenche (eco-traseu, satul Balyovița), Barajul „Gaganița" (satul Gaganița)	

Arii protejate - Parcul „Vrachanski Balkan“, Mramorna peștera (Peștera de marmură) și Haidushki vodopadi (cascade) (eco-traseu), „Shabovița“ (eco-traseu), orașul Berkovița; „Uruchnik“ (satul Barzia)



CAZARE

CRAIOVA

Hoteluri in municipiul Craiova

*Rixo`s Guest House 5**

Adresa: Str. Henry Ford (E70), Strada Doljului Nr.8, 207206 Craiova, România, telefon: 0040 734 632 129, e-mail: rezervari@rixosguesthouse.ro, adresă web: <http://rixosguesthouse.ro/>

Hotel Splendid 1900

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza 4C, 200734 Craiova, România, telefon: 0040.737.023.921, e-mail: <https://splendid1900.ro/>

*Hotel Helin Central 3**

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, 200396 Craiova, România, telefon: 0040.757.666.999, e-mail: hotel@helincentral.ro, adresă web: <http://www.helincentral.ro/>

Hotel Craiovița

Adresa: Calea Severinului, 222111 Craiova, adresă web: <http://www.hotelcraiovita.ro/>

Ramada Plaza

**** Calea Bucuresti 1 www.ramadaplazacraiova.ro, 0351.100.201 | 0351.101.500, reservations@ramadaplazacraiova.ro

Rexton

**** Bulevardul Carol I 49 www.hotelrextion.ro, +40 (0) 351 462 451, office@hotelrextion.ro
Oltenia

**** Str. Caracal Nr. 176 www.olteniahotel.ro, +40 351 411 411, receptie@olteniahotel.ro

Golden House **** Strada Brestei, nr. 18 www.goldenhouse.ro, (+40) 251 406271, Email: receptie@goldenhouse.ro
Emma West

**** Str. Calea Severinului, nr. 3B, www.hotel-emwest.ro, +40 0251.480.150, receptie@hotel-emwest.ro,

Relax

*** Calea Severinului nr. 48 www.en.hotel-relax.ro, 0351.409.744, office@hotel-relax.ro

Plus

*** Malu Mare, str.Caracal, nr.254, www.plushotel.ro, +40.733.100.200, plushotel@plushotel.ro

Emma Est

*** Str. Calea Bucuresti, Nr.82A, www.hotel-emma.ro, +40 0251.406.288,
receptie@hotel-emma.ro

Bavaria

**** Str. Caracal, Nr. 3 <http://www.hotel-bavaria.ro>, 0251/414.449,
office@hotelbavaria.ro

La Rocca Hotel Boutique, Str. Pelendava nr.39A, www.hotellarocca.ro, 0351
413 570, office@hotellarocca.ro

Parc, *** Str. Bibescu, nr. 12 www.hotel-parc-craiova.ro, 0251.417.257,
office@hotel-parc-craiova.ro

Europeca **** Str. Pietății, nr. 9-11-13 www.hoteleuropeca.ro, 0751224794,
hotel@hoteleuropeca.ro

Plaza **** Str. Aries, nr. 16 www.hotelplaza.ro, +40 (0) 251 430410,
office@hotelplaza.ro

Helin Central, *** Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, www.helincentral.ro, +40 351
808 708, hotel@helincentral.ro

Euphoria, ** Str. Iancu Jianu, Nr. 6 www.hoteleuphoria.ro, 0728.196.173,
office@hoteleuphoria.ro

Flormang, *** Calea Severinului 7B, www.flormang.ro, +40 769 251 832,
hotel@flormang.ro

Green House, *** Str. Fratii Buzesti, Nr. 25 www.green-house.ro, 0745 071 498,
greenhousecraiova@yahoo.com

Casa David-hotel boutique, **** Str. Stefan Cel Mare 18A, www.casadavid.ro,
+4 0755 463 464 receptie@casadavid.ro

Moteluri

Hanul Doctorului, ** Strada Viitorului 1, 0351 444 422

Hosteluri

Sport, *** Str. Brestei, Nr. 25 www.hotel-sport.ro, 0251-412022,

Pensiuni

Villa Carmelita *** Str. Împăratul Traian, nr. 41, www.carmelita.ro,
rezervari@carmelita.ro,

0728 033 339

La Favorita, Guesthouse Boutique, *** Str. Madona Dudu www.lafavorita.ro,
0351 408 098

Flormang 1 *** Str. Dezrobirii, nr. 134 <http://pensiunea1.flormang.ro/>,
0769.251.815

Bruxelles Guesthouse, **** Str. Zorilor, nr. 8 <http://bruxelleshouse.ro/>, 0351 469
254 / 0756 02 50 70, rezervari@bruxelleshouse.ro

Luisa *** Str. Caracal, nr. 12, 0724 119 388

Hanul Andriței **** Str. Viitorului, nr. 34 www.hanulandritei.ro,
office@hanulandritei.ro, 0351 431 056

DROBETA-TURNU- SEVERIN

HOTELURI

Hotel Condor	***	Blvd. Aluniș, nr. 18	www.hotelcondorseverin.ro +40 252 311 128 +40 352 405 300 +40 744 522 900 e-mail: condor.office@yahoo.com
Hotel Clipa	***	Str. Brîncoveanu, nr. 165	www.hotelclipa.ro +40352401723 +40731336162 Email office@hotelclipa.ro
Hotel Eden	***	Gura Poroinii, nr. 143	www.hotel-eden-severin.ro 0252 321 321 ; 0372 703 675 ; 0723 181 101 office@hotel-eden-severin.ro
Hotel Corona	***	Blvd. T. Vladimirescu 106 ^a	www.hotelcorona.ro 0743 128 658 contact@hotelcorona.ro
Hotel Flora	***	Calea Timișoarei 179	www.hotel-flora.ro +40-252-333115 +40-352-401904
Hotel Traian	**	Blvd. T. Vladimirescu 74	0252 311 760
Hotel Continental	***	Blvd. Carol 2	www.continentalhotels.ro +40 372 528 828 drobeta@continentalhotels.ro
Hotel Tudor	***	Calea Timișoarei 180	www.hoteltudor.ro 0352-405653 E-mail: contact@hoteltudor.ro rezervari@hoteltudor.ro
Hotel Club G	****	Str. Dr. Gheorghe Saidac 24	www.clubg.ro +40 252 32 22 77 +40 744 63 11 00 hotel@clubg.ro

MOTELURI

Motel Restaurant *** Str. Cicero 197 0252 317 317
Elite

HOSTELURI

Hostel Tropical *** I.L. Caragiale 39 0252 333 023

PENSIUNI

Clipa **** Blv. Revoluției 2E www.hotelclipa.ro
+40352401723
+40731336162
Email office@hotelclipa.ro

Ambiental *** Str. Unirii 72 0745 169 459

Europa *** Blv. T. www.pensiunea-europa.ro
Vladimirescu 66 0252 333737
europa@rdsmail.ro

Class ** Calea Craiovei- 0765 331 718
Șimian

Casa Andra *** Str. G. Coșbuc 2-4 0723 622 032

Astoria Str. Gheorghe 0748 702 011
Anghel

VIDIN

“Anna -Kristina” Oraș Vidin 3700 str. Baba Vida 2, tel: +359 94 / 606 037
www.annakristinahotel.com

"Rovno" Oraș Vidin 3700, str. Tsar Aleksandar II nr. 70 3700 Vidin, Bulgaria, tel .
+359 94 690 990, fax + 359 94 690 999, info@hotelrovno.com, www.hotelrovno.com

"Avramov" Oraș Vidin 3700 str. Tsar Aleksandar II nr. 63, tel./fax 094/ 60 66 80
GSM 0885 287766, www.hotel-avramov.domino.bg, e-mail: hotel_avramov@mail.bg

Neptun Oraș Vidin Str. Dunavska № 8, 094/ 680 039, 0884 850 139; 0897 850 139
E- mail: hotel_neptun_vidin@abv.bg, Web: www.hotelneptunvidin.com

«Dunav» Oraș Vidin 3700, Str. Edelvays №3, tel./fax: +359 94 600 174
GSM.: +359 893 326 411, E-mail: hotel_dunav@abv.bg; website: <http://hoteldunav.eu/>

“Zora” Oraș Vidin 3700, str. Naycho Tsanov” 3 A, Tel.: +359 94 600290; 606 700
website: www.hotelzora.hit.bg, e-mail : hotelzoravidin@abv.bg

“Zora” 2 Oraș Vidin 3700, str. Gorazd 2, Tel.: +359 94 601171

"Bononia" 3700 Vidin, str."Bdin" No.2, +359 94 60 60 31 ,+359 94 60 60 32

website: www.hotelbononia.net, email: office@hotelbononia.net

"Stariyat grad" (Oraşul vechi) 3700 Vidin, str. Knyaz Boris nr. 2, +359 94 600023

website: www.oldtownhotel.dir.bg; email: oldtown_vd@abv.bg

"Vidin"3700 Vidin, str. Knyaz Dondukov No15, +359 94 606 938, www.hotelvidin.com,

office@hotelvidin.com

BELOGRADCHIK

Hotel "Skalite" Oraş Belogradchik piaţa Vazrazhdane №2 tel: +359 94 691 210

tel. mob.: 0884 51 41 54, fax: +359 936 545 42, e-mail: reception@skalite.bg, web:

www.skalite.bg

Han MADONA Falkovets, Falkovest, Yanyovets 3949, district Vidin, Drum N 114

Belogradchik-

Lom

Tel.: +359 894774746, Fax : +359 93655646, e-mail: info@hanmadona.com,

Website: www.hanmadona.com

Hotel-restaurant The Rocks, Oraş Belogradchik, str. Hadzhi Dimitar 1, tel.: 0936 54002,

0898733818

Pensiune Zdravets, Sat Chiflik, tel: +359 878 330 899, email: zdravecbnb@gmail.com,

<http://zdravecbnb.com/>

Hotel Dalia, Oraş Belogradchik, Bd. Saedinenie 1 /Autogară/,tel. 0936 532 43, 0888 641

528, 0888 641 528, e-mail: hotel_dalia@abv.bg

Hotel Rai, Oraş Belogradchik, Str. Tsar Ivan Sratsimir 3,Tel.: +359 - (0)9365 / 3735; +359

- (0)894 / 702917,e-mail: bubjordanova@abv.bg

Viko hostel ,Oraş Belogradchik str.Tsar Ivan Sratsimir 5,tel.: 0878 364306; +359 878

247733

e-mail:

office@vikohostel.com

Vila Albasitao oraş Belogradchik, Str. Tsolo Todorov,tel. : +359 878 602 682 +359 (0)888

666222; +359 (0)898 444 711, e-mail: lili@albacita.com,website:

<http://albacita.com/>

Pensiunea „Zora” Oraş Belogradchik, str. Haydut Velko №2, Tel: 094 623 667, tel. mobil:

0888 842 886; 0885 719 046 087/7756157, e-mail: jordani_2005@abv.bg

Pensiunea Castle Cottage, oraş Belogradchik 3900, Str. Tsolo Todorov, № 36 , Tel:+359

898

623

727

+359 894 362 886, www.castlecottage.eu, e-mail: reservations@castlecottage.eu

Pensiunea Inl oraş Belogradchik, district Vidin, str. Tsar Asen I nr. 6, Telefon de contact:
0936 53907; 0877678781; 0896852946, e-mail : niko122@abv.bg; website:
<http://www.inibelogradchik.com/>

Pensiunea Artes Oraş Belogradchik, Str. Polkovnik Kantili 6 , tel: 0886 / 365-410, e-mail:
artes@visitbelogradchik.com, website: www.visitbelogradchik.com

Pensiunea Genchevi Oraş Belogradchik, str. Vasil Levski 8, tel.: 0936 53733, 0899 529
265
e-mail: marusia_todorova@abv.bg

Pensiunea GETO Oraş Belogradchik, str Treti mart 47, tel.: 0888 78 28 92, 0878781674
e-mail: marianamiro@abv.bg, website: www.getobelogradchik.alle.bg

Pensiunea "Drakite" Oraş Belogradchik, str. Treti mart № 37, tel.: 0888 713539, 0879
466143, 0896 365353, e-mail: angel_drakata@abv.bg, website: www.drakite.com

Pensiunea EGO Oraş Belogradchik, str. "Treti Mart " 14, tel.: 0899/17 17 10
fax: 094/607 701, email: egohouse@abv.bg, website: www.egohouse.eu

Pensiunea "Elena" Oraş Belogradchik, Cod postal 3900, str. Treti Mart № 22
telefon: 0886 / 57-29-18 (Ivan Ivanov), E-Mail: belogradchik_elena@abv.bg,
website: <http://belogradchik-elena.com/>

Pensiunea Primavera Oraş Belogradchik- 3900, str. Petko Kazandzhi 9, tel: 0893992795
e-mail: primaverahouse@abv.bg

Pensiunea Skalolazka Oraş Belogradchik, str. Poruchik Cholakov 13, tel.: 0885849945,
359 936 54438, e-mail: slavabgresorts@gmail.com

Casa Berchinata Sat Stakevti, mun. Belogradchik, tel.: +359888764423,
+359878864423
e-mail: boqnminkov@abv.bg, website: www.stakevci.com

Casa Nikolchina Sat Stakevti, mun. Belogradchik, str.: +359888764423,
+359878864423
e-mail: boqnminkov@abv.bg, website: www.stakevci.com

Casa Anina Sat Stakevti, mun. Belogradchik, tel.: +359888764423, +359878864423
e-mail: boqnminkov@abv.bg, website: www.stakevci.com

Vila Jun Oraş Belogradchik, Str. Vasil Levski 15, tel.: 0887 098 482, 0888 286 171, e-
mail: djuninskaelena@abv.bg, website: <http://villajun.kwb1.com>

Vila Alex Oraş Belogradchik, District Vidin, Str. Peyo Yavorov № 22, tel.: +359 936 5 41
24

tel. mobil +359 889 451 193; +359 889 324 582

E-mail: villaalex@abv.bg

Hostel West House Oraş Belogradchik, str. Poruchik Dvoryanov 29 A, tel.: 0936 53658, 0898200563

e-mail: hostel.belogradchik@gmail.com

MONTANA

Hotel „Ogosta“: adresă: Bul „Peyo Yavorov“, 1, 3400 Montana Centru, Montana; tel.: 096 306 310

Hotel de familie „Ring“: pe malul barajului „Ogosta“, la 2 km din oraş;

Park-hotel „Zhitomir“; adresă : piaţa „Zheravitsa“ 1, 3400 Montana Centru, Montana
tel: 096 306 176

Hotel „Montana“: oraşul Montana, bul. „3-Mart“ nr. 120, tel. 096300404

Hotel „Vesta“: adresă: strada „Tsar Simeon“ nr.10, 3400 Montana Centru, Montana;

Hotel-restaurant „Dunav“: adresă: piaţa „Nachev“ 1, 3600 Boruna, Lom.

BERKOVITSA

Hotel - restaurant „Salvia“;

Hotel „International“

Hotel - restaurant „Ashiklar Eko“

Hotel „Vodeniţata“

Hotel UKK EOOD

Hotel „Casă veche“

Hotel „General’s house“

Hotel „Yordanova house“

Hotel „Evia“

Hotel de familie „Gelov“

ALIMENTAȚIE

CRAIOVA

Restaurante (primele 5 conform tripadvisor)

1. **Epoca, European** Str. Alexandru Macedonski, Nr.51, www.epocarestaurant.ro,
0725 059 333, office@epocarestaurant.ro
2. **Bulevard, Italian** Str. Lips cani, nr. 1 www.bulevardcraiova.ro, 0351416062,
receptie@bulevardcraiova.ro
3. **Big Ben, European** Str. Mircea Voda, Nr. 1 +40 764 527 738
4. **Oxygen Bistro**, Internațional Str. 13 Septembrie, nr. 7, www.oxygenbistro.ro,
0735230663

5. **El Greco, Mediteranean** Calea Bucuresti, BI M7-M8, www.elgreco.ro, 0351 442 442

DROBETA- TURNU SEVERIN

Restaurant&Lounge e 16,50	European, Asiatic, Mediterranean	str.Traian nr.50	www.1650.ro 0774-431991 office@1650.ro
Taverna Sârbului	Est European	E 70	www.drobeta.tavernasarbului.ro 0727 223 300; 0727 600 688; 0727 300 449; drobeta@tavernasarbului.ro
Kripton Pub&Grill	Club Pizza, Pub, Grill	Str. Crișan 8	www.kripton.ro 0753 241 035
Marco Pollo	Italian	Str. Theodor Costescu	www.facebook.com/pages/MarcoPollo 0352800880, 0746575951

CETATE

Portul Cultural Cetate www.portcetate.ro 0755 070 390
portcetate@gmail.com

LOM

Restaurant „Valentino“: adresă: strada „Dunavska” nr. 2, orașul Lom



RECREERE

Craiova - centrul istoric, viață de noapte, zbor cu balonul cu aer cald:
www.balloonadventure.eu

Hinova și Șimian - plajă și pescuit pe malul Dunării la

Calafat - plajă, pescuit

orașul Vâlchedrăm: stadioane, satele Zlatia și Septemvriți

Teren de joacă pentru baschet orașul Vâlchedrăm; Piscina în orașul Vâlchedrăm;

În satul Dolni Țibar a fost construit un complex sportiv multifuncțional.

orașul Berkovița: Sala de sporturi, Stadionul în orașul Berkovița



CENTRE DE INFORMARE ȘI VIZITARE TURISTICĂ

DROBETA- TURNU SEVERIN - Centrul de Informare Turistică

BD. CAROL I NR. 4

VIDIN - Centrul de Informare Turistică

3700 Vidin, str. Dunavska nr. 1, tel.: +359 094 990 739; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, de Luni până la Vineri

BELOGRADCHIK - Centrul de Informare Turistică

3900 Belogradchik, str. Poruchik Dvoryanov 1 A, tel.: +359 877 881 283; e-mail: tourism@belogradchik.bg; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, în fiecare zi, inclusiv sâmbătă, duminică și de sărbători legale.

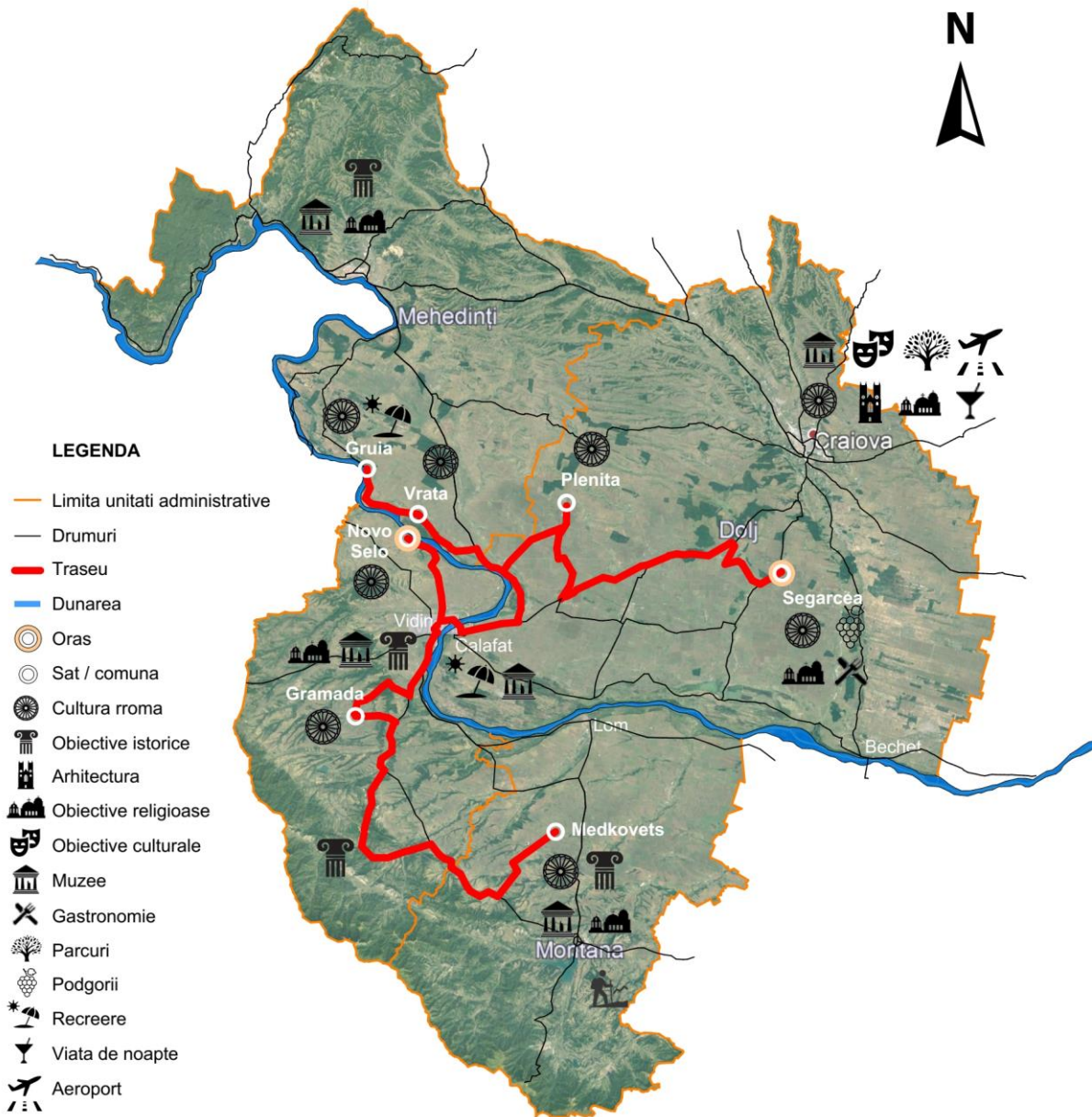
MONTANA - Centru De Informare Turistic

Orașul Montana 3400, strada „Tsar Boris III” 2 (aproape de piață), în clădirea Muzeului Istoric - orașul Montana, tel: 096 / 30-74-81, tel: 096 / 30-51-56

BERKOVITSA - Centru De Informare Turistica

Adresă: orașul Berkovița 3500, piața „Yordan Radichkov” nr. 2, tel.: 0953 / 8-86-82; Program de lucru: de la 8.00 pana la 17.00.

RUTA 3. MEDKOVETS-GRAMADA-NOVO SELO-VRAȚA-GRUIA-PLENIȚA-SEGARCEA



Medkovets-Segarcea



374 km



6 h

DESCRIERE RUTĂ

Ruta începe în localitatea Medkovets din districtul Montana, cu o reprezentativitate a comunității de rromi căldărari și apicultori continuând pe drumul 8105 și apoi pe E79 via Ruzhintsi, Dimovo, apoi pe drumul 1 către Vidin, cu o virare la dreapta pe drumul 141 în localitatea Gramada, unde rromi se ocupă de arte (muzică, dans). Pe traseu se poate vizita opțional și Belogradchik (cu elemente de patrimoniu natural și cultural, plus cultură rromă) sau Makresh. Din Gramada se revine pe drumul 1 prin Dunavtsi, Vidin. Din Vidin se face o abatere către Novo Selo, cu o comunitate restrânsă de rromi care se dedică artelor, pe malul Dunării, pe drumul 122. Se revine apoi în Vidin și se traversează podul Vidin-Calafat. În România se intră pe drumul E79 către Maglavit, unde se virează la dreapta pe DN 56A, via Maglavit, Cetate, mergând pe malul Dunării în Vrața, cu rromi lăutari și Gruia, unde pot vedea meșteșuguri cu meșteri cărămidari și fierari. Se face o întoarcere către Cetate, de unde se virează la dreapta pe drumul 552 la Plenița, unde se pot întâlni rromi lăutari și meșteri fântânari. Din Plenița pe drumul 561A se ajunge în drumul E79 via Perișor, ajungându-se în Segarcea, punctul final al rutei. Aici se pot servi preparate tradiționale rome și se poate face o degustare de vinuri la crama omonimă.



ACCESIBILITATE (TRANSPORT)

Infrastructură rutieră

BG: Drum 8105, E79 (Vidin - Dimovo - Ruzhintsi - Montana - Vratsa - ok.p. Sofia - ok.p. Blagoevgrad - frontiera cu Grecia), Drum 1, drum 141, 122, Pod Vidin-Calafat
 RO: E79, DN56A, 552, 561A

Transport public

În Asparuhovo, municipiul Medkovets (din Montana 39 min)

Stația de autobuze Montana: orașul Montana, bul. „Hristo Botev”(vizavi de gara);
 tel: +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00.

Stația de autobuze și gara - gara Medkovet - tel 0882244793 - satul Medkovet

Stația de autobuze - satul Asparuhovo.

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46; Gară
 Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300,
 Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg, www.portlom.bg

La Vrața se poate ajunge cu mașina pe E 70 Drobeta -Turnu Severin - Craiova, până la Șimian, apoi pe DN 56A până la intersecția cu DN 56C și de aici până la destinație.

În comuna Gruia se se poate ajunge cu mașina pe DN70 Drobeta- Turnu Severin - Craiova până la Șiminan, apoi pe DN56A, până la Hinova, apoi pe DN 56C și până la destinație.

Comuna Plenița este situată în partea de vest a județului Dolj, la 60 km de municipiul Craiova și la 16 km de Dunăre. La Plenița se poate ajunge fie cu transportul în comun cu plecare zilnic la ora 10:00 17:00 din Autogara Nord Craiova, fie cu trenul (gara Moțăței), fie cu autoturismul propriu.

Infrastructură feroviară

Gară CFR Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Bulgaria - Sofia și Serbia-Belgrad)

Gară CFR Drobeta- Turnu Severin (magistrala București-Timișoara) și Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Calafat și Transilvania - Cluj Napoca)

Gara Segarcea

Calea ferată Craiova - Calafat cu legătură la stația halta Dealu Robului

District Vidin BDZH - Transport pasageri" EOOD, cale ferată nr. 7 Vidin-Sofia (Ruzhintsi, Dimovo, Makresh, Gramada și Vidin) <https://vidin.government.bg/oblastna-transportna-shema>

Infrastructură fluvială (opțional)

RO: Port Bechet - ferryboat Bechet- BG: Oreahovo (prin districtul Vrața)

Port Cetate

Infrastructură aeriană

Aeroportul internațional Craiova cu următoarele destinații și căi de intrare ale turiștilor:

Curse regulate: Anglia: Londra - Luton, Italia: Bologna - Guglielmo Marconi, Milano Bergamo aeroport Orio al Serio, Roma Ciampino, Spania: Barcelona El Prat, Madrid Barajas, Franta: Paris - Beauvais, Germania: Koln - Koln Bonn, Israel: Tel-Aviv - Ben Gurion, Belgia: Bruxelles- Charleroi, Curse charter: Antalya.



CULTURA RROMĂ

ASPARUHOVO, MUN. MEDKOVETS

MEȘTEȘUGURI

Prelucrarea ramurilor de salcie

Apicultor

Boril din satul Asparuhovo, municipiul

Medkoveț

Acesta îi învață meșteșugul pe copiii săi, iar întreaga familie este implicată în producție. Moștenind meseria de la tatăl său, el continuă să extragă miere de la albinele sălbatice, practicând apicultura în travni, pe care le face singur. Împărtășește dificultățile și problemele din profesia sa și nevoia de a cumpăra albine de către apicultori, pe măsură ce numărul albinele sălbatice a scăzut brusc. Apicultorul este mulțumit de meșteșugul său și spune că albinele dau miere bună și nu necesită prea multă grijă. Produsul său are o piață de desfacere deoarece este legat de produsele ecologice pure care sunt foarte populare și au prețuri mai mari.

GRAMADA

Populația orașului Gramada este de aproximativ 1400 de persoane, dintre care romi sunt 1,26%, potrivit datelor Institutului Național de Statistică din anul 2011. Sunt mulți cei care își cunosc originea romă, dar nu au păstrat identitatea etniei. Ei nu respectă tradițiile și obiceiurile specifice acestui grup - nu vorbesc limba romani, nu celebrează sărbătorile în stil rom, nu aparțin nici uneia dintre grupurile de romi. Locuiesc într-o mahala care nu este separată de oraș. Limba țigănească în oraș este vorbită doar de câteva familii care au venit din satele înconjurătoare. Etnicii romi au fuzionat cu cei bulgari, iar singurul lucru care diferă într-o anumită măsură este culoarea mai închisă a pielii. Populația romă este o parte indispensabilă a comunității, copiii sunt incluși în sistemul educațional, lucrează pe proiecte europene, care asigură implicarea șomerilor. Centrul comunitar urează bun venit tuturor celor care doresc să se alăture grupului de folclor autentic, colectivul de teatru pentru copii, un grup de exprimare artistică, un grup de cântece în orașul vechi și școala de artă. Din păcate, meșteșugarii romi, de asemenea au plecat.

NOVO SELO

ARTE (MUZICĂ, DANS)

Populația romă din Novo Selo reprezintă aproximativ 20% din populația totală. Există reprezentanți ai diferitelor grupuri de romi - kalaydzhi, tsutsumani și țigani valahi. Aceștia trăiesc în principal în cartierul de romi, dintre care mulți au plecat în străinătate și se întorc pentru o perioadă scurtă de timp în timpul verii. Odată ce situația lor financiară s-a îmbunătățit, au început să cumpere case în afara cartierului, în centrul satului. Se vorbește limba romani. Casa de cultura locală oferă oportunități copiilor romi să se alăture cluburilor de interes - alfabetizare pe calculator, desen, muzică și dans. Se lucrează pe proiecte europene care vizează integrarea romilor în sistemul de învățământ încă de la cea mai mică vârstă. Două persoane sunt numite mediatori educaționali de origine romă pentru a sprijini procesul de integrare. Din păcate meșteri nu mai sunt în sat.
0882424976 – Lyubka Angelova, secretar al Casei de Cultură ”Pametnik” în Novo Selo.

VRAȚA

ARTE (MUZICĂ, DANS)

Rromi lăutari

Pătriu Ion, zis Viorel (62 de ani)- comuna Vrața



Ion Pătriu spune că părinții l-au dus la Cujmir, unde a învățat să cânte la acordeon. De la 14 ani a început să cânte la nunți. În zilele lucrătoare muncea și în agricultură, dar la sfârșit de săptămână cânta la nunți și la petreceri. Pe urmă și-a făcut o formație cu care a cântat până în 1998 (soția lui era solistă iar prietenii și rudele, instrumentiști).

Din 2003 a început să plece în străinătate, în Italia, la Vatican unde cântă sezonier în restaurante sau la terase și uneori și pe stradă. Ion Pătriu spune că acolo câștigă mai mult decât în țară și acordeonul are mai multă căutare

printre italieni. El crede că acest instrument nu mai este atât de apreciat ca altădată și lumea se mulțumește doar cu orga.

În familie talentul pentru muzică l-a moștenit băiatul mijlociu, care cântă și el tot în Italia și unul dintre nepoți. Ion Pătriu spune că el l-a crescut și i-a pus acordeonul în mână și în fiecare zi îl învață câte ceva.

Ion Pătriu spune că a venit în Vrata în anul 1967, împreună cu părinții, în copilărie, când avea 11 ani. El se consideră țigan romanizat, deoarece părinții lui nu vorbeau țigănește și erau din neam de lăutari. Familia lui se trage din Bâcleș. Tatăl lui a avut o soră care trăia în Vrata și a venit aici după ea, aducându-și și familia

Ion Pătriu spune că pasiunea pentru muzică a moștenit-o de la tatăl lui, care cânta la chitară, în timp ce mama lui se ocupa de gospodărie și lucra în agricultură. A rămas și el în Vrața unde s-a căsătorit. Soția lui provine dintr-un neam de țigani romanizați (de vatră), dar care vorbeau țigănește în casă. Acum are trei băieți căsătoriți, nepoți și strănepoți.

GRUIA

MEȘTEȘUGURI

Rromi cărămidari

Duroi Viorel (55 de ani), comuna Gruia

Viorel Duroi spune că secretul unor cărămizi bune stă în calitatea pământului. El a învățat din familie cum să caute pământul bun pentru plămădirea cărămidilor. Cei din familia lui îl transportau cu căruțele într-o zonă neînundabilă unde era frământat și pregătit.



Meșterul Duroi povestește că acolo unde se stabilea terenul pentru fabricarea cărămidei, era nevoie și de o sursă de apă, deoarece se folosea foarte multă apă în pregătirea lutului. Cărămidarii știau de la bătrânii lor ”rețeta” pentru că exista o anumită proporție între necesarul de pământ, nisip și apă. Nisipul se folosea și pentru tapetarea tiparelor (formelor) în care se modela cărămida. Viorel Duroi spune că uneltele cărămidarilor sunt în principal sapele, lopețile și cazmalele, dar aveau nevoie de multă scândură și cuie pentru realizarea tiparelor unde se turnau cărămidile. Locul unde se fabricau se numea aria de lucru. Aici erau depozitate

cărămidile, se întorceau pe o parte și se uscau la soare. Apoi se pregăteau grămezile de cărămizi (cărămidarii le numeau ”banchete”) pentru a fi arse în cuptoare.

Viorel Duroi își amintește că erau perioade când el și familia lui aveau foarte mult de lucru. El spune că a lucrat și la comenzi de 25-30 de mii de cărămizi subțiri sau de 12 mii de cărămizi groase. Acum este pensionar și cărămida nu se prea mai caută în zonă. Când i se face dor de vremurile de odinioară, se duce în păduricea de la marginea comunei unde în tinerețe lucra la cărămidă.

Viorel Duroi s-a născut în comuna Vrața dar s-a mutat cu familia la Gruia când avea 6 ani. Pe atunci spune că nu erau mai mult de 30 de familii de romi, dar acum comunitatea romă a crescut foarte mult, a ajuns la aproape 900 de persoane, deși peste jumătate sunt plecați în străinătate. Viorel Duroi își amintește că în copilăria lui toată comunitatea de romi se ocupa de cărămidă deoarece comuna fiind aproape de Dunăre, existau multe bălți care furnizau

materie primă din belșug –pământ moale și sursă de apă. El lucra cu părinții iar atunci când aveau comenzi mari adunau toată familia, cu verișori și cumnați și se împărțeau pe echipe. Viorel Duroi știe de la bătrânii lui că pământurile din jurul comunei au fost ale boierului Burileanu, muncite de romi care pe atunci erau în robie. După ce au fost eliberați, mulți au primit locuri de casă și au rămas să locuiască mai departe acolo. Zona fiind una cu pământ bun și apă din belșug, s-au apucat de cărămidă pentru a-și clădi casele și a-și întreține familiile. Multe familii făceau și cârpici, care se face altfel decât cărămida arsă: cu apă, pământ și paie. Bătrânii își construiau case și din paiantă (schelet din scânduri lemn umplut sau acoperit cu împletituri de nuiele ori șipci tencuite cu lut, chirpici etc.). În familia lui Viorel Duroi se vorbește limba romani, însă se folosesc și multe cuvinte românești deoarece mulți din membrii familiei au lucrat în agricultură alături de români, de aceea oamenii din zonă le spun țigani romanizați. Viorel Duroi spune că neamul lui vorbește foarte diferit de romii din comuna vecină, de la Gârla Mare, care vorbesc o limbă romani mai curată.

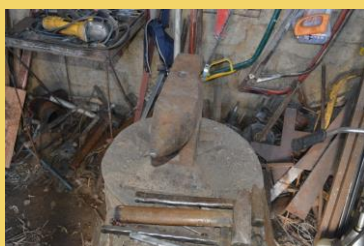
Rromi fierari

Nedelcu Constantin, sat Gruia, comuna Gruia

Constantin Nedelcu spune că locuiește în Gruia de când se știe, pentru că de aici sunt și părinții lui. Meșteșugul de fierar l-a moștenit din familie, deoarece tatăl său era fierar și era foarte cunoscut în sat deoarece lucra la fierăria CAP-ului (cooperativă agricolă de producție, unitate agricolă care funcționa în perioada comunistă). Constantin Nedelcu povestește că mai târziu, tatăl său și-a făcut atelier propriu.



A învățat meserie de copil fiind luat de tatăl său în atelier încă de mic. Mai târziu a lucrat ca lăcătuș, dar după Revoluție a lucrat doar fierărie în atelierul moștenit de la tatăl său. Acum este pensionar și continuă să lucreze când are comenzi. Confectionează porți de fier sau alte structuri metalice și mai rar potcovește și cai. În rest, oamenii vin să le ascute uneltele agricole sau să le fixeze cozile la topoare.



Constantin Nedelcu își iubește meseria și crede că este apreciat de oamenii din zonă pentru asta. El spune că a avut mereu clienți și nu a fost nevoie să plece de acasă, prin târguri să își vândă marfa. În plus, nu a cerut niciodată prea mult de la clienți. Oamenii i-au dat ce au avut: bani, păsări sau produse agricole (făină, mălai, ouă, brânză, etc). Meșterul spune că a avut numai de câștigat că de multe ori oamenii îi dădeau mai mult decât făcea.

Constantin Nedelcu nu știe țigănește pentru că părinții lui nu vorbeau și nici rudele apropiate. Se mândrește cu o familie numeroasă. Are șase copii, fiecare, la casa lui, dar nici unul nu i-a moștenit meșteșugul, să devină fierar.

Meșterul spune că uneori merge la copii în vizită, dar în general stă la el acasă și cel mai mult timp și-l petrece în atelier, unde mai lucrează câte ceva.

PLENIȚA

MEȘTEȘUGURI

Rromi fântânari

Ilie Radu, 55 ani - comuna Plenița, județul Dolj



Ilie Radu a învățat meșteșugul de la Ion Mătușoiu din satul Castrele Traiane ce aparține de comuna Plenița, care îl știa de la alții mai bătrâni. ”Am lucrat cu el din 1991 până în 2000. După aceea a murit și am rămas doar eu”, povestește Ilie Radu.

Ilie Radu spune că o fântână adâncă de 30 de metri se face într-o zi și jumătate.

Înainte fântânile se săpau la cazma iar bătrânii pe măsură ce săpau puneau în loc de tuburi un hârdău (un recipient cilindric din lemn). La fundul gropii se puneau 2 lemne în formă de cruce, peste care se făcea un capac de lemn. Se băteau 4 pari în pământ pe care se zidea apoi fântâna de jos în sus și apoi se tencuia.

Ilie Radu se trage dintr-o familie de romi căldărari din Strehaia, Mehedinți, nevorbitori de limbă romani. La Plenița a venit după nevastă, Mona, în anii '90 și atunci a învățat și meseria de fântânar. Are 2 fete pe care le-a ținut cu greu în școală. Iubește foarte mult caii. Când nu are comenzi la fântâni muncește cu calul și căruța în agricultură.

ARTE (MUZICĂ, DANSURI)

FORMAȚIA DE DANSURI ȚIGĂNEȘTI, KELUSHKA

Coordonator Ioana Ștefan, comuna Plenița

”A fi rom nu este o rușine cu toți suntem ființele lui Dumnezeu, păcat că unii dintre noi nu înțelegem asta” este credința Ioanei Ștefan tânara care a reînviat tradiția dansurilor țigănești la Plenița.



Ioana Ștefan spune că este o țigancă care se mândrește cu etnia sa. ”Dacă mi-ar fi rușine că sunt țigancă ar trebui să-mi fie rușine cu mama care mi-a dat viață”, mărturisește ea. Ea provine dintr-o mamă romă din neam de țigani de vatră și un tată român.

Părinții ei au încercat să o țină departe de neamul rom așa că au ales să îi ofere o educație aleasă departe de tot ce avea legătură cu cuvântul țigan pentru că li se pare că ar fi o mare rușine să afle lumea că mama este țigancă. De aceea, de la vârsta de 2 ani și până la 22 de ani a locuit cu părinții ei în Moldova, la Focșani, localitatea natală a tatălui.



Bunicii din partea mamei aveau o familie numeroasă, 4 fete și un băiat, și erau romi apreciați în comună. Bunicul ei era morar și făcea și chirpici (cărămizi din lut și paie). Cu toate acestea, era talentat și la muzică, cânta cu vocea și la vioară, mergea și la nunți. Doi copii i-au moștenit talentul: băiatul, cunoscut în lumea lăutarilor și a romilor ca Nicu de la Plenița și una dintre fete, mama Ioanei Ștefan. Bunica ei Ilina era foarte cunoscută în sat, la bătrânețe i se spunea ”femeia cu vieru”.

Viața Ioanei Ștefan a fost marcată de faptul că avea 2 părinți de etnie diferită, mama romă iar tatăl, român, cadru militar. Ea povestește că părinții ei s-au cunoscut în tren, s-au îndrăgostit și s-au căsătorit. Ioana Ștefan spune că atât timp cât a locuit în Moldova i-a fost foarte greu, s-a simțit ca o pasăre în colivie deoarece nu avea voie să spună că este țigancă, rudele mamei nu o vizitau.

În 2009 tatăl său s-a pensionat și au hotărât cu toții să se întoarcă la Plenița, în casa bunicilor. Ioana Ștefan spune că pentru ea a fost un miracol și o întoarcere la viață. Ea crede că la Plenița, romii sunt priviți de la cel mai mare până la cel mai mic om, ca oameni și nu ca niște resturi ale societății.



Formarea Trupei

Ioana Ștefan a fost pasionată de eșarfe și batice țigănești. Ea spune că are o întreagă colecție acasă, care o leagă de originea ei și îi amintește de momentele frumoase ce le petrecea cu verișorii, cu rudele, cu țigani ei.

Romii din Plenița au apreciat-o foarte mult și au ales-o reprezentantul lor. Ea spune că se simte foarte iubită de comunitatea din care face parte pentru că a luptat pentru binele romilor din comună. De trei ani este mediator școlar la școala din Plenița iar prioritatea ei este să le facă bucurii copiilor romi: se joacă cu ei, le ascultă păsurile, îi ajută la teme, îi îndrumă și le dă sfaturi.

Ioana Ștefan povestește că 4 fetițe din școală s-au atașat de ea și au propus să facă o minitrupă de dans țigănesc pe care au numit-o KELUSHKA. Ele provin din familii cu probleme, fie fără posibilități materiale, fie familii monoparentale (nu au unul dintre părinți în viață). Fiecare dintre fetițe are o poveste tristă de viață. Cea mai mică, Rihanna, are 4 ani, a fost părăsită de mamă la moartea tatălui, așa încât de 2 ani Ioana Ștefan încearcă să suplinească lipsa părinților. Nicoleta, prima fetiță care a venit în trupă, trăiește doar cu mama ei care este surdo-mută, tatăl ei părăsind-o, înainte de a se naște. Din trupă face parte și Adina, o fată care a renunțat de multe ori la școală pentru a avea grijă de frații ei mai mici, pentru că mama sa nu s-a putut descurca să-i crească, deoarece suferise de pierderea unui ochi. A patra membră a trupei este Andreea, o fată foarte frumoasă, ai cărei părinți au mari probleme de sănătate.

SEGARCEA

GASTRONOMIE

Guță Lenuța (zisă „baba”), 61 ani- localitatea Segarcea, județul Dolj

Lenuța Guță este originară din comuna Bârca, județul Dolj dar de 40 de ani, de când s-a căsătorit, locuiește în Segarcea împreună cu bărbatul ei, Guță Dumitru, zis Sinel, în vârstă de 61 de ani. Femeia spune că și ea și soțul ei sunt din neam de ursari și vorbesc țigănește în casă. Au crescut împreună 5 copii (3 fete și 2 băieți) care sunt la casele lor iar acum au rămas cu nepoții. Lenuța Guță spune că atât pe copiii cât și pe nepoții i-a crescut cu mâncăruri tradiționale țigănești pe care le consideră foarte sățioase și gustoase.

Rețete tradiționale țigănești

Ratui

Această rețetă se prepară numai la Crăciun, odată cu tăierea porcului - într-un „maț” gros de porc se introduce un amestec de carne și condimente. Ratuiul se consumă de obicei după sărbătorile de iarnă. Lenuța Guță povestește cum se prepară: ”Se descurcă mațele, se spală, se întorc, se albesc, adică se spală de multe ori, se pun la scurs. Mațul gros se pregătește de umplut. Se prepară amestecul de carne. Se toacă bucăți de carne și grăsime de porc, mai măricele, la bardă și se amestecă cu tocătură de ceapă, cimbru, sare și ardei iute, apoi se umple mațul gros. Se pune la uscat, la tinda casei. Se consumă după ce se usucă. Se taie din el la nevoie și se pregătește cu varză. Se face ca o ciorbă de varză murată în care se pune ratui”. Femeia spune că așa se prepară ratuiul în Oltenia dar în Banat a auzit că se prepară altfel.

Borândău

Borândăul are consistența unui sos care se prepară cu carne de porc, gâscă sau curcan. ”Mai întâi se frige carnea, povestește Baba. Separat, sângele de la animalul sacrificat se amestecă în

stare crudă cu mălai și se pune peste carnea friptă. În continuare se adaugă apă, și ceapă tocată mărunt, se lasă la fiert, până scade și se formează ca un sos”. Romii mănâncă acest sos cu mămăligă. „Se întinge în sos cu mămăligă”, spune Lenuța Guță.

Varză cu fasole și os afumat

Se fierbe fasolea cu ceapa tăiată în bucăți mari și apoi se adaugă osul afumat (se pregătește ca o ciorbă de fasole). Separat se călește varza. Se amestecă apoi fasolea cu varza și se adaugă foi de dafin și cimbru. Se servește cu mămăligă caldă.



ALTE ATRACȚII TURISTICE

ASPARUHOVO

Vestigii istorice	Muzee
Turnul de Foc - Observatorul monumentele lui Krastyo Pishurka și Tseko Voyvoda, orașul Lom Necropolis, satul Orsoya	Muzeul Istoric, Cetatea Antică "Almus" Colecția muzeală, satul Medkoveț
Obiective religioase Mănăstirea Brusarski "St.Archangel Mihael " biserica „St.Petka“, oraș Brusartsi biserica „Sf. Nicolae cel Vechi ” (Borunska biserică) biserica „Sf. Nicolae cel Nou ”, Templul Catedralei "Adormirea Maicii Domnului", orașul Lom biserica„Sf. Paraskeva", satul Medkoveț	
Zone și arii protejate/atracții naturale	
Zone protejate: râul Lom, "Tsibarsko blato", "Mominbrodsko blato", "Orsoya", "Pescuitul Orsoya" Zonă protejată - pescuitul Orsoya Râuri: Dunăre, Lom Insula Dobrina	

BELOGRADCHIK

Cetatea romana Kaleto - Belogratchik, oraș Belogradchik, tel.: +359 936 53022
Atracția naturală "Stâncile Belogradchik", oraș Belogradchik

VIDIN

Vestigii istorice	Muzee
<p>Cetatea Baba Vida, adresă: Parcul Dunării, oraș Vidin tel. 094/ 601705</p> <p>Cazarma cruciformă, adresa: str. Knyaz Boris I nr. 26, cartier Kaleto, oraș Vidin tel. 094/ 601709</p>	<p>Muzeul Konak , adresa: str. Obshtinska nr. 2 oraș Vidin; tel. 094/ 601713</p>
Obiective religioase	
<p>Muschea Osman Pazvantoglu, adresa: Parcul Dunării, oraș Vidin</p> <p>Catedrala "Sf. Dimitrie", oraș Vidin</p>	

CALAFAT

Calafat - Muzeul de Artă și Etnografie

Calafat: Festivalul internațional de Poezie și Muzică Folk - august

Roadele toamnei - octombrie

SPA Calafat- Ciuperceni-Dunăre

DROBETA -TURNU SEVERIN și ÎN PROXIMITATE

Vestigii istorice	Muzee
<p>-Situl arheologic Str. Independenței și Schela Cladovei din Drobeta -Turnu Severin - în zonă a fost descoperită cea mai veche așezare umană stabilă din Europa unde s-au descoperit și artefacte mai vechi de 10.000-11.000 de ani</p> <p>- Ruinele Cetății Severinului-care includ mai multe construcții cu turnuri și curți interioare, descoperite în urma săpăturilor succesive</p> <p>- Ruinele castrului roman de la Hinova, aflate la o distanță de 16 kilometri de Drobeta Turnu Severin. Este un punct arheologic deosebit de important, aici descoperindu-se cel mai mare tezaur de aur din țară, de proveniență tracică.</p> <p>-Bălăcița - limes Brazda lui Novac, este o frontieră întărită cu un val de pământ, construit în secolul IV, în vremea împăratului</p>	<p>-Muzeul de Artă Drobeta- Turnu Severin - este găzduit într-o clădire-monument de artă, construit în stil eclectic, datând din 1890 și adăpostește lucrări de artă feudală, din secolele XIX și XX și lucrări de artă contemporană.</p> <p>-Muzeul Regiunii Porțile de Fier - Științe ale Naturiieste găzduit într-o clădire ridicată în perioada 1923-1926 și are secții de Științele Naturii, Arheologie-Istorie și Etnografie-Artă Populară, deținând în patrimoniu aproximativ 4.000 de piese,</p> <p>-Muzeul Hidrocentralei Porțile de Fier I s-a deschis în 1976, prezentând caracteristicile generale ale Dunării,</p>

<p>Constantin cel Mare. Brazda lui Novac pornea de la gura Topolniței (județul Mehedinți), traversa Oltenia și Muntenia pe sub dealuri până la Mizil, urmele sale văzându-se și astăzi.</p>	<p>datele hidrologice, mărturii materiale ale așezărilor umane din zonă.</p>
<p>Obiective religioase</p>	
<p>-Biserica „Sfantul Ioan Botezatorul ”, cunoscuta și cu numele ctitorilor ei - „Grecescu”, este situata in partea de Sud-Vest a municipiului Drobeta -Turnu Severin</p> <p>-Biserica „Maioreasa” cu hramul „Adormirea Maicii Domnului” din Drobeta-Turnu Severin, s-a zidit din temelie intre anii 1842 - 1846, din initiativa maiorului Ion Ciupagea și a soției sale Dumitrana Ciupagea, în timpul domniei lui Gheorghe Bibescu.</p>	
<p>Evenimente și festivaluri</p>	
<p>Drobeta- Turnu Severin</p> <ul style="list-style-type: none"> -Severin International Guitar Festival, mai -Toamna severineană octombrie -Valurile Dunării - Festival international de șah - mai <p>-Vânju Mare - Festivalul viei și vinului (Septembrie)</p> <p>-Isverna - Măsuratul oilor - sfârșitul luni mai</p> <p>-Ilovăț - Sărbătoarea Cosuștei - luna mai</p> <p>-Sărbătoarea Liliacului din comuna Ponoarele - organizată anual în prima parte a lunii mai, la care participă ansambluri artistice profesionale și de amatori, soliști de muzică populară consacrați; se organizează și o horă a satului și un foc de tabără</p> <p>-Festivalul de muzică populară: Ponoare, Ponoare! (4-6 august) - la care participă tineri interpreți de muzică populară (soliști vocali și soliști instrumentiști)</p> <p>-Festivalul național de folclor: Munte, munte, brad frumos! - Baia de Aramă (4-5-6 septembrie) - este un concurs de interpretare vocală și instrumentală și urmărește conservarea și promovarea patrimoniului cultural tradițional românesc</p>	
<p>Zone și arii protejate</p>	
<p>-SCI Pădurea Stârmina -Pădurea Stârmina este o arie protejată de interes național, situată pe teritoriul administrativ al comunei Hinova. Este o arie cu o suprafață de 123 de hectare care conservă habitate naturale și specii importante sub aspect forestier. Valoarea acestei rezervații se datorează suprafețelor compacte cu ghimpe și amestec de diferite foioase.</p> <p>-Parcul Național Porțile de Fier este situat pe malul stâng al Dunării, între localitățile Baziaș și Gura Văii. In perimetrul său intră și prelungirile sudice ale Munților Banatului (Locvei si Amăjului) și Munților Mehedinți, precum și o parte din podișul Mehedinți și fâșia de lac ce aparține teritoriului național.</p>	

- Parcul Național Domogled -Valea Cernei unde sunt amenajate 20 de trasee turistice omologate, cu diferite grade de dificultate, pe parcursul cărora turiștii pot întâlni peșteri, chei, cascade, poieni și foișoare, dar și numeroase mori de apă.
- Complexul Natural Ponoarele reprezintă o zonă caracterizată prin roci calcaroase și este o rezervație naturală care a fost declarată arie protejată. Se întinde pe o suprafață de 100 hectare.
- Pădurea de liliac de la Ponoarele - rezervație botanică cu o suprafață de 20 ha, este declarată monument natural de interes național și este cea mai mare din țară. Pădurea este poziționată la circa 3 km sud de localitatea Ponoare, între dealurile Băluței și Răiculeștilor.

SEGARCEA

Mănăstirea Segarcea

CRAIOVA

Vestigii istorice	Muzee
Ruinele hanului Hurez Ruine cetatea Pelendava (Mănăstirea Coșuna, Mofleni, Craiova)	Muzeul de Artă, Craiova Muzeul Olteniei, Craiova Muzeul Sf. Nicodim al Centrului de Restaurare, Conservare Patrimoniu și Vizualizare al Arhiepiscopiei Craiovei Casa Băniei
Obiective religioase	Obiective culturale
Catedrala Sfântul Dumitru Biserica romano-catolică Sfântul Anton Biserica Protestantă Evanghelică Catedrala Episcopală Madona Dudu Sinagoga Craiova	Teatrul Național Marin Sorescu Filarmonica Oltenia
Arhitectură	Parcuri
Centrul vechi al Craiovei Casa Glogoveanu Palatul Banca Comerțului Primăria Craiova Hotel și Casino Minerva Liceul Carol I Palatul Jean Mihail	Grădina Botanică din Craiova Parcul Romanescu din Craiova Parcul Tineretului

Casa Jean Negulescu Casa Nicolae Romanescu Palatul Vorvoreanu (Palatul Mitropoliei Olteniei) Ansamblul Minerva Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei și Mitropoliei Olteniei	
Case memoriale	
Casa memorială Elena Farago	
Evenimente și festivaluri	
Festivalul internațional de teatru Shakespeare - aprilie (la fiecare 2 ani) Craiova Muzicală - august-septembrie Elena Teodorini - octombrie-noiembrie Festivalul Maria Tănase - octombrie (la fiecare 2 ani) 29 mai - 04 iunie, zilele orașului Craiova 23 iunie- Craiova se îmbracă în ie 26 octombrie- Sărbătoarea sfântului protector al orașului Craiova - Sfântul Dumitru	



CAZARE

ASPARUHOVO, mun. MEDKOVETS

Hotel „Ogosta“: adresă: Bul „Peyo Yavorov“, 1, 3400 Montana Centru, Montana;
tel.: 096 306 310

Hotel de familie „Ring“: pe malul barajului „Ogosta“, la 2 km din oraș;

Park-hotel „Zhitomir“; adresă : piața „Zheravitsa“ 1, 3400 Montana Centru, Montana
Tel: 096 306 176

Hotel „Montana“: orașul Montana, Bul. „3-Mart“ 120, tel. 096300404

Hotel „Vesta“: adresă : strada „Tsar Simeon“ nr.10, 3400 Montana Centru, Montana
tel: 096 305 720

MONTANA

Hotel „Ogosta“: adresă: Bul „Peyo Yavorov“, 1, 3400 Montana Centru, Montana; tel.: 096
306 310

Hotel de familie „Ring“: pe malul barajului „Ogosta“, la 2 km din oraș;

Park-hotel „Zhitomir“; adresă : piața „Zheravitsa“ 1, 3400 Montana Centru, Montana

tel: 096 306 176

Hotel „Montana“: oraşul Montana, bul. „3-Mart“ nr. 120, tel. 096300404

Hotel „Vesta“: adresă: strada „Tsar Simeon“ nr.10, 3400 Montana Centru, Montana;

Hotel-restaurant „Dunav“: adresă: piaţa „Nachev” 1, 3600 Boruna, Lom.

BELOGRADCHIK

Hotel "Skalite" Oraş Belogradchik piaţa Vazrazhdane №2 tel: +359 94 691 210
tel. mob.: 0884 51 41 54, fax: +359 936 545 42, e-mail: reception@skalite.bg, web:
www.skalite.bg

Han MADONA Falkovets, Falkovest, Yanyovets 3949, district Vidin, Drum N 114
Belogradchik- Lom
Tel.: +359 894774746, Fax : +359 93655646, e-mail: info@hanmadona.com, Website:
www.hanmadona.com

Hotel-restaurant The Rocks, Oraş Belogradchik, str. Hadzhi Dimitar 1, tel.: 0936 54002,
0898733818

Pensiune Zdravets, Sat Chiflik, tel: +359 878 330 899, email: zdravecbnb@gmail.com,
<http://zdravecbnb.com/>

Hotel Dalia, Oraş Belogradchik, Bd. Saedinenie 1 /Autogară/,tel. 0936 532 43, 0888 641
528, 0888 641 528, e-mail: hotel_dalia@abv.bg

Hotel Rai, Oraş Belogradchik, Str. Tsar Ivan Sratsimir 3, Tel.: +359 - (0)9365 / 3735; +359
- (0)894 / 702917, e-mail: bubjordanova@abv.bg

Viko hostel ,Oraş Belogradchik str.Tsar Ivan Sratsimir 5,tel.: 0878 364306; +359 878
247733
e-mail: office@vikohostel.com

Vila Albasitao oraş Belogradchik, Str. Tsolo Todorov,tel. : +359 878 602 682 +359 (0)888
666222; +359 (0)898 444 711, e-mail: lili@albacita.com,website: <http://albacita.com/>

Pensiunea „Zora” Oraş Belogradchik, str. Haydut Velko №2, Tel: 094 623 667, tel. mobil:
0888 842 886; 0885 719 046 087/7756157, e-mail: jordani_2005@abv.bg

VIDIN

“Anna -Kristina” Oraş Vidin 3700 str. Baba Vida 2, tel: +359 94 / 606 037
www.annakristinahotel.com

"Rovno" Oraş Vidin 3700, str. Tsar Aleksandar II nr. 70 3700 Vidin, Bulgaria, tel .
+359 94 690 990, fax + 359 94 690 999, info@hotelrovno.com, www.hotelrovno.com

"Avramov" Oraş Vidin 3700 str. Tsar Aleksandar II nr. 63, tel./fax 094/ 60 66 80
GSM 0885 287766, www.hotel-avramov.domino.bg, e-mail: hotel_avramov@mail.bg
Neptun Oraş Vidin Str. Dunavska № 8, 094/ 680 039, 0884 850 139; 0897 850 139
E- mail: hotel_neptun_vidin@abv.bg, Web: www.hotelneptunvidin.com
«Dunav» Oraş Vidin 3700, Str. Edelvays №3, tel./fax: +359 94 600 174
GSM.: +359 893 326 411, E-mail: hotel_dunav@abv.bg; website: <http://hoteldunav.eu/>
"Zora" Oraş Vidin 3700, str. Naycho Tsanov" 3 A, Tel.: +359 94 600290; 606 700
website: www.hotelzora.hit.bg, e-mail : hotelzoravidin@abv.bg
"Zora" 2 Oraş Vidin 3700, str. Gorazd 2, Tel.: +359 94 601171
"Bononia" 3700 Vidin, str."Bdin" No.2, +359 94 60 60 31 ,+359 94 60 60 32
website: www.hotelbononia.net, email: office@hotelbononia.net
"Stariyat grad" (Oraşul vechi) 3700 Vidin, str. Knyaz Boris nr. 2, +359 94 600023
website: www.oldtownhotel.dir.bg; email: oldtown_vd@abv.bg
"Vidin"3700 Vidin, str. Knyaz Dondukov No15, +359 94 606 938, www.hotelvidin.com,
office@hotelvidin.com

CRAIOVA

Hoteluri in municipiul Craiova

*Rixo`s Guest House 5**

Adresa: Str. Henry Ford (E70), Strada Doljului Nr.8, 207206 Craiova, România, telefon:
0040 734 632 129, e-mail: rezervari@rixosguesthouse.ro, adresă web:
<http://rixosguesthouse.ro/>

Hotel Splendid 1900

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza 4C, 200734 Craiova, România, telefon:
0040.737.023.921, e-mail: <https://splendid1900.ro/>

*Hotel Helin Central 3**

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, 200396 Craiova, România, telefon:
0040.757.666.999, e-mail: hotel@helincentral.ro, adresă web:
<http://www.helincentral.ro/>

Hotel Craiovița

Adresa: Calea Severinului, 222111 Craiova, adresă
web: <http://www.hotelcraiovita.ro/>

Ramada Plaza

***** Calea Bucuresti 1 www.ramadaplazacraiova.ro, 0351.100.201 | 0351.101.500,
reservations@ramadaplazacraiova.ro

Rexton

**** Bulevardul Carol I 49 www.hotelrextion.ro, +40 (0) 351 462 451,
office@hotelrextion.ro

Oltenia

**** Str. Caracal Nr. 176 www.olteniahotel.ro, +40 351 411 411,
receptie@olteniahotel.ro

Golden House **** Strada Brestei, nr. 18 www.goldenhouse.ro, (+40) 251 406271, Email: receptie@goldenhouse.ro
Emma West

**** Str. Calea Severinului, nr. 3B, www.hotel-emmawest.ro, +40 0251.480.150,
receptie@hotel-emmawest.ro,

Relax

*** Calea Severinului nr. 48 www.en.hotel-relax.ro, 0351.409.744, office@hotel-relax.ro

Plus

*** Malu Mare, str.Caracal, nr.254, www.plushotel.ro, +40.733.100.200,
plushotel@plushotel.ro
Emma Est

*** Str. Calea Bucuresti, Nr.82A, www.hotel-emma.ro, +40 0251.406.288,
receptie@hotel-emma.ro

Bavaria

**** Str. Caracal, Nr. 3 <http://www.hotel-bavaria.ro>, 0251/414.449,
office@hotelbavaria.ro

La Rocca Hotel Boutique, Str. Pelendava nr.39A, www.hotellarocca.ro, 0351 413 570, office@hotellarocca.ro

Parc, *** Str. Bibescu, nr. 12 www.hotel-parc-craiova.ro, 0251.417.257,
office@hotel-parc-craiova.ro

Europeca **** Str. Pietății, nr. 9-11-13 www.hoteleuropeca.ro, 0751224794,
hotel@hoteleuropeca.ro

Plaza **** Str. Aries, nr. 16 www.hotelplaza.ro, +40 (0) 251 430410,
office@hotelplaza.ro

Helin Central, *** Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, www.helincentral.ro, +40 351 808 708, hotel@helincentral.ro

Euphoria, ** Str. Iancu Jianu, Nr. 6 www.hoteleuphoria.ro, 0728.196.173,
office@hoteleuphoria.ro

Flormang, *** Calea Severinului 7B, www.flormang.ro, +40 769 251 832,
hotel@flormang.ro

Green House, *** Str. Fratii Buzesti, Nr. 25 www.green-house.ro, 0745 071 498,
greenhousecraiova@yahoo.com

Casa David-hotel boutique, **** Str. Stefan Cel Mare 18A, www.casadavid.ro,
+4 0755 463 464 receptie@casadavid.ro

Moteluri

Hanul Doctorului, ** Strada Viitorului 1, 0351 444 422

Hosteluri

Sport, *** Str. Brestei, Nr. 25 www.hotel-sport.ro, 0251-412022,

Pensiuni

Villa Carmelita *** Str. Împăratul Traian, nr. 41, www.carmelita.ro,
rezervari@carmelita.ro,
0728 033 339
La Favorita, Guesthouse Boutique, *** Str. Madona Dudu www.lafavorita.ro,
0351 408 098
Flormang 1 *** Str. Dezrobirii, nr. 134 <http://pensiunea1.flormang.ro/>,
0769.251.815
Bruxelles Guesthouse, **** Str. Zorilor, nr. 8 <http://bruxelleshouse.ro/>, 0351 469
254 / 0756 02 50 70, rezervari@bruxelleshouse.ro
Luisa *** Str. Caracal, nr. 12, 0724 119 388
Hanul Andriței **** Str. Viitorului, nr. 34 www.hanulandritei.ro,
office@hanulandritei.ro, 0351 431 056

ALIMENTAȚIE

CETATE

Portul Cultural Cetate www.portcetate.ro 0755 070 390
portcetate@gmail.com

CRAIOVA

Restaurante (primele 5 conform tripadvisor)

1. **Epoca, European** Str. Alexandru Macedonski, Nr.51, www.epocarestaurant.ro,
0725 059 333, office@epocarestaurant.ro
2. **Bulevard, Italian** Str. Lipscani, nr. 1 www.bulevardcraiova.ro, 0351416062,
receptie@bulevardcraiova.ro
3. **Big Ben, European** Str. Mircea Voda, Nr. 1 +40 764 527 738
4. **Oxygen Bistro**, Internațional Str. 13 Septembrie, nr. 7, www.oxygenbistro.ro,
0735230663
5. **El Greco, Mediteranean** Calea Bucuresti, BI M7-M8, www.elgreco.ro, 0351
442 442



RECREERE

Medkovet Stadion, sala de fitness și tenis

orașul Montana Complexul sportiv Ogosta (stadion și sală de sport mare)

Sala de sport "Mladost"

Spațiile de joacă sportive din vecinătate pentru baschet și fotbal, precum și loc de joacă pentru șah în Grădina orașului

Centrul de fitness "Spartak"

Teren de golf și teren de tenis

Platformă de skateboard în "Sunny Garden"

Complexul sportiv Augusta, Barajul Ogosta, lângă Montana.

Calafat - plajă, pescuit

comuna Gruia - plimbări pe malul Dunării și pescuit

Segarcea - degustări de vinuri la podgoria omonimă

Craiova - centrul istoric, viață de noapte, zbor cu balonul cu aer cald:

www.balloonadventure.eu



CENTRE DE INFORMARE ȘI VIZITARE TURISTICĂ

VIDIN - Centrul de Informare Turistică

3700 Vidin, str. Dunavska nr. 1, tel.: +359 094 990 739; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, de Luni până la Vineri

BELOGRADCHIK - Centrul de Informare Turistică

3900 Belogradchik, str. Poruchik Dvoryanov 1 A, tel.: +359 877 881 283; e-mail: tourism@belogradchik.bg; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, fără întrerupere în fiecare zi, inclusiv Sâmbătă, duminică și de sărbători legale.

MONTANA - Centru De Informare Turistic

Orașul Montana 3400, strada „Tsar Boris III” 2 (aproape de piață), în clădirea Muzeului Istoric - orașul Montana, tel: 096 / 30-74-81, tel: 096 / 30-51-56

RUTA 4. GROMSHIN-YAKIMOVO-ARCHAR-POKRAYNA-PRUNIȘOR-TÂMNA-SECUI-PREAJBA



DESCRIERE RUTĂ

Ruta turistică pentru descoperirea culturii rrome debutează cu localitatea Gromshin din districtul Montana, unde sunt localizate comunități de romi căldărari, dulgheri și care fac

căruțe. Pe drumul 101 se merge până în Mihaylovo, apoi pe drumul 133 La Valchedram (rromi căldărari), se continuă pe drumul 818 la Yakimovo, cu rromi căldărari și geambașii. Se continuă ruta pe drumul 818 via Komoshtitsa și apoi pe drumul 81 la Lom. De la Lom se va parcurge drumul 11 cu direcția Vidin, trecând prin localitatea Archar. Aici rromii lucrează majoritatea în construcții sau strâng plante medicinale. Urmând drumul 11, pe malul Dunării, se va ajunge pe drumul E79, via Dunavtsi și Vidin (unde se pot vedea comunități de rromi) către Pokrayna pe centura Vidinului. Localitatea găzduiește rromi cazangii. Se va trece podul Vidin- Calafat pe drumul E79. Ajungându-se la Maglavit se virează pe drumul DN 56A via Cetate, Vânu Mare, Hinova, Șimian și se merge pe drumul E70 către Filiași în localitatea Prunișor (rromi căldărari) și apoi de pe E70 se virează la stânga spre Târna, unde sunt localizați rromii cărămidari. Se face o întoarcere în drumul E70 până la Filiași și apoi pe drumul E79 se merge în direcția Craiova, trecând pe lângă oraș pe DN55 la Preajba (rromi fierari) și apoi în satul Secui, Comuna Teasc, ultimul punct al rutei, unde se vor putea vedea rromii lingurari. Returul se poate face în municipiul Craiova.



ACCESIBILITATE (TRANSPORT)

Infrastructură rutieră

BG: Drum 101, 133, 818, 81, 11, E79 (Vidin - Dimovo - Ruzhintsi - Montana - Vratsa - ok.p. Sofia - ok.p. Blagoevgrad - frontiera cu Grecia), Pod Vidin-Calafat

RO: E79, DN56A, E70, E79, DN55

Transport public

În Asparuhovo, municipiul Medkovets (din Montana 39 min)

Stația de autobuze Montana: orașul Montana, bul. „Hristo Botev”(vizavi de gara);

tel: +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00.

Stația de autobuze și gara - gara Medkoveț - tel 0882244793 - satul Medkoveț

Stația de autobuze - satul Asparuhovo.

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46; Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300,

Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg, www.portlom.bg

satul Gromshin - aprox. 38 min (nord-est) din Orașul Montana

Stația de autobuze Montana: Adresă: Montana, bul. „Hristo Botev” (vizavi de gara);

tel: +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru: 06:00 - 20:00

Stația de autobuze și gara- orașul Boychinovți

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46;

Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21

Tel: +359 971 60 300, Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg, www.portlom.bg

Satul Yakimovo aprox 34 min (spre nord) de orașul Montana

Stația de autobuze Montana: Adresă: orașul Montana, bul. „Hristo Botev”(vizavi de gara);

tel: +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00 h.

Stația de autobuze - satul Yakimovo.

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46;

Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300,

Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg, www.portlom.bg

În comuna **Prunișor** se poate ajunge cu autobuze ce circulă în intervalul 7.00-20.30
(informații suplimentare pe www.autogari.ro) din Drobeta- Turnu Severin.

În comuna **Tâmna** se poate ajunge cu autobuzul din orașul Strehaia (informații
suplimentare pe www.autogari.ro).

Infrastructură feroviară

Gară CFR Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Bulgaria - Sofia și Serbia-Belgrad)

Gară CFR Drobeta- Turnu Severin (magistrala București-Timișoara) și Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Calafat și Transilvania - Cluj Napoca)

Calea ferată Craiova - Calafat cu legătură la stația halta Dealu Robului.

District Vidin BDZH - Transport pasageri" EOOD, cale ferată nr. 7 Vidin-Sofia (Ruzhintsi, Dimovo, Makresh, Gramada și Vidin) <https://vidin.government.bg/oblastna-transportna-schema>

Infrastructură fluvială (opțional)

RO: Port Bechet - ferryboat Bechet- BG: Oreahovo (prin districtul Vrața)

Port Cetate, Drobeta- Turnu Severin

Infrastructură aeriană

Aeroportul internațional Craiova cu următoarele destinații și căi de intrare ale turiștilor:

Curse regulate: Anglia: Londra - Luton, Italia: Bologna - Guglielmo Marconi, Milano

Bergamo aeroport Orio al Serio, Roma Ciampino, Spania: Barcelona El Prat, Madrid

Barajas, Franta: Paris - Beauvais, Germania: Koln - Koln Bonn, Israel: Tel-Aviv - Ben

Gurion, Belgia: Bruxelles- Charleroi, Curse charter: Antalya.



CULTURA RROMĂ

GROMSHIN

MEȘTEȘUGURI

Rromi producători de căruțe și dulgheri Alexi Trifonov, sat Gromshin



Produce cadrele din lemn ale căruțelor din lemn foarte rezistent. Apoi face roțile de lemn. În roți se introduc bucșele de fier și se înfășoară cu șine de fier, care sunt forjate și fixate cu șuruburi de roată. Există multe elemente de fier pe care le face și el. În final, totul poate fi asamblat și pregătit pentru călătorie.



M-am dus la târguri pentru vânzarea bovinelor, cailor și a măgariilor. Când am vândut un cărucior, m-am întors acasă, călărind calul. În ultimă vreme, foarte rar cineva vrea o căruță, oamenii doresc doar roți pentru a decora curtea.

YAKIMOVO

MEȘTEȘUGURI

Rromi geambașii Boris Borisov, satul Yakimovo

Sunt un geambasiu - cumpăr și vând animale timp de 20 ani. Întreaga familie a lucrat astfel. Călătoresc în diferite sate din țară și cumpăr animale mici. Îi cresc în ferma mea până ajung la o anumită greutate. Apoi le vând negustorilor. De fiecare dată când transport animalele, călătoresc împreună cu ele până ajung la client să fiu sigur că mărfă ajunge vie și în siguranță. Mărfa noastră este cumpărată de diferiți comercianți. Uneori vindem la persoane din Yakimovo și din satele din apropiere.

ARCHAR

MEȘTEȘUGURI

Archar este un sat din nord-vestul Bulgariei. Este situat în municipiul Dimovo, districtul Vidin. După populație este cel mai mare sat din district și de două ori mai mare decât orașul Dimovo. Populația sa este de aproximativ 3.000 de persoane. Archar este format din trei cartiere - bulgari, turci și țigani. Satul a fost construit în timpul Imperiului Roman sub numele de Ratsiaria. Ratsiaria era un oraș înfloritor. În anul 1832 a fost deschisă o școală cu chilia în sat, iar în anul 1898 a fost înființat un centru comunitar. În cartierul turcilor sunt descoperite obiecte de aur din timpul romanilor. În multe curți există încă ziduri, părți ale clădirilor și vase din lut - boluri, țevi. Satul a fost adesea jefuit de vânători de comori. În sat există patru mahalale - bulgară, turcă, romă, koritarska /tot romi/. Cartierul de romi este relativ nou și o mare parte din romi trăiesc în Koritarski/ cartierul vechi/. Conform datelor recensământului din 2011, autoidentificați ca romi sunt 461 de persoane, în principal din grupul de kalaydzhii și koritari. Limba pe care o vorbesc este romani, cu mici diferențe dialectice. Ei se ocupă în

principal de colectarea ierburilor sezoniere și lucrează în domeniul construcțiilor. În ultimii ani, mulți romi au plecat în străinătate pentru muncă sezonieră. Religiile din sat sunt două - creștinismul și islamismul, ambele religii coabitând tolerant una cu celălaltă.

POKRAYNA

MEȘTEȘUGURI

Rromi cazangii

Sasho (Cazangiu), sat Pokrayna

Populația satului Pokrayna, Vidin este de aproximativ 1000 de persoane. Puțini oameni de origine romă trăiesc într-un cartier de aproximativ 20 de case. Cei mai mulți au plecat la muncă în străinătate. Cei rămași fac parte din grupul de layashi (neam de kaldarashi), vorbesc limba romani și sărbătoresc sărbătorile în stil țigănesc. Meșteșugul care este încă practicat de romi în satul Pokrayna este realizarea și fabricarea cazanelor de rachiu. Sasho (Cazangiu) este reprezentantul lor. El a moștenit talentul bunicului său și îl practică și astăzi. El speră că moștenitorii lui vor fi, de asemenea, dispuși să învețe meseria.



* Sasho (Cazangiu)

Telefon de contact 0893 45 22 40 – Sasho

PRUNIȘOR

MEȘTEȘUGURI

Rromi căldărari

Tănase Vasile zis Țiți (74 ani), comuna Prunișor



Nea Țiți, cum îi zic sătenii, a învățat să confecționeze cazane în familie, de la tatăl și bunicul său, care și-au câștigat pâinea din asta. Când era tânăr făcea cazane și căldări. El spune că le făcea alămite, prin bătaia ciocanului. Încă mai are atelierul cu nicovala, cu ciocane, cu foale, cu foarfeca de croit.

Acum, la 74 de ani, nu prea mai poate să confecționeze cazane, dar continuă să lucreze în atelier. El mai face doar

fărășe, ca să mai câștige un ban, și merge cu marfa prin sate sau la târg.

Vasile Tănase stă în Prunișor de când se știe. El spune că s-a născut în 1945, când s-au întors țiganii de la Bug. El și familia băiatului sunt singurii romi corturari din Prunișor iar el mai stă și acum în cort. Majoritatea romilor din comună au plecat la Strehaia, dar ei se trag din Prunișor. El este vorbitor de limba romani. Are 7 copii, toți însurați și foarte mulți nepoți. Copiii lui trăiesc la Târgu Jiu, în Anglia sau Strehaia iar cu el a rămas copilul cel mic. Deși sunt foarte aproape de el, copiii și nepoții de la Strehaia îl vizitează foarte rar. Mai ține legătura cu un frate care stă lângă Severin, în satul Magheru.

TÂMNA

MEȘTEȘUGURI

Rromi cărămidari

Hornea Cristian zis Cristi (50 ani), Comuna Târna

Hornea Cristian a lucrat la cărămidă încă de copil, după cum povestește: ”Când eram copil nu aveam vacanță mare. Eu în vacanță (chiar la sfârșitul lunii mai) mergeam cu părinții pe

arie la cărămidă. În sezonul de vară se făcea cărămida, spre sfârșitul verii și toamna, cărămida era dată spre vânzare. Mergeam cu toată familia și cu echipa de muncitori, cu căruțele și ne instalam coverci în zonele unde aveam lucrări. Îmi amintesc că aveam de toate în covercile noastre...Ne instalam acolo... și iluminatul îl făceam cu felinarul. ”

Meșterul spune că se parcurgeau mai multe etape până la fabricarea cărămizilor și fiecare etapă avea regulile ei care trebuiau respectate cu sfințenie, pentru a ieși produse de calitate care le asigurau comenzile. El spune cum decurgea întregul procedeu: ”Inițial se săpa groapa pentru a scoate pământul. O persoană lua pământul din groapă cu cazmaua, în urma lui venea altcineva cu lopata, aduna și răzuia pământul. Un pământ bun era adus de pe malurile râurilor, cu căruța. El reprezenta și materie primă și spațiu de activitate. Era foarte importantă calitatea pământului.”



Adulții se ocupau de pregătirea pământului, un procedeu destul de dificil deoarece se făcea dimineța, înainte de răsăritul soarelui. Pământul era practic frământat: era curățit de pietre și impurități, mărunțit cu sapa și amestecat cu nisip și apă, până acesta devenea o pastă, fină precum untul....se lăsa la dospit timp de o noapte, apoi, era facut grămăjoare și adunat sub formă de farfurie cu marginea în sus, și în mijlocul grămezii se introducea

apa, până se înmuia bine.

Meșterul spune că apoi cărămida era așezată în arie, într-o anumite ordine, ca apoi să poată fi ușor numărată, ușor de manevrat pentru uscare și de pregătit pentru ardere. Cărămizile erau puse la o mașinărie ce funcționa pe principiul mașinii de tocat, și apoi erau puse la uscat. Urma arderea cărămizii în cuptoare. La început cuptoarele erau arse cu lemne, apoi cărbunii au devenit combustibil pentru cuptoare.

De când se știe, Hornea Cristian locuiește în Tâmba. Din bătrâni, de la bunicii săi știe că pământurile din jurul localității îi aparțineau unui mare boier, care le muncea cu familia de romi, robi. Odată cu dezrobirea romilor, boierul a împroprietărit familiile care îi aparținuseră cu parcele de pământ, pentru a-i determina să se statornicească în zonă, să-și construiască locuințe și să continue să-i lucreze pământul.

Tatăl său era unul din meșterii cărămidari cei mai cunoscuți în zonă și reușea să ia comenzi foarte mari de cărămizi. La acea vreme se construiau silozuri pentru depozitarea grânelor, sau saivane (adăposturi pentru animale) sau locuințe pentru personalul sezonier care lucra pământul și era nevoie de materiale de construcții, în special de cărămidă. Cum romii erau specialiștii în cărămidă arsă, ei erau cei care onorau aceste lucrări, fiind cerere mare pentru cărămidă la începutul anilor 60.

Traiul familiei de zi cu zi era asigurat din ceea ce agoniseau de la cărămidă.

După revoluția din 1989, meșterii cărămidari s-au împușinat la Tâmba deoarece au început să apară alte materiale de construcții. Meșterul Hornea spune că a fost nevoit să plece la muncă în străinătate pentru că nu mai avea comenzi. Acum, copiii au rămas în străinătate, el s-a întors acasă cu soția și visează să ajungă într-o zi primarul comunei Tâmba.

PREAJBA

MEȘTEȘUGURI

Rromi fierari

Burtilă Florian, zis nea Florian potcovarul, 64 ani, sat Preajba, Comuna Malu Mare

Burtilă Florian provine dintr-o familie de romi rudari, din comuna Fărcașele, județul Olt. În copilărie și tinerețe îi ajuta pe părinți să care lemne uscate din pădure și să le vândă. Meseria de potcovar a început-o s-o practice după anul 2000, pentru că se făceau mulți bani.



Nea Florian spune că în comuna natală erau meșteșugari care făceau obiecte din lemn (linguri, scaune, albi, fuse, cârpătoare și alte lucruri utile pentru o gospodărie, dar cei din familia lui, indiferent că erau bărbați, femei sau copii, scoteau buturoage (rădăcinile lemnurilor uscate din pădure) și le vindeau. În familia lor limba romani nu o știa nimeni. Florian Burtilă povestește că a cărat lemne din pădure până spre 30 ani, după care a muncit la descărcat de vagoane în Caracal. A fost zilier la diferite ferme, și-a întemeiat o familie și s-a stabilit la Malu Mare unde a reluat îndeletnicirea din tinerețe – scosul rădăcinilor uscate din pădure și comercializarea acestora.

Florian Burtilă povestește că s-a apucat de potcovit caii după anul 2000. Meseria nu a învățat-o de la cineva anume, ci pur și simplu a furat-o de la alții pentru că era o meserie bănoasă. În acea perioadă nea Florian spune că avea foarte multe comenzi, dar acum oamenii au renunțat la cal și căruță și și-au cumpărat utilaje moderne. De aceea se întâmplă foarte rar să mai potcoavească câte un cal.

Atelierul de fierarie și l-a construit singur, iar sculele folosite le-a adaptat la specificul muncii de potcovar. Nea Florian spune că poate să potcoavească singur un cal deoarece a improvizat un ”jug”, unde calul poate fi așezat singur, fără să fie nevoie de încă o persoană care să-l țină.

SECUI

MEȘTEȘUGURI

Rromi lingurari

Viorel Burtilă, 50 ani, sat Secui, comuna Teasc



Viorel Burtilă a învățat secretele meseriei de la bunici și părinți. În tinerețe și-a întreținut familia din acest meșteșug iar acum confecționează linguri și alte obiecte din lemn cu aceeași pasiune. De obicei, meșterul Burtilă lucrează în lemn iarna, iar vara pleacă în străinătate unde muncește, sezonier, în agricultură. El spune că această meserie le-a asigurat mulți ani pâinea în casă. Pe vremuri se ocupau doar cu confecționarea lingurilor, și vindeau produsele în târguri sau în piețe din Craiova (în Craiovița, la Bănie, la Pelendava). Mergeau și la bălciuri în comune, chiar și în alte județe din Oltenia și nu numai. „Uneori prindeam și comenzi mari, pentru restaurante sau chiar pentru străinătate. Eu învățasem să fac anumite platouri, care aveau mare căutare”, spune meșterul.

Viorel Burtilă povestește despre atelierul și tehnica pe care o folosește: „În atelierul meu mi-am cumpărat și abrig. Am învățat singur la el, mi-am tăiat și două degete. Lemnul îl procuram de la pădurari. De obicei foloseam lemn de esență moale, lemn de plop. Și acum

am atelierul cu scule, însă iarna lucrez și în casă. Mă folosesc de teslă, cuțite, cuțitoae (cuțite foarte mari, speciale pentru lemn), bardă, scoabe.



La toate obiectele este multă muncă. De exemplu o lingură se ia la mână de 9 ori, se taie lemnul, se sparge, se croiește, se cioplește, se ușurează, se scobește, i se dă forma, toate operațiunile se fac una după alta. Pentru o lingură îmi trebuie cam 5-7 minute să o fac. Înainte foarte greu se faceau albiile, capisteriile. Poate îmi lua și o zi să fac o albie. De obicei mă folosesc de abric să fac tocătoare. La platouri este multa migală, se fac greu dar se vând bine”.

Viorel Burtilă face parte dintr-o familie de rudari. Mama lui este din comuna Băbeni, județul Vâlcea, iar tatăl din satul Bâzdâna, Dolj.

Sunt trei copii la părinți, mai are un frate și o soră, dar el este singurul copil care a rămas în casă cu părinții. Tatăl său a decedat la vârsta de 54 de ani, dar mama lui trăiește, are 74 de ani și încă îl ajută la confecționarea lingurilor, deoarece de la părinți a învățat meserie. Bunicii din partea mamei lucrau toți în lemn la Băbeni, și secretele meșteșugului le-a deprins și meșterul Viorel.



Soția lui nu lucrează în lemn, ea se îngrijește de casă, s-a ocupat de educația fetelor (meșterul Viorel Burtilă are trei fete, toate măritate și la casa lor, care acum sunt în străinătate), și în mare parte din timp se îngrijește de nepoțică, care locuiește cu ei. De obicei, soția lui este cea care merge la piață să vânda produsele. Viorel Burtilă spune că soția lui este din neam de lăutari. El spune că a luat-o în familia lui cu lăutari, pe când avea 14 ani.



ALTE ATRACȚII TURISTICE

GROMSHIN

Vestigii istorice

Situri arheologice: urme ale așezărilor și moundurilor tracice (trib tribal) un obiect din zona Grado, satul Ohrid
rămășițe ale unei cetăți romane și ale unui drum - zona Kaleto
satul Portitovți (monument de cultură de importanță națională)
Rămășițele cetății tracice și romane - movilele Kostadin, Lehchevo și Kaleto, satul Erden;
Morminte tracice - satele Pali lula și Ohrid (al 2-lea mileniu î.Hr.)
Cetatea târzie romană - zona Kaleto, satul Marchevo

Obiective religioase

Biserici: "Sf. Mucenicul George Victorii ", 2007 (orașul Boychinovți)
"Sf. Nikolay ", 1882 (satul Lehchevo)
"Sf. Nikolay factor de minuni ", 1860 (satul Vladimirovo)
"Sf. Dimitar", 1867 (satul Ohrid)
Mănăstirea creștină timpurie "Sf. Ivan Pusty (folosit până în secolul al XIX-lea, monument de cultură de importanță națională)

Arii protejate/ Atracții naturale

Râuri: Ogosta, Botunya; Ribine
 Muntele Pastrina; dam „Madanska bara”
 Arii protejate „Pastrina” și „Portitovtsi-Vladimirovo”

YAKIMOVO

Vestigii istorice
„Asparuhovia val", satul Dulgodeltsi în 1972 sa găsit o comoară de argint în apropierea satului Yakimovo, care se află la MNI, Sofia
Obiective religioase
Biserici "Sf. Paraskeva "(1936) Biserica Adventistă de Ziua a Șaptea, orașul Vălchedrăm "Adormirea Maicii Domnului", satul Cherni Vrah "Sf. Petka" (1835), satul Dolno Țerovene
Arii protejate/ Atracții naturale
Zone protejate: „Tсібarsko blato", „Zlatiata", „Țібриța" Teritorii protejate: ЗМ "Insula Țібар “; ПЗ „Drumkite“, ПЗ „Chukara“, ПЗ „Belia piасak“, ПЗ „Chilkovia vir“, ПЗ „Asparuhovia val ", satul Dulgodeltsi baraj "Lipnița"; insula Țібар Râuri: Țібриța și Dunăre.

VIDIN

Vestigii istorice	Muzee
Cetatea Baba Vida, adresă: Parcul Dunării, oraș Vidin tel. 094/ 601705 Cazarma cruciformă, adresa: str. Knyaz Boris I nr. 26, cartier Kaleto, oraș Vidin tel. 094/ 601709	Muzeul Konak , adresa: str. Obshtinska nr. 2 oraș Vidin; tel. 094/ 601713
Obiective religioase	
Muschea Osman Pazvantoglu, adresa: Parcul Dunării, oraș Vidin Catedrala "Sf. Dimitrie", oraș Vidin	

CALAFAT

Calafat - Muzeul de Artă și Etnografie

Calafat: Festivalul internațional de Poezie și Muzică Folk - august

Roadele toamnei - octombrie

SPA Calafat- Ciuperceni-Dunăre

ȘIMIAN

Sărbătoarea comunei Șimian, 15 august

DROBETA- TURNU SEVERIN și ÎN PROXIMITATE

Vestigii istorice	Muzeu
<p>-Situl arheologic Str. Independenței și Schela Cladovei din Drobeta- Turnu Severin - în zonă a fost descoperită cea mai veche așezare umană stabilă din Europa unde s-au descoperit și artefacte mai vechi de 10.000-11.000 de ani.</p> <p>- Ruinele Cetății Severinului-care includ mai multe construcții cu turnuri și curți interioare, descoperite în urma săpăturilor succesive.</p> <p>- Ruinele castrului roman de la Hinova, aflate la o distanță de 16 kilometri de Drobeta- Turnu Severin. Este un punct arheologic deosebit de important, aici descoperindu-se cel mai mare tezaur de aur din țară, de proveniență tracică.</p> <p>-Bălăcița - limes Brazda lui Novac, este o frontieră întărită cu un val de pământ, construit în secolul IV, în vremea împăratului Constantin cel Mare.Brazda lui Novac pornea de la gura Topolniței (județul Mehedinți), traversa Oltenia și Muntenia pe sub dealuri până la Mizil, urmele sale văzându-se și astăzi.</p>	<p>-Muzeul de Artă Drobeta- Turnu-Severin - este găzduit într-o clădire-monument de artă, construit în stil eclectic, datând din 1890 și adăpostește lucrări de artă feudală, din secolele XIX și XX și lucrări de artă contemporană.</p> <p>-Muzeul Regiunii Porțile de Fier - Științe ale Naturiieste găzduit într-o clădire ridicată în perioada 1923-1926 și are secții de Științele Naturii, Arheologie-Istorie și Etnografie-Artă Populară, deținând în patrimoniu aproximativ 4.000 de piese,</p> <p>-Muzeul Hidrocentralei Porțile de Fier I s-a deschis în 1976, prezentând caracteristicile generale ale Dunării, datele hidrologice, măturii materiale ale așezărilor umane din zonă.</p>
Arhitectură	
<p>-Banca Comercială din Drobeta -Turnu Severin a fost construită în 1908 și se află pe lista națională a monumentelor istorice.</p> <p>-Castelul de Apă din Drobeta- Turnu Severin a fost construită în perioada1912-1915. În prezent adăpostește un centru de informare turistică, un spațiu de expoziție și galerie de artă, un muzeu „Istoria alimentării cu apă a municipiului Drobeta -Turnu Severin”, o expoziție de fotografii și sculptură, o cafenea literară și spațiu de belvedere.</p>	
Obiective religioase	

-Biserica „Sfantul Ioan Botezatorul ”, cunoscuta și cu numele ctitorilor ei - „Grecescu”, este situată în partea de sud-vest a municipiului Drobeta- Turnu Severin

-Biserica „Maioreasa” cu hramul „Adormirea Maicii Domnului” din Drobeta - Turnu Severin, s-a zidit din temelie între anii 1842 - 1846, din inițiativa maiorului Ion Ciupagea și a soției sale Dumitrana Ciupagea, în timpul domniei lui Gheorghe Bibescu

Biserici -monumente istorice în satele Fântâna Domnească, Cervența, Prunișor, Ghelmegioaia din comuna Prunișor

Evenimente și festivaluri

Drobeta- Turnu Severin

-Severin International Guitar Festival, mai

-Toamna severineană octombrie

-Valurile Dunării - Festival internațional de șah - mai

-Vânju Mare - Festivalul viei și vinului (Septembrie)

-Isverna - Măsuratul oilor - sfârșitul luni mai

-Ilovăț - Sărbătoarea Cosuștei - luna mai

-Sărbătoarea Liliacului din comuna Ponoarele - organizată anual în prima parte a lunii mai, la care participă ansambluri artistice profesionale și de amatori, soliști de muzică populară consacrați; se organizează și o oră a satului și un foc de tabără

-Festivalul de muzică populară: Ponoare, Ponoare! (4-6 august) - la care participă tineri interpreți de muzică populară (soliști vocali și soliști instrumentiști)

-Festivalul național de folclor: Munte, munte, brad frumos! - Baia de Aramă (4-5-6 septembrie) - este un concurs de interpretare vocală și instrumentală și urmărește conservarea și promovarea patrimoniului cultural tradițional românesc

Zone și arii protejate

-SCI Pădurea Stârmina -Pădurea Stârmina este o arie protejată de interes național, situată pe teritoriul administrativ al comunei Hinova. Este o arie cu o suprafață de 123 de hectare care conservă habitate naturale și specii importante sub aspect forestier. Valoarea acestei rezervații se datorează suprafețelor compacte cu ghimpe și amestec de diferite foioase.

-Parcul Național Porțile de Fier este situat pe malul stâng al Dunării, între localitățile Baziaș și Gura Văii. În perimetrul său intră și prelungirile sudice ale Munților Banatului (Locvei și Amăjului) și Munților Mehedinți, precum și o parte din podișul Mehedinți și fâșia de lac ce aparține teritoriului național

- Parcul Național Domogled -Valea Cernei unde sunt amenajate 20 de trasee turistice omologate, cu diferite grade de dificultate, pe parcursul cărora turiștii pot întâlni peșteri, chei, cascade, poieni și foșoare, dar și numeroase mori de apă.

- Complexul Natural Ponoarele reprezintă o zonă caracterizată prin roci calcaroase și este o rezervație naturală care a fost declarată arie protejată. Se întinde pe o suprafață de 100 hectare.
- Pădurea de liliac de la Ponoarele - rezervație botanică cu o suprafață de 20 ha, este declarată monument natural de interes național și este cea mai mare din țară. Pădurea este poziționată la circa 3 km sud de localitatea Ponoare, între dealurile Băluței și Răiculeștilor.

TÂMNA

Biserica, monument istoric, cu hramul „Sfântul Nicolae”, din comuna Târna, construită între anii 1801-1808 de boierul Gheorghe Isvoranul și soția sa Bălașa, pe locul unei biserici vechi din lemn.

Biserica monument istoric cu hramul „Sfântul Mare Mucenic Gheorghe” datează din secolul XVIII se află în satul Valea Ursului, comuna Târna și nu mai este folosită pentru serviciul liturgic.

Ziua comunei Târna- anual, în ultima săptămână din luna octombrie

CRAIOVA

Vestigii istorice	Muzee
Ruinele hanului Hurez Ruine cetatea Pelendava (Mănăstirea Coșuna, Mofleni, Craiova)	Muzeul de Artă, Craiova Muzeul Olteniei, Craiova Muzeul Sf. Nicodim al Centrului de Restaurare, Conservare Patrimoniu și Vizualizare al Arhiepiscopiei Craiovei Casa Băniei
Obiective religioase	Obiective culturale
Catedrala Sfântul Dumitru Biserica romano-catolică Sfântul Anton Biserica Protestantă Evanghelică, Catedrala Episcopală Madona Dudu, Sinagoga Craiova	Teatrul Național Marin Sorescu Filarmonica Oltenia
Arhitectură	Parcuri
Centrul vechi al Craiovei Casa Glogoveanu, Palatul Banca Comerțului	Grădina Botanică din Craiova Parcul Romanescu din Craiova Parcul Tineretului

Primăria Craiova Hotel și Casino Minerva Liceul Carol I Palatul Jean Mihail Casa Jean Negulescu Casa Nicolae Romanescu Palatul Vorvoreanu (Palatul Mitropoliei Olteniei) Ansamblul Minerva Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei și Mitropoliei Olteniei	
Case memoriale	
Casa memorială Elena Farago	
Evenimente și festivaluri	
Festivalul internațional de teatru Shakespeare - aprilie (la fiecare 2 ani) Craiova Muzicală - august-septembrie Elena Teodorini - octombrie-noiembrie Festivalul Maria Tănase - octombrie (la fiecare 2 ani) 29 mai - 04 iunie, zilele orașului Craiova 23 iunie- Craiova se îmbracă în ie 26 octombrie- Sărbătoarea sfântului protector al orașului Craiova - Sfântul Dumitru	



CAZARE

MONTANA

Hotel „Ogosta”: adresă: Bul „Peyo Yavorov“, 1, 3400 Montana Centru, Montana; tel.: 096 306 310

Hotel de familie „Ring”: pe malul barajului „Ogosta”, la 2 km din oraș;

Park-hotel „Zhitomir”; adresă : piața „Zheravitsa“ 1, 3400 Montana Centru, Montana
tel: 096 306 176

Hotel „Montana”: orașul Montana, bul. „3-Mart“ nr. 120, tel. 096300404

Hotel „Vesta”: adresă: strada „Tsar Simeon“ nr,10, 3400 Montana Centru, Montana;

Hotel-restaurant „Dunav”: adresă: piața „Nachev” 1, 3600 Boruna, Lom.

VIDIN

“Anna -Kristina” Oraş Vidin 3700 str. Baba Vida 2, tel: +359 94 / 606 037
www.annakristinahotel.com

"Rovno" Oraş Vidin 3700, str. Tsar Aleksandar II nr. 70 3700 Vidin, Bulgaria, tel .
+359 94 690 990, fax + 359 94 690 999, info@hotelrovno.com, www.hotelrovno.com

"Avramov" Oraş Vidin 3700 str. Tsar Aleksandar II nr. 63, tel./fax 094/ 60 66 80
GSM 0885 287766, www.hotel-avramov.domino.bg, e-mail: hotel_avramov@mail.bg

Neptun Oraş Vidin Str. Dunavska № 8, 094/ 680 039, 0884 850 139; 0897 850 139
E- mail: hotel_neptun_vidin@abv.bg, Web: www.hotelneptunvidin.com

«Dunav» Oraş Vidin 3700, Str. Edelvays №3, tel./fax: +359 94 600 174
GSM.: +359 893 326 411, E-mail: hotel_dunav@abv.bg; website: http://hoteldunav.eu/

“Zora” Oraş Vidin 3700, str. Naycho Tsanov” 3 A, Tel.: +359 94 600290; 606 700
website: www.hotelzora.hit.bg, e-mail : hotelzoravidin@abv.bg

“Zora” 2 Oraş Vidin 3700, str. Gorazd 2, Tel.: +359 94 601171

"Bononia" 3700 Vidin, str."Bdin" No.2, +359 94 60 60 31 ,+359 94 60 60 32
website: www.hotelbononia.net, email: office@hotelbononia.net

"Stariyat grad" (Oraşul vechi) 3700 Vidin, str. Knyaz Boris nr. 2, +359 94 600023
website: www.oldtownhotel.dir.bg; email: oldtown_vd@abv.bg

"Vidin"3700 Vidin, str. Knyaz Dondukov No15, +359 94 606 938, www.hotelvidin.com,
office@hotelvidin.com

DROBETA- TURNU- SEVERIN

HOTELURI

Hotel Condor	***	Blvd. Aluniş, nr. 18	www.hotelcondorseverin.ro +40 252 311 128 +40 352 405 300 +40 744 522 900 e-mail: condor.office@yahoo.com
Hotel Clipa	***	Str. Brîncoveanu, nr. 165	www.hotelclipa.ro +40352401723 +40731336162 Email office@hotelclipa.ro
Hotel Eden	***	Gura Poroinii, nr. 143	www.hotel-eden-severin.ro 0252 321 321 ;

				0372 703 675 ; 0723 181 101 office@hotel-eden-severin.ro
Hotel Corona	***	Blvd. Vladimirescu 106 ^a	T.	www.hotelcorona.ro 0743 128 658 contact@hotelcorona.ro
Hotel Flora	***	Calea Timișoarei 179		www.hotel-flora.ro +40-252-333115
Hotel Traian	**	Blvd. Vladimirescu 74	T.	+40-352-401904 0252 311 760
Hotel Continental	***	Blvd. Carol 2		www.continentalhotels.ro +40 372 528 828 drobeta@continentalhotels.ro
Hotel Tudor	***	Calea Timișoarei 180		www.hoteltudor.ro 0352-405653 E-mail: contact@hoteltudor.ro rezervari@hoteltudor.ro
Hotel Club G	****	Str. Dr. Gheorghe Saidac 24		www.clubg.ro +40 252 32 22 77 +40 744 63 11 00 hotel@clubg.ro
MOTELURI				
Motel Restaurant Elite	***	Str. Cicero 197		0252 317 317
HOSTELURI				
Hostel Tropical	***	I.L. Caragiale 39		0252 333 023
PENSIUNI				
Clipa	****	Blv. Revoluției 2E		www.hotelclipa.ro +40352401723 +40731336162 Email office@hotelclipa.ro
Ambiental	***	Str. Unirii 72		0745 169 459
Europa	***	Blv. Vladimirescu 66	T.	www.pensiunea-europa.ro 0252 333737 europa@rdsmail.ro

Class	**	Calea Craiovei-	0765 331 718
		Șimian	
Casa Andra	***	Str. G. Coșbuc 2-4	0723 622 032
Astoria		Str. Gheorghe	0748 702 011
		Anghel	

CRAIOVA

Hoteluri in municipiul Craiova

*Rixo`s Guest House 5**

Adresa: Str. Henry Ford (E70), Strada Doljului Nr.8, 207206 Craiova, România, telefon: 0040 734 632 129, e-mail: rezervari@rixosguesthouse.ro, adresă web: <http://rixosguesthouse.ro/>

Hotel Splendid 1900

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza 4C, 200734 Craiova, România, telefon: 0040.737.023.921, e-mail: <https://splendid1900.ro/>

*Hotel Helin Central 3**

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, 200396 Craiova, România, telefon: 0040.757.666.999, e-mail: hotel@helincentral.ro, adresă web: <http://www.helincentral.ro/>

Hotel Craiovița

Adresa: Calea Severinului, 222111 Craiova, adresă web: <http://www.hotelcraiovita.ro/>

Ramada Plaza

***** Calea Bucuresti 1 www.ramadaplazacraiova.ro, 0351.100.201 | 0351.101.500, reservations@ramadaplazacraiova.ro

Rexton

**** Bulevardul Carol I 49 www.hotelrextion.ro, +40 (0) 351 462 451, office@hotelrextion.ro

Oltenia

**** Str. Caracal Nr. 176 www.olteniahotel.ro, +40 351 411 411, receptie@olteniahotel.ro

Golden House **** Strada Brestei, nr. 18 www.goldenhouse.ro, (+40) 251 406271, Email: receptie@goldenhouse.ro

Emma West

**** Str. Calea Severinului, nr. 3B, www.hotel-emmawest.ro, +40 0251.480.150, receptie@hotel-emmawest.ro,

Relax

*** Calea Severinului nr. 48 www.en.hotel-relax.ro, 0351.409.744, office@hotel-relax.ro

Plus

*** Malu Mare, str.Caracal, nr.254, www.plushotel.ro, +40.733.100.200,
plushotel@plushotel.ro
Emma Est

*** Str. Calea Bucuresti, Nr.82A, www.hotel-emma.ro, +40 0251.406.288,
receptie@hotel-emma.ro
Bavaria

**** Str. Caracal, Nr. 3 <http://www.hotel-bavaria.ro>, 0251/414.449,
office@hotelbavaria.ro

La Rocca Hotel Boutique, Str. Pelendava nr.39A, www.hotellarocca.ro, 0351
413 570, office@hotellarocca.ro

Parc, *** Str. Bibescu, nr. 12 www.hotel-parc-craiova.ro, 0251.417.257,
office@hotel-parc-craiova.ro

Europeca **** Str. Pietății, nr. 9-11-13 www.hoteleuropeca.ro, 0751224794,
hotel@hoteleuropeca.ro

Plaza **** Str. Aries, nr. 16 www.hotelplaza.ro, +40 (0) 251 430410,
office@hotelplaza.ro

Helin Central, *** Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, www.helincentral.ro, +40 351
808 708, hotel@helincentral.ro

Euphoria, ** Str. Iancu Jianu, Nr. 6 www.hoteleuphoria.ro, 0728.196.173,
office@hoteleuphoria.ro

Flormang, *** Calea Severinului 7B, www.flormang.ro, +40 769 251 832,
hotel@flormang.ro

Green House, *** Str. Fratii Buzesti, Nr. 25 www.green-house.ro, 0745 071 498,
greenhousecraiova@yahoo.com

Casa David-hotel boutique, **** Str. Stefan Cel Mare 18A, www.casadavid.ro,
+4 0755 463 464 receptie@casadavid.ro

Moteluri

Hanul Doctorului, ** Strada Viitorului 1, 0351 444 422

Hosteluri

Sport, *** Str. Brestei, Nr. 25 www.hotel-sport.ro, 0251-412022,

Pensiuni

Villa Carmelita *** Str. Împăratul Traian, nr. 41, www.carmelita.ro,
rezervari@carmelita.ro,
0728 033 339

La Favorita, Guesthouse Boutique, *** Str. Madona Dudu www.lafavorita.ro,
0351 408 098

Flormang 1 *** Str. Dezrobirii, nr. 134 <http://pensiunea1.flormang.ro/>,
0769.251.815

Bruxelles Guesthouse, **** Str. Zorilor, nr. 8 <http://bruxelleshouse.ro/>, 0351 469
254 / 0756 02 50 70, rezervari@bruxelleshouse.ro

Luisa *** Str. Caracal, nr. 12, 0724 119 388

Hanul Andriței **** Str. Viitorului, nr. 34 www.hanulandritei.ro,
office@hanulandritei.ro, 0351 431 056

ALIMENTAȚIE

LOM

Restaurant „Valentino“: adresă: strada „Dunavska” nr. 2, orașul Lom

CETATE

Portul Cultural Cetate Cetate www.portcetate.ro
0755 070 390
portcetate@gmail.com

DROBETA -TURNU SEVERIN

Restaurant&Lounge e 16,50	European, Asiatic, Mediteranean	str.Traian nr.50	www.1650.ro 0774-431991 office@1650.ro
Taverna Sârbului	Est European	E 70	www.drobeta.tavernasarbului.ro 0727 223 300; 0727 600 688; 0727 300 449; drobeta@tavernasarbului.ro
Kripton Pub&Grill	Club Pizza, Pub, Grill	Str. Crișan 8	www.kripton.ro 0753 241 035
Marco Pollo	Italian	Str. Theodor Costescu	www.facebook.com/pages/MarcoPollo 0352800880, 0746575951

CRAIOVA

Restaurante (primele 5 conform tripadvisor)

1. **Epoca**, European Str. Alexandru Macedonski, Nr.51, www.epocarestaurant.ro, 0725 059 333, office@epocarestaurant.ro
2. **Bulevard**, Italian Str. Lipscani, nr. 1 www.bulevardcraiova.ro, 0351416062, receptie@bulevardcraiova.ro
3. **Big Ben**, European Str. Mircea Voda, Nr. 1 +40 764 527 738
4. **Oxygen Bistro**, Internațional Str. 13 Septembrie, nr. 7, www.oxygenbistro.ro, 0735230663
5. **El Greco**, Mediteranean Calea Bucuresti, BI M7-M8, www.elgreco.ro, 0351 442 442



RECREERE

Gromshin

Centrul Forțelor Aeriene și centrele de zbor extreme din nord-vestul Bulgariei "Ava Sport", satul Erden - concursuri naționale și internaționale;

Stadioane de fotbal și locuri de joacă în orașul Boychinovți, satele Lehchevo, Erden, Vladimirovo și Kobilyak.

Yakimovo

Săli de balet și de cultură în Centrul multifuncțional pentru evenimente sociale, culturale și sportive, satul Dulgodelci;

Sală curling, centru de fitness și piscină, satul Yakimovo;

Stadion / terenuri de joacă - satul Yakimovo și satul Dulgodelci;

Pescuit

Orașul Montana Complexul sportiv Ogosta (stadion și sală de sport mare),;

Sala de sport "Mladost"

Spațiile de joacă sportive din vecinătate pentru baschet și fotbal, precum și loc de joacă pentru șah în Grădina orașului central

Centrul de fitness "Spartak"

Teren de golf și teren de tenis

Platformă de skateboard în "Sunny Garden"

Complexul sportiv Augusta, Barajul Ogosta, lângă Montana.

Calafat - plajă, pescuit

Vânju Mare - degustări de vinuri

Hinova și Șimian - plajă și pescuit pe malul Dunării la

Comuna Târna - pădurea Foaienfirului aflată în apropiere

Craiova - centrul istoric, viață de noapte, zbor cu balonul cu aer cald:

www.balloonadventure.eu



CENTRE DE INFORMARE ȘI VIZITARE TURISTICĂ

MONTANA - Centru De Informare Turistică

Orașul Montana 3400, strada „Tsar Boris III” 2 (aproape de piață), în clădirea Muzeului Istoric - orașul Montana, tel: 096 / 30-74-81, tel: 096 / 30-51-56

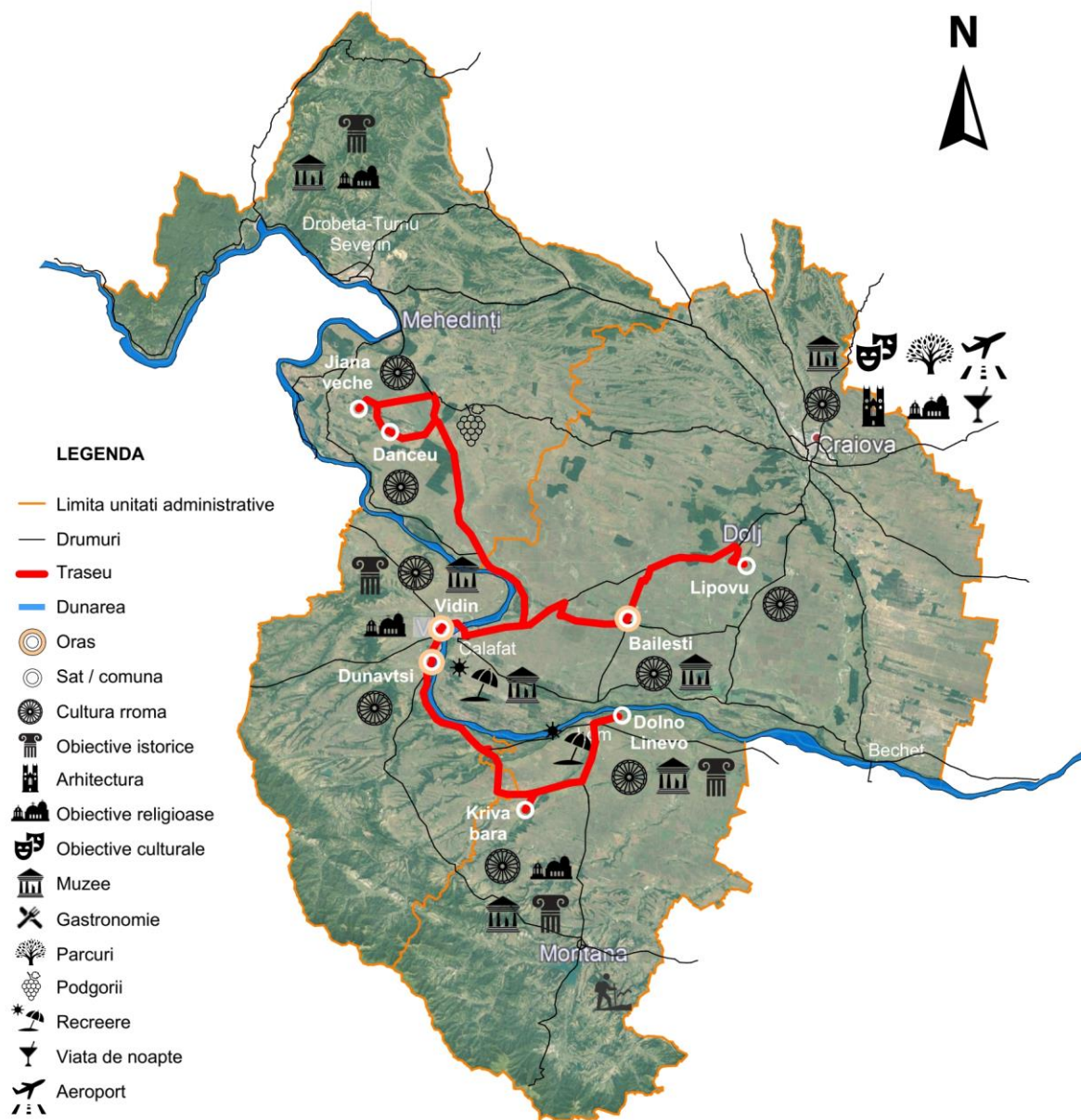
VIDIN - Centrul de Informare Turistică

3700 Vidin, str. Dunavska nr. 1, tel.: +359 094 990 739; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, de Luni până la Vineri

DROBETA -TURNU SEVERIN - Centrul de Informare Turistică

BD. CAROL I NR. 4

RUTA 5. LIPOVU-BĂILEȘTI-DĂNCEU-JIANA VECHIE-VIDIN-DUNAVTSI-KRIVA BARA-DOLNO LINEVO



Lipovu-Dolno Linevo



317 km



5 h

DESCRIERE RUTĂ

Ruta pentru descoperirea culturii rrome din zona transfrontalieră RO-BG începe din localitatea Lipovu, județul Dolj (comunitate rromă de lăutari) cu o conexiune directă din municipiul Craiova, pe drumul 561F din drumul E79 (direcția Calafat) ajungându-se în acest sat. Continuarea rutei pe drumul E79 spre Calafat se face cu o oprire în orașul Băilești, prin viraj la stânga din drumul european pe drumul 561G. Aici comunitatea rromă este formată din rromi fierari, corfari și rogojinari. Întoarcerea se face pe drumul 561A în drumul E79, unde la Maglavit, se virează la dreapta pe DN56A via Cetate, Cujmir. Înainte de Bucura, se va vira la stânga pe drumul 564, și se va ajunge în satul Dănceu (rromi lăutari) apoi în satul Jiana Veche, cu o comunitate de rromi rudari. Returul în drumul DN56A se va face pe drumul 606 la Vânju Mare, unde se poate face o degustare de vinuri. Se urmează cursul drumului DN56A Cujmir, Cetate, Maglavit, ajungându-se în drumul E79 spre Calafat. Aici se va traversa podul Calafat-Vidin în Bulgaria în districtul Vidin. Se continuă pe drumul 11 prin Dunavtsi (rromi fierari, care fac coșuri și săpun) și satul Archar (rromi care culeg plante medicinale) și apoi pe drumul 112 către satul Kriva Bara cu o comunitate de rromi lingurari. Din acest sat se va merge pe drumul 114 către orașul Lom, unde se poate admira unul din cele mai vechi porturi de pe Dunăre. Din Lom se va merge pe drumul 11 către ultimul punct al rutei, Dolno Linevo, unde comunitatea rromă se va ocupa cu împletitul coșurilor și confecționarea mobilei din răchită. De aici se poate face conexiunea retur cu Lom și mai departe pe drumul 81 cu Montana.



ACCESIBILITATE (TRANSPORT)

Infrastructură rutieră

RO: E79, 561F, 561G, 561A, DN 56A, 606, Pod Calafat - Vidin,

BG: E79 (Vidin - Dimovo - Ruzhintsi - Montana - Vratsa - ok.p. Sofia - ok.p. Blagoevgrad - frontiera cu Grecia), Drum 11 ("(ok. p. Vidin-Dimovo) - Simeonovo - Botevo - Archar - Lom - Kozloduy - Oryahovo - Gigen - Brest - Gulyantsi - (Debovo-Nikopol)" de-a lungul fluviului Dunărea), Drum 112, 114, 11 și Drumul 81

Transport public

Municipiul Băilești este ușor accesibil turiștilor fie cu transportul în comun - microbuze și autocare din Autogara Nord Craiova dar și pe calea ferată cu trenul cu plecare din Gara Craiova.

La Jiana se poate ajunge cu mașina pe E 70 Drobeta -Turnu Severin - Craiova, până la Șimian, apoi pe DN 56A până la Vânju Mare, apoi pe DJ606 până la destinație, sau cu autobuzul. De la Drobeta-Turnu Severin la Jiana Veche circulă 6 autobuze cu

plecare din stațiile Drobeta-Turnu Severin - Statie Drobeta- Turnu Severin și sosire în stațiile Jiana Veche - Jiana Veche. Primul autobuz pleacă la 00:00. Ultimul este la 15:30.

Satul Kriva Bara, oraș Brusarți - 37 km / aprox. 47 min de orașul Montana

Stația de autobuze Montana: adresă: Montana, bul. „Hristo Botev“ (vizavi de gara);

Tel: +359 (0) 96 306 770;

Gară Montana - tel. 0884 405 798; Program de lucru 06:00 - 20:00;

Stația de autobuze și gara Brusarți - tel. 0882 428 635; program de lucru 05:30 - 17:30 - orașul Brusarți;

Stația de autobuze în satul Kriva banya;

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46;

Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300,

Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg; www.portlom.bg

Satul Dolno Linevo, municipiul Lom, 9.3 km / aprox. 14 min (spre est) de orașul Lom și 52 km / aprox. 47 min. Față de orașul Montana

Stația de autobuze - satul Dolno Linevo

Stația de autobuze Lom: Adresă: strada „Dunavska” 10; Tel: +359 (0) 971 668 46;

Gară Lom - tel. 0887 398 610; Program de lucru 04:30 - 21:30

Complexul Portuar: Adresă : Lom 3600, strada „Pristanistna” 21, Tel: +359 971 60 300,

Fax: +359 971 60 301, e-mail: office@portlom.bg, www.portlom.bg

Stația de autobuze Montana: Adresă: Montana, „Hristo Botev” blvd. (viz-a vis de gara);

tel : +359 (0) 96 306 770; 0884 405 798; Program de lucru: 06:00 - 20:00

Infrastructură feroviară

Gară CFR Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Bulgaria - Sofia și Serbia-Belgrad)

Gară CFR Drobeta -Turnu Severin (magistrala București-Timișoara) și Craiova (magistrala București-Timișoara, legături spre Calafat și Transilvania - Cluj Napoca)

District Vidin BDZH - Transport pasageri" EOOD, cale ferată nr. 7 Vidin-Sofia (Ruzhintsi, Dimovo, Makresh, Gramada și Vidin) <https://vidin.government.bg/oblastna-transportna-shema>

Infrastructură fluvială (opțional)

RO: Port Bechet - ferryboat Bechet- BG: Oreahovo (prin districtul Vrața)

Port Cetate, Lom

Infrastructură aeriană

Aeroportul internațional Craiova cu următoarele destinații și căi de intrare ale turiștilor:

Curse regulate: Anglia: Londra - Luton, Italia: Bologna - Guglielmo Marconi, Milano Bergamo aeroport Orio al Serio, Roma Ciampino, Spania: Barcelona El Prat, Madrid Barajas, Franța: Paris - Beauvais, Germania: Koln - Koln Bonn, Israel: Tel-Aviv - Ben Gurion, Belgia: Bruxelles- Charleroi, Curse charter: Antalya.



CULTURA RROMĂ

LIPOVU

ARTE

IONIȚĂ RODICA – comuna Lipovu, județul Dolj

Rodica este învățătoare la școala din Lipov dar în același timp iubește și muzica, făcând parte dintr-o familie numeroasă de lăutari. Are 52 de ani și face cu drag ceea ce face, nu este doar învățătoare pentru copii ci și omul care descoperă aptitudinile celor mici, mulți dintre ei fiind foarte talentați la muzică.



Activitatea muzicală

Tatăl său era lăutar din neamul ursarilor. Rodica Ioniță povestește despre familia sa : ”În Pesceana erau virtuozii ai muzicii populare, bunica din partea mamei fiind bună prietenă cu Maria Lătărețu. Tata avea o formație în care cânta cu bunicul și cei 3 frați ai săi, formație care se numea Bane, iar denumirea formației devenise poreclă pentru cei din neamul meu. Mai târziu tata cânta în formație cu mama și cu noi, copiii lui”.

Despre mama ei, Rodica Ioniță spune că avea un timbru vocal apropiat de al Mariei Lătărețu. În lumea lăutarească era cunoscută sub numele de Sabina lu’ Banu și avea un repertoriu foarte bogat și divers. I-a plăcut foarte mult să cânte....viața ei era cântecul....a cântat până a murit. În ultima perioadă a vieții sale nu a mai cântat la evenimente deoarece era foarte bolnavă, însă cânta acasă pentru ea, se relaxa prin cântec. Rodica Ioniță povestește că mama ei a vrut să îi dea numele după Romica Puceanu, de care i-a plăcut foarte mult, dar cei de la starea civilă i-au înregistrat numele greșit în Rodica.

Rodica Ioniță spune că tatăl și bunicul ei nu doreau să se promoveze foarte mult, să fie cunoscuți în lumea lăutarească, deși erau foarte buni muzicanți, și aveau în formație oameni pregătiți. Ei doreau să aibă soțiile în preajma lor, să nu cânte la evenimente decât în formația lor.

La 12 ani deja învățase să cânte cu vocea și a început să meargă cu formația tatălui ei la evenimente. Apoi a studiat canto 3 ani la Școala Populară de Artă în Craiova și a continuat să cânte în formația tatălui ei. Din păcate la 48 de ani tatăl său s-a stins de o boală necruțătoare și în formație au rămas doar Rodica Ioniță și frații ei.

După o perioadă, formația s-a destrămat pentru că frații ei au plecat la muncă în străinătate. Rodica Ioniță a rămas acasă și și-a îndeplinit un vis din copilărie: în 1995 a intrat în

învățămant ca suplinitor și apoi ca învățător titular. În urmă cu 4 ani unul din frații ei s-a întors acasă și a reînființat formația. Rodica Ioniță spune că fratele ei cântă la orgă și acordeon, cumnata ei este solistă, băiatul lor cântă la vioară și nora lor Rebeca este solistă. Nora lor este dintr-un vestit neam de lăutari, este fata lui Razbel de la Sălcuța. În timpul liber Rodica Ioniță cântă cu ei. Spune că îi face mare plăcere să se reîntoarcă la cântare, în fața publicului.

Rodica Ioniță provine dintr-o familie de etnici romi. Mama ei era originară din localitatea Pesceana, județul Gorj, nevorbitoare de limba romani și tatăl său din comuna Lipov- județul Dolj. Ea își aduce aminte că în copilărie stătea mai mult la bunicii din partea tatălui, în Lipov unde era în elementul său: ”Eram cu mulți copii din țigănie, eram cu toți frații mei, cu verișorii mei. La bunica în casă vorbeam limba romani, acasă la mama vorbeam numai românește”.

Rodica Ioniță a crescut într-o familie numeroasă: 6 frați dintre care 2 frați vitregi, care au locuit la bunica din partea tatălui, la Lipov și 4 frați buni (3 fete și un băiat). Surorile și frații ei s-au căsătorit cu romi din neam de lăutari.

BĂILEȘTI

MEȘTEȘUGURI

Rromi fierari

Bozgan Marcel - 61 ani, Băilești

Marcel Bozgan spune că a învățat fierărie de la tatăl lui care era mare meseriaș, făcea orice din fier: porți, căruțe, unelte agricole. ”Era artist în ale fierăriei.... știa meseria din tată în fiu, se trăgea din neam de fierari, țigani meseriași, care nu știau să vorbească țigănește” povestește Marcel Bozgan.



În timpul comunismului Marcel Bozgan a lucrat la Turnătoria din Băilești ca frezor, iar când ieșea de la serviciu, mergea în atelierul lui de fierărie. După revoluție s-a axat numai pe fierărie și spune că atunci mergea foarte bine, câștiga bani frumoși. Acum e mai greu, abia dacă potcovește un cal pe săptămână.

Marcel Bozgan spune că părinții lui, Mihai și Elena, erau din comuna Rast. Când avea 6 ani, părinții s-au mutat la Băilești, și-au construit o casă, care prin 1960 a fost inundată. Meșterul spune că în acea perioadă au trăit vremuri grele și cu timpul au construit altă casă, la periferia Băileștiului.

Meșterul Bozgan are trei copii: doi băieți și o fată. Băieții îl ajută la atelier, mai ales la potcovit. Băiatul cel mare potcovește și singur, însă cel mic (care are 20 de ani), doar îi ajută pentru că i-a plăcut cartea și este la o școală.

Rromi corfari Florea Bulacu, zis Bacan, 60 de ani, Băilești

Meșteșugul tradițional al confecționării papornițelor și rogojinilor din papură este o îndeletnicire specifică romilor din zonele luncii Dunării, mai ales la Băilești, Bistreț și în Calopăr. Florea Bulacu spune că pe timpul comunismului toți oamenii din zona țigăniei din Băilești lucrau la astfel de obiecte.

”În multe gospodării, războiul de țesut pentru rogojini din papură își avea locul în camera de la vatră, alături de tuciul de mămăligă și de cana plină cu zaibăr. Tatăl meu a făcut rogojini o viață întreagă. Era cel mai priceput din zonă la confecționarea rogojinilor. El m-a învățat și pe mine acest meșteșug, deoarece eu stăteam pe lângă el și îl ajutam. Războiul de țesut tata îl mânua foarte bine, eu mă descurcam mai greu, însă până la urmă am învățat. În zilele

În care vremea era urâtă tata lua papura în casă și o răsucea la socală. Erau multe operațiuni care se făceau, până ajungeam la produsul final. Încă de copil mergeam cu tata cu papornițe și cu rogojini prin sate, mai ales când ne rămâneau nevândute din târguri. Așa ne-a crescut, că erau vremuri grele. Apoi, când a venit CAP-ul, ne luau rogojinile, erau foarte căutate. Nu era ușor să faci papornițe, tata le făcea super, cu toate, cu agățătoare. Multe familii de romi din Băilești, practicau meșteșugul” povestește el.

Acum acest meșteșug este foarte puțin practicat deoarece se procură destul de greu materia primă, de când bălțile au trecut în proprietate privată.



Meșterul spune că pentru a avea produse de calitate este nevoie să cunoști și să alegi foarte bine papura. ”Mănunchiurile de papură se țin la uscat, în curte. Vara se taie papura verde, și se întinde pe pământ, câte o săptămână, la uscat. Un fir de papură are mai multe coji. Aceasta se decojește foaie cu foaie, ca la ceapă, iar pe margine, are o anumită foiță, care se numește tei. Din papura uscată se face teiul, apoi se răsucește și se urzește. Papura se înmoaie pentru că altfel nu se poate țese. Nu orice papură

este bună pentru împletitură. Din două maldăre (grămezi) de papură se fac 2 rogojini (70-80 de fire). Cu o ”cioacă” (instrument) din lemn, se subțiază și rezultă ața, ce se pune pe sulul de război. Se pune spata pe sulul de război, se pune ața, și se face de la un cap la altul rogojina, se taie firele și apoi se înnoadă” povestește Florea Bulacu.

Meșterul Bacan știe de la bunicul lui că împletiturile din papură au salvat familia de la foamete de multe ori de-a lungul timpului. Bunicii și părinții lui plecau cu căruța plină cu împletituri și se întorceau cu bani și cu porumb, grâu, ouă sau brânză.

Florea Bulacu are două fete care nu știu să confecționeze împletituri din papură. Ele s-au ocupat mai mult de gospodărie, alături de mama lor.

DĂNCEU

ARTE

Rromi lăutari

Enea Ștefan zis Udilă(50 de ani) - sat Danceu, comuna Jiana

În neamul lui Ștefan Enea sunt mulți lăutari. El a moștenit secretele meseriei de la tatăl și fratele tatalui său. Dar și bunica lui știa să cânte. De la fiecare a învățat câte ceva.



În tinerețe a avut formație. Azi cântă la orgă la nunți și la petreceri. El spune că este ”urechist” (cântă după ureche, nu după note), dar are atestat de profesionist, încă de pe timpul lui Ceaușescu (perioadă înainte de 1990). Ștefan Enea mai spune că în urmă cu mai mulți ani se făceau multe hore în sat. ”Acum doar la Ispas – de Înălțarea Domnului se face ruga și vin aici la lăutari, oameni din toate zonele limitrofe ale comunei, vin chiar și din alte județe.În formația cu care cânt acum avem în repertoriu muzica lautarească, dar și multă muzică în stil bănățenesc,,

povestește el.



Lăutarul Udilă spune că a fost și în Franța unde a stat 7 ani. Nici acolo nu a abandonat lăutăria și a cântat la Paris, în zona Turnului Eiffel. Ștefan Enea spune că locuiește în satul Dănceu, comuna Jiana, de când se știe. Bunicii lui erau tot din Mehedinți, din Tâmba și Fața Cremenii. Provine din neamul lui Miu Boană, un neam de țigani romanizați: vorbesc țigănește în casă, dar folosesc și multe cuvinte românești, ca și romii din Burila, Gruia și Vânjuleț. ”Tradițiile se mai păstrează prin limba noastră țigănească, pe care încă o vorbim și prin meserie, însă portul nu se mai păstrează”, spune Ștefan Enea.

Ștefan Enea are trei copii: două fete și un băiat. Fetele nu i-au moștenit talentul muzical: una lucrează ca mediator școlar la școala din Jiana și o alta este mediator sanitar. Din păcate băiatul i-a murit dar i-a rămas de la el un nepot, pe care vrea să îl învețe lăutărie.

JIANA VECHĂ

MEȘTEȘUGURI

Rromi rudari

Mutu Vasile, zis Melcu, sat Jiana Veche, comuna Jiana

Vasile Mutu lucrează în lemn și confecționează tot felul de obiecte de uz casnic scaune, mese, sau cozi pentru unelte. Meseria a moștenit-o de la tatăl lui care a fost rotar, confecționa roți pentru căruțe sau care grele, care duceau greutate mari. În copilărie a lucrat alături de tatăl său și a învățat să confecționeze și el roți. În perioada comunistă a lucrat tâmplărie la cooperativele agricole din Risipiți și Gogoșu.



Acum lucrează doar la comandă. Are acasă propriul atelier cu toate sculele specifice pentru confecționarea obiectelor de lemn. În zonă este cunoscut pentru meșteșugul său și oamenii apelează la el pentru comenzi de mese, scaune, mobilier mic sau cozi de unelte. El spune că renumele și l-a căpătat cu multă muncă și seriozitate față de clienții săi.



Dintre toți copiii lui, doar fiul cel mare îi duce mai departe meșteșugul. El s-a specializat însă în dogărie. Confecționează butoaie sau, la cerere, repară altele mai vechi.

Vasile Mutu s-a născut și a copilărit în Jiana. Părinții și bătrânii lui sunt din aceeași localitate și sunt din neam de rudari. S-a căsătorit tot cu o rudăriță și a rămas la Jiana. Împreună au cinci copii (trei fete și doi băieți). Cei mai mulți dintre copii sunt plecați în străinătate.

VIDIN

MEȘTEȘUGURI

Rromi sobari

Nikolay Spasov Asenov, zis Shani Pechkarya (cel care se ocupă de sobe), orașul Vidin



„Meșter bogat nu există, dar portofelul lui nu rămâne gol“.

Povestea originii familiei este foarte interesantă. În familia sa există fierari, brutari și kalaydzhii. Străbunicul său Bekir este din Belogradchik. A fost fierar, a confecționat instrumente de muncă pentru întreaga zonă. Mai târziu, fiul său, bunicul Shanko, locuia în Archar. Și el era meșteșugar. Nikolay Shani s-a ocupat cu această meserie timp de 30 de ani. Confeccionează și repară sobe, grătare și alte structuri din tablă. Se străduiește să fie conștient de noile tendințe din acest domeniu. Regretă faptul că tinerii nu sunt interesați de meserii, ei nu doresc să le studieze.

Crescători de cai

OBICEIURI ȘI TRADIȚII

În cartierul rom "Drumul nou" din Vidin, pe lângă ritualurile asociate cu mielul, se poate vedea de Ziua Sfântului Gheorghe și lazarki. Fetele îmbrăcate în costume populare, cu flori în păr, se plimbă în jurul caselor, cântă și dansează. În grup este și o mireasă responsabilă pentru ciauul plin cu apă și monede. Ei cântă pentru sănătate și urează bunăstare gazdelor. În schimb, primesc bani și dulciuri. Acest obicei a fost îndeplinit de-a lungul timpurilor, de generațiile anterioare.



*Lazarka în cartierul Drumul nou, oraș Vidin

La celebrarea Zilei Sfântului Gheorghe, poate fi văzut în cea mai mare măsură similitudinea ritualului festiv al bulgarilor și romilor. Decorarea festivă a casei, realizarea unei coroane de flori cu lumânări pentru miel, colectarea sângelui și deversarea în apă curgătoare, legarea leagănului, îmbăierea băieților, cântatul inelelor și aproape toate celelalte elemente le întâlnim sau mai precis s-au întâlnit în tradiția bulgară de unde au fost probabil împrumutate. Acestea sunt descrise în detaliu în cartea menționată de Dimitar Marinov. Desigur, există și elemente specifice romilor - decorarea mielului copt și vânzarea capului nu se regăsesc în tradiția bulgară. Dar aceste elemente nu diminuează impresia generală a apropierei în ambele moduri de a sărbători și de a fi aproape de tradițiile generale. De obicei, Sfântul Gheorghe este asociat cu foarte multă distracție și bună dispoziție exprimată într-o varietate de moduri.



Gonirea ciumei

În data de 31 ianuarie pe stil vechi este Atanasovden (ziua Sf. Atanasie). Sărbătoarea în cartierul rom din Vidin este unică. Aici, sărbătoarea se numește "gonirea ciumei" (Bibiyaki, adică sărbătoare "mătușii", de Bibiya, Bibi-mătușa). Atât populația bulgară, cât și romii cred că din această zi iarna se transformă în vară și acesta este începutul sezonului nomad pentru țigani.

Obiceiul Bibiyaki este făcut pentru sănătate - ciuma este gonită, se aruncă sorcova (de exemplu, bolile specifice de iarnă), care sunt ținute de Sf. Vasile și sunt încărcate într-o căruță cu cai și aruncate.



Alegere Miss Vasilitsa

ARTE (MUZICĂ, DANSURI)

Rromi lăutari Formația Frații Angelovi- Drumul Nou, orașul Vidin



Șeful orchestrei este Gogo Trompeta. Interesant este că Gogo are un frate geamăn. Orchestra este formată din 12 persoane, toți sunt rude - frați, veri și nepoți. Începutul familiei muzicale a fost făcut de bunicul Angel, care este cunoscut în nord-vestul Bulgariei ca muzicianul Balchi, care a transmis talentul fiului său Bairam și el fiilor săi și astfel pentru patru generații.

Sunt absolvenți ai Gimnaziului Profesional "Vasil Levski" din Bregovo, au locuit în căminele de elevi. Ei sunt mulțumiți de stilul lor de viață, muzica este o parte integrantă a acestora. Ei călătoresc mult pentru a face fericiți oamenii din zonă. Cele mai multe angajamente le au în sezonul de vară pentru că vin cei din străinătate, sunt multe nunți în cartierul de romi. De asemenea, călătoresc în străinătate, Germania, Italia și Spania. Ei oferă mulțumiri sincere întregii echipe a Show-lui lui Slavi, pentru că i-a făcut populari, le-a făcut publicitate și i-a ajutat să devină celebri în întreaga țară. Au angajamente de care sunt mândri de ani de zile, susținând că sunt de încredere și, prin urmare, căutați. Spun cu regret că au ratat o oportunitate incredibilă de a lucra la Viena, cu muzicieni importanți, cum ar fi Teodosi Spasov și Ivo Papazov, dar atunci când le-a oferit colaborarea aveau deja acceptate angajamente în Vidin. Cu toate acestea, nu au ratat să facă spectacole mari pe o navă de croazieră unde au cântat muzică balcanică. În ciuda popularității sale, Orchestra Fraților Angelovi este accesibilă și reală. Ei stabilesc tariful în funcție de posibilitățile oamenilor care îi caută, astfel încât ambele părți să fie mulțumite.

Rromi lăutari Tsvetana Perova Marinova (REGINA), orașul Vidin



Tsvetana s-a născut și a crescut în Vidin. Mama sa este un descendent al țiganilor turci, iar tatăl al tsutsumanilor locali. Talentele ambelor familii se împletesc. Ea spune că tatăl ei se bucura de vocea ei încă de mică și o făcea să-i cântă ori de câte ori era în compania prietenilor, la nunți, cântece asemănătoare cu cântecele vechi și grele ale lui Shaban Shaulic. Cu o ureche muzicală și muzicalitate foarte bine dezvoltate, copilul talentat îi înveselea pe cei dragi. Toată lumea a admirat fetița, ea cânta ca o regină și au început să o numească pe Tsetsa Regina. Tsetsa avea

doar 13 ani când prima orchestră a apărut în casa părinților ei, cerându-i Reginei să cânte alături de ei. Convingerile și mentalitatea tradițională stricte nu au permis. Pentru el era mai important ca fiica lui să se căsătorească cu un bărbat bun, să creeze o casă și o familie. Eșecul personal a influențat succesul. Din acel moment, ea a început să accepte angajamente, să cânte, să participe la diverse petreceri și să câștige popularitate. Pe parcursul anului 1995/1996 participă la „Festivalului Țigănesc Național de muzică romă” din Stara Zagora, împreună cu orchestra "Naslada“, alături de muzicieni importanți, cum ar fi Lolo chitaristul și solistul Rami, iar premiile au fost acordate de Vili Kazasyan. Eveniment exclusiv în viața cântăreței. "Show-ul lui Slavi" a fost important pentru Regina, unde a avut cinci apariții. A câștigat popularitate și devenit cunoscută în întreaga țară și în afara ei. De asemenea, a lucrat în Elveția, Germania, Spania și altele. În cei 30 de ani de experiență și cu bogatul ei repertoriu de cântece țigănești, sârbești și bulgărești, regina și-a captivat ascultătorii. Mulți oameni se bucură, dar și plâng foarte mult la baladele pe care le interpretează.

Rromi
dansatori

Metodi Filchev - coreograf și președinte de ONG, orașul Vidin



A crescut în orfelinate și case de copii, mama este țigancă din Mihaylovgrad (Montana), iar tatăl său este de origine turcă și este definit ca țigan. A început să danseze la vârsta de 7 ani la Casa de Cultură a Sindicatelor Regionale. El crede că talentul său se datorează originii rome - o întruchipare a temperamentului fierbinte, a muzicalității, a emoției și luptei. Recomandat de profesorul său Ilia Mihaylov, el a mers să studieze în Berkovitsa, unde a absolvit un curs de formare de trei luni pentru coregrafi. Dobândește o diplomă de coregraf și profesor de dans. A studiat coregrafie, regie și actorie într-una dintre cele mai prestigioase

școli din lume - la Leningrad, alături de mari artiști ai timpului său ca Igor Moiseevich, șef al ansamblului rus, de asemenea, de origine romă. Filchev a spus că, în anul 1989, la un festival de BSG „Alioșa“ în Rusia, el a făcut un dans unic „Gypsy Love“, cu care a câștigat premiul întâi. El s-a întors în Bulgaria și a început să lucreze la școala „Episcop Sofroniy Vrachanski,“ din cartier, în calitate de coordonator de ansamblu. Sub conducerea sa, în urmă cu aproximativ zece ani, ansamblul a câștigat o medalie de aur la festivalul național din Vratsa. El crede că munca sa contribuie la integrarea comunității prin dezvoltarea și promovarea culturii romilor. Sub conducerea sa se desfășoară concursul anual "Miss Vasilitsa" din Vidin. Cu ajutorul Primăriei din Vidin, Administrația districtului Vidin și alți sponsori la data de 17 mai se desfășoară festivalul etno-rom de muzică și dans, cu mulți

invitați din toată țara, care în acest an coincide cu celebrarea a 55 de ani de carieră artistică a domnului Filchev. În această perioadă lungă, Filchev se poate lăuda cu multe premii câștigate, dintre care unul acordat de Președintele Georgi Parvanov, ordinul „Kiril I Metodi”, onorul „Antim I” și multe altele.

DUNAVTSI

MEȘTEȘUGURI

Producători de săpun **Mara Kamenova Angelova zisă Bunica Mara, orașul Dunavtsi**



Este născută în orașul Dunavtsi, a crescut în mahalaua din satul Gurkovo. Părinții ei erau oameni foarte cinștiți și harnici, în acest spirit și-au crescut copiii. Deși vremurile au fost dificile, cei patru copii din familie nu au fost privați de nimic. A învățat să facă vasul specific pentru coacerea pâinii numit cherepnya de la mama ei. Este un maestru al pâinii de la vârsta de 14 ani. A absolvit liceul, apoi s-a căsătorit. Își aduce aminte de petrecerile de nuntă ale copiilor ei.



Acestea se celebrează într-o singură zi, la fel ca în cartierul de romi din Vidin - bogat, cu mulți oaspeți din întregul cartier. Cu mândrie și zâmbete, ea declară că a crescut și a educat copii și nepoți, opt dintre ei cu studii superioare.

KRIVA BARA

MEȘTEȘUGURI

Rromi lingurari **Ivan Alexiev, satul Kriva Bara, municipiul Brusarți**

Este meșteșugar în lemn, face boluri de lemn, linguri și altele de 30 ani, a învățat meserie de la părinți. Copiii au mers la școală și cu toții au lucrat în acest domeniu.

A învățat de mic să facă boluri de lemn și linguri. Grinzi proaspete sunt luate și tăiate în plăci și bușteni. Ele sunt lucrate cu daltă și netezite și lustruite manual cu piatră. Pe măsură ce se usucă, vasele se crapă și crăpăturile se umple cu adeziv și tutcal. Apoi sunt lustruite din nou și lăcuite. Lingurile din lemn sunt lustruite în nisip uscat și devin foarte netede.

DOLNO LINEVO

MEȘTEȘUGURI

Rromi care fac coșuri și mobilier din salcie și mobilier din Iliyan Martinov Hristov, satul Dolno salcie și răchită, mături Linevo, Municipiul Lom

Fac coșuri și mobilier din salcie și rattan, de asemenea, fac mături pentru casă și curte. Fac această meserie timp de treizeci de ani. Tatăl meu și mama mea au făcut coșuri. De la ei am învățat. Înainte (1989) am avut loc un atelier de lucru pentru producția de coșuri și alte articole pentru uz casnic și fermă. Mama și tatăl meu m-au învățat această meserie. După ce am învățat tot ce trebuie făcut la locul de muncă, am început să fac coșuri acasă cu soția mea. În primul rând sunt luați lăstari subțiri de la sălcii care cresc lângă râu, cele mai

subțiri nu le luăm, iar cele mai groase le lăsăm, de asemenea. Apoi, pe cei mai mari îi fierbem în fierbătorul mare din curte. Imediat începem să le împletim în timp ce sunt ude, pentru că apoi devin fragile și se rup. În timp ce sunt ude, ele sunt dure și tijele pot fi îndoite și împărțite, atunci când se usucă, devin fragile, dar coșul devine robust și ușor. În cele din urmă, când coșul este gata, îl vopsim cu un lac de lemn care îl păstrează și face ca coșul să pară mai frumos.

Călătorim în orașele mari - Lom, Montana, Vratsa, unde le vindem la piață. Uneori, oamenii vin cu mașina la noi pentru a cumpăra coșuri și cutii, alții comandă dimensiuni diferite. Uneori vin cu străini și vor să afle cum facem coșurile, dar păstrăm secretele meșteșugului. Am mers pe o piață în Sofia pentru a vinde, dar este foarte departe și trebuie să călătorim mult. Pe piața agricolă din Lom, Montana, Vratsa, precum și prin sate - mergeam înainte cu autobuzul, acum avem o mașină.



ALTE ATRACȚII TURISTICE

CRAIOVA

Vestigii istorice	Muzee
Ruinele hanului Hurez Ruine cetatea Pelendava (Mănăstirea Coșuna, Mofleni, Craiova)	Muzeul de Artă, Craiova Muzeul Olteniei, Craiova Muzeul Sf. Nicodim al Centrului de Restaurare, Conservare Patrimoniu și Vizualizare al Arhiepiscopiei Craiovei Casa Băniei
Obiective religioase	Obiective culturale
Catedrala Sfântul Dumitru Biserica romano-catolică Sfântul Anton Biserica Protestantă Evanghelică, Catedrala Episcopală Madona Dudu, Sinagoga Craiova	Teatrul Național Marin Sorescu Filarmonica Oltenia
Arhitectură	Parcuri
Centrul vechi al Craiovei Casa Glogoveanu, Palatul Banca Comerțului Primăria Craiova Hotel și Casino Minerva Liceul Carol I	Grădina Botanică din Craiova Parcul Romanescu din Craiova Parcul Tineretului

Palatul Jean Mihail Casa Jean Negulescu Casa Nicolae Romanescu Palatul Vorvoreanu (Palatul Mitropoliei Olteniei) Ansamblul Minerva Ansamblul Arhiepiscopiei Craiovei și Mitropoliei Olteniei	
Case memoriale	
Casa memorială Elena Farago	
Evenimente și festivaluri	
Festivalul internațional de teatru Shakespeare - aprilie (la fiecare 2 ani) Craiova Muzicală - august-septembrie Elena Teodorini - octombrie-noiembrie Festivalul Maria Tănase - octombrie (la fiecare 2 ani) 29 mai - 04 iunie, zilele orașului Craiova 23 iunie- Craiova se îmbracă în ie 26 octombrie- Sărbătoarea sfântului protector al orașului Craiova - Sfântul Dumitru	

BĂILEȘTI

Muzeul Câmpiei Băileștilor

Casa memorială Amza Pellea

Festivalul Zaibărului și prazului (octombrie)

SPA Calafat- Ciuperceni-Dunăre

Balta Cilieni-Băilești - arie protejată de interes național

Lacul Ionele-Urzicuța - arie naturală protejată

CALAFAT

Calafat - Muzeul de Artă și Etnografie

Calafat: Festivalul internațional de Poezie și Muzică Folk - august

Roadele toamnei - octombrie

SPA Calafat- Ciuperceni-Dunăre

VIDIN

Vestigii istorice	Muzee
Cetatea Baba Vida, adresă: Parcul Dunării, oraș Vidin tel. 094/ 601705.	Muzeul Konak , adresa: str. Obshtinska nr. 2 oraș Vidin; tel. 094/ 601713

Cazarma cruciformă, adresa: str. Knyaz Boris I nr. 26, cartier Kaleto, oraș Vidin tel. 094/601709	
Obiective religioase	
Muschea Osman Pazvantoglu, adresa: Parcul Dunării, oraș Vidin	
Catedrala "Sf. Dimitrie", oraș Vidin	

KRIVA BARA

Brusarski Monastery „St.Archangel Mihael“

Biserici: „Sf.Petka“, orașul Brusartsi; „Sf.Nikola cel Vechi" (Borunska biserică); „Sf.Nikola cel Nou"; Templul Catedralei "Adormirea Maicii Domnului", orașul Lom; „St.Paraskeva", satul Medkoveț

Turnul de Foc - Observatorul;

Muzeul Istoric, Cetatea Antică "Almus"

Monumentele lui Krastyo Pishurka și Tseko Voyvoda, orașul Lom;

Necropolis, satul Orsoya

Colecția muzeală, Medkoveț

Aria protejată: "Lacul cu pește Orsoya"; Zonele proiectate: "Țibarsko blato", "Mominbrodsko blato", "Orsoya", "Lacul cu pește Orsoya"

Râuri: Dunare și Lom; insula Dobrina.

DOLNO LINEVO

Observatorul Turnului de Foc

Muzeul istoric, orașul Lom

Cetatea antică "Almus"

Necropolis (epoca târzie a bronzului) (satul Orsoya)

Monumentele lui Krâstio Pișurka (orașul Lom) și Tseko Voyvoda (satul Zamfir)

Zona protejată „Mominbrod mlaștină "; Zona protejată: „Lac cu pește Orsoya“; Zone protejate: „Tsibar mlaștină ", „Orsoya“, „Lacuri cu pește Orsoya "

Fluviul Dunărea, râul Lom, insula Dobrina



CAZARE

CRAIOVA

Hoteluri in municipiul Craiova

Rixo`s Guest House 5*

Adresa: Str. Henry Ford (E70), Strada Doljului Nr.8, 207206 Craiova, România, telefon: 0040 734 632 129, e-mail: rezervari@rixosguesthouse.ro, adresă web: <http://rixosguesthouse.ro/>

Hotel Splendid 1900

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza 4C, 200734 Craiova, România, telefon: 0040.737.023.921, e-mail: <https://splendid1900.ro/>

Hotel Helin Central 3*

Adresa: Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, 200396 Craiova, România, telefon: 0040.757.666.999, e-mail: hotel@helincentral.ro, adresă web: <http://www.helincentral.ro/>

Hotel Craiovița

Adresa: Calea Severinului, 222111 Craiova, adresă web: <http://www.hotelcraiovita.ro/>

Ramada Plaza

***** Calea Bucuresti 1 www.ramadaplazacraiova.ro, 0351.100.201 | 0351.101.500, reservations@ramadaplazacraiova.ro

Rexton

**** Bulevardul Carol I 49 www.hotelrexton.ro, +40 (0) 351 462 451, office@hotelrexton.ro

Oltenia

**** Str. Caracal Nr. 176 www.olteniahotel.ro, +40 351 411 411, receptie@olteniahotel.ro

Golden House **** Strada Brestei, nr. 18 www.goldenhouse.ro, (+40) 251 406271, Email: receptie@goldenhouse.ro
Emma West

**** Str. Calea Severinului, nr. 3B, www.hotel-emmawest.ro, +40 0251.480.150, receptie@hotel-emmawest.ro,

Relax

*** Calea Severinului nr. 48 www.en.hotel-relax.ro, 0351.409.744, office@hotel-relax.ro

Plus

*** Malu Mare, str.Caracal, nr.254, www.plushotel.ro, +40.733.100.200, plushotel@plushotel.ro

Emma Est

*** Str. Calea Bucuresti, Nr.82A, www.hotel-emma.ro, +40 0251.406.288, receptie@hotel-emma.ro

Bavaria

**** Str. Caracal, Nr. 3 <http://www.hotel-bavaria.ro>, 0251/414.449, office@hotelbavaria.ro

La Rocca Hotel Boutique, Str. Pelendava nr.39A, www.hotellarocca.ro, 0351 413 570, office@hotellarocca.ro

Parc, *** Str. Bibescu, nr. 12 www.hotel-parc-craiova.ro, 0251.417.257, office@hotel-parc-craiova.ro
Europeca **** Str. Pietății, nr. 9-11-13 www.hoteleuropeca.ro, 0751224794, hotel@hoteleuropeca.ro
Plaza **** Str. Aries, nr. 16 www.hotelplaza.ro, +40 (0) 251 430410, office@hotelplaza.ro
Helin Central, *** Str. Alexandru Ioan Cuza, Nr. 14, www.helincentral.ro, +40 351 808 708, hotel@helincentral.ro
Euphoria, ** Str. Iancu Jianu, Nr. 6 www.hoteleuphoria.ro, 0728.196.173, office@hoteleuphoria.ro
Flormang, *** Calea Severinului 7B, www.flormang.ro, +40 769 251 832, hotel@flormang.ro
Green House, *** Str. Fratii Buzesti, Nr. 25 www.green-house.ro, 0745 071 498, greenhousecraiova@yahoo.com
Casa David-hotel boutique, **** Str. Stefan Cel Mare 18A, www.casadavid.ro, +4 0755 463 464 receptie@casadavid.ro

Moteluri

Hanul Doctorului, ** Strada Viitorului 1, 0351 444 422

Hosteluri

Sport, *** Str. Brestei, Nr. 25 www.hotel-sport.ro, 0251-412022,

Pensiuni

Villa Carmelita *** Str. Împăratul Traian, nr. 41, www.carmelita.ro, rezervari@carmelita.ro, 0728 033 339
La Favorita, Guesthouse Boutique, *** Str. Madona Dudu www.lafavorita.ro, 0351 408 098
Flormang 1 *** Str. Dezrobirii, nr. 134 <http://pensiunea1.flormang.ro/>, 0769.251.815
Bruxelles Guesthouse, **** Str. Zorilor, nr. 8 <http://bruxelleshouse.ro/>, 0351 469 254 / 0756 02 50 70, rezervari@bruxelleshouse.ro
Luisa *** Str. Caracal, nr. 12, 0724 119 388
Hanul Andriței **** Str. Viitorului, nr. 34 www.hanulandritei.ro, office@hanulandritei.ro, 0351 431 056

VIDIN

"Anna -Kristina" Oraș Vidin 3700 str. Baba Vida 2, tel: +359 94 / 606 037
www.annakristinahotel.com
"Rovno" Oraș Vidin 3700, str. Tsar Aleksandar II nr. 70 3700 Vidin, Bulgaria, tel .
+359 94 690 990, fax + 359 94 690 999, info@hotelrovno.com, www.hotelrovno.com
"Avramov" Oraș Vidin 3700 str. Tsar Aleksandar II nr. 63, tel./fax 094/ 60 66 80
GSM 0885 287766, www.hotel-avramov.domino.bg, e-mail: hotel_avramov@mail.bg
Neptun Oraș Vidin Str. Dunavska № 8, 094/ 680 039, 0884 850 139; 0897 850 139

E- mail: hotel_neptun_vidin@abv.bg, Web: www.hotelneptunvidin.com
«Dunav» Oraş Vidin 3700, Str. Edelvays №3, tel./fax: +359 94 600 174
GSM.: +359 893 326 411, E-mail: hotel_dunav@abv.bg; website: <http://hoteldunav.eu/>
“Zora” Oraş Vidin 3700, str. Naycho Tsanov” 3 A, Tel.: +359 94 600290; 606 700
website: www.hotelzora.hit.bg, e-mail : hotelzoraravidin@abv.bg
“Zora” 2 Oraş Vidin 3700, str. Gorazd 2, Tel.: +359 94 601171
"Bononia" 3700 Vidin, str."Bdin" No.2, +359 94 60 60 31 ,+359 94 60 60 32
website: www.hotelbononia.net, email: office@hotelbononia.net
"Stariyat grad" (Oraşul vechi) 3700 Vidin, str. Knyaz Boris nr. 2, +359 94 600023
website: www.oldtownhotel.dir.bg; email: oldtown_vd@abv.bg
"Vidin"3700 Vidin, str. Knyaz Dondukov No15, +359 94 606 938, www.hotelvidin.com,
office@hotelvidin.com
"Mix"3700 Vidin, str. Geo Milev nr. 1, tel contact: Lyudmil Slavchev GSM - 0888742054
Email :lusi_62_@abv.bg; website: www.hotel-mix.com
"Fanti"Oraş Vidin 3700, str. Dunavska 28, +359 - (0)94 / 600402
“Vida char” Vidin 3700, str. Tsar Ivan Sratsimir nr. 9, Telefon: 0896564456
E-mail: vidachar@abv.bg, website: www.vidachar.com
„TangRa” Oraş Vidin, Str. Tsar Aleksandar II №89, tel. mobil: + 359 883 38 10 90
email: tangrahotel@abv.bg, website: <http://www.tangrahotel.com>
Vival Oraş Vidin, str. Hadzhi Spasov nr. 20 (Complex Bononiya lângă bloc 6)
Telefon/fax: +359 (0)94 620940; email:vival_vd@abv.bg, web:
<http://vival.vidin.net/indexEN.html>
Casa PalomaOraş Vidin, str. Ribaritsa № 8, tel.: +359 (0)94 606503; +359 (0)887 94 39
08; +359 (0)888 966 431, email:galaanto@abv.bg, www.paloma-house.com
COMPLEX PONTI Oraş Vidin, complex Kr. Bachvarov cartier 5, tel. (094) 606 449

MONTANA

Hotel „Ogosta“: adresă: Bul „Peyo Yavorov“, 1, 3400 Montana Centru, Montana; tel.: 096 306 310
Hotel de familie „Ring“: pe malul barajului „Ogosta”, la 2 km din oraş;
Park-hotel „Zhitomir“; adresă : piaţa „Zheravitsa“ 1, 3400 Montana Centru, Montana
tel: 096 306 176
Hotel „Montana“: oraşul Montana, bul. „3-Mart“ nr. 120, tel. 096300404
Hotel „Vesta“: adresă: strada „Tsar Simeon“ nr,10, 3400 Montana Centru, Montana;
Hotel-restaurant „Dunav“: adresă: piaţa „Nachev” 1, 3600 Boruna, Lom.

ALIMENTAȚIE

CRAIOVA

Restaurante (primele 5 conform tripadvisor)

1. **Epoca, European** Str. Alexandru Macedonski, Nr.51, www.epocarestaurant.ro, 0725 059 333 office@epocarestaurant.ro
2. **Bulevard, Italian** Str. Lipscani, nr. 1 www.bulevardcraiova.ro, 0351416062, receptie@bulevardcraiova.ro
3. **Big Ben, European** Str. Mircea Voda, Nr. 1 +40 764 527 738
4. **Oxygen Bistro**, Internațional Str. 13 Septembrie, nr. 7, www.oxygenbistro.ro, 0735230663
5. **El Greco, Mediteranean** Calea Bucuresti, BI M7-M8, www.elgreco.ro, 0351 442 442

CETATE

Portul Cultural Cetate www.portcetate.ro 0755 070 390
portcetate@gmail.com

LOM

Restaurant „Valentino“: adresă: strada „Dunavska” nr. 2, orașul Lom;

Hotel-restaurant „Dunav“: adresă: piața „Nachev” nr. 1, 3600 Boruna, orașul Lom



RECREERE

Craiova - centrul istoric, viață de noapte, zbor cu balonul cu aer cald:
www.balloonadventure.eu

Calafat - plajă, pescuit

Vânju Mare - degustări vinuri

orașul Brusarți Mini teren de fotbal

orașul Lom- Sala de sport din (în curs de renovare majoră)



CENTRE DE INFORMARE ȘI VIZITARE TURISTICĂ

VIDIN - Centrul de Informare Turistică

3700 Vidin, str. Dunavska nr. 1, tel.: +359 094 990 739; Program de lucru: 08.00 - 17.00 h, de Luni până la Vineri

MONTANA - Centru De Informare Turistică

Orașul Montana 3400, strada „Tsar Boris III” 2 (aproape de piață), în clădirea Muzeului Istoric - orașul Montana, tel: 096 / 30-74-81, tel: 096 / 30-51-56

4.4. Marketing și promovare

Așa cum s-a putut remarca ofertele turistice din regiunea transfrontalieră sunt destul de numeroase din punct de vedere cultural, însă cu toate acestea nu reușesc să atragă mulți turiști. Chiar turiștii interni nu au conturată foarte clar oferta turistică existentă în teritoriu. Câteva dintre problemele identificate ar fi vizibilitatea scăzută în mediul online, majoritatea informațiile găsite la o scurtă căutare pe unul din motoarele de căutare relevă prea multe generalități, o nestructurare a informațiilor, lipsa materialelor promoționale comune, rezultând că mijloacele de comunicare utilizate până acum nu au fost corespunzătoare.

Astfel obiectivul principal al marketingului și promovării este reafirmarea zonei transfrontaliere ca o destinație turistică culturală, promovând împreună toate cele 4 zone: Dolj, Mehedinți, Vidin, Montana.

În literatura de specialitate a turismului a fost destul de abordat subiectul promovării produselor turistice care se face în mod distinctiv prin canale de distribuție.

Distribuția reprezintă de fapt activitățile prin care se realizează vânzarea produsului turistic etnic de la furnizori la potențialii turiști, și se poate face astfel:

- *distribuție directă*: furnizor produse și servicii turistice - turist. Cel din urmă face achiziția produselor fie în timpul călătoriei, fie cu o rezervare anticipată (turism neorganizat).

- *distribuție indirectă*: furnizor produse și servicii turistice - intermediari - turist, în care turiștii cumpără produsele turistice de la agențiile de turism (turism organizat și semiorganizat).

Principalele *canale de distribuție* a produselor turistice pot fi scurte: furnizor-turist până la medii și lungi în care apar mai mulți intermediari precum agențiile de turism și touroperatorii.

Pentru a avea un marketing integrat s-a propus un set de acțiuni care să fie implementat în zona transfrontalieră și care să acopere promovarea clasică dar și cea modernă. Etapele realizării acestor acțiuni vor fi detaliate în continuare.



Figura 13 Acțiunile propuse pentru promovarea culturii rrome în zona transfrontalieră RO-BG

MARKETING

Planul de marketing trebuie să ducă la realizarea obiectivului general și are la rândul său obiective dar și acțiuni de marketing care au rolul de a realiza obiectivele propuse în zona transfrontalieră RO (Dolj, Mehedinți) - BG (Vidin, Montana):

Obiective de marketing	Acțiuni comune de marketing
1. Dezvoltarea turismului durabil cultural cu implicații economice și socio-culturale în zona transfrontalieră RO-BG	Creare de produse culturale etnice specifice care au la bază patrimoniul cultural existent și cultura rromă-revitalizarea meșteșugurilor și tradițiilor rrome cu scopul de a crea beneficii economice

<p>2. Atragerea unui număr mai mare de turiști în zona de studiu</p>	<p>Crearea de rute atractive și îmbunătățirea imaginii comunităților rrome printr-o publicitate adecvată Cooperare între stakeholderii de la nivel transfrontalier</p>
<p>3. Sensibilizarea opiniei publice cu privire la comunitățile rrome din zona transfrontalieră RO-BG</p>	<p>Organizarea de evenimente de informare și promovare a tradițiilor și meșteșugurilor acestora Publicitate mai mare în mass-media Prezența pe internet prin materiale promoționale</p>
<p>4. Creșterea gradului de conștientizare a comunității majoritare asupra comorilor culturii rrome din zona de studiu</p>	<p>Publicitate mai mare în mass-media Prezența pe internet prin materiale promoționale Caravane de prezentare Zilele comunității rrome: muzică, dansuri, gastronomie</p>
<p>5. Îmbunătățirea vizibilității destinației transfrontaliere pe piața turistică internă și externă</p>	<p>Realizarea de materiale promoționale și diseminarea lor în cadrul târgurilor de turism naționale și internaționale Realizarea de festivaluri cu participare internațională Prezența pe internet prin materiale promoționale Publicitate mai mare în mass-media</p>
<p>6. Informarea despre rutele turistice transfrontaliere ale comorilor culturii rrome</p>	<p>Crearea de rute turistice atractive Realizarea de materiale promoționale Prezența pe internet prin materiale promoționale Participare la târguri de turism</p>
<p>7. Revitalizarea publicității turistice în zona de studiu</p>	<p>Realizarea de materiale promoționale Prezența pe internet prin materiale promoționale Participare la târguri de turism Publicitate mai mare în mass-media</p>

8. Parteneriat transfrontalier RO-BG	<p>Cooperare la nivel transfrontalier între actorii din turism</p> <p>Crearea și valorificarea oportunităților comune de dezvoltare turistică a zonei</p> <p>Branding și marketing comun</p>
--------------------------------------	--

PROMOVARE

În prezent principalele canale de promovare sunt internetul, materialele promoționale tipărite sau online (broșuri, cataloage, ghiduri, hărți turistice), suvenirurile, evenimentele cu profil turistic (târguri de turism) și agențiile de turism. Mesajul livrat trebuie să fie original, memorabil, cu un impact mare, abordarea fiind emoțională.

Principalele direcții de promovare în zona transfrontalieră sunt:

- a. promovare pe internet (prin pagină web, conturi social-media)
- b. promovare în mass-media (prin realizare film de promovare)
- c. crearea de materiale promoționale turistice (broșuri, cataloage de prezentare turistică, hărți cu obiectivele turistice) și diseminarea acestora gratuit în centrele de informare turistică, la târguri de turism, festivaluri și la administrațiile publice din zona transfrontalieră
- d. promovarea meșteșugurilor și tradițiilor rrome din localitățile identificate în strategie prin evenimente de informare, festivaluri, caravane, workshop-uri, ghizi de turism specializați
- e. promovare outdoor prin panouri informative și info-points pe rutele create.

Toate aceste direcții au avantaje și dezavantaje, însă în mode cert pot să asigure succesul chiar dacă doar o parte dintre ele vor fi puse în aplicare.

a. **Internetul** este utilizat în prezent ca mediu de comunicare în masă, principalul canal fiind un website, o pagină web ce se poate vizualiza într-un browser și care are un conținut distinct ce se identifică printr-un nume de domeniu și care are o audiență.

Pentru că marketingul digital și numeroasele informații turistice de pe internet au determinat ca cei mai mulți turiști să acceseze în prezent aceste pagini, s-a produs o adevărată revoluție online de încercare de promovare a destinațiilor. Este un mediu ieftin de promovare cu posibilitatea de a atinge audiența într-un timp foarte scurt.

Fiind interfața destinației turistice, website-ul trebuie să fie atractiv vizual, cu informații bine organizate despre comunitățile rromice din studiu, fiind prezentate rutele cu meșterii rromi și a infrastructurii turistice din apropiere.

O categorie aparte este în prezent **social-media**, cu reprezentare bună prin Facebook și Instagram, canale de cele mai multe ori gratuite prin care poți posta numeroase informații turistice care pot ajunge la mii de potențiali turiști într-un timp foarte scurt.

b. Promovarea în **mass-media** implică TV, radio și presa scrisă. Transmiterea de știri și trimiterea de comunicate de presă au rolul de a face publicitate zonei transfrontaliere. La TV se poate prezenta un film de promovare, iar la radio se pot face intervenții în emisiuni pe tema studiului și proiectului în sine.

c. **Materialele turistice tipărite** au avut și vor avea mereu notorietate pentru că înlocuiesc prezentarea produsului turistic și constituie o sursă bună pentru informări, facilitând astfel și cumpărarea produsului turistic. Nu în ultimul rând ele pot educa gusturile cumpărătorilor.

În prezent nu există materiale turistice promoționale comune în zona transfrontalieră RO-BG supusă studiului.

O parte din aceste materiale realizabile sunt *cataloagele turistice*, materiale ample care includ o descriere detaliată a obiectivelor și numeroase hărți, poze cu destinațiile turistice prezentate.

Într-o formă mai scurtă este *broșura turistică* care de cele mai multe ori se concentrează pe o anumită temă sau pe o anumită formă de turism, pentru că nu este foarte voluminoasă ca număr de pagini. De asemenea se face apel la partea vizuală, fonturi și cromatică bine alese, poze reprezentative și o hartă cu locațiile prezentate.

Flyer-ele sunt practic cele mai mici materiale promoționale, de obicei cu o informație care suscită atenția pe o singură față a paginii.

Materialele de informare și de publicitate trebuie să prezinte cultura rromă într-o viziune comună, o hartă cu elementele turistice, centre de informare turistică, accesibilitate și servicii turistice de cazare, masă etc.

Diseminarea lor se poate face în instituțiile specializate sau direct către audiența targetată în timpul evenimentelor de profil. Mai nou ele sunt accesate și în mediul online direct de pe website-uri. Pot fi de asemenea diseminate în cadrul unor info-point-uri care apar

localizate pe parcursul rutelor turistice și oferă posibilitatea informării vizitatorilor despre cultura rromă din aria de studiu.

d. **Evenimentele de informare și conștientizare** trebuie să aibă loc periodic în aria de implementare a strategiei pentru a informa populația, actorii din turism cu privire la potențialul zonei și măsurile de dezvoltare, astfel:

- Organizarea de **infotrip-uri** în care să se prezinte oferta turistică pentru tour-operatorii de turism și jurnaliști, atât din Bulgaria cât și din România
- Organizarea de evenimente cu rol educativ de tip workshop cu o audiență tânără în care să se povestească de către persoane rrome cultura și tradițiile rrome din propria perspectivă prin povești, spectacole de muzică, dans și port, preparate tradiționale rrome pot fi alternative pentru publicul tânăr.
- Desfășurarea unor evenimente în zona de studiu care să aibă o importanță națională și care să atragă interesul pentru vizitarea zonei, încercându-se extinderea sezonității turistice.
- Prezența la **evenimentele de profil** (târguri de turism) este o etapă importantă în promovarea turistică pentru că au un impact de la național până la local. Intensa mediatizare a acestora cu un număr mare de vizitatori sporește șansele vizibilității printre actorii importanți de pe piața turistică, putându-se stabili contacte de afaceri, de a crea noi oportunități de dezvoltare. În cadrul acestor evenimente este importantă diseminarea materialelor promoționale create.
- Organizarea de festivaluri, workshop-uri cu prezentarea culturii rrome sunt oportunități bune de a prezenta atuurile acestei comunități, de a îmbunătăți imaginea lor în ansamblu și de crea pe plan local posibilitatea unei dezvoltări și schimb de bune practici.

e. **Publicitatea outdoor** implică prezentarea unor materiale de promovare care sunt expuse ca panouri, afișe, bannere sau indicatoare în localitățile din studiu pentru a ghida turiștii spre atracțiile turistice, la intrările și ieșirile din localități sau pe drumurile internaționale, în zonele turistice de interes și chiar în locațiile cuprinse pe rutele culturii rrome.

Concluzii și recomandări cu privire la strategia de promovare din zona transfrontalieră

- în general marketingul produselor turistice din zonă ar trebuie să se facă pe baza resurselor disponibile și cu implicarea și interesul furnizorilor de servicii turistice. Majoritatea acestor furnizori sunt SMEs sau organizații non-profit, astfel grupurile care realizează marketingul sunt mici și au bugete reduse care se alocă pentru activitățile de marketing. O colaborare între furnizori ar crește fondurile alocate promovării și ar avea o rată de succes mai mare.

- procesul de marketing trebuie să fie considerat un element de bază în cadrul dezvoltării produselor și trebuie realizat prin colaborarea actorilor implicați (furnizori de servicii, cazare, alimentație, furnizorii de oferte culturale). Oportun ar fi și crearea unui brand comun în regiune, a unui website și a unei broșuri de promovare comune a produselor turistice. Se poate face apel și la partea vizuală, prin crearea unui film de promovare și a unui album de fotografii relevante pentru comunitatea romă. Aceste materiale pot fi ulterior diseminate în centrele de informare turistică din zona de studiu sau la târgurile naționale de profil din România și Bulgaria.

- atracțiile culturale (clădiri de patrimoniu, monumente, muzee, grădini) alături de atracțiile culturii rrome din zona transfrontalieră se constituie ca partea hard a ofertei turistice. Acestea ar trebui să i se adauge și o parte soft, și anume interpretarea turistică a atracțiilor de tipul audioguide-uri cu povești bazate pe realitățile istorice și culturale ale zonei sau de tipul organizării de evenimente (festivaluri ale culturii rrome, spectacole de dans, ateliere de meșteșuguri, reprezentări gastronomice), ținându-se cont și de preferințele turiștilor.

- informația turistică despre zona transfrontalieră este în prezent atât de fragmentată încât nu facilitează deloc organizarea unei vizite în zonă. Acest lucru are efecte asupra fluxului de turiști, a duratei șederii și a viabilității economice pe termen lung a acestor produse. Crearea unui website care să reprezinte o platformă ce cuprinde toate informațiile necesare unui turist atunci când vizează planificarea unei vacanțe se poate dovedi a fi extrem de eficientă.

- în ceea ce privește dezvoltarea produselor culturale etnice, tendința este ca acestea să fie integrate și nu tematice, nu doar să fie văzute ci să fie experimentate, iar marketingul lor trebuie să fie distinctiv, atrăgător și să se concentreze pe dorințele consumatorilor.

În concluzie produsele turistice culturale, cu subramura etnică, trebuie să se alinieze trendurilor internaționale și să se direcționeze mai mult către o promovare soft - online care să prezinte experiențe etnico-culturale autentice.

Provocări viitoare

- cooperarea dintre stakeholderii din diferite sectoare (administrativ, afaceri, non-guvernamental) din zona transfrontalieră RO-BG poate ajuta poziționarea destinației pe piața europeană prin planificarea, dezvoltarea și managementul activităților turistice într-un mod durabil și prin dezvoltarea de experiențe turistice noi în funcție de cerințele turiștilor.
- comunicarea între autorități, comunități locale, stakeholderi trebuie să faciliteze utilizarea responsabilă a resurselor turistice, pentru că un turism durabil este considerat în zonă ca fiind un beneficiu pentru comunitățile locale și pentru economie. Competitivitatea turistică se bazează de fapt pe durabilitatea resurselor, a locurilor de muncă create și a protecției patrimoniului cultural.
- Fiind dezvoltate mai multe produse turistice (rute turistice), stakeholderii trebuie să colaboreze în implementarea acestor produse pentru a obține avantaje comune.
- Produsele turistice care evocă aceeași identitate turistică pot determina o înțelegere mai bună a valorilor de bază ale zonei transfrontaliere, iar brandingul comun și marketingul acestor produse impun noi provocări, deoarece procesele necesită studii de piață permanente.
- Evaluarea și monitorizarea proceselor trebuie să aibă un sistem comun standardizat de indicatori pentru creșterea calității standardelor din turismul iar pentru acest aspect o bază de date ar putea fi creată printr-o strânsă cooperare transfrontalieră.

5. CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Toate formele și activitățile turistice sunt dependente de mediul înconjurător pentru că multe dintre componentele acestuia devin resurse. În acest context prin turism, sunt create acele produse care comercializează aceste resurse și le adaugă o valoare importantă. Veniturile din turism au valori mai mari în funcție de resursele naturale și culturale folosite, prin urmare interdependența dintre mediu și turism este mult mai evidentă și puternică.

Intangibilitatea produsului turistic înseamnă că experiența turistică există în mare parte la nivelul percepțiilor. Ca rezultat locurile turistice dețin semnificații, unde reprezentarea (și anticiparea) experienței este cel puțin la fel de importantă ca și actualitatea sa. Venturi și colab. (1977) vorbesc despre funcțiile persuasive ale dezvoltării turistice în momentul în care călătorul este în mișcare: "Stilurile și semnele fac conexiuni între mai multe elemente, când sunt situate la distanță și văzute repede. Mesajul este unul strict comercial, contextul fiind de fapt nou".

Produsul turistic îi permite vizitatorului să fie mai reflexiv. El trebuie să răspundă în mod constant și să interpreteze multitudinea de semne și imagini cu care este bombardat.

Autorii Lash, Urry (1994) remarcă că economiile s-au transformat de la faza de capitalism organizat la cel dezorganizat, la fel și turismul a avansat de la o formă de turism de masă organizat la o fază mai fragmentată, din segmente de piață, numite nișe.

În urma derulării unei experiențe turistice de acest gen se înregistrează întotdeauna un *impact economic și socio-cultural pozitiv sau negativ*, în funcție de situație, asupra societății și culturii gazdă.

Impactul economic benefic se manifestă astfel:

- turismul stimulează producția locală de bunuri și servicii, interacționând cu alte sectoare ale economiei pe care le dezvoltă: construcții, servicii financiare, comerț, industrie alimentară, sectorul cultural - artistic, astfel determină creșterea producției, și are o contribuție importantă la PIB-ul local;

- se creează noi locuri de muncă în turism, comerț, transport și locuri de muncă indirecte în economia locală, din cheltuielile, respectiv încasările făcute de la turiști;
- se stimulează exporturile locale;
- cresc veniturile populației și se îmbunătățesc standardele de viață, determinând și o creștere a cheltuielilor pentru consum;
- se crează venituri la bugetele locale, prin taxe pe venit și taxe imputate turiștilor (taxa de hotel, de intrare în oraș). Pot fi reutilizate prin îmbunătățirea serviciilor comunității, infrastructurii și a serviciilor;
- construcția/îmbunătățirea infrastructurii generale (drumuri, canalizare, electricitate, telecomunicații, colectarea deșeurilor), reabilitarea centrelor istorice, construcția de locații culturale și recreative, îmbunătățirea rețelei de transport local, crearea unor evenimente culturale și sportive de marcă;
- îmbunătățirea calității mediului, locuri mai curate și nepoluante.

Pentru impactul social și cultural, marcant din partea turismului cultural asupra unei zone se pot contura aspecte pozitive dar și negative, precizate în tabelul de mai jos.

Tabel 18 Tipuri de impact socio-cultural ale unei experiențe turistice asupra societății și culturii gazdă

TIP DE IMPACT	SOCIAL	CULTURAL
Pozitiv	<ul style="list-style-type: none"> - stabilirea unei atitudini pozitive - stabilire relațiilor de prietenie - crește respectul de sine al rezidenților/turiștilor - se diminuează percepția negativă și prejudecățile - modificări pozitive ale modului de viață - promovarea reputației culturale a gazdelor în comunitate - introducerea de noi valori și practici 	<ul style="list-style-type: none"> - se schimbă informații culturale - se dezvoltă sentimentul de mândrie pentru propria cultură, toleranță și respect pentru cultura celorlalți - se protejează patrimoniul cultural - se revitalizează meșteșugurilor tradiționale, arta și obiceiurile
Negativ	<ul style="list-style-type: none"> - lipsa comunicării între comunități și tensiuni între modul de viață tradițional și cel importat - noi modele de consum local - diminuarea importanței limbii locale 	<ul style="list-style-type: none"> - șoc cultural - comercializarea culturii - imitarea culturii vizitatorilor - lipsă de respect, politețe din partea turiștilor

- | | |
|---|--|
| - relații stabilite cu dificultate | - înlăturarea semnificațiilor și |
| - sentimente de inferioritate ale gazdelor și de superioritate ale turiștilor | valorilor asociate cu obiceiurile tradiționale |
| - modificare negativă a modului de viață | |
| - segregare, ostilitate, violență, criminalitate, suprapopulare | |

Sursa: Tourism. The State of Art, Conference no. 6 of The Travel Research Association, 1998

Pentru evitarea sau diminuarea acestor tipuri de impact este necesară luarea în considerare a dezvoltării durabile a turismului. Definiția care se dă în mod curent, **dezvoltării turistice durabile** este următoarea: „*Dezvoltarea tuturor formelor de turism, managementul și marketingul turistic care să respecte integritatea naturală, socială, economică a mediului, prin exploatarea resurselor naturale și culturale și în interesul generațiilor viitoare*” (Tourism. The State of Art, Conference no. 6 of The Travel Research Association, 1998). Astfel acest turism trebuie să echilibreze balanța între satisfacerea a două tipuri de nevoi: dezvoltarea economică și protecția potențialului natural, a mediului înconjurător.

Turismul durabil înseamnă abilitatea destinației turistice de a rămâne competitivă împotriva tuturor problemelor apărute, de a atrage vizitatori pentru prima oară și a-i fideliza ulterior, de a rămâne unică din punct de vedere cultural și a fi într-un permanent echilibru cu mediul ambiant.

Provocarea din acest studiu (din cadrul proiectului "Descoperă comorile culturii rome!", ROBG 410, finanțat prin programul INTERREG V-A România-Bulgaria) pentru zona transfrontalieră România- Bulgaria (județele Mehedinți și Dolj în România și districtele Vidin și Montana din Bulgaria), este dată de faptul că pentru prima dată, cultura romă va fi descoperită prin valorile reale și prin tradițiile acesteia. "Comorile" rome au fost valorificate în produse turistice incluse într-o strategie, prin crearea unor rute comune care prezintă elemente ale culturii rome și așezări cu cei mai importanți reprezentanți ai acestei etnii.

Pentru încurajarea dezvoltării rutelor etnice create în strategia de turism comună, trebuie creată și consolidată rețeaua de turism transfrontalieră care să includă toți stakeholderii și să genereze o sinergie între turism, elemente culturale și comunitatea romă. Dacă o rută sau o destinație din cadrul acesteia dorește să se dezvolte mai mult

turistic poate face apel la planul strategic PS CBC dezvoltat în cap. 3, unde apar recomandări clare în funcție de obiectivele propuse.

Principalele recomandări sunt legate de:

- cooperare: între mediul privat și public, adică toții stakeholderii din zonă trebuie să colaboreze pentru a îmbunătăți planul strategic creat și pentru a urmări dacă segmentarea realizată este fezabilă și se poate aplica cu succes în zona de studiu. Această cooperare poate lua diverse forme, precum asociații, rețele, consorții.

- sustenabilitate: este motorul de bază al oricărei strategii și trebuie să se bazeze pe studii turistice continue la intervale stabilite de timp pentru a putea face o evaluare clară a fenomenelor și pentru a găsi căi noi de îmbunătățire. Cercetarea trebuie continuată pentru ca strategia să se dovedească a fi fezabilă prin colectarea permanentă de date și informații turistice, crearea unor baze de date comune cu acces rapid în eventualitatea realizării unor studii de piață și analize turistice ulterioare.

- crearea de experiențe turistice pozitive: o valoare și un impact care de cele mai multe ori sunt aduse chiar de vizitatori prin imagini, sentimente, judecăți personale. Prin încurajarea vizitatorilor să contribuie continuu la crearea experiențelor turistice, se poate aduce o amprentă individuală și personală a acestei experiențe. Experiența turistică culturală în cazul dat se dovedește a fi baza dezvoltării produselor turistice, ce pot prezenta locuri, relații și sentimente noi. Patrimoniul cultural material și imaterial este astfel valorificat cu succes.

- perfecționare continuă: managementul destinațiilor culturale implică un personal calificat la mai multe nivele, chiar și în management. Training-urile care vizează și stakeholderii din zonă sunt necesare atunci când se vorbește despre un management integrat. Se poate face apel la diverși specialiști în domeniu, sau la universități de profil care pot furniza astfel de servicii.

- implicarea comunității majoritare dar și rrome: în consultările vizavi de dezvoltarea turismului etnico-cultural poate duce la îmbunătățirea calității vieții rezidenților și la crearea oportunităților de integrare mai bună a etnicilor din zona de studiu. Teoreticienii ca Mansfeld (2015) citat de Berti și colab. (2015) propun ca, comunitățile locale să joace rolul de stakeholderi principali în planificare care să beneficieze cel mai mult de pe urma dezvoltării turismului etnico-cultural; fiecare comunitate este diferită și are o capacitate socio-culturală de suport care variază de la caz la caz, iar caracteristicile lor economice și socio-culturale diferite trebuie să se răsfrângă la nivelul proiectării produselor turistice. Pentru managementul calitativ trebuie urmărite modificările care pot

să apară în timp și spațiu doar printr-o cercetare cotinuă și trebuie implicați toți stakeholderii prin crearea de rețele de cooperare.

- comunicare și planificare: comunicarea în realizarea planificărilor este evident importantă, pentru că în cele din urmă comunitățile locale și cele de romi vor fi beneficiarii direcți ai acestor produse turistice. Este necesară realizarea unui brand turistic comun și a unor materiale promoționale comune în regiunea transfrontalieră, cu o îmbunătățire a semnalizării și marcajelor turistice de pe rute, centre urbane sau sate. Trebuie să fie îmbunătățită și promovarea online și în mas-media locală și regională.

- responsabilitate culturală a companiilor care activează în turism: relația dintre cultură și turism implică asumarea unei responsabilități a mediului de afaceri în ceea ce privește dezvoltarea ulterioară a destinațiilor prin asigurarea de sprijin financiar, sponsorizări, promovarea acestei dezvoltări turistice etnico-culturale în activitățile de afaceri sau în cadrul fiecărei companii în parte.

Dezvoltarea durabilă a turismului etnic în zona transfrontalieră RO-BG se poate face prin:

- Sprijinirea studiilor turistice viitoare pentru a arăta importanța sustenabilității în turism
- Participarea comunităților locale la procesul decizional în dezvoltarea turismului
- Sprijin financiar public pentru dezvoltarea comunității (infrastructură, dotări tehnico-edilitae)
- Veniturilor din turism obținute sunt reinvestite în aceleași comunități locale, pentru creșterea conștientizării și sensibilizării publice cu privire la cultura romă
- Echilibru între economie, societate și mediu
- Protecția culturii comunităților locale
- Cooperarea în zona transfrontalieră, între județe și districte în ceea ce privește dezvoltarea turismului durabil și planificarea integrată.

Provocări și perspective viitoare

- realizarea unui management adecvat al patrimoniului și dezvoltarea turismului durabil, ca o strategie comună pentru dezvoltarea transfrontalieră și pentru generarea de beneficii economice (creare locuri de muncă, venituri mai mari pentru comunități)

- rutele etnico-culturale să devină adevărate destinații turistice printr-o relaționare între stakeholderii din turism (sectorul public-privat, mediul de afaceri, ONG-uri) prin

împărțirea rolurilor de management pentru fiecare rută creată în parte. Se va asigura și participarea comunității pentru că resursele de patrimoniu pot fi accesate atât de populația gazdă cât și de turiști.

- utilizarea comparațiilor între rute sau părți din rute în conformitate cu setul de indicatori propus poate ajuta procesele viitoare de îmbunătățire la nivel local, național și transfrontalier.

Astfel, succesul rutelor etnico-culturale stă în parteneriatul public-privat care susține politicile publice de cooperare și integrare și care răspunde la nevoile comunității unde se va desfășura experiența turistică. Mai mult, conturarea unui management al destinației asigură succesul unei rute printr-un plan complex cu obiective, acțiuni și rezultate. Acesta va genera experiența turistică care trebuie să fie în concordanță cu segmentele de turiști (împărțiți pe grupe în funcție de motivații, vârstă, venituri, proveniență etc.). Marketingul și promovarea sunt foarte importante dat fiind faptul că în prezent există numeroase canale pentru a realiza vânzarea produselor însă numai cu o aplicare eficientă, urmărind un plan de marketing structurat și cu un public țintă acestea se dovedesc a atinge scopul final al fiecărei destinații, și anume creșterea numărului de vizitatori și dezvoltarea implicită a turismului cu repercusiuni economice și socio-culturale pentru populația gazdă dar și pentru comunitățile etnice.

BIBLIOGRAFIE

- Bell, M., Ward G. (2000), "Comparing temporary mobility with permanent migration", *Tourism Geographies*, 2, 1, pp 87-107
DOI : 10.1080/146166800363466
- Boniface, P. (1995). *Managing quality cultural tourism*. London: Routledge
- Buhalis, D. (2000) Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116
- Cândea, M., Simon, T., Bogan, E. (2012), *Patrimoniul turistic al României*, Edit. Universitară, București
- Ciangă, N. (2001), *România. Geografia turismului - Partea Întâi*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
- Clark, C.M. (1991) *The restructuring of meaning: An analysis of the impact of context on transformational learning*. Unpublished doctoral dissertation, University of Georgia, Athens
- Cocean, P. Vlăsceanu, Gh. Negoescu, B. (2002), *Geografia generală a turismului*, Editura Meteor Press, București
- Cristureanu, C. (2006). *Strategii și tranzacții în turismul internațional*. București: Ed. C.H. Beck
- du Cluzeau, C. O., (2007), *Le tourisme culturel: Que sais-je?*, Paris: Presses Universitaires de France
- Hall, C.M. (2008), *Tourism Planning. Policies, Processes and Relationships*. Second Edition, Pearson Education Limited, Essex
- Holloway, J.Ch. (1994). *The Business of Tourism*, ed. IV, London: Pitman Publishing
- Kotler, P. (2002), *Marketing Management*, Ed. A 11a, Prentice Hall
- Lash, S., Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage
- Leiper, N. (2000), Are Destinations 'The Heart of Tourism'? *The Advantages of an Alternative Description*, *Current Issues in Tourism*, Vol. 3, p. 364-368
- Lengyel, M. (2004): *The General Theory of Tourism*. Budapest, Heller Farkas College of Economical and Tourist Services
- Mansfeld, Y. (2015), "Tourism, community and socio-cultural sustainability in cultural routes", în Berti, E. et al. (2015), *Cultural routes management: from theory to practice*. Stepby-step guide to the Council of Europe Cultural Routes. Council of Europe. Strasbourg. pp. 73-83

- Muntele, I., Iașu C., (2003), *Geografia turismului - concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Editura Sedcom Libris, Iași
- Nistoreanu, P., (2002), *Managementul în turism*, Ed. ASE, București
- Niță, A. (2019), *The role of tourism sustainability in mountain destinations*, The 8th International Conference on Tourism and Sustainable Development, “Dimitrie Cantemir” University Of Bucharest, Faculty Of Management In Tourism And Commerce Timișoara, 11-13 aprilie 2019, Timișoara
- Olteanu, V., (2003), *Marketingul serviciilor - o abordare managerială*, Ed. Ecomar, București
- Page, S., Connell, J. (2001). *Tourism: A modern synthesis*. Thomson Reuters
- Pénzes, J., Radics, Z. (2012), *Roma Population on the Peripheries of the Visegrad Countries: Spatial Trends and Social Challenges*, Edit. Didakt
- Sava, C. (2010), *Strategii de dezvoltare a activității de turism*, Edit. Eurostampa, Timișoara
- Tigu, G. (2001). *Turismul montan*. București: Ed. Uranus
- Travis, A. S., (1989), “Tourism destination Area development” (From Theory into Practice), in WITT, S. & MOUTINHO, L. (1989). *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice Hall, New York, NY, USA.
- Vareiro, L., Fabeiro, C., Pardellas Blas, X. (2005), *The tourism potential of border regions: endogenous resources and destination image evaluation*, 5th Congress of the European Regional Science Association Land Use and Water Management in a Sustainable Network Society, Vrije Universiteit Amsterdam, 23 - 27 August 2005, https://www.academia.edu/25480263/The_tourism_potential_of_board_regions_-_endogenous_resources_and_destination_image_evaluation?email_work_card=title
- Venturi, R., Scott Brown, D., & Izenour, S. (1977). *Learning from Las Vegas, revised edit.* Cambridge: MIT Press
- Williams, S. (2009). *Tourism Geography, A new synthesis*, 2nd Edition. New York: Routledge
- Witt, S.F., Brooke, M.Z., Buckley, P.J. (1991), *The Management of International Tourism* Subsequent Edition, London: Routledge
- Yang, L., Wall., G. (2009). *Ethnic Tourism: A Framework and an Application*. *Tourism Management* 30: 559-570

*** (2017), World Economic Forum, *The Travel&TourismCompetitiveness Index 2017*

- *** (2019), SC ROMDECA SRL, “Cultura tradițională rromă din județul Dolj”
 - ***(2019) SC ROMDECA SRL, “Cultura tradițională rromă din județul Mehedinți”
 - ***(2019) BMB PREMIUM OOD, Studiul ramurilor culturii tradiționale a romilor din regiunea Vidin
 - ***(2019) P.I.C. SRL, Studiarea ramurile culturii tradiționale a romilor din districtul Montana
 - *** Fáilte, National Tourism Development Authority
 - ***(1998), Tourism. The State of Art, Conference no. 6 of The Travel Research Association
 - *** Micul Dicționar Enciclopedic al Academiei Române
 - ***OMT, Tourism Highligts, 2018
- www.insse.ro

Titlul proiectului: "Descoperiți comorile culturii rrome"

Cod: e-MS Cod ROBG 410

Proiect finanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională prin Programul INTERREG V-A România-Bulgaria

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.