

STRATEGIA DE DEZVOLTARE TURISTICĂ A JUDEȚULUI BIHOR 2026 — 2036

EXECUTIVE SUMMARY

BIHOR DIN BELȘUG

Ape termale din belșug. Peșteri din belșug.

Trasee din belșug. Diversitate etnică și gastronomică din belșug.

IMAGINAȚI-VĂ!

Imaginați-vă un loc unde vă puteți face baie în aer liber la 49°C în mijlocul iernii, unde puteți atinge cu privirea picturi rupestre vechi de 35.000 de ani, unde patru culturi - română, maghiară, slovacă și evreiească - vă invită la aceeași masă. Un loc unde dimineața urcați pe platoul carstic cel mai mare din România, iar seara vă plimbați printre palate Art Nouveau de rang vienez.

Acest loc există. Se numește Bihor.

Și totuși, unul din trei români nu a pus niciodată piciorul aici. 34,7% nu știu dacă merită. Dar 90,1% dintre cei care au venit spun: reveniți. Problema Bihorului nu este ceea ce oferă - ci faptul că prea puțini știu.

Această strategie propune să schimbăm asta. În 10 ani, prin șase programe fanion și investiții de 220-350M EUR, Bihorul devine destinația europeană unde natura și cultura converg - nu doar pentru turiști, ci pentru fiecare comunitate care trăiește aici.

90,1%
recomandă Bihorul

36%
nu au vizitat niciodată

34,7%
nu știu dacă e atractiv

CUPRINS

- 01** **VIZIUNEA NOASTRĂ**
Unde vrem să ajungem în 2036
- 02** **DIAGNOSTICUL**
Unde ne aflăm astăzi
- 03** **CELE 6 PROGRAME FANION**
Cum ajungem acolo
- 04** **TURISMUL CULTURAL**
Patrimoniul care ne definește
- 05** **IMPACTUL ECONOMIC**
Ce înseamnă pentru comunitate
- 06** **BUSOLA BIHOR**
Cum măsurăm progresul

BIHOR DIN BELȘUG

2026 — 2036

VIZIUNEA BIHOR 2036

DESTINAȚIA EUROPEANĂ DE REFERINȚĂ PENTRU TURISMUL TERMAL, CARSTIC ȘI MONTAN ACTIV

DRAFT consultare publică

CADRUL STRATEGIC

TREI MODELE INTERNAȚIONALE, UN CADRU ADAPTAT PENTRU BIHOR

Strategia Bihor nu a fost construită în vid. Am studiat cele mai performante strategii de turism din Europa și am extras elementele replicabile la scara județului Bihor.

SCOȚIA – Outlook 2030

4 priorități (Oameni, Locuri, Experiențe, Afaceri) + Performance Tracker cu indicatori semafor. Am adaptat: sistemul de monitorizare „Busola Bihor” cu 5 dimensiuni și dashboard public.

COPENHAGA – WOCO 2024-2030

3 obiective (Tranziție verde, Întâlniri, Valoare socioeconomică) + Copenhagen Compass cu 6 coordonate. Am adaptat: viziunea „All Inclusive” și tranziția DMO → DWO (Destination World Organisation).

CANADA – DC Tourism 2030

De la \$105 mld. la \$160 mld. venituri. Cadru: Aspirație → Opțiuni strategice → Drive-re → Măsurare. Am adaptat: segmentarea pe audiențe-țintă, sezoane și canale de distribuție.

VIZIUNEA 2036

UNDE NATURA ȘI CULTURA CONVERG ÎNTR-O EXPERIENȚĂ AUTENTICĂ ȘI SUSTENABILĂ

În 2036, Bihorul va fi locul unde fiecare vizitator pleacă cu o **poveste**. Un loc unde **turismul generează prosperitate reală pentru comunități**.

PROSPERITATE LOCALĂ

Turismul generează locuri de muncă de calitate

Model: Scoția — Thriving Places

EXPERIENȚĂ MEMORABILĂ

Fiecare vizitator pleacă cu o poveste

Model: Scoția — Memorable Experiences

ECHILIBRU ECOLOGIC

Dezvoltarea nu compromite capitalul natural

Model: Copenhaga — Green Transition

INCLUZIUNE

Turismul îmbogățește vizitatorii și comunitățile

Model: Copenhaga — All Inclusive

OBJECTIVE SMART 2036

1,2M

turiști anual

de la 650K +85%

4,8M

înnoptări

de la 1,7M +182%

4+

nopti sejur mediu

de la 2,6 +54%

360M€

venituri directe

de la 95M€ +279%

15.000

locuri de muncă

de la 8.000 +88%

30%

turiști internaționali

de la 15% ×2

VIZIUNE VS. POZIȚIONARE

DOUĂ INSTRUMENTE DIFERITE, ACELAȘI OBIECTIV

Viziunea și poziționarea răspund la întrebări diferite și se adresează unor audiențe diferite. Ambele sunt necesare:

VIZIUNEA

Aspirația strategică pe 10 ani

**„Destinația europeană de referință pentru turismul
termal, carstic și montan activ”**

Se adresează: CJ Bihor, OMD,
investitori, stakeholderi

Întrebarea: UNDE vrem să ajungem?

Funcție: stabilește direcția,
aliniază actorii, măsoară progresul

POZIȚIONAREA

Promisiunea de brand către piață

„Bihor din Belșug”

Se adresează: turiști, tourooperatori,
piața maghiară, media

Întrebarea: CUM ne prezentăm?

Funcție: crează identitate,
atrage vizitatori, diferentiază

BRAND POSITIONING

BIHOR DIN BELȘUG

Conceptul surprinde abundența specifică: ape termale în belșug, peșteri în belșug, trasee în belșug, diversitate etnică și gastronomică în belșug.

TREI NIVELURI DE IMERSIUNE

1

VIZITA

Experiență de suprafață, city break Oradea

2

IMERSIUNEA

Circuite multi-day, hiking, termal

3

CELEBRAREA

Participare la viața comunității (festival, recoltă, meșteșug)

USP NECOPIABIL

Art Nouveau de rang european

+

Artă rupestră de 35.000 de ani

+

Al 2-lea resort termal din Europa

+

Cel mai mare platou carstic din RO

+

Diversitate etnică unică

DIAGNOSTICUL

UN DECALAJ SEMNIFICATIV ÎNTRE POTENȚIAL ȘI PERFORMANȚĂ

115 obiective turistice. 4 cluster geografice. O problemă de vizibilitate.

METODOLOGIE ȘI BAZE DE DATE

CUM AM CONSTRUIT ACEASTA STRATEGIE

Strategia aplică modelul celor „trei piloni” — Unde suntem? Unde vrem să ajungem? Cum ajungem acolo? — structurat pe baza cadrelor metodologice OECD (Tourism Trends 2024), Băncii Mondiale (Destination Management Handbook) și a strategiilor de referință din Scoția, Copenhaga și Canada.

STUDIU CANTITATIV

N = 1.563 respondenți
Eșantion reprezentativ național
Perioadă: 2022–2025
Instrument: chestionar structurat

CARTOGRAFIERE GIS

115 obiective turistice geolocalizate
Coordonare GPS verificată pe teren
11 categorii, 4 clustere geografice

CERCETARE CALITATIVĂ

19 interviuri semi-structurate (P01–P19)
Stakeholderi turism, administrație, antreprenori
Analiză tematică codificată

BENCHMARK INTERNAȚIONAL

Scoția Outlook 2030, Copenhaga WOCO,
Canada DC 2030, Dolomiti Paganella
+ date OECD, Eurostat, INS, UNWTO

BIHORUL ÎN CIFRE

115

obiective turistice
cartografiate GIS

606K

sosiri anuale
2024 baseline

2,55

nopti sejur mediu
vs. 4-5 media UE

87,2%

satisfacție vizitator
Top-2-Box

33%

rata de ocupare
potențial nevalorificat

9%

turiști internaționali
vs. 30 % media UE

18,3%

cer mai multă
promovare

2,63M

maghiari la 2-3h
piață neactivată

PROFILUL VIZITATORULUI POTENȚIAL

CINE VIZITEAZĂ BIHORUL? CE ÎNGRIJORĂRI AU?

Studiul cantitativ (N=1.563) relevă o bază largă de piață, cu dominanță urbană și educată. Segmentul dominant — persoane 60+ cu studii superioare, venituri stabile (Silver Hikers) — se aliniază cu tendințele globale ale turismului de wellness și natură (OECD Tourism Trends 2024).

50,7% / 49,3%

Masculin / Feminin

Distribuție echilibrată

27,2%

Segment 60+

Dominant — Silver Hikers

64,8%

Studii superioare

Profil cultural & activ

61,7%

Angajați normă

Venituri stabile

36%

Nu au vizitat

Bihor niciodată

14,2%

Vizitatori recurenți

Cel puțin 1x/an

66,3%

Barieră: distanța

Percepută, nu reală

26%

Nu știu ce face

în Bihor — lipsa produsului

PERCEPȚIE ȘI NOTORIETATE

O CRIZĂ DE VIZIBILITATE, NU DE CALITATE

Stațiunile balneare domină percepția (Băile Felix = 13,2% mențiuni). Produsele culturale și de aventură sunt necunoscute: Drumul Vinului 36,2% nu au auzit, Biserici de lemn 30,1%, Castele 28,3%.

Bariera principală: distanța percepută (66,3%). Adevărata problemă: lipsa promovării (18,3%).

KEY INSIGHT: Rata de nevizitare de 59% pentru un județ cu Băile Felix, Padiș și Oradea Art Nouveau este o anomalie care semnalează absența unei strategii de comunicare.

OBIECTIV	CUNOSC	VIZITAT
Stațiuni balneare	96,3%	80,7%
Monumente ale naturii	87,3%	56,5%
Cetatea Oradea	90,4%	63,8%
Stațiuni montane	88,2%	50,9%
Drumul Vinului	63,8%	21,0%
Castele și conace	71,7%	28,4%
Biserici de lemn	69,9%	29,9%

115 OBIECTIVE — 4 CLUSTERE NATURALE

DENSITATE REMARCABILĂ PE UN PERIMETRU COMPACT

URBAN ORADEA

14 obiective

Art Nouveau, Baroc, Cetate, gateway aerian/feroviar

BALNEAR FELIX-1 MAI

5 obiective

Ape 40–49°C, lotus termal unic, potențial parc acvatic

MONTAN-CARSTIC PADIȘ

30+ obiective

Cel mai mare platou carstic din RO, peșteri, cascade

CULTURAL-VITICOL NORD

15+ obiective

Drumul Vinului, castele, ferme, comunități multietnice

TENDINȚE GLOBALE FAVORABILE

CINCI MEGA-TENDINȚE CONVERG FAVORABIL PENTRU BIHOR

COOLCATIONING

Migrația turistică spre altitudini/latitudini nordice. Carpații = refugii climatice.

SOFT ADVENTURE

Familii, seniori activi, Silver Hikers. Democratizarea outdoor-ului.

HIKER-UL WELLNESS

Deconectare digitală + reconectare cu natura. Termal + montan = USP unic.

HUT-TO-HUT

Trasee lungă distanță cu cazare confortabilă. Via Transilvanica — model.

DIGITALIZARE

87% turiști folosesc AI pentru planificare. Invizibilitate digitală = pierdere piață.

48 → 113 mld. USD

Piața globală de hiking 2024–2035
CAGR 8,5–9,7%

Mastercard 2025

Hike2Hut 2024

Accenture

BENCHMARK INTERNAȚIONAL

TREI STRATEGII DE REFERINȚĂ

SCOȚIA — Outlook 2030

Viziune: Lider mondial în turismul sec. XXI
KPI: £10,4 mld. cheltuieli, 218K locuri muncă

Lecție Bihor: Commitment tables + dashboard semafor public

COPENHAGA — WOCO 2024-2030

Viziune: Turismul face lumea o destinație mai bună
KPI: 27 mld. DKK taxe, 15K locuri muncă noi

Lecție Bihor: Copenhagen Compass (6 coordonate) + DMO→DWO

CANADA — DC 2030

Viziune: De la \$105 mld. la \$160 mld. venituri
KPI: 9 piețe internaționale, dispersie sezonieră

Lecție Bihor: Target Audiences → Markets → Seasons → Channels

CASE STUDY — DOLOMITI PAGANELLA, ITALIA

DE LA STAȚIUNE DE SKI LA DESTINAȚIE ALL-SEASON

5 comune din Trentino au format un brand comun și au obținut creșteri de 500% a vizitatorilor în 4 ani (2015–2019).

+500%

creștere vizitatori

2M

înnopțări/an

65%

sezon estival

25K

Bike Passes 2018

50 km

pârții conectate

124

hoteluri

Lecție: Dimensiunea comparabilă cu zona Padiș–Stâna de Vale. Cheia: brand unitar + digitalizare + pivot all-season.

ANALIZĂ SWOT

PUNCTE TARI (S)

- ▶ 115 obiective diverse, 11 categorii
- ▶ Băile Felix — una dintre cele mai mari stațiuni termale din Europa
- ▶ Oradea — unicat Art Nouveau
- ▶ Platoul Padiș — cel mai mare carstic din RO
- ▶ Satisfacție 87,2%, recomandare 90,1%
- ▶ Diversitate etnică — USP cultural

OPORTUNITĂȚI (O)

- ▶ Piață hiking: \$48 mld. → \$113 mld.
- ▶ Coolcationing — Carpații refugiu climatic
- ▶ Soft Adventure + Silver Hikers
- ▶ Fonduri UE: PNRR, FEDR, LIFE
- ▶ Model hut-to-hut în expansiune
- ▶ 87% turiști folosesc AI planificare

PUNCTE SLABE (W)

- ▶ 34,7% nu știu dacă Bihor e atractiv
- ▶ 36% nu au vizitat niciodată
- ▶ Durata sejur: doar 2,6 nopți
- ▶ Lipsă OMD funcțional
- ▶ 18,3% cer promovare — deficit marketing
- ▶ Cabane montane: doar 1,3% capacitate

AMENINȚĂRI (T)

- ▶ Competiție regională: Bulgaria, Balcani
- ▶ Schimbări climatice — impact biodiversitate
- ▶ Overtourism selectiv (Felix, sezon)
- ▶ Deficit forță de muncă HoReCa
- ▶ Percepție de depărtare (66,3%)
- ▶ Absorbție lentă fonduri UE

MATRICEA TOWS — OPȚIUNI STRATEGICE

Din încrucișarea SWOT rezultă 4 categorii de opțiuni strategice care fundamentează cele 6 programe fanion:

S-O MAXIMIZARE — CREȘTERE

Felix + wellness/termal → Resort all-season cu parc acvatic (P1)

Padiș + hiking global + hut-to-hut → Rețea integrată trasee + refugii (P2, P4)

Patrimoniul multicultural + turism experiențial → Circuite cultural-gastronomice (P3)

W-O TRANSFORMARE — CORECTARE

OMD funcțional + fonduri UE → Eliminarea deficitului de marketing (P0)

Digitalizare + AI → Vizibilitate online și booking integrat (P5)

Infrastructură last mile + fonduri UE → Conectivitate gară-traseu

S-T DIFERENȚIERE — PROTECȚIE

Unicat Art Nouveau + peșteri 35.000 ani → USP necopiabil vs. competiție

Satisfacție 90,1% → Program „Ambasador Bihor” — advocacy vizitatori

Diversitate etnică → Poziționare pe piața maghiară (cross-border)

W-T SUPRAVIEȚUIRE — MINIMIZARE

OMD + monitorizare → Management overtourism Băile Felix

Training HoReCa + standarde drumeți → Calitate consistentă

Plan adaptare climatică + monitoring biodiversitate

CUM AJUNGEM ACOLO

CELE 6 PROGRAME FANION

Investiții de 220–350M EUR în infrastructură, produse turistice și experiențe.

DRAFT consultare publică

LOGICA PROGRAMELOR FANION

DE CE EXACT ACESTE 6 PROGRAME?

Fiecare program fanion răspunde unui deficit structural identificat în diagnostic și exploatează cel puțin o mega-tendență globală favorabilă. Programele sunt ierarhizate în trei niveluri de prioritate:

P0

CONDIȚIA NECESARĂ

Fără OMD (Organizația de Management al Destinației), niciun alt program nu poate fi implementat eficient. OMD-ul coordonează, monitorizează și asigură coerența.

P1

INVESTIȚII TRANSFORMATOARE

Thermal Resort 2.0, Apuseni Adventure Hub și Trail Network — programele cu cel mai mare potențial de transformare a destinației, care schimbă fundamental oferta turistică.

P2

AMPLIFICARE ȘI COMPLEMENTARITATE

Oradea Heritage și Bihor Vizibil — programe care amplifică impactul programelor P1 prin diversificarea ofertei culturale și vizibilitate fizică/digitală.

ARHITECTURA PROGRAMELOR FANION

P0	DESTINATION BIHOR DMO Condiția necesară — enabler pentru toate programele	5-10M €
P1	BIHOR THERMAL RESORT 2.0 Resort all-season cu parc acvatic și wellness european	80-125M €
P2	APUSENI ADVENTURE HUB Hub montan all-season cu refugii, bike park, aventură	75-115M €
P3	ORADEA HERITAGE EXPERIENCE Patrimoniu Art Nouveau, circuit cultural-gastronomic	30-50M €
P4	BIHOR TRAIL NETWORK 500+ km trasee, turism hut-to-hut la standard european	20-30M €
P5	BIHOR VIZIBIL Semnalistică turistică artistică + integrare GIS digital	10-15M €

TOTAL ESTIMAT: 220 - 350M EUR

P1 BIHOR THERMAL RESORT 2.0 | 80-125M EUR

DE LA STAȚIUNE CLASICĂ LA RESORT EUROPEAN ALL-SEASON

Băile Felix - Unul dintre cele mai mari resorturi termale cu funcționare permanentă din Europa, cu ape la 40-49°C - va fi transformat într-un resort all-season de standard european.

Planul include un tematic de aventură / divertisment (tip Gardaland Adventure Park), un centru wellness cu acreditare medicală, un parc de aventură și un centru interpretativ dedicat biodiversității.

BENCHMARK: Therme Erding, Germania

Investiție 100M+ EUR. 1,8M vizitatori/an. 600+ locuri de muncă.
Cel mai mare complex termal din Europa.

ACȚIUNI CHEIE

Master Plan Felix/1 Mai
0,8-1,5M EUR

Parc tematic aventură
28-45M EUR

Centru biodiversitate Peța
15-25M EUR

Aqua park indoor-outdoor
25-38M EUR

Wellness center medical
11-15M EUR

P2 APUSENI ADVENTURE HUB | 75-115M EUR

MUNȚII CARE DEVIN REFUGII CLIMATICE

Coolcationing schimbă turismul global. Carpații devin refugii. România deține cea mai vastă arie sălbatică din UE.

8-10 refugii montane (SAC), bike park, centru interpretare PN Apuseni, zone de aventură (zipline, via ferrata).

BENCHMARK: Kolašin 1450, Muntenegru
50M+ EUR infrastructură. 45 km pârtii. Pivot all-season.

406 mld. USD

Piața aventură 2024

→ 1.009 mld. 2030

2,8 mld. EUR

MTB Europa 2024

CAGR 7,5%

75-115M €

Buget estimat

PPP + Fonduri UE

SPORT ȘI COMPETIȚII — CALENDAR BIHOR

TRAIL RUNNING ȘI MTB CA MOTOARE ECONOMICE

Piața trail running: de la 1,2M participanți (2010) la 8,5M+ (2022). 60%+ curse noi sub 1.000m — compatibil Apuseni.

DOUĂ SERII COMPETIȚIONALE

BIHOR MOUNTAIN TRAIL SERIES

3 etape: 10K, 25K, 50K, Ultra 80K
Certificare ITRA internațională

APUSENI MTB FESTIVAL

Enduro MTB, cross-country bike + e-bike touring
Integrare cu Bike Park

BENCHMARK: UTMB

23M EUR impact anual Chamonix
10.000 alergători + 50.000 spectatori

IMPACT ESTIMAT

Participanți/an	3.000-5.000
Impact economic	5-10M EUR
Investiție inițială	1-2M EUR
Operațional/ediție	0,5-1M EUR

ITRA = International Trail Running Association. Enduro MTB = disciplină ciclism UCI pe pedale. UTMB = Ultra-Trail du Mont-Blanc.

P3 ORADEA HERITAGE EXPERIENCE | 30–50M EUR

GATEWAY-UL CULTURAL AL BIHORULUI

Consolidarea Oradei ca HUB cultural, valorificând patrimoniul Art Nouveau, Cetatea restaurată și oferta gastronomică.

Circuit Art Nouveau — 15+ palate, app AR | 1,5–3M EUR

Oradea Food District — gastronomie în Cetate | 4–8M EUR

Centru interpretare multiculturală | 10–15M EUR

Festival anual Oradea Belle Époque | 10–16M EUR

Promenadă Crișul Repede (model Ljubljana) | 8–15M EUR

Transport turistic integrat Oradea–Felix–Apuseni | 4–8M EUR

P4 BIHOR TRAIL NETWORK | 20-30M EUR

1.000+ KM DE TRASEE LA STANDARD EUROPEAN

Rețea integrată cu marcaj unitar, infrastructură de suport (refugii, puncte de apă, semnalizare), conectivitate cu transportul public și sistem digital de rezervare — permitând turismul hut-to-hut (de la refugiu la refugiu) și circuitele de mai multe zile. Integrare cu Via Transilvanica.

TREI TRASEE TEMATICE MULTI-DAY

TRASEUL PEȘTERILOR

5 zile — Urșilor, Vântului, Meziad + cascade

TRASEUL APELOR

4 zile — cascade + termal: Bohodei, Iadolina + Felix

TRASEUL PATRIMONIULUI

3 zile — sate + castele + vin: Stubenberg, Diosig

BENCHMARK

Via Transilvanica

1.400 km, 10 județe

400 comunități traversate

European Heritage Awards 2023

10.000+ voluntari

Motor de regenerare rurală

**Candidatură ERA
Leading Quality Trails
Best of Europe**

P5 BIHOR VIZIBIL | 10-15M EUR

SEMNALISTICĂ ARTISTICĂ ȘI PIAȚA MAGHIARĂ

Panouri artistice mari

50+ pe DN/DJ, design artiști locali. 15-30K EUR/panou

Semnalistică direcțională

150+ seturi standardizate. 2-5K EUR/set

Panouri interpretative

115 obiective, QR code multilingv (RO, EN, HU, DE). 3-8K EUR

PIAȚA MAGHIARĂ — OPORTUNITATE NEACTIVATĂ

Populație la 250 km **2,63M maghiari**

Penetrare actuală **doar 3-5%**

Ținta strategică **15-20%**

Obiective cu interes HU **30/115 (26%)**

Buget strategie HU **3-5M EUR / 5 ani**

Acțiuni: signalistică bilingvă RO-HU,
website visitbihor.hu, shuttle Budapest-Felix,
parteneriate cu 10-15 touroperatori HU,
campanie digitală pe piața maghiară

PO DESTINATION BIHOR — OMD | 5–10M EUR

PRIORITATE ZERO: FĂRĂ OMD, NIMIC NU FUNCȚIONEAZĂ

OMD-ul este condiția necesară pentru implementarea eficientă a tuturor programelor. Fără coordonare, investițiile rămân fragmentate.

Tranziție progresivă DMO → DWO (Destination & Workforce Organization) — model Wonderful Copenhagen.

7 FUNCȚII DE BAZĂ

1. Management vizitatori
2. Marketing și branding
3. Dezvoltare produse
4. Advocacy și reprezentare
5. Managementul datelor
6. Coordonare stakeholderi
7. Managementul calității

*Benchmark UE: 8 OMD-uri,
buget mediu 12,9M EUR*

SINTEZĂ BUGETARĂ ȘI PRIORITIZARE

PROGRAM	MIN.	MAX.	IMPACT	PRIO
Bihor Thermal Resort 2.0	80M €	125M €	Foarte ridicat	P1
Apuseni Adventure Hub	75M €	115M €	Foarte ridicat	P1
Oradea Heritage Experience	30M €	50M €	Ridicat	P2
Bihor Trail Network	20M €	30M €	Ridicat	P1
Bihor Vizibil	10M €	15M €	Ridicat	P2
OMD Bihor	5M €	10M €	Critic (enabler)	P0
TOTAL	220M €	350M €		

Bugetele sunt estimate pe baza benchmarkurilor internaționale. Intervalul min–max reflectă scenarii de implementare. Surse: raportul extins, cap. III.

TURISM CULTURAL

PATRIMONIUL CARE NE DEFINEȘTE

Patru culturi. O singură destinație. Un avantaj competitiv imposibil de replicat.

DRAFT consultare publică

TURISM CULTURAL

PATRU CULTURI, O SINGURĂ DESTINAȚIE

Diversitatea culturală — română, maghiară, slovacă, evreiească — constituie un avantaj competitiv asimetric. Turismul cultural = 40% din veniturile turistice mondiale (UNWTO).

MEȘTEȘUGURI UNICE

Cojoace binșenești, ceramică albă Vadu Crișului, lăzi de zestre Budureasa

EVENIMENTE VII

Festival ouălor Drăgoteni (30+ ediții), concerte tradiționale 1.000+ copii artiști

GOSPODĂRII TRADIȚIONALE

Case de lemn Zece Hotare/Damiș, potențial proiect muzeu lângă Felix (model ASTRA Sibiu)

COMUNITĂȚI ETNICE

Slovacii din Șinteu (1.000 familii, 220 ani), diversitate port popular

SITURI SACRE

Pelerinaj Izbuca, biserici de lemn sec. XVII-XVIII, mina cu cristale Farcu

ENOTURISM ȘI GASTRONOMIE

DE LA PĂMÂNT LA FARFURIE

Drumul Vinului (Diosig, Sântimreu, Cadea) conectează viticultori și crame. Pălinca bihoreană - protecție UE.

Conceptul Gastro-Local (model Vama Buzăului): de la producătorul local la masa turistului.

RUTE GASTRONOMICE

Ruta Vinului

Diosig–Săcueni–Valea Ierului (9 concursuri de vinuri)

Ruta Gastronomiei Slovace

Șinteu — Pe drumul cartofului în țara slovacă

Ruta Preparatelor

Beiuș/Pomezeu (plăcinta cu sferie) – Roșia (Traista Plină)

GASTRO-LOCAL BIHOR

Astăzi: 1 PGL

Ținta 2030: 20 PGL-uri

Vama Buzăului: 21 PGL-uri

Național: 500+ PGL-uri

Legea 412/2023

TURISM SPEOLOGIC ȘI EDUTAINMENT

PEȘTERILE BIHORULUI: DE LA VIZITĂ LA EXPERIENȚĂ

120K

Peștera Urșilor

120.000 viz/an, fosile Ursus spelaeus 15.000 ani

50+ km

Peștera Vântului

50+ km — cea mai lungă din România

35K ani

Peștera Coliboaia

Artă rupestră 35.000 ani — unică în Europa

ECO

Peștera Meziad

Colonie lilieci protejată, eco-turism educativ

BENCHMARK POSTOJNA, SLOVENIA

39M

vizitatori total

1,37M

vizitatori 2019

25M €

cifra afaceri 2022

33M €

proiecție 2023

Ținta Bihor: 300.000+ vizitatori/an

IMPACTUL ECONOMIC

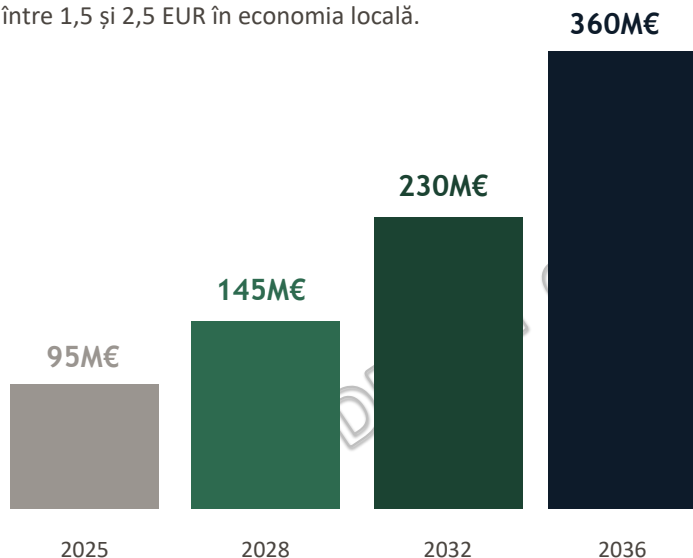
CE ÎNSEAMNĂ STRATEGIA PENTRU COMUNITATE

Turismul ca motor de prosperitate, incluziune și conservare a patrimoniului.

IMPACT ECONOMIC

TRAIECTORIA VENITURILOR

Strategia nu urmărește doar atragerea mai multor turiști, ci creșterea valorii pe care fiecare vizitator o aduce comunității. Efectul multiplicator regional (conform cercetărilor în Tourism Economics) înseamnă că fiecare EUR cheltuit de un turist generează între 1,5 și 2,5 EUR în economia locală.



EFECT MULTIPLICATOR

Venituri directe 2036	360M €
Multiplicator regional	×2,0-2,5
Impact total	550-875M €
Locuri muncă	15.000
ROI cumulativ 10 ani	2,0-2,5 mld €

Surse: WTTC Economic Impact 2024, Tourism Economics (2023) — multiplicator spațial turism regional în Europa: 3,65. ROI = Return on Investment.

INDICATORI DE PROGRES 2036

9%



30%

turiști internaționali

Recunoaștere pe harta europeană

1:4



1:2

indice sezonality

Flux constant tot anul

33%



55%

ocupare cazare

Utilizare maximă infrastructură

~700 km



1000+
km

trasee marcate

Certificare ERA Best of Europe

34,7%



<15%

indice necunoaștere

Brandul a pătruns în conștiință

DEZVOLTARE CAPACITATE CAZARE

COMPLEMENTARITATE: HOTELURI + ALTERNATIVĂ + GASTRONOMIE

HOTELURI 100+ CAMERE

3–5 hoteluri noi: Felix resort 4-5★, Oradea boutique 4★+, zona montană 3-4★. Investiție: 60–105M EUR.

GLAMPING & CAZARE ALTERNATIVĂ

Piața UE: 1,28 mld. USD (2024) → 2,17 mld. (2030). 20–50 unități: geodomes, treehouses la Padiș, Lacul Leșu.

RESTAURANTE TEMATICE

Centru Gastronomic în Cetate (3–5M EUR), rețea pe Drumul Vinului, 10–15 puncte farm-to-table montan.

REȚEA PENSIUNI CERTIFICATE

Program acreditare Bihor Authentic — standarde calitate, autenticitate, gastronomie locală.

Obiectiv: cheltuiala medie de la 45-50 EUR/zi la +75 EUR/zi.

PRIORITIZAREA INVESTIȚIILOR — SUD-ESTUL JUDEȚULUI

60,9% DIN PATRIMONIU ÎN CADRANUL SE

60,9%

SUD-EST

61% dintre obiectivele turistice sunt pe axa Oradea, Felix, Padiș, Stâna de Vale

21,7%

NORD-VEST

25 obiective — Oradea, zona de câmpie, patrimoniul construit

10,4%

NORD-EST

12 obiective — Zona Aleșd–Vadu Crișului

7,0%

SUD-VEST

8 obiective — Zona de tranziție spre Arad

IMPLEMENTARE ÎN 3 FAZE

- FAZA 1** Investiții infrastructură de bază: Felix/1 Mai + stațiuni montane
- FAZA 2** Coridor Oradea–Felix–Beiuș–Stâna de Vale cu transport integrat
- FAZA 3** Extindere NV și NE, dispersia turiștilor din SE, activare piață HU

BUSOLA BIHOR

CUM MĂSURĂM PROGRESUL

Un tablou de bord integrat, inspirat de modelele Scoția și Copenhaga.

DRAFT consultare publică

BUSOLA BIHOR — 5 DIMENSIUNI

Transparență totală, date în timp real, management adaptiv.

ECONOMIC	Sosiri, înnoptări, cheltuieli/zi, venituri, ocupare	<i>Lunar + Anual</i>
EXPERIENȚĂ	Satisfacție T2B, NPS, recenzii online, recomandare	<i>Trimestrial</i>
COMUNITATE	Locuri de muncă, salarii turism, percepția rezidenților	<i>Anual</i>
SUSTENABILITATE	Amprentă carbon, consum apă/energie, biodiversitate	<i>Anual</i>
ACCES & DISPERSIE	Sezonalitate, distribuție geografică, last mile	<i>Lunar</i>

SEMAFOR:



>+5% YoY



±5% YoY



>-5% YoY

DASHBOARD KPI SEMAFOR

KPI	SURSĂ	FREC.V.	VERDE	ROȘU
Sosiri	INS + mobile	Lunar	 >5% YoY	 <0% YoY
Cheltuială/zi	Tranzacțional	Trim.	 >60 EUR	 <50 EUR
Durata sejur	INS + booking	Trim.	 >3,5 nopți	 <2,5 nopți
Sezonalitate	INS + mobile	Anual	 <1:2,5	 >1:4
Satisfacție	Sondaj + rec.	Trim.	 >90%	 <80%
NPS online	Google/TA	Lunar	 >4,2/5	 <3,8/5
Locuri muncă	AJOFM	Anual	 >10.000	 <8.000
Ocupare cazare	INS + platf.	Lunar	 >45%	 <35%
Km trasee	OMD audit	Anual	 >800 km	 <700 km
Notorietate	Sondaj naț.	Bianual	 <20%	 >30%

Surse alternative OECD 2025: date tranzacționale, geo-poziționare mobilă, web scraping, date Booking/Airbnb.

GUVERNANȚĂ ȘI IMPLEMENTARE

PARTENERIAT PUBLIC-PRIVAT-COMUNITAR

CONSILIU STRATEGIC

CJ Bihor, Primar Oradea, PN Apusenii, sector privat

OMD – ECHIPA OPERAȚIONALĂ

Director, Marketing, Produse, Date, Digital

GRUPURI DE LUCRU TEMATICE

Un grup per program fanion + Sustenabilitate

FORUMUL COMUNITAR

Comunități, ghizi, pensiuni, ONG-uri

ORIZONT IMPLEMENTARE

2026 FUNDAMENT

Înființare DMO, baseline, dashboard

2027-28 ACCELERARE

Ciclu evaluare, date OECD, investiții

2029-32 SCALARE

Programe fanion, Busola Bihor

2033-36 MATURIZARE

DMO → DWO, management adaptiv

DMO → DWO

Model: Wonderful Copenhagen

BIHOR DIN BELȘUG

DESTINAȚIA EUROPEANĂ DE REFERINȚĂ PENTRU TURISMUL TERMAL, CARSTIC ȘI MONTAN ACTIV

DESTINAȚIA EUROPEANĂ UNDE NATURĂ ȘI CULTURĂ CONVERG
ÎNTR-O EXPERIENȚĂ AUTENTICĂ, ACCESIBILĂ ȘI SUSTENABILĂ

2026 — 2036